

Е. Л. Сайко

Северск, Россия

E. L. Sajko

Seversk, Russia

**РОССИЯ В МЕДИАДИСКУРСЕ ГЕРМАНИИ:
АКТУАЛЬНЫЕ ФРЕЙМЫ
И МЕХАНИЗМЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ**

**RUSSIA IN MEDIA DISCOURSE OF GERMANY:
CURRENT FRAMES
AND MECHANISMS OF THEIR FORMATION**

Аннотация. Рассмотрены некоторые механизмы формирования и активирования фреймов при освещении России в немецкой прессе, отмечается и анализируется применение устойчивых лексических клише прошлого для актуализации фреймов возобновившейся экспансии России как в политическом, так и в экономическом плане, а также исходящей от России угрозы.

Abstract. The article deals with some of the mechanisms of formation and activation of frames in the coverage of Russia in the German press, presented and analyzed by use of set lexical clichés of the past for updated frames of renewed Russian expansion in both the political and economic terms as well as the threat posed by Russia.

Ключевые слова: медиадискурс; фрейм; метафора; стереотипизация; Германия; коммуникативистика.

Key words: media discourse; frame; metaphor; stereotyping; Germany; communications studies.

Сведения об авторе: Сайко Евгения Леонидовна, аспирант кафедры теории и истории культуры, Институт искусств и культуры.

About the author: Sajko Evgeniya Leonidovna, Post-graduate Student of the Chair of Theory and History of Culture, Institute of Arts and Culture.

Место работы: Томский государственный университет.

Place of employment: Tomsk State University.

Контактная информация: 634050, г. Томск, пр. Ленина, 36.
e-mail: e.sayko@yandex.ru.

Современная коммуникативистика в рамках концепции «утверждения повестки» (Agenda-Setting) исходит из того, что СМИ выполняют тематизирующую функцию, задавая значимость определенных тем через частоту упоминания, форму подачи и размещение в верстке выпуска теле-, радионовостей или печатного издания. При этом СМИ в большей степени влияют «не на то, что люди думают, а о чем они думают» [Cohen 1963: 13]. Свое развитие теория «утверждения повестки» находит в концепции фрейминга при рассмотрении атрибутов освещаемых событий, на которых журналисты акцентируют внимание в ходе подачи информации. Посредством фрейминга (выборочного акцентирования определенных аспектов при коммуникации) некоторые аспекты действительности выдвигаются на передний план, другие же менее представлены или вовсе проигнорированы. Таким образом, тема помещается в определенный контекст, в связи с чем потенциальные мнения по рассматриваемому вопросу направляются в определенное русло, их спектр сужается, ограничивается [Kunczik, Zipfel 2005: 355].

Фрейм можно определить как рамку интерпретации, образец значения, схему. Эти когнитивные структуры, присутствующие в сознании журналистов, облегчают отбор и обработку информации. В зависимости от того, какие аспекты, ценности, экономические, культурные или исторические взаимосвязи названы и на каких расставлены акценты, меняется перспектива освещения явления в СМИ. При этом речь идет не о конкретных точках зрения на заданную тему, а об общей структуре выстраивания мнений.

Журналисты особо выделяют те нюансы, которые находятся в созвучии с ключевыми компонентами фрейма. Так фреймы указывают адресатам, «как думать о» (how to think about).

Формирование фреймов происходит различным образом, в том числе и через имплицитную стереотипизацию посредством метафорических образов. С помощью метафоры можно объяснить феномен, применяя в посвященном ему контексте структуры из другого, уже знакомого контекста, благодаря чему освещаемые явления получают объяснение или же приобретают новое значение. В этом смысле метафора характеризуется ясностью, понятностью и конкретностью образов, а также свободой экспериментов. При этом, как замечает Киппендорф, возникает соблазн рассматривать новую формулировку действительности как факты и воспринимать ее импликации как само собой разумеющееся [Kippendorf 1994: 81—85].

В данной статье рассмотрены некоторые механизмы формирования и активирования фреймов при освещении России в немецкой прессе. Ниже представлены результаты исследования метафорических формулировок, касающихся современной России, транслируемых, в том числе и в виде иллюстраций, в медиадискурсе Германии. Анализ охватывает три ведущих еженедельных общественно-политических журнала Германии: «Der Spiegel», «Focus» и «Stern». Для исследования были отобраны номера, вышедшие с января 2005 г. по июнь 2010 г., в которых российская тематика была заявлена на обложке. При этом следует отметить, что подавляющее большинство ма-

териалов «с обложки» пришлось на период президентства Владимира Путина.

На страницах исследуемых еженедельников речь прежде всего идет о происходящих в последние годы в России изменениях, а именно о возрождении России, о ее возвращении на мировую арену в качестве мировой державы. *Rückkehr zur Weltmacht, Putins Geld-Maschine* (F. 2007. № 8); *Die neue, alte Großmacht, Russlands Renaissance* (SP. 2006. № 28) — ‘Возвращение к мировой державе, денежная машина Путина; новая, старая держава; ренессанс России’ — так обозначена новая позиция России в мире. Главное действующее лицо подъема России — Владимир Путин, его называют *Architekt des neuen Russischen Staatsgebäudes* (SP. 2006. № 28) — ‘архитектором нового российского государства’, речь идет о *Putins Plan, Putins Anspruch, Putins Strategie* (F. 2007. № 8) — ‘плане Путина, стратегии и притязаниях Путина’. Материалы о России персонафицированы, фигура Путина отождествляется как со страной в целом, так и с правительством России в частности. При этом глава Кремля и его внутренняя политика оцениваются в целом негативно, что выражается в постоянных дебатах о смешении демократических и авторитарных аспектов внутривластной системы: *autoritäre Handschrift Putins* (SP. 2008. № 29) — ‘авторитарный почерк Путина’. Концентрация внимания на персоне Путина подкрепляется имперской метафорикой: *Zar, Imperium, östliches Riesenreich, das Putin-Reich, Energiezar* (SP. 2006. № 28), *Russenreich* (F. 2006. № 48).

При этом немецкие журналисты не только пишут о тенденциях развития России, но и задаются вопросом: «*Wie soll der Westen auf die Wiedergeburt der russischen Großmacht reagieren?*» (SP. 2008. № 29) — ‘Как должен Запад реагировать на возрождение российской державы?’. Дефиниция «Запад» уже указывает на сохранившуюся традиционную конфронтацию Россия — Запад: *Im Westen viel Neues. Russische Oligarchen investieren Milliarden auch in deutsche Unternehmen* (F. 2006. № 48) — ‘На Западе перемены. Российские олигархи инвестируют миллиарды и в немецкие предприятия’.

В 2006 году еженедельник «Фокус» (№ 46) выходит с темой номера *Die Russen sind da...und werfen mit Geld um sich — ‘Русские здесь...и разбрасываются деньгами’*. В заявленном материале речь идет об интересах богатых россиян в сфере недвижимости и немецких ноу-хау. Авторы задаются вопросом: *Warum sie uns lieben — und wir ihnen misstrauen — ‘Почему они нас любят, а мы им не доверяем’*. «Русские здесь», — констатирует еженедельник, на обложке которого изображен уверенный в себе одетый в деловой костюм и роскошную шубу медведь с многочисленными долларовыми купюрами и полными пакетами товаров западных марок: *3,5 Millionen Zuwanderer aus dem Russenreich leben in Deutschland. Den größten*

Lärm verursachten 33, die nicht hier leben. Sie besitzen 137 Milliarden Euro — das entspricht dem Jahresumsatz von VW und Bosch zusammen. Sie greifen nach den Kronjuwelen der deutschen Industrie... — ‘3,5 миллиона переселенцев из огромной империи живут в Германии. Впрочем, больше всего шума от тех 33-х, которые живут не здесь. В их распоряжении 137 миллиардов евро, что соответствует годовому обороту VW и Bosch вместе взятых. Они взяли за сокровища немецкой индустрии...’.

Наравне с этим названы и позитивные примеры, когда, к удивлению немецких партнеров, не оправдались худшие опасения: *Kein reiches Gehabe oder angeberische Selbstdarstellung. Stattdessen mit 4,8 Millionen Euro im Gepäck — und sichere Arbeitsplätze für 100 Angestellte — ‘Никакого кичливого поведения или хвастливой самопрезентации. Вместо этого с 4,8 миллионов евро в чемодане — и гарантированными рабочими местами для 100 сотрудников’*. Кроме того, представлены мнения экспертов, которые высказываются за преимущества сотрудничества с русскими по сравнению с американцами или азиатами. Тем не менее общая тенденция скорее отрицательна; складывается впечатление некой интервенции: *Wer von den Russen nicht profitiert, warnt vor ihnen — ‘Тот, кто от русских не извлекает выгоду, предостерегает от них’*. За исключением отдельных случаев экономического бума в некоторых городах, вызванного российскими инвестициями, «иноземное богатство пробуждает недоверие, негодование и страх» (F. 2006. № 46).

В 2007 г. «Шпигель» (№ 10) выходит с темой номера *Der Staat Gasprom. Putins Energie-Imperium — ‘Государство Газпром. Энергетическая империя Путина’*. Иллюстрация на обложке выполнена по образцу антисоветского предвыборного плаката Христианского демократического союза (CDU) 1953 г. Президент Путин изображен в шапке с красной звездой, грозно смотрящим из-за газопроводных труб. Так у потенциального читателя еще до прочтения материала формируется определенная картина: опасная Россия, на самом деле являющаяся старым Советским Союзом, хочет надавить на своих соседей с помощью нового оружия — газа и нефти [см. Kamp, Jahn 2007].

Основная часть формулировок, касающихся газового вопроса, содержит коннотативную семантику могущества, носящего угрожающий характер: *Gas-Macht, Weltmacht Gasprom, Moskauer Machtspiele* (SP. 2007. № 10); *Gasprom-Macht Denkmal, Monument der Macht* (F. 2006. № 48); *eisige Grüße aus Moskau, eiskaltes DUO, Energiegigant* (F. 2009. № 3). Говорится и об угрозе Западной Европе, исходящей от России: *Russland setzt sein Erdgas gegenüber den Nachbarn politisch ein und könnte auch Westeuropa den Hahn abdrehen* (SP. 2006. № 13) — ‘Россия в отношении своих соседей применяет природный газ политически и могла бы

так же и Западной Европе перекрыть кран'; ...ein Unternehmen, das ein Sechstel der weltweiten Erdgasreserven kontrolliert und mit einem Fingerschnipsen die Energiezufuhr nach Westeuropa unterbrechen, unsere Wohnungen erkalten lassen kann (SP. 2007. № 10) — '...предприятие, которое контролирует одну шестую мировых запасов газа, способное одним щелчком пальцев прервать поставку газа в Европу, может оставить наши жилища холодными'. С помощью личных местоимений «наши» и «мы» внушается мысль об угрозе для Германии: *Ängste vor Kälte. So abhängig sind wir vom Russland-Gas* (F. 2009. № 3) — 'Страху перед холодом. Так мы зависим от российской газа'. «Газпром» воспринимается как новое оружие России: *Gasprom ist Putins beste Waffe* (SP. 2007. № 10) — 'Газпром — это лучшее оружие Путина'. При этом государственный концерн очень часто упоминается в тесной связи с именем президента Путина: *Konzern des Zaren, Herzstück von Putins Politik* — 'концерн царя, сердце политики Путина'; встречается даже симбиозный вариант *Gasputin* (SP. 2007. № 10). Использование противопоставления «свои — чужие», применение военной метафоры, акцентирование, с одной стороны, могущества и непредсказуемости, а с другой — незащищенности, отсылает к образу врага и формирует фрейм угрозы.

Фрейм «угрозы с Востока» наиболее ярко проявился при освещении августовских событий 2008 г. «Шпигель» от 18.08. 2008 г. посвящает этому событию номер под заглавием *Der gefährliche Nachbar — Wladimir Putin und die Ohnmacht des Westens* — 'Опасный сосед. Владимир Путин и бессилие Запада', в котором вина возлагается на Россию. На обложке изображен смотрящий исподлобья Владимир Путин на фоне российских танков. В материале этого номера журналисты проводят исторические параллели, прежде всего с Чеченской войной, апеллируя также и к более ранним временам: *Der Angriff des großen Russland auf das kleine Georgien ist wie ein Rückfall ins 19. Jahrhundert, mitten im 21* (SP. 2008. № 33) — 'Нападение большой России на маленькую Грузию — словно возвращение в XIX век посреди XXI'.

Немецкая журналистка и публицист Гемма Пёрцген проанализировала, как освещались августовские события 2008 г. в ведущих изданиях Германии, в том числе в «Шпигель» [см. Pörgzen 2008]. По мнению Пёрцген, редакция еженедельника «Шпигель» убеждена, что фактор страха способствует хорошим продажам и успеху у читателей. Кроме того, она предположила, что ее коллеги не могли в полной мере понять, что на самом деле происходит в конфликтном регионе. Это связано как с дефицитом знаний и глубинного понимания ситуации в бывшей советской республике, так и с недостатками в работе с общественностью российской стороны во время (особенно в начале)

конфликта. Проводя параллели с Чеченской войной, «Шпигель» приписал всю вину Путину, описывая роль России с использованием образа врага. По мнению Пёрцген, таким образом была изначально задана определенная модель восприятия нового конфликта. При этом третий участник конфликта — Южная Осетия, непосредственная жертва, — практически не упоминается.

В связи с этим примечательно исследование немецких, украинских и русских СМИ, высказывавших предположения о возможности нового военного конфликта — между Россией и Украиной, из-за полуострова Крым [см. Rothe 2009]. Юдит Роте в своем исследовании «Крым после войны с Грузией — дойдет ли дело до оружия?» установила, что в выбранных ею источниках («Süddeutsche Zeitung», «Frankfurter allgemeine Zeitung», «Die Tageszeitung», «Die Zeit») представлено специфическое европейское восприятие проблемы «Крым после войны с Грузией», не вдающееся в подробный анализ внутривосточной ситуации на Украине. Роте замечает, что исторические аргументы в контексте проблемных российско-украинских отношений тематизируются мало, к примеру, факт «дарения» Крыма Украине упомянут лишь однажды — в материале FAZ [Rothe 2009: 17].

Тем не менее в общем контексте освещение августовских событий еженедельником «Шпигель» Гемма Пёрцген оценивает как взвешенное, достаточно сбалансированное. Это выражается, в частности, в том, что наряду с интервью с президентом Грузии Михаилом Саакашвили, содержащим критические вопросы, приведено другое интервью — с экс-канцлером ФРГ и другом России Герхардом Шрёдером. Кроме того, в последующих материалах «Шпигель» публикует целый ряд «впечатляющих журналистских расследований» [Pörgzen 2008: 84], которые даже перепечатывались российскими СМИ.

В еженедельнике «Фокус» тоже велись интенсивные дискуссии о роли России и ее притязаниях в этой войне. Журналисты при этом не спешили объявлять правых и виноватых, признавая, что в настоящий момент не представляется возможным дать ситуации верную оценку: *Denn was genau am Morgen des 8. August rund um die südossetische Hauptstadt Zchinwali geschah, ist im heftig tobenden Propagandakrieg schwer auszumachen* (F. 2008. № 34) — 'Что же именно произошло утром восьмого августа вокруг южноосетинской столицы, сложно установить в ожесточенно бушующей пропагандистской войне'. Однако «Фокус» также не упустил возможности обратиться к фрейму угрозы, задаваясь на обложке номера вопросом: *Kalter Krieg? Georgien: worum es den Russen geht?* (F. 2008. № 34) — 'Холодная война? Грузия: как это касается русских?'.

Таким образом, посредством имперской метафоры, оппозиции Россия/Запад, а также с помощью применения устойчивых лексических

клише, характерных для прошлого, актуализируется фрейм возобновившейся экспансии России как в политическом, так и в экономическом плане. Особенно явно данный фрейм прослеживается в материалах, посвященных конфликтным ситуациям, связанным с Россией — новогоднему газовому спору с Украиной рубежа 2006—2007 гг., военному конфликту в Южной Осетии в августе 2008 г.

Еженедельник «Штерн» в анализируемый период заявляет о России как о теме номера лишь единожды. В 2005 г. выходит журнал о российских туристах, отдыхающих на зарубежных побережьях, с заголовком *Die Russen kommen — Wie sie die Lieblingsstrände der Deutschen erobern — 'Русские идут: как они захватывают любимые пляжи немцев'*. Этот номер привлек большое внимание общественности и вызвал волну возмущения. Материал получил широкий резонанс в других немецких СМИ, а также стал причиной для обращения читателей с жалобами в Немецкий совет прессы (Deutscher Presserat). На десяти страницах с многочисленными и отнюдь не лестными для русских фотографиями описано, как российские отдыхающие ведут себя в турецких и египетских отелях системы «всё включено» и как протекает их совместное проживание с туристами из западных стран: *An der Stränden von der Türkei bis Ägypten tobte ein neuer Kampf der Kulturen: zwischen Dirk und Dimitrij, Natalie und Nicole. [...] Viele Deutsche fühlen sich von den Russen verdrängt. [...] Russische Urlauber schleppen 70 Jahre Sowjetunion im Gepäck mit — inklusive schlechter Manieren — 'На пляжных побережьях от Турции до Египта бушует война культур между Дирком и Дмитрием, Натальей и Николь. <...> Многие немцы чувствуют себя вытесненными русскими. <...> Русские отдыхающие привезли в своем багаже 70-летний советский опыт, включая и плохие манеры'*. В данном случае также использована метафорика войны, конструирующая образ врага («война культур», «русские идут»). Кроме того, последнее выражение, относящееся ко временам Второй мировой войны, апеллирует к массовому сознанию, привнося дополнительное смысловое содержание.

Применяя вышеописанные метафоры в отношении России, авторы нередко обращаются к коллективной памяти, пробуждая определенные ассоциации. Как отмечает Пёрксен, через метафоры авторы обращаются к прежнему опыту и таким образом вызывают определенные ассоциации, получают возможность представить абстрактные феномены наглядно. Применение метафоры позволяет редуцировать политические и идеологические противоречия до простой формулы, с тем чтобы интерпретировать явления и тенденции в виде популярных альтернатив [Pörksen 2000: 169—170].

Подводя итоги, можно сделать вывод, что в анализируемый период в немецком медиади-

курсе по отношению к России ярко выражена метафорика экспансии, мощи и непредсказуемости России, которая задает фрейм угрозы. Фактором страха журналисты оперируют при освещении самых разных тем, касающихся России, начиная с конфликтов РФ с соседними странами и заканчивая экономическими вопросами. Активирование фрейма угрозы исторически обусловлено драматичными событиями XX в. С этой точки зрения журналисты, так же как и другие граждане Германии, являются носителями определенных социокультурных установок, реализуемых ими осознанно или бессознательно. В связи с этим возникает опасность конструирования определенных схем восприятия. В результате редукция до некоторого круга тем и факторов, которые через частое повторение становятся «типичными», ведет к стереотипизации. При этом стереотипы, с одной стороны, обеспечивают относительную легкость обмена мнениями и точками зрения, а также позволяют описать всю многосложность окружающего мира. С другой стороны, упоминание и постоянное акцентирование конкретных, одних и тех же аспектов ведет к искажению общей картины и формированию определенных фреймов, что препятствует адекватной репрезентации реальности в ее полноте и многообразии в СМИ. Однако решение этой проблемы выходит за рамки концепций медиаскурса: проблема требует философско-методологического осмысления.

ЛИТЕРАТУРА

- Askocenskij D. Der verschwundene Feind. Zur Genese der gegenseitigen Wahrnehmung im Massenbewusstsein der Bundesrepublik Deutschland und der Sowjetunion in der Zeit von 1985 bis 1991. — Bonn: Holos-Verl., 1997.
- Cohen B. C. The Press, the Public and Foreign Policy. — Princeton, 1963.
- Crudopf W. Russland-Stereotypen in der deutschen Medienberichterstattung. — Berlin: Arbeitspapiere des Osteuropa-Instituts der Freien Universität Berlin, 2000.
- Daniliouk N. Fremdbilder in der Sprache: Konstruktion — Konnotation — Evolution. Das Russlandbild der Jahre 1961, 1989 und 2003 in ausgewählten deutschen Printmedien. — Berlin, 2006.
- Degtjarova V. Russlandbilder im deutschen Fernsehen 2001—2002. Studie zur Konstruktion Russlands bei öffentlich-rechtlichen und privatrechtlichen Sendern (ARD, NDR und RTL). — Hamburg, 2006.
- Esau E. Das postsowjetische Russlandbild in deutschen Printmedien. Eine qualitative Zeitungsanalyse. — Saarbrücken: Müller, 2007.
- Galperin J. Das Russlandbild in der deutschen Presse. — Berlin: Dimap kommunikations, 2007.
- Gavrilova S. Die Darstellung der UdSSR und Russlands in der Bild-Zeitung 1985—1999. Eine Untersuchung zu Kontinuität und Wandel deutscher Russlandbilder unter Berücksichtigung der Zeitungen Die Welt, Süddeutsche Zeitung und Frankfurter Rundschau. — Frankfurt am Main: Lang, 2005.

Kamp A., Jahn P. Unsere Russen, unsere Deutschen. Bilder vom Anderen 1800 bis 2000. — Berlin: Links, 2007.

Kippendorf K. Der verschwundene Bote. Metaphern und Modelle der Kommunikation / Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft durchges. — Nachdr. — Opladen: Westdt. Verl., 1994.

Krone-Schmalz G. Was passiert in Russland? 4. Aufl. — München: Herbig, 2008.

Kunczik M., Zipfel A. Publizistik. Ein Studienhandbuch. 2., durchges. und aktualisierte Aufl. — Köln: Böhlau, 2005.

Lippmann W. Die öffentliche Meinung. Reprint [d. Ausg.] München, Rütten u. Loening, 1964. — Bochum: Brockmeyer, 1990.

Lutz M. Der Trend geht zum Generalisten und Feuerwehrmann. Ein Dossier zum Zustand der deutschen Auslandsberichterstattung. nr-Dossier. 2008. URL: <http://www.netzwerkrecherche.de/files/nr-dossier-02.pdf> (дата обращения: 7.7.2010).

Marx C. Das Bild der Sowjetunion im westdeutschen Fernsehen. Eine medienkritische Studie zum Reflex des politischen Wandels 1986/1987 in der Sowjetunion aus literatursoziologischer Sicht. — Frankfurt am Main: Lang, 1990.

Meissner M. Zeitungsgestaltung. Typografie, Satz und Druck, Layout und Umbruch. 2., erw. Aufl. — München: List, 1995.

Merten K. Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. durchges. Nachdr. — Opladen: Westdt. Verl., 1994.

Pörksen B. Die Konstruktion von Feindbildern. Zum Sprachgebrauch in neonazistischen Medien. — Wiesbaden: Westdt. Verl., 2000.

Pörzgen G. Deutungskonflikt: der Georgien-Krieg in deutschen Printmedien // Osteuropa. 2008. № 11. S. 79—95.

Pörzgen G. Aus den Augen — aus dem Sinn: Der Kaukasus in den Medien // Aus Politik und Zeitgeschichte. 2009. Heft 13. S. 40—46.

Rothe J. Die Krim nach dem Georgien-Krieg — Wird die Geschichte zu Waffe? Analyse deutscher, ukrainischer und Russischer Presseberichterstattung über die Krim nach dem Georgien-Krieg. Herausgegeben von Prof. Dr. Eberhard Sandschneider. — Berlin: DGAP analyse. 2009. Nr. 4.

Schmidt B. Die Macht der Bilder. Bildkommunikation — menschliche Fundamentalkommunikation. — Aachen: Shaker, 2002.

Seifert K. Die Konstruktion Russlands in der deutschen Auslandsberichterstattung 1985—1995. Studien zum Wandel der deutschen Wahrnehmung Russlands. — Berlin: Wvb, 2003.

Staab J. F. Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt. — Freiburg: Alber, 1990.

Stöber R. Deutsche Pressegeschichte. Von den Anfängen bis zur Gegenwart. 2., überarb. Aufl. — Konstanz: UVK-Verl.-Ges., 2005.

ИСТОЧНИКИ

Bönisch G., Wiegrefe K. Am Abgrund // Der Spiegel. 2008. № 25. S. 48—60.

Die Russen kommen! // Stern. 2005. № 33. S. 92—103.

Die Russen sind da. Glamour ohne Grenzen // Focus. 2006. № 48. S. 160—172.

Eißige Grüße aus Moskau // Focus. 2009. № 3. S. 120—123.

Follath E. Der neue Kalter Krieg // Der Spiegel. 2006. № 33. S. 70—74

Follath E., Schepp M. Der Konzern des Zaren // Der Spiegel. 2007. № 10. S. 120—137.

Follath E., Schepp M. Manhattan an der Moskwa // Der Spiegel. 2008. № 29. S. 106—119.

Mayr W., Neef C. Der neue, alte Großmacht // Der Spiegel. 2006. № 28 S. 84—97.

Neef C. Tagebuch einer Weltmacht // Der Spiegel. 2006. № 46 S. 122—144.

Partner oder Gegner? // Focus. 2008. № 36. S. 16—20.

Putins Kalter Krieg // Der Spiegel. 2008. № 34. S. 80—90.

Reitschuster B. Klare Warnung aus Moskau // Focus. 2008. № 34. S. 122—125.

Reitschuster B. Putins Geld-Maschine // Focus. 2007. № 8. S. 143—147.

Schaertl M. From Russia with Love // Focus. 2007. № 23. S. 120—123.

So liebt die Welt Teil 2: Russland. Sexuelle Revolution im Express-Tempo // Stern. 2005. № 31. S. 101—115.

Todesurteil aus Moskau // Der Spiegel. 2006. № 49. S. 124—136.

Wie Kaiser Wilhelm II. die russischen Revolutionäre um Lenin unterstützte // Der Spiegel. 2007. № 50. S. 34—49.

Статью рекомендует к публикации д-р полит. наук, проф. А. И. Щербинин