Министерство образования и науки
Российской Федерации
Национальный исследовательский
Томский государственный университет
Философский факультет

INITIA:
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
(27–28 апреля 2018 г)

Материалы XX Международной конференции молодых ученых

Томск
2018

КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗА КРЫМА В УКРАИНСКИХ И ЕВРОПЕЙСКИХ МЕДИА

М.С. Назарова
Научный руководитель: д.п.н., проф. А.И. Щербинин
Томский государственный университет

В современном обществе рост влияния средств массовой информации способствует повышению роли искусственно созданных конструктов, необходимых для облегчения процесса передачи информации. Медийное пространство взяло на себя некоторые функции социальной сферы общества и стало неотъемлемой частью человеческой жизни. В настоящее время познание мира рассматривается через восприятие образов объектов, а не через непосредственное взаимодействие с последними. Соответственно, это относится к различным объектам политического мира, в том числе к регионам.

Именно повсеместная виртуализация обусловила огромное значение имиджа территории, причем не только на национальном уровне, но и на международном. Поэтому позиционирование региона в иностранных СМИ может приобретать все более существенное значение в развитии названного субъекта.

Крым, в свою очередь, является одним из самых упоминаемых регионов в зарубежных СМИ, причем его «популярность» за четыре года не угасла. В зарубежных медиа, в том числе в интернет-ресурсах, время от времени публикуются материалы, связанные со спорной территорией, и в зависимости от позиции государства контент носит ту или иную окраску. Можно говорить о вполне сформировавшемся внешнеполитическом имидже Крыма, поэтому целью данной работы является анализ данного феномена в публикациях украинских и европейских медиа. В качестве «представителей» последних были выбраны немецкие и французские СМИ, так как данные страны являются наиболее сильными игроками Европейского союза. Соответственно, именно их мнение доминирует в формировании позиции всего наднациональной организации. В статье будет представлен сравнительный анализ образа Крыма в СМИ Украины и Европейского союза.

Поскольку сегодня интернет-СМИ наряду с традиционными стали каналами конструирования образов и их трансляции, для анализа были выбраны следующие ресурсы: сайты печатных изданий «Украинская правда» [3], «Факты и комментарии» [4], «Der Spiegel» [6], «Le Monde» [9]; новостные сайты «Корреспондент.net» [1], «Сегодня» [2], «Deutsche Welle» [7], «France24» [8]. Данные ресурсы входят в ТОП-5 самых посещаемых сайтов в своих странах и были отобраны путем случайной выборки. Поиск статей осуществлялся по тегу «Крым» («Crimea») за 2014-2018 годы по релевантности.

Для анализа имиджа региона был выбран метод контент-анализа и предложена схема кодирования:

1. Экономические и хозяйственные характеристики региона
1.1. Экономические санкции: влияние на регион
1.2. Позитивные последствия присоединения к России
1.3. Снижение уровня жизни
1.4. Гуманитарный кризис
2. Политические итоги
2.1. Международные отношения

2.1.1. Наднациональные организации (ООН, ЕС, НАТО) и их отношение
2.1.2. Признание референдума нелегитимным
2.1.3. Констатация регулярного нарушения прав и свобод человека
2.1.4. Вопрос о возвращении полуострова в состав Украины
2.2. Внутренняя политика
2.2.1. Военное вмешательство России
2.2.2. Вопрос о легитимности российских выборов после присоединения Крыма
2.2.3. Позиция лидеров страны
2.2.4. Активизация оппозиционных деятелей
3. Последствия для социальной сферы
3.1. Социальная нестабильность
3.2. Раскол общества на сторонников и противников присоединения
3.3. «Татарский» вопрос
4. Изменение общественного сознания
4.1. Отрицание общего исторического прошлого России и Крыма
4.2. Упоминание о различных ценностях
4.3. Апеллирование к позитивному имиджу Организаций (ООН, ЕС) и Украины и к отрицательному имиджу России – «захватчицы».

После проведения контент-анализа и сравнения результатов можно сделать ряд выводов. В первую очередь, следует сказать о том, что в европейских ресурсах сформировался более полный образ Крыма с его небольшими плюсами и существенными минусами, в отличие от украинских медиа, где тема полуострова чаще всего привязывается напрямую к формированию негативного образа Российской Федерации. Кроме того, можно говорить о фрейме [5, С. 90] «Крым» в данных ресурсах, однако его содержание будет разным: в Европе – это политическое оправдание экономических санкций, в то время как для Украины – ущемление национального достоинства.

Таким образом, можно сказать, что, несмотря на преимущественно негативную окраску образа Крыма в украинских и европейских медиа, содержательно он наполняется в соответствии с нуждами международных акторов, что лишний раз показывает прямую зависимость между государством и СМИ.

ЛИТЕРАТУРА:

1. *Корреспондент.net*. URL: https://korrespondent.net/ (дата обращения: 01.04.2018).
2. *Сегодня.* URL: https://www.segodnya.ua/ (дата обращения: 01.04.2018).
3. *Украинская* правда. URL: https://www.pravda.com.ua/rus/ (дата обращения: 31.03.2018).
4. *Факты* и комментарии. URL: http://fakty.ua/ (дата обращения: 31.03.2018).
5. *Яноу* Д., ван Хульст М. Фреймы политического: от фрейм-анализа к анализу фреймирования // Социологическое обозрение. 2011. Т. 10, № 1–2. С. 87–113.
6. *Der Spiegel*. URL: http://www.spiegel.de/international/ (дата обращения: 03.04.2018).
7. *Deutsche* Welle. URL: http://www.dw.com/en/top-stories/s-9097 (дата обращения: 03.04.2018).
8. *France24*. URL: http://www.france24.com/en/ (дата обращения: 04.04.2018).
9. *Le Monde*. URL: https://mondediplo.com/ (дата обращения: 04.04.2018).