

На правах рукописи

Сайко Евгения Леонидовна

КУЛЬТУРФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ СМИ:
МЕХАНИЗМЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ МЕДИАРЕАЛЬНОСТИ

Специальность 24.00.01 – Теория и история культуры

Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата философских наук

Томск 2012

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет» на кафедре теории и истории культуры

Научный руководитель: кандидат философских наук, доцент
Буденкова Валерия Евгеньевна

Официальные оппоненты: Лукина Нелли Петровна,
доктор философских наук, профессор,
ФГБОУ ВПО «Национальный исследовательский
Томский государственный университет», профессор
кафедры гуманитарных проблем информатики

Вороненкова Галина Фёдоровна,
доктор филологических наук, профессор,
ФГБОУ ВПО «Московский государственный
университет имени М.В. Ломоносова»,
профессор кафедры зарубежной журналистики
и литературы, директор Свободного Российско-
Германского института публицистики (СвРГИП)
факультета журналистики МГУ

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный
университет путей сообщения»

Защита состоится 28 мая 2012 г. в 14:30 на заседании диссертационного совета Д 212.267.17, созданного на базе ФГБОУ ВПО «Национальный исследовательский Томский государственный университет» по адресу: 634050, г. Томск, пр. Ленина, 36, Главный корпус, ауд. 318.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Томского государственного университета.

Автореферат разослан 27 апреля 2012 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета



Буденкова Валерия Евгеньевна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы и постановка проблемы. Современная культура на протяжении последних десятилетий претерпевает принципиальные изменения, ведущие к становлению качественно иной социокультурной реальности, формированию её новой онтологии. Одну из ключевых ролей в этом процессе играет стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий и их проникновение во все сферы человеческого бытия. Благодаря новым механизмам организации коммуникативного пространства и взаимодействия в нём в условиях глобализации, новым способам воздействия средств массовой коммуникации на индивида и общество роль информационно-коммуникационных технологий значительно увеличивается, что актуализирует поиски новых методов осмысления социокультурной реальности, которая может быть постигнута только в связи с коммуникацией.

Массмедиа оказывают принципиальное воздействие на процессы социокультурного развития. В связи с бурным прогрессом технологий, распространением цифровых способов передачи информации, выходом на массовый рынок спутникового и кабельного ТВ, а также развитием транснациональных медиакорпораций мы сегодня наблюдаем включённость большей части планеты в новую информационную реальность, открывающую беспрецедентно широкий доступ к разного рода сведениям и знаниям и обладающей уникальными возможностями влияния на формирование общественного и индивидуального сознания. Средства массовой информации объективно претендуют на роль культуuroобразующей доминанты эпохи глобализации.

Глобальное медиапространство позволяет участникам коммуникации обмениваться информацией, участвовать в различных дискурсах при минимальных временных и других издержках. С другой стороны, новые средства массовой коммуникации представляют собой ресурс власти и контроля. Через утверждение повестки дня, фрейминг и другие механизмы формирования медиареальности интерпретация представленных в СМИ феноменов и событий может направляться в определённое русло.

Стремительный рост влияния массмедиа на социокультурную реальность требует не только теоретического осмысления, но и актуализирует развитие способности реципиентов к критическому анализу медиапродукции, к пониманию сущности происходящих в глобальном мире процессов. Современные средства массовой коммуникации «принуждают» к повышенной индивидуальной ответственности, одновременно предоставляя человеку широкий выбор сценариев деятельности и поведе-

ния не только в медиапространстве, но и в других значимых сферах культуры и социума. Вследствие непрекращающегося потока растиражированных образов, человек оказывается погружённым в особую – медийную – реальность, воздействующую на его восприятие мира и мировоззрение, предлагающую «готовые решения» жизненно значимых проблем.

В условиях формирования новой гуманитарной парадигмы идёт активный поиск новых способов осмысления современной социокультурной ситуации. На протяжении последнего столетия наблюдается переосмысление основ самой философии с позиций процессуальности, контекстуальности и относительности, вследствие чего коммуникация и диалог становятся центрообразующими категориями. Философы разных школ и направлений предпринимают попытки проанализировать происходящие процессы, их механизмы и последствия, связанные с мощным развитием коммуникационных технологий. В современной гуманитаристике всё больше закрепляется идея конструктивной природы социокультурной действительности. Это положение разрабатывается в рамках неклассической методологии различных направлений конструктивистской парадигмы. Осмыслением функционирования СМИ и порождаемой ими реальности, а также её воздействия на человека занимается, среди прочего, и новая, находящаяся еще только в процессе становления, философская и культурологическая дисциплина – медиафилософия, к проблемному полю которой относится и данная работа.

В связи с вышеизложенным, **проблема диссертационного исследования** может быть сформулирована в виде противоречия между наличием медиареальности как новой формы социокультурной действительности и отсутствием философско-методологической концептуализации механизмов ее конструирования и воспроизводства.

Осмысление процессов конструирования медиареальности представляется принципиально важным проводить как на теоретическом, так и практическом уровне. Это позволяет не просто концептуализировать проблему, но и вносить коррективы, осуществлять функции рефлексии и контроля в отношении массмедиа. В данном исследовании конструирование медиареальности будет рассмотрено на примере актуального освещения России в немецких СМИ¹.

Степень теоретической разработанности проблемы. Литературу по рассматриваемой проблеме можно разделить на несколько блоков. К первому относятся *культурфилософские работы*. Коммуникативная проблематика современной куль-

¹ Журналистский опыт, приобретённый автором диссертационного исследования, в том числе и в ведущих СМИ Германии, позволяет более глубоко проникнуть в суть анализируемых процессов.

туры представлена очень широко и анализируется мыслителями самых различных философских направлений: Д. Беллом, Ж. Бодрийяром, Ж. Дерридой, П. Бурдьё, М. Кастельсом, Ж.-Ф. Лиотаром, М. Маклюэном, Э. Тоффлером и многими другими. Для данного исследования является релевантным анализ процессов формирования коммуникативной онтологии современной культуры, представленный в теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса, системно-функциональном подходе Н. Лумана, конструктивистском понимании природы социокультурной реальности П. Бергера и Т. Лукмана, критике СМИ в условиях массового общества М. Хоркхаймера и Т. Адорно, Г. Маркузе, Х. Ортеги-и-Гассета. В данном исследовании мы будем опираться, прежде всего, на концепции коммуникации Ю. Хабермаса и Н. Лумана, которые достаточно широко откомментированы в отечественной традиции. Методологическим разработкам идей Ю. Хабермаса посвящены работы А.В. Гайды, С.Е. Вершинина и В.Л. Шульца, А.В. Назарчука, И.П. Фарман, В.Н. Фурса др. Развитие и интерпретации различных аспектов идеи коммуникативной рациональности Ю. Хабермаса мы находим у И. Гуркало, Г.Э. Ирицян, Б.Н. Кусраева, Б.В. Маркова, Н.В. Мотрошиловой, Е.Л. Петренко, Г.И. Петровой, Д.В. Твардовского, Б. Флиберга, Е.И. Чубуковой, С.В. Шачина и др. Принципы и основные положения системной теории общества Н. Лумана и его методологических аспектов представлены в трудах О.А. Литвиновой, А.В. Назарчука, О.В. Поскониной, В.Н. Сергеева, А.Ф. Филиппова. А.Ю. Антоновский исследует теорию систем Н. Лумана как методологию конструктивизма, кроме того, он рассматривает основные постулаты теории Н. Лумана сквозь призму функционирования массмедиа. Возможность синтеза подходов Ю. Хабермаса и Н. Лумана анализирует В.М. Лоскутникова.

Литература по конструктивистской проблематике составляет второй блок. Идеи конструктивизма¹ нашли приложение в самых разных областях (от биологии до психотерапии). Мы разделим эти источники по принципу соотнесённости с анализом конструирования социокультурной реальности. К первой подгруппе можно отнести труды основателей и ведущих представителей радикального конструктивизма, в которых изложены его основные установки и общая методология, связанная с проблематикой познания действительности. Здесь мы опираемся на труды Э. фон Глазерсфельда, П. Ватцлавика, Г. Рота, Х. фон Фёрстера.

¹ П. Ватцлавик с сожалением констатирует, что в англо-американской литературе прижился термин «конструктивизм». Философское направление, к которому он примкнул, П. Ватцлавик обозначил бы как «исследование действительности» (Wirklichkeitsforschung). См.: Watzlawick P. Die erfundene Wirklichkeit. Wie wissen wir, was wir zu wissen glauben? Beiträge zum Konstruktivismus. München, 2008. S. 10.

Конструктивная природа социокультурной реальности рассмотрена в работах П. Бергера и Т. Лукмана, Н. Луман анализирует с конструктивистской позиции систему массмедиа, П. Ватцлавик переносит конструктивистскую парадигму на рассмотрение коммуникативных ситуаций и возникающих при этом конфликтов. Эти авторы составляют вторую подгруппу. В третьей подгруппе представлен анализ различных направлений конструктивизма в исследованиях О.Е. Баксанского и Е.Н. Кучера, Е.Г. Виноградова, А.В. Константинова, Н.Н. Плужниковой, М.В. Смагиной, А.М. Улановского, С.А. Цоколова и др. Отдельные аспекты конструктивизма и их критику представляют А.В. Кезин, В.А. Лекторский, Е.Я. Режабек, В.Ф. Петренко, О. Столярова, А.Н. Фатенков, С.А. Цоколов, К.С. Шаров и др. Широко представлены конструктивистские идеи в немецкоязычной литературе. Мы опирались на работы Р. Буркарта (R. Burkart), Б. Гроссмманна (B. Großmann), Г. Руша (G. Rusch), Ф.Б. Симона (F.B. Simon), З. Шмидта (S. Schmidt).

К третьему блоку источников мы относим *анализ СМИ как феномена культуры*. Здесь представлены многочисленные работы, рассматривающие роль и влияние СМИ в современном обществе с философских, социологических, культурологических, лингвистических позиций. Это работы Н.Б. Кирилловой, Ю.Я. Лашенко, М.М. Назарова, В.А. Подороги, Г.Г. Почепцова, О.В. Орловой, З.И. Рязановой, Л.И. Ермоленкиной и Е.А. Костяшиной. Исследователи С.Г. Кара-Мурза, О. Карпухин и Э. Макаревич, Д.С. Найдина, А.С. Никифорова и Л.А. Курылёва, В.В. Орлова затрагивают различные практические аспекты и проблемные точки функционирования СМИ. Философское осмысление медиареальности, проблемы её воздействия на индивида осуществляется в работах В.В. Савчука, М.А. Степанова, Д.А. Колесниковой, И.В. Челышевой, Е.И. Кузнецовой, Т.Б. Кудряшовой, Е.Г. Варичевой, Л.В. Нургалеевой и др.

Работы, посвященные применению конструктивистских положений в исследованиях СМИ, составляют четвёртый блок. В отечественной традиции эти исследования представлены явно недостаточно и носят, скорее, фрагментарный характер. Так, теоретические аспекты фрейминга рассматривают Л.М. Землянова, Н.Ф. Пономарев. А.Н. Фортунатов исследует взаимодействие субъектов социальной коммуникации в медиареальности. Конструктивистские концепции применяются и в эмпирических исследованиях: К.А. Антонов на практическом примере теленовостей осуществляет социологический анализ механизмов социально-политического конструирования, С.С. Бодрунова исследует современные стратегии британской политической коммуникации.

Принципиальное влияние на автора диссертации оказали конструктивистские разработки теоретиков и практиков немецкой коммуникативистики. Здесь нужно

назвать такие имена, как: К. Бек (K. Beck), Х. Бонфаделли (H. Bonfadelli), Х.-Б. Бросиус (H.-B. Brosius), В. Донсбах (W. Donsbach), Х.М. Кепплингер (H.M. Kepplinger), М. Кунчик и А. Ципфель (M. Kunczik, A. Zipfel), Г. Зигерт (G. Siegert), М. Шенк (M. Schenk), В. Шульц (W. Schulz), В. Штааб (W. Staab) и др.

К пятому блоку мы относим *исследования, анализирующие освещение России в СМИ Германии*. В отечественной традиции образ России в иностранных СМИ представлен, прежде всего, в филологическом ракурсе. Здесь можно назвать материалы, касающиеся освещения России в американских и британских (Н.А. Красильникова, С.В. Кобзева), итальянских (Ф. Манфреди), польских (К. Собиянэк), а также немецких СМИ (В. Голышев, М. Жаковска, А.А. Щипицына, О.С. Шарманова). Ряд авторов (Г. Вайштейн, Д. Гавра и А. Савицкая, О.В. Малеева, А. Росомахин и Д. Хрусталёв, А.В. Фёдоров) исследуют имидж России в контексте современной общественно-политической ситуации. В немецкоязычной литературе общие вопросы восприятия России в Германии рассматривают А. Камп и П. Ян (A. Kamp, P. Jahn), Л. Копелев (L. Kopelew), К. Шлөгель (K. Schlögel), Х.-Х. Шрёдер (H.-H. Schröder) др. Исследования непосредственно медиадискурса представлены весьма обширно и охватывают временной период с окончания Второй мировой войны до наших дней, отражая освещение России как на немецком телевидении (В. Дегтярёва (V. Degtjarova), К. Маркс (K. Marx)), так и в прессе Германии (А. Аренс (A. Ahrens), С. Гаврилова (S. Gavrilova), Э. Ессен (E. Essen), К. Зайферт (K. Seifert), В. Крудопф (W. Crudopf), Д. Пёрцген (G. Pörzgen) и др.).

Отправными материалами для иллюстрации нашей концепции послужили результаты эмпирических исследований, представленные в докладах различных аналитических институтов (Институт демоскопии Алленсбах, Институт медиаисследований Media Tenor, социологический институт forsa, консалтинговая компания di-mar communications и т.д.), а также многочисленных общественно-политических организаций.

Как свидетельствует приведенный анализ литературы, несмотря на актуальность проблематики медиареальности и ее роли в современной культуре, философско-культурологическое осмысление механизмов её формирования и функционирования находится в стадии становления.

Объект исследования – медиареальность как феномен современной культуры.

Предмет исследования – механизмы конструирования медиареальности средствами массовой информации¹.

¹ В данной работе понятия СМИ, массмедиа и СМК мы используем как синонимы, отдавая себе отчёт в том, что последний термин можно трактовать более широко, однако в данном исследовании это различие не представляется значимым.

Цель и задачи исследования. В соответствии с вышеизложенным, целью диссертационной работы является обоснование конструктивистской природы СМИ и экспликация механизмов конструирования медиареальности в культурфилософском ключе.

Для этого представляется значимым выполнить следующие задачи:

1. Посредством анализа культурфилософских концепций коммуникации обосновать роль СМИ в формировании медиареальности как формы современного коммуникативного пространства.

2. На основе синтеза системно-функционального подхода Н. Лумана в исследовании функционирования системы массмедиа и теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса разработать методологию анализа феномена медиареальности, релевантную исследуемой проблеме.

3. Раскрыть конструктивную природу массмедиа и проанализировать основные механизмы функционирования СМИ и конструирования медиареальности в контексте конструктивистской методологии.

4. На примере освещения России в немецких СМИ рассмотреть в действии механизмы конструирования медиареальности, а также проанализировать социокультурную роль этих конструкций.

Теоретико-методологические основания исследования. Отправными точками работы стали теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса и конструктивистские интенции в трактовке системы массмедиа Н. Лумана. Синтез этих подходов позволил автору диссертации выработать оригинальный метод анализа медиареальности. В работе также предпринята попытка реализации междисциплинарного подхода с привлечением интерпретативного и сравнительного анализа, конструктивистской парадигмы и системно-функционального подхода. В третьей главе при социокультурном анализе освещения России в немецких СМИ использовались следующие социологические методы: качественный контент-анализ, качественное полуструктурированное интервью.

Эмпирическую базу исследования представляют результаты проведенных автором в Свободном университете Берлина исследований:

- фреймов и механизмов их формирования в освещении России в прессе Германии;
- комментариев и оценок немецких экспертов по России в отношении актуальных тенденций освещения РФ в немецких СМИ.

Научная новизна исследования:

1. На основе синтеза системно-функционального подхода Н. Лумана и теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса разработана авторская методология анализа СМИ, позволившая экстраполировать концепцию коммуникативного действия Ю. Хабермаса на медиареальность и показать роль массмедиа в современной культуре.

2. В культурфилософском ключе обоснована необходимость применения конструктивистской парадигмы в исследованиях медиареальности.

3. Показано, что основные приёмы конструирования медиареальности и, соответственно, функционирования массмедиа (концепция фрейминга, утверждения повестки дня и др.) представляют собой внутренние механизмы самовоспроизводства системы СМИ.

4. Экспликация действия механизмов конструирования медиареальности на примере освещения России в немецких СМИ позволила обосновать обусловленность противоречий в интерпретациях действительности характером функционирования системы массмедиа.

Положения, выносимые на защиту:

1. Анализ массмедиа с позиций разработанного автором подхода, синтезирующего принципы коммуникативной онтологии и конструктивистской методологии, показал их конструктивистскую природу, выражающуюся в неизбежности конструирования социокультурной реальности посредством СМИ.

2. Реальность, формируемая в процессе функционирования массмедиа, не является копией или искажением «подлинной» действительности, а выступает в качестве самостоятельной данности – медиареальности, в которой внутренние закономерности функционирования и развития СМИ являются также механизмами воздействия на человека и его восприятие мира.

3. Критика и претензии в отношении массмедиа представляют собой несовпадение интерпретаций и оценок реальности на уровне наблюдения второго порядка (уровень интерпретаций и оценок) у различных субъектов – участников коммуникативного процесса.

4. На примере исследования освещения России в немецких СМИ показано, что согласования позиций авторов и реципиентов как различных «версий» реальности возможно через дискурс, понимаемый в духе Ю. Хабермаса как осознанное стремление к консенсусу.

Теоретическая значимость исследования связана с культурфилософской концептуализацией феномена массмедиа в современной культуре. Решение поставленных задач позволило раскрыть сущность процессов конструирования медиареальности средствами массовой информации, что, в свою очередь, демистифицирует роль СМИ в обществе, в определенной степени снимая противоречие между должным и сущим в медиальной картине мира. Это способствует нейтрализации конфликтов интерпретаций и оценок в отношении презентуемой СМИ реальности различных участников социокультурного взаимодействия (представителей политических, в т.ч. дипломатических кругов, журналистского сообщества, общественного сектора и т.д.). Разработанные в диссертации теоретико-методологические положения могут быть использованы для дальнейшего исследования процессов социально-политического конструирования, анализа рутинных процессов медиаиндустрии.

Практическая значимость исследования заключается в том, что анализ механизмов конструирования медиареальности позволяет по-новому рассматривать критику средств массовой информации и упрёки в их предвзятости и однобокости освещения. Глубинное понимание природы и закономерностей функционирования СМИ, всей многогранности и многосложности медийного производства способствует редуцированию интерпретационных и оценочных конфликтов различных участников социокультурного взаимодействия. Основные положения и выводы диссертации могут быть использованы для разработки и корректировки имиджевой и информационной политики Российской Федерации.

В сфере образования теоретические положения диссертации могут быть применены при разработке курсов по журналистике, политологии, культурологии, социологии массовых коммуникаций, международных отношений. Кроме того, результаты исследования могут быть положены в основу специальных семинаров и конференций для журналистского сообщества, направленных на развитие навыков рефлексии в отношении роли и ответственности массмедиа в общественно-политических процессах современного общества в целом, и межкультурного взаимодействия в частности. Концептуальные разработки могут быть также использованы в медиаобразовании, в развитии медиакомпетенций индивида, направленных на понимание природы и качества медиапродукции.

Апробация результатов исследования. Материалы диссертационного исследования были представлены и обсуждались в ходе участия в российско-германской молодежной научной конференции «Петербургского диалога» «Россия и Германия: взгляд молодых ученых» (Санкт-Петербург, 2011); на всероссийской научной кон-

ференции с международным участием «Конструирование человека» (Томск, ТГПУ, 2011); на трёх всероссийских научно-практических конференциях студентов и молодых ученых «Коммуникативные аспекты языка и культуры» (Томск, ТПУ, 2004), «Наука и молодежь: проблемы, поиски, решения» (Новокузнецк, 2004), «Наука. Технологии. Инновации» (Новосибирск, 2003); межрегиональной и двух всероссийских научно-практических конференциях студентов, аспирантов и молодых ученых «Этюды культуры» (Томск, ТГУ, 2004, 2011, 2012); двух научно-практических конференциях молодых учёных «Актуальные проблемы журналистики» (Томск, ТГУ, 2011, 2012); научно-методическом семинаре ИИК ТГУ «Культура в условиях глобализации» (Томск, 2011), а также на методологических семинарах кафедры теории и истории культуры ТГУ.

По приглашению Представительства Европейской Комиссии в РФ на Летней школе «Европейский Союз и Россия» (Томск, 2008) был представлен доклад «Освещение вопросов ЕС и России в СМИ». Кроме того, вопросы значения и ответственности СМИ в общественно-политическом контексте обсуждались на «Петербургском диалоге» в рабочей группе по СМИ (Санкт-Петербург, 2008), дважды на заседании рабочей группы «Петербургского Диалога» «Мастерская будущего» под руководством Александра Рара в Гамбурге (2010, 2012), а также на российско-германском медиафоруме «Медиаландшафт России: на стыке политики, экономики и общественных интересов» (Санкт-Петербург, 2005).

Прочитаны самостоятельно разработанные спецкурсы «СМИ в глобальном мире» (на кафедре теории и истории культуры ТГУ), а также «СМИ в международном общественно-политическом контексте» (на кафедре политологии ТГУ). По гранту программы Europäische Journalisten-Fellowships в Свободном университете Берлина был разработан и реализован научно-журналистский проект «Россия в немецких СМИ: контекст, оценки, комментарии», по результатам которого была написана итоговая работа на немецком языке общим объёмом 54 страницы.

Основные положения диссертационного исследования нашли отражение в восьми опубликованных материалах.

Структура исследования. Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения, а также списка использованной литературы и источников, включающего 241 наименование, из них 89 на немецком языке. Общий объем диссертационного исследования – 159 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, формулируются цели, задачи, положения, выносимые на защиту, определяется научная новизна, а также теоретическая и практическая значимость полученных результатов.

Первая глава **«Коммуникативная онтология современной культуры»** посвящена анализу коммуникативных оснований актуальной социокультурной ситуации, осмыслению коммуникативного пространства как новой формы социокультурной реальности с точки зрения двух, по мнению автора, взаимодополняющих подходов в осмыслении процессов коммуникации – системно-функционального и теории коммуникативного действия. На основе этого предпринята попытка синтеза и выработки авторского подхода для последующего исследования процессов коммуникации в средствах массовой информации. В первом параграфе **«Коммуникация в пространстве жизненного мира: коммуникативная рациональность Ю. Хабермаса»** рассматриваются основные, релевантные для исследования медиареальности как феномена современной культуры понятия и положения теории коммуникативного действия, такие как: общественность, жизненный мир, колонизация жизненного мира, инструментальная и коммуникативная рациональности, консенсус. Юрген Хабермас разрабатывает проблему дискурса (обсуждение, ведущее к согласию) как главный коммуникативный механизм, который реализуем только в условиях общественности. В этом философ видит шанс для освобождения общества, в том числе и института массмедиа, от стратегического действия и его переход в плоскость коммуникативного разума.

Средства массовой информации рассматриваются автором как определённая социокультурная институция, которая активно взаимодействует с жизненным миром. С одной стороны, массмедиа в своём функционировании опираются на жизненный мир как резервуар значений, ресурс интерпретаций; т.е. жизненный мир предоставляет контекст для функционирования СМИ. С другой стороны, средства массовой коммуникации сами продуцируют и перерабатывают жизненный мир, транслируя определённые культурные образцы, способствуют солидаризации и социализации. Таким образом, это воздействие оказывается взаимным. Природа СМИ в контексте теории Ю. Хабермаса трактуется как противоречивая: СМИ могут как способствовать взаимопониманию, так и, наоборот, разрушать коммуникацию, если целерациональность подминает под себя, поглощает коммуникативное действие.

По мнению автора, в современном обществе функционирование средств массовой коммуникации обусловлено закономерностями и принципами системы, что, со-

гласимся с Ю. Хабермасом, колонизирует жизненный мир. Массмедиа действуют по системным законам, согласно принципам медиаиндустрии¹, т.е. доминирует целерациональность, а это, в свою очередь, приводит к трансформациям жизненного мира и препятствует конструктивному протеканию процессов коммуникации.

Во втором параграфе **«Коммуникация как операция системы: системный подход Н. Лумана»** массмедиа рассмотрены как система, осуществляющая самонаблюдение и самоописание общества, как «последовательность самонаблюдающих операций» или, выражаясь понятийным аппаратом кибернетики, как наблюдатель второго порядка. Как любой аутопоэтической системе, СМИ свойственны самоорганизация и саморегуляция в целях поддержания своей жизнеспособности. Согласно Н. Луману, основной механизм саморегуляции – порождение средствами массовой информации беспокойства и неопределённости. Другими словами, массмедиа предстают «самораздражителем общества», т.е. СМИ служат для порождения и переработки раздражений и напряжения. Это положение подтверждается различными эмпирическими исследованиями коммуникативистики (например, теория новостной ценности).

В контексте исследования средств массовой информации закономерно встаёт вопрос о манипуляциях в массмедиа. В рамках методологических установок радикального конструктивизма подозрения в манипуляции решаются следующим образом. Ввиду отсутствия онтологической, свободной от когнитивных конструкций реальности различие между якобы манипуляцией и «честным» освещением трактуется как плод наших умозаключений, различий конструкций наблюдателей второго порядка². С одной стороны, механизмы воспроизводства и поддержания беспокойства и неопределённости рассматриваются автором как необходимое условие функционирования системы, а не реализация умысла «тайного кукловода». С другой стороны, если понимать массмедиа как систему самонаблюдения и самоописания общества, то претензии к содержательным аспектам освещения переводят проблему в общественно-теоретический ракурс и приводят к вопросу Н. Лумана: что представляет собой общество, которое именно так описывает себя и свой мир?

Учитывая то, что действующие по системным законам СМИ, с одной стороны, черпают свои ресурсы в пространстве жизненного мира, а с другой – оказывают на него принципиальное влияние, делается предположение, что разделение и, отчасти,

¹ Под медиаиндустрией, по аналогии с термином М. Хоркхаймера и Т. Адорно «культуриндустрия», мы понимаем феномен стандартизации и серийного производства информации средствами массовой информации в обществе массового производства и потребления.

² Антоновский А.Ю. Массмедиа – трансцендентальная иллюзия реальности? // Луман Н. Реальность массмедиа : пер. с нем. М., 2005. С. 228-229.

противопоставление подходов – следствие методологических предпочтений, не имеющее оснований в самой природе СМИ. В логике дальнейших рассуждений автор предпринимает попытку объединить эти два подхода, рассмотрев феномен масс-медиа, их функционирование и роль в конструировании нашего мировосприятия.

Вторая глава **«Конструктивистская парадигма в исследованиях медиареальности»** посвящена рассмотрению положений конструктивизма в их применении к анализу функционирования СМИ, а также представлению эмпирических теорий коммуникативистики, свидетельствующих о конструктивном характере медиареальности. В первом параграфе **«Медиареальность как новое состояние социокультурной действительности»** представлена трактовка понятия медиареальности как порождённой средствами массовой коммуникации среды, в которой современный человек осуществляет своё познание и опыт¹, проанализированы условия формирования этой новой формы социокультурной действительности, а также представлена новая философская и культурологическая дисциплина – медиафилософия, изучающая результаты воздействия высоких технологий на мировоззрение и мироощущение человека, его самоидентификацию. Формирование медиареальности обусловлено массовым характером распространения информационно-коммуникационных технологий, что, в свою очередь, приводит к трансформации сущности коммуникационных процессов, самих СМИ и социокультурной ситуации в целом.

Социокультурная действительность сегодня представляет собой всё убыстряющийся поток информации, «поток образов». Именно выход образа на авансцену знаменует собой уход классического активного субъекта: «не мы видим образы, а образы видят нами», т.е. не мы используем медиа, а средства коммуникации используют нас (Савчук В.В.). Этот тезис ознаменовал собой иконический поворот (по аналогии с «лингвистическим» термин введён теоретиком искусств Готфридом Бёмом в 1994 году). Речь идёт о переходе онтологической проблематики из сферы вербального в область визуального. Образы (рекламные, телевизионные и т.д.) форматируют наше сознание, «выстраивают конструкцию нашего взгляда». Мы постоянно пребываем в медийном поле. Массовость в использовании средств коммуникации запустила механизм образования нового коллективного медийного тела, стремительно мутирующего и, по мнению В.В. Савчука, готовящего сюрпризы.

Во втором параграфе **«Эпистемологические и социокультурные проекции конструктивизма»** представлены и обоснованы основные тезисы конструктивизма,

¹ Савчук В.В. Медиафилософия: формирование дисциплины [Электронный ресурс] // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия : материалы международной научной конференции «Медиа как предмет философии». С. 17 // Библиотека Центра медиафилософии. Электрон. дан. СПб., 2011. URL: http://mediaphilosophy.ru/biblioteca/books/mediaphilosophy_1/ (дата обращения: 21.11.2011).

имеющие методологическое значение для данного исследования. Рассмотрены различия позиций радикальных конструктивистов и реалистов, обоснование отказа первых от метафизического удвоения реальности и, соответственно, онтологии, вследствие чего происходит смещение акцентов с проблемы обоснования знания на исследование самого процесса (биологического, нейрофизиологического, психологического) создания конструкций, под которыми индивид подразумевает «последнюю реальность». Центральный вопрос сегодня звучит так: «Как возникает знание наблюдателя о мире»¹, т.е. это уже не просто «знание о мире», но именно знание, опосредованное наблюдателем. Мир преломляется в позиции наблюдателя.

В конструктивизме различают два уровня наблюдений. В первичном наблюдении речь идёт о «вычислении» (термин Х. фон Фёрстера), вычленении познавательными системами феноменов. Различение и, соответственно, наблюдение второго порядка связаны с уровнем знаков и их значений. В наблюдении второго порядка важно различать три взаимосвязанных уровня конструирования действительности. Фритц Б. Симон, по мнению автора, предельно ясно разъясняет эти аспекты²:

1. Описание феноменов (обозначение, «распознавание» конкретных феноменов). Это первичный процесс селекции, понимаемый как акцентирование внимания наблюдателя на определённых феноменах. При этом для последнего некоторые феномены остаются незамеченными, неучтёнными, но они, в свою очередь, актуальны и могут быть приняты во внимание с перспективы наблюдателя второго порядка.

2. Объяснение феноменов (выстраивание гипотез и причинно-следственных связей для объяснения того или иного предмета). Каждый феномен может иметь различные объяснения, что ведёт к развитию различных теорий и интерпретаций. Эти предполагаемые причинно-следственные связи служат основой для дальнейших действий.

3. Оценка того или иного феномена (также как возможны различные интерпретации наблюдаемого феномена, возможны и его различные оценки). Наблюдатель может оценить предмет негативно или позитивно.

Итак, основной тезис конструктивизма состоит в том, что знание не пассивно воспринимается, а активно конструируется познающим субъектом с целью организации опыта индивида, а не открытия онтологической реальности (Э. фон Глазерсфельд). Основой действия, как уже было сказано, выступает объяснение. Поэтому и

¹ Кезин А.В. Радикальный конструктивизм: познание в «пещере» // Вестник Московского университета. Сер. 7, Философия. 2004. №4. С. 8-9.

² Simon F.B. Einführung in Systemtheorie und Konstruktivismus. Heidelberg, 2009. S. 71-77.

конфликты имеют свои корни именно на этом уровне, заключаются в различиях интерпретаций.

В третьем параграфе **«Конструктивистская методология в анализе СМИ»** на основе различных теорий коммуникативистики показаны механизмы самовоспроизводства системы массмедиа, а соответственно, и конструирования медиареальности. В отличие от реалистической традиции, согласно которой массмедиа являются зеркалом реальности, приверженцы конструктивистской парадигмы считают, что СМИ представляют собой, скорее, инстанцию по её конструированию. Журналисты, интерпретируя действительность, представляют определенные «гипотезы о реальности» (В. Шульц).

В процессе своей профессиональной деятельности журналисты вынуждены редуцировать всю комплексность мира, осуществлять селекцию того, какие аспекты действительности получают доступ в СМИ. Различные концепции коммуникативистики исследуют разные аспекты этой редукции и отбора.

В рамках концепции гейткипера исследователи задаются вопросом, каким образом предпочтения и склонности как отдельных журналистов, так и редакций в целом, влияют на отбор и подачу новостей. Понятие «гейткипер» в коммуникативистике используется для обозначения индивида, в компетенции которого находится принятие или отклонение того или иного сообщения. Эти процессы могут протекать и изучаться как на индивидуальном уровне (влияние личных склонностей и предпочтений отдельного журналиста), так и институциональном (феномен «Gatekeeper» в контексте функционирования редакции, включая внутреннюю иерархию и рутинные процессы производства новостей). Теория новостной ценности в противовес выше представленной концепции ориентирована на изучение не личных качеств и установок журналистов, а содержания самого медиапродукта. В рамках этой концепции исследуются характеристики события (значимость, созвучие ожиданиям и пожеланиям публики, неожиданность, непрерывность, принадлежность к элите, персонификация, негативизм и др.), на которые ориентируются журналисты в своем выборе, а также на основании которых произошедшее приобретает достаточную значимость, чтобы об этом сообщить, т.е. имеет «новостную ценность».

Принципиально важно, что СМИ не просто освещают различные события и феномены действительности, но и тематизируют конкретные проблемы в массовом сознании, задавая им определенную степень значимости через размещение в вёрстке выпуска телевизионных и радионовостей или печатного издания, форму подачи и частоту упоминания. Этот тезис подробно обосновывается в рамках теории «утверждения повестки дня» (Agenda-Setting), которая находит своё развитие в концепции

фрейминга. Понятие фрейма можно определить как рамки интерпретации, образец значения, схему. Посредством фрейминга (выборочное акцентирование определенных аспектов при коммуникации) одни аспекты действительности выдвигаются на передний план, другие же представлены в меньшей степени или вовсе проигнорированы. Так тема помещается в определённый контекст, посредством чего потенциальные мнения на этот счёт направляются в определённое русло, оказываются ограниченными в своем спектре. В зависимости от того, какие характерные черты представленного в СМИ феномена названы, на каких аспектах, ценностях, экономических, культурных и исторических взаимосвязях расставлены акценты, меняется перспектива освещения этого явления. Речь идёт не о конкретных точках зрения на заданную тему, а об общей структуре выстраивания мнений.

Итак, журналисты вынуждены редуцировать многосложность окружающего мира. Редукция и селекция, осуществляемые через конструирование, выполняют вспомогательную функцию адаптации, построения жизнеспособной картины мира. Рассмотрев массмедиа как самоорганизующуюся систему (в противовес традиционному пониманию как общественной институции), автор приходит к выводу о **неизбежном** конструировании реальности средствами массовой информации. Этот процесс представляет собой и следствие, и условие функционирования системы. С одной стороны, речь идёт об особенностях познания и феномене знания в конструктивистской парадигме, с другой – мы имеем дело со специфическими закономерностями поддержания работы «конвейера» медиаиндустрии.

Третья глава **«Образ России в немецких СМИ: механизмы конструирования и проблемы восприятия медиареальности»** посвящена рассмотрению механизмов конструирования медиареальности в действии, а также связанных с этим конфликтов и проблем на примере освещения России в СМИ Германии. Автор опирается на результаты собственного эмпирического исследования, проведенного в 2009-2010 учебном году в Свободном университете Берлина в рамках программы «Europäische Journalisten-Fellowships». В первом параграфе **«Методологические основания исследования российской тематики в немецких СМИ»** представлена методология эмпирического исследования, проведенного автором в два этапа. Во-первых, помимо анализа существующей немецкоязычной литературы по означенной теме, был рассмотрен медиадискурс в отношении России в практически еще не изученный временной отрезок 2005-2010 годов в трёх ведущих еженедельных общественно-политических журналах Германии: «Шпигель» (Der Spiegel), «Фокус» (Focus) и «Штерн» (Stern). Для анализа были выбраны те номера, где российская тематика была заявлена на обложке, т.е. являлась главной темой номера. Основной задачей

ставилось выяснить, какие именно темы и аспекты актуальны на данный момент и привлекают особое внимание немецких журналистов. Кроме того, представлялось важным выявить наиболее распространенные лексические формулировки, в том числе и метафорические, используемые в отношении тем, касающихся России, а также какие иллюстрации сопровождают данные материалы.

Вторая часть исследования включает в себя ряд интервью с ведущими германскими экспертами по России. Основными задачами интервью ставилось получить комментарии экспертов по поводу актуального образа России в СМИ Германии, обсудить наиболее распространенные стереотипы, прежде всего, фактор страха, к которому часто прибегают немецкие журналисты. Кроме того, виделось значимым выделить личные оценки и суждения респондентов по поводу выдвигаемых российской стороной упрёков в необъективности и однобокости освещения тем, связанных с Россией (см. открытое письмо М.С. Горбачёва немецким журналистам, заявления посла РФ в ФРГ в 2004-2010 гг. В.В. Котенёва).

Таким образом, по результатам первой части исследования представляется возможным проследить, как посредством лексики конструируются представления в отношении России, а затем на основе проведённых интервью перейти на уровень наблюдения (за наблюдением), т.е. уровень интерпретаций и оценок этих конструкций.

Кроме того, в данном параграфе представлена историческая ретроспектива медиадискурса Германии в отношении России, выделены основные тенденции в освещении России в немецкой прессе со второй половины XX века, показано, что актуальные сегодня стереотипы и фреймы уходят своими корнями в прошлое.

Во втором параграфе **«Образ России в СМИ Германии: актуальные фреймы и механизмы их формирования»** на материалах немецкой прессы 2005-2010 гг. рассмотрены некоторые механизмы формирования и активирования фреймов в освещении России, а также используемые в связи с этим метафорические формулировки. Другими словами, представлена не только тематика относительно России, но и приёмы конструирования реальности, описанные в предыдущей главе. К исследованию лексических объективаций автор обращается в связи с тем, что через них, согласно П. Бергеру и Т. Лукману, происходит конструирование символических представлений. Другими словами, через язык объективируется опыт, разделяемый индивидами данной лингвистической общности.

Как показало проведённое исследование, на страницах анализируемых еженедельников наиболее широко представлены следующие темы: возрождение России как мировой державы («новая старая держава», «ренессанс России»), газовый

вопрос (Газпром воспринимается как новое оружие РФ: «Государство Газпром. Энергетическая империя Путина», «власть газа» «мировая держава Газпром»), грузинский конфликт августа 2008 года. Материалы о России очень персонифицированы, фигура В.В. Путина отождествляется как с правительством России, так и со страной в целом. Концентрация на персоне Путина подкрепляется имперской метафорикой («путинская империя», «энергетический царь»). Кроме того, государственный концерн Газпром часто упоминается в тесной связи с именем В.В. Путина («концерн царя», «сердце политики Путина») или даже в симбиозном варианте («Газпутин»).

В анализируемый период в немецком медиадискурсе по отношению к России ярко выражена *метафорика экспансии («Русские идут»)*, *мощи и непредсказуемости России, которая задаёт фрейм угрозы*. К фактору страха журналисты прибегают в освещении самых разных тем, касающихся России, начиная с политических и заканчивая экономическими вопросами (новогодний газовый спор с Украиной рубежа 2006-2007 гг., военный конфликт в Южной Осетии в августе 2008 г.). Активирование фрейма угрозы имеет историческую обусловленность драматическими событиями XX века. В данной связи немецкие журналисты, также как и другие граждане Германии, являются носителями определенных социокультурных установок как коллективного, так и индивидуального жизненного мира, реализуемых ими осознанно или бессознательно. В связи с этим возникает опасность конструирования определенных схем восприятия. В этом смысле редукция на определенные темы и факторы, которые через частое повторение становятся «типичными», ведёт к стереотипизации. При этом стереотипы, с одной стороны, обеспечивают относительно простой обмен мнениями и точками зрения, а также позволяют редуцировать всю многосложность окружающего мира к привычным, а потому кажущимся более понятными формам и представлениям. С другой стороны, упоминание и постоянное акцентирование одних и тех же аспектов ведет к формированию определённых фреймов, что препятствует адекватному представлению реальности в ее полноте и многообразии в средствах массовой информации.

В третьем параграфе **«Экспертная оценка медиадискурса Германии: конфликт интерпретаций и способы его разрешения»** анализируются комментарии и оценки экспертов, представляющих различные общественные институты и интересы, т.е. наблюдения за наблюдателем. По мнению опрошенных экспертов, на актуальное освещение России в немецких СМИ накладывают отпечаток многочисленные драматические события XX века. *Устойчивость определённых стереотипов* эксперты объясняют следующими феноменами:

- историческая память: воспоминания о драматических событиях после Второй мировой войны;
- унаследованные представления «холодной войны», а также антагонизм прежних времен (причём под влиянием этого находятся и некоторые журналисты);
- Россия как преемница СССР провоцирует определённую модель восприятия;
- незначительная готовность России к дискуссиям в отношении собственной истории;
- прошлое В.В. Путина в КГБ;
- установки некоторых новых членов ЕС (Прибалтика, Польша) в отношении России.

Большое значение, по мнению респондентов, имеет и дефицит знаний. У многих немцев отсутствует личный опыт взаимодействия с Россией. Как следствие – закрепление стереотипов, уже ранее знакомых аспектов в качестве наиболее близкого толкования чуждых явлений. К селекции известных граней действительности склонны как читатели или слушатели, так и сами журналисты. В связи с этим возникает опасность конструирования и следования определенным схемам восприятия. Кроме того, существует противоречия между международными корреспондентами, которые непосредственно находятся на месте событий и действуют более дифференцированно, в том числе, и в отношении заголовков, и редакций в Германии, в которых зачастую прибегают к определенному шаблону, полагая, что именно это хочет увидеть читатель. К тому же клише и стереотипы в виде заголовков лучше продаются. Это всеобщий принцип медиаиндустрии, не ограничивающийся только лишь тематикой России.

К фактору страха журналисты прибегают в освещении самых разных тем, касающихся России, однако, замечают эксперты, если рассмотреть представленные события и связанные с ними феномены более подробно, то вряд ли можно констатировать реальную угрозу, военную или экономическую, для Германии и Европы. В этом смысле страхи, скорее, иррациональны. При этом вновь доминирующую роль играет коммерческий фактор: эмоционально окрашенные, нагруженные страхами материалы хорошо продаются.

Критику и упрёки с российской стороны в отношении однобокого освещения России в немецких СМИ эксперты связывают с принципиально разными представлениями о том, как функционируют средства массовой информации в Германии и в России. При этом подчёркивается, что политическая критика абсолютно легитимна. Знатоки России признают, что в немецких СМИ наблюдается чрезмерная концентрация на негативных факторах, в определённой мере присутствуют преувеличения.

Учитывая данные тенденции, эксперты призывают упрекающую сторону попытаться понять другую перспективу восприятия и перепроверить критикуемые явления. При этом отмечается отсутствие у России стремления вступить в полемику не только в отношении критики, но и заниматься проработкой своей истории. Вместо этого, замечают опрошенные эксперты, часто встречается очень чувствительная реакция, которая препятствует конструктивным дебатам. Решение сложившейся проблемы респонденты видят в сознательном и профессионально инициированном Россией подходе к переменам в модели восприятия. В качестве позитивного примера таких действий рассматривается визит Владимира Путина в Катынь в 2010 году.

Таким образом, у различных участников социокультурного взаимодействия (представителей политических, в т.ч. и дипломатических кругов, журналистского сообщества, общественного сектора и т.д.) в интерпретациях и оценках актуального освещения России в СМИ Германии обнаруживаются конфликты на уровне наблюдения действительности второго порядка. Иначе говоря, можно констатировать конфликты конструкций различных наблюдателей на уровне действительности второго порядка – уровне в смысле коммуникационного конструктивизма Пауля Ватцлавика, который различает действительность первого порядка (физические свойства феноменов, доказуемые опытным путём) и второго порядка (мир смыслов и ценностей, конструируемый путём приписывания значений, интерпретаций, оценок и т.д.). Вследствие этого критика и претензии в отношении СМИ понимаются как несовпадение у различных субъектов интерпретаций и оценок реальности на уровне второго порядка – уровне смыслов и ценностей.

В этой связи неизбежно встаёт вопрос об объективности, которая в журналистике понимается как идеальный ориентир, профессиональный норматив. Конструктивисты трактуют объективность как результат согласования позиций, интерпретаций и оценок различных наблюдателей. На место понятия истины в конструктивистском дискурсе приходят жизнеспособность, адаптивность. Проблемы взаимодействия участников коммуникации должны решаться через понимание конструктивистской природы социального мира, осознание своей возможной предвзятости.

Итак, рассмотрев массмедиа как самоорганизующуюся систему (в дополнение к традиционному пониманию как общественной институции), мы приходим к *выводу о неизбежном конструировании реальности средствами массовой информации*. Этот процесс представляет собой и следствие, и условие функционирования системы. В силу того, что в социуме мы постоянно взаимодействуем с другими субъектами социокультурного мира, их «версиями» реальностей, для продолжения коммуникации, и соответственно, функционирования общества необходимо взаимодействие,

а следовательно, и согласование наших «версий» в жизнеспособную картину реальности для дальнейшего совместного сосуществования. Таким образом, потребность в согласовании «реальностей» приводит к идее Ю. Хабермаса о необходимости достижения консенсуса, что, в свою очередь, предполагает процесс рефлексии. В связи с тем, что СМИ для самих себя как объект наблюдения невидимы (являются «слепым пятном»), необходимо внешнее наблюдение, которое автор и представляет данным диссертационным исследованием. Важно подчеркнуть, что мы также осознаём конструктивистский характер наших построений и, соответственно, допускаем, что «всё может быть иначе».

При этом представляется значимым не только проанализировать механизмы конструирования медиареальности, но осуществить принцип обратной связи, предложив системе определённые пункты для рефлексии и, возможно, корректировок. В конечном счёте, социокультурная функция СМИ не сводится только лишь к самоописанию общества, но направлена на саморегуляцию и саморазвитие через осознание собственных проблемных, болевых точек. Таким образом, социокультурная роль СМИ в современном мире заключается не только в том, что они осуществляют самонаблюдение общества (т.е. рефлексии социокультурной реальности), но создают пространство для критики и, следовательно, коммуникации, обеспечивая тем самым процесс социокультурного воспроизводства.

В **заключении** подводятся итоги диссертационной работы, формулируются основные выводы, намечаются перспективы направлений дальнейших исследований.

Основное содержание диссертационного исследования отражено в следующих работах:

Статья в журнале, рекомендованном ВАК:

1. Сайко Е.Л. Россия в медиадискурсе Германии: актуальные фреймы и механизмы их формирования / Е.Л. Сайко // Политическая лингвистика. – 2011. – Вып. 2 (36). – С. 157-161.

Публикации в других научных изданиях:

2. Сайко Е.Л. Радикальный конструктивизм как методология исследования СМИ [Электронный ресурс] / Е.Л. Сайко // Материалы 51-й международной научно-практической конференции. 19-20 апреля 2012 г. : электронный сборник / Санкт-Петербургский государственный университет. Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций // Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ. – Электрон. дан. – СПб., 2012. – URL: <http://rus.jf.spbu.ru/conference/2197.html> (дата обращения: 11.04.2012).

3. Сайко Е.Л. Образ России в иностранных СМИ: проблемы и перспективы (на примере освещения России в прессе Германии) / Е.Л. Сайко // Модернизация социальных систем в современном российском обществе: потенциал и практика повседневности «STUDIUM XII» : доклады ежегод. Всерос. науч.-практ. конф. Иркутск, 22 марта 2011 г. / под общ. ред. О.А. Кармадонова, В.А. Решетникова. – Иркутск : Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2011. – С. 157-161.

4. Сайко Е.Л. Массмедиа в эпоху глобализации: основные характеристики и тенденции / Е.Л. Сайко // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2011. – № 4. – С. 43-49.

5. Сайко Е.Л. Негативизм как основной новостной фактор современной международной журналистики (на примере освещения России в СМИ Германии) / Е.Л. Сайко // Актуальные проблемы журналистики : сборник трудов молодых учёных / отв. ред. П.П. Каминский. – Томск : Изд-во НТЛ, 2011. – Вып. VI. – С. 69-74.

6. Сайко Е.Л. Специфика межкультурного восприятия: стереотипные представления о русских в немецком сознании / Е.Л. Сайко // Этюды культуры: развитие творческой личности в условиях переключки традиций : материалы научно-практической конференции аспирантов, соискателей и студентов / отв. ред. В.Е. Буденкова, Е.Н. Савельева. – Томск : Изд-во Том. ун-та, 2004. – С. 69-71.

7. Сайко Е.Л. Модели восприятия России и русских современными немцами / Е.Л. Сайко // Наука и молодежь: проблемы, поиски, решения : труды Всероссийской научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых / под общ. ред. С.М. Кулакова ; Сиб. гос. индустриал. ун-т. – Новокузнецк, 2004. – Вып. 8, ч. I : Гуманитарные науки. – С. 162-163.

8. Сайко Е.Л. Нравственно-эстетические трансформации национального менталитета в немецкой литературе второй половины XX века / Е.Л. Сайко // Наука. Технологии. Инновации : материалы докладов всероссийской научной конференции молодых ученых : в 6 ч. – Новосибирск : Изд-во Новосиб. гос. технич. ун-та, 2003. – Ч. 5. – С. 215-217.

Подписано в печать 26.04.2012 г.
Формат А4/2. Ризография
Печ. л. 1,2. Тираж 100 экз. Заказ № 38/04-12
Отпечатано в ООО «Позитив-НБ»
634050 г. Томск, пр. Ленина 34а