

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

ХОРОХОРИНА Анастасия Андреевна

Имидж политического лидера в качественных европейских изданиях

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Реклама и связи с общественностью»
(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –
доцент, кандидат философских наук
Ольга Георгиевна Филатова
Кафедра связей с общественностью в политике и
государственном управлении
Очная форма обучения

Вх. № _____ от _____
Секретарь ГАК _____

Санкт-Петербург
2016

Оглавление

Введение	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА В ПРЕССЕ	9
1.1 Общая характеристика понятия «имидж политического лидера»	9
1.2. Подходы к созданию имиджа политического лидера	17
1.3. Стереотип восприятия имиджа лидера России в массовом сознании	26
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ИМИДЖА В.В. ПУТИНА В ЕВРОПЕЙСКОЙ КАЧЕСТВЕННОЙ ПРЕССЕ (НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТ «DIE WELT», «LE MONDE» И «LA REPUBBLICA»)	36
2.1 «Die Welt», «Le Monde» и «La Repubblica»: характеристика изданий	36
2.2 Анализ публикаций о В.В. Путине в «Die Welt», «Le Monde» и «La Repubblica»	42
2.2.1 «Die Welt»	45
2.2.2 «Le Monde»	57
2.2.3 «La Repubblica»	66
Заключение	73
Список литературы	77

Введение

Современные средства массовой информации являются одним из важнейших институтов общества. В настоящее время СМИ самым активным образом задействованы практически во всех сферах жизни человека, включая политику и взаимоотношения между различными государствами. Именно СМИ должны четко и оперативно освещать любые события, происходящие на мировой арене. Этика журналистов при этом регламентирует непредвзятость и безоценочность таких публикаций. Однако практика демонстрирует обратное – и все чаще в зависимости от политической обстановки, запросов извне или специфики интересов аудитории, интерпретация событий в СМИ варьируется. В результате формируемый имидж явления или человека может быть весьма далек от реальности.

В последнее время термин «имидж» получил повсеместное распространение, прочно войдя в научный оборот, в публицистику и в обыденную речь. Разработкой имиджевой проблематики занимаются журналистика, практическая психология, социология, политология, педагогика, акмеология, связи с общественностью и другие дисциплины. И хотя применяется термин «имидж» очень широко и часто в повседневной жизни, именно в политике он приобретает наиболее масштабные и колоритные формы. Существует масса примеров в истории, когда фактор имиджа (будь то политического лидера, партии, элиты, института или страны) определял ход развития политических процессов на долгие годы. Сложно переоценить значение имиджа для всех факторов в политике, в том числе на международном уровне.

Выстраивание партнерских отношений с иностранными государствами, привлечение в страну крупных инвесторов, усиление экспорта товаров, создание мощного туристического потока могут быть сильно осложнены, если государство обладает негативным имиджем и низким уровнем репутации. Любой стране для полноценной и качественной внешней политики требуется формировать положительное восприятие себя и своего политического лидера. Зачастую в

понимании граждан иностранных государств Россия ассоциируется не с местными особенностями культуры, не с географическими размерами, а именно с ее президентом – В.В. Путиным.

Политический лидер России внутри страны согласно последним данным имеет поддержку более 80%,¹ однако при взгляде с международной арены показатели восприятия будут намного отличаться. За последние десятилетия российские политики старательно сближались со странами Запада. В Европе стратегическим партнёром была Германия, на глобальном политическом уровне интерес представляли США. Однако в силу различных геополитических и стратегических решений в 2014 году ситуация между нашими странами сильно обострилась. А образ российского президента на международном уровне стал существенно трансформироваться. Естественно, что подобные трансформации отразились и на России в целом.

Но время не стоит на месте, международная ситуация стала приобретать иные тона и вопросы сотрудничества со странами ЕС опять все чаще встают на повестке дня. Это, в свою очередь, приводит к изменению восприятия образа политического лидера в обществе. На этом фоне исследование имиджа В.В. Путина в качественной европейской прессе различных стран Евросоюза приобретает **актуальность.**

Цель исследования – выявить основные характеристики имиджа политического лидера В.В. Путина в европейской качественной прессе на примере «Die Welt», «Le Monde» и «La Repubblica». Поставленная цель требует выполнения **следующих задач:**

- проанализировать сущность понятия «имидж политического лидера» в современной науке;
- рассмотреть основные способы формирования имиджа политического лидера;

¹ В. Путин: рейтинг, отношение, оценки работы/ ФОМ// <http://fom.ru/Politika/10946>

- выявить специфику восприятия имиджа лидера России в массовом сознании европейских стран;
- дать характеристику европейских печатных изданий «Die Welt», «Le Monde», «La Repubblica»;- определить важность влияния публикаций «Die Welt», «Le Monde» и «La Repubblica» на процесс формирования общественного мнения в своих странах;
- провести исследование публикаций о В.В. Путине в «Die Welt», «Le Monde» и «La Repubblica»;
- проанализировать влияние политического кризиса на формирование имиджа Президента РФ в европейской качественной прессе.

Объект исследования – имидж политического лидера в СМИ.

Предмет исследования – основные характеристики имиджа политического лидера Президента РФ Владимира Путина в качественной европейской прессе.

Степень научной разработанности проблемы исследования. Изучение имиджа политического лидера страны включает интерес со стороны различных областей знания. Так, сам процесс восприятия и роль массовых коммуникаций в данном процессе изучают специалисты по теории коммуникаций. Политическую сущность имиджа и его влияние на международные отношения освещают политологи. Имиджмейкеры подробно разбирают составные элементы имиджа и способы его корректировки.

В итоге весь объем научной литературы и исследований может быть разделен на несколько направлений.

Темы по психологии лидерства нашли свое отражение в исследованиях следующих авторов: М.Вебера², Г.Лассуэла³, А. Адлера⁴. Среди отечественных

² Вебер М. Избранные произведения. М., 1990

³ Лассуэлл Г. Психопатология и политика. М., 2005

⁴ Адлер А. Практика и теория индивидуальной психологии. М., 1995

работ психологические аспекты лидерства исследуются в работах Е.Б. Шестопа⁵, Г.М. Андреевой.

Теме формирования имиджа посвящено множество трудов различных отечественных и зарубежных авторов. Среди последних можно выделить: И.В. Алешина, А.О. Блинов, В.Я. Захаров, Е.М. Бортник, Э.М. Коротков, И.С. Важенина, И.Л. Викентьев, С.В. Воронин, Н.П. Козлова, А.Н. Лебедев-Любимов, О.В. Лысикова, Е.Н. Малышев, Я. Мейтленд, Ф.Г. Панкратов, О.В. Сагинова, Л.Н. Полянский, И.В. Сироткина, А.С. Сотникова, А.А. Угрюмов и др.

Исследованию медиасферы и ее влиянию на формирование имиджа посвящены труды таких ученых, как: М. Маклюэн⁶, Н.Больца⁷, Дж. Ваттимо, Е. Вартановой⁸, В. В. Савчука⁹, А. Г. Асмолова, Г. А. Асмолова¹⁰, Ф.И. Шаркова¹¹ и др.

Вопросы, связанные с политическим имиджем в отечественной науке, были предметом изучения Д.В. Ольшанского¹², Е.В. Егоровой-Гантман¹³, Г. Почепцова¹⁴, А.Ю. Панасюк¹⁵, а также А.М. Цуладзе¹⁶, Т. Гринберг¹⁷.

К работам, посвященным практике и анализу PR в России относятся исследования А.Д. Кривоносова, О.Г. Филатовой О.Г., М.А. Шишкиной и И.А. Быкова.

⁵ Шестопа Е.Б. Политическая психология
http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Shestop/index.php; Андреева Г.М. Социальная психология. М., 2001

⁶ Маклюэн М. Понимание медиа: Внешнее расширение человека. М., 2003

⁷ Больц Н. Азбука медиа. М., 2011; Ваттимо Дж. Прозрачное общество. М., 2002;

⁸ Вартанова Е. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003

⁹ Савчук В. Медиареальность. Медиа субъект. Медиа философия. // Медиа философия II. СПб, 2009

¹⁰ Асмолов А. Г., Асмолов Г. А. От Мы-медиа к Я-медиа: поиск себя в мире информации// Человек как субъект и объект медиапсихологии. М., 2011

¹¹ Шарков Ф.И. Коммуникология: социология массовой коммуникации. М., 2012

¹² Ольшанский Д. Политический PR. СПб., 2003

¹³ Егорова – Гантман Е. Имидж лидера. М., 1994

¹⁴ Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер. СПб., 2001

¹⁵ Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. М., 2009

¹⁶ Цуладзе А. М. Политическая мифология. М., 2003

¹⁷ Гринберг Т. Политические технологии: PR и реклама. М., 2005.

О стереотипах и установках в общественном мнении, важнейших понятиях при формировании технологий выстраивания имиджа, писали ученые Г. Олпорт¹⁸ - ввел в научный оборот термин «социальная установка – аттитюд, Р. Лапьер¹⁹ - известен своими психологическими экспериментами, результаты которых получили название «парадокса Лапьера», суть которого состоит в несоответствии и расхождении между реальными действиями индивида и его когнитивными установками; Д. Узнадзе²⁰ - отечественный исследователь установок, считал, что установка - готовность человека к определенному действию; У. Липпман²¹ - автор понятия «стереотип» и теории псевдосреды, окружающей человека; Э. Ноэль-Нойман²² открыла феномен «спирали молчания» и описала также такое явление, как «сдвиг последней минуты» - когда человек меняет свое решение непосредственно перед голосованием. Она уделяет особую роль СМИ и окружению индивида, которые определяют, какое мнение является доминирующим в обществе.

При этом важно отметить, что изучение имиджа политического лидера России актуально в каждый отдельный промежуток времени, так как данный феномен не стоит на месте и перманентно трансформируется.

Методы исследования включают использование анализа и синтеза, обобщения, сравнения, а также эмпирических методов - проведение количественного контент-анализа, тематического анализа публикаций, кроме того используется метод вторичного анализа данных.

¹⁸ Allport, H. Social Attitudes and Social Consciousness. In: Hollander, Edwin P., and Raymond G. Hunt (eds.) Classic Contribution to Social Psychology. New York: Oxford University Press/London: Toronto, 1972, pp. 189 - 190.

¹⁹ Копец Л. В. Классические эксперименты в психологии. Парадокс Лапьера. Эксперименты Ричарда Лапьера (1934) — К., 2010.

²⁰ Узнадзе Д.Н. Общее учение об установке // Узнадзе Д.Н. Психологические исследования. - М.: Наука, 1966.

²¹ Липпман У. Общественное мнение /пер. с англ. Т. В. Барчунова. - М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.

²² Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. – М.: Прогресс-Академия, 1996.

Эмпирической базой для исследования послужили журналистские материалы онлайн – версий газет «Die Welt», «Le Monde» и «La Repubblica» - в итоге в выборку попали 150 статей (по 50 статей из всех трех изданий) – по 5 статей из каждой из трех газет по одной и той же тематике. Также осуществлялся анализ вторичных данных – экспертных оценок и интервью политологов, посвященных деятельности В.В. Путина.

Хронологические рамки исследования

Избранная предметная область научного интереса определила хронологические рамки исследования – это период публикаций в указанных изданиях за 2014-2015 годы. Данный период обуславливается необходимостью проследить динамику развития имиджа В.В. Путина и охарактеризовать имидж политического лидера в качественной европейской прессе.

Структура

Представленная работа имеет классическую модель и состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и литературы и приложений.

Во введении обоснованы актуальность темы исследования, сформулированы объект, предмет, цель, задачи, хронологические рамки, выявлена гипотеза и научная новизна дипломного исследования.

В первой главе, состоящей из трех параграфов, раскрывается суть понятий «политический имидж», «политическое лидерство», анализируются основные теории и подходы, связанные с изучением данных понятий, приводятся основные технологии, стратегии и модели формирования имиджа политика, а также описывается стереотип восприятия имиджа лидера России в массовом сознании.

Вторая глава представляет собой практическое исследование, где будет дана характеристика выбранных печатных изданий «Die Welt», «Le Monde» и «La Repubblica», проанализированы публикации о В. В. Путине в данных изданиях и выявлена специфика созданного имиджа В. В. Путина в европейской качественной прессе. В заключении подводятся итоги исследования.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА В ПРЕССЕ

1.1 Общая характеристика понятия «имидж политического лидера»

Демократические преобразования в современном мире привели к появлению в политическом и научном дискурсе такого понятия, как «политический рынок». Множество современных отечественных и западных исследователей рассматривает политическую систему с точки зрения рыночного механизма, основной функцией которого становится балансировка или примирение массы конфликтующих политических сил. Равновесие достигается за счет различных средств, главными из которых является трансформация множества разнообразных требований к нескольким наиболее весомым, «соревновательной» характеристики борьбы за голоса избирателей. В результате большое значение начинает играть образ политика, его имидж.

Тенденция последних десятилетий отражает повышенное внимание различных специалистов к вопросу формирования и поддержания имиджа политических деятелей. Связано это в первую очередь с повышенной информатизацией общества. Указанная динамика просматривается и в большом количестве научных трудов, которые были написаны и опубликованы на данную тему, при этом стоит выделить, что сфера научных интересов включает не только журналистику.²³

В рамках данной выпускной квалификационной работы интерес представляет дефиниция «имидж политического лидера». Для того чтобы полноценно рассмотреть сущность и содержание данного понятия, изначально

²³ Например, Якушин Д.А. Технологии формирования имиджа политического лидера в западных демократических системах: рациональный опыт для России : дис. кандидата политических наук. - М., 2014;

Отц Е.В. Имидж политического лидера и социально-психологические особенности его влияния на отношения электората : дис. кандидата психологических наук. - М., 2005;

Ильичева В.В. Инаугурационная речь как инструмент формирования политического имиджа в контексте русской риторической традиции: дис. кандидата филологических наук. - М., 2015;

Кузьмина С.В. Теоретико-методологические основы социологического анализа вербальной коммуникации как средства создания имиджа современного российского политика: дис. кандидата социологических наук. - Саратов, 2012.

требуется обратиться к составляющим термина – «имидж» и «политический лидер».

Лидерство – это одна из наиболее изучаемых проблем современной политической науки. Именно в этой сфере на данный момент накоплено множество исследований из самых разных сфер – политологии, психологии, социологии, журналистики и массовых коммуникаций. При этом требуется отметить, что в трудах по изучению феномена политического лидерства, несмотря на их многочисленность, ещё не сформировано окончательное заключение, которое позволяло бы обобщить и суммировать достижения, отбросив заведомо неверные концепции.²⁴

Современные исследования по осмыслению теоретических основ политического лидера идут в двух основных направлениях: с точки зрения гуманистических теорий и в качестве мотивационной практики. Также имеются отдельные методологические и прикладные разработки, которые пытаются объединить все положения. Соответственно, термин «политическое лидерство» также отличается неоднозначностью.

Так, М.А. Казаков считает, что для России наиболее актуально определение политических лидеров в качестве высших представителей или руководителей, которые определились в статусе самостоятельных субъектов политической власти.²⁵

Согласно другой версии, политический лидер представляет собой персону, способную воздействовать или уже воздействующую на других людей с целью объединения и удовлетворения интересов группы, которая борется за обладание ресурсами власти.²⁶

Еще один отечественный ученый, Д.В. Ольшанский предлагает следующее определение: «политический лидера - ведущее лицо политического процесса,

²⁴ Патюкова Р.В. К вопросу о вариативности подходов при формировании имиджа политического лидера// Труды Ростовского государственного университета путей сообщения. - 2015. - № 1 (30). - С. 114-117.

²⁵ Казаков М.А. Современное политическое лидерство России: логика и зигзаги эволюции// Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. - 2014. - № 1-1. - С. 371-376.

²⁶ Словарь-справочник политической психологии// azps.ru

осуществляющее объединение и сплочение политических сил, задающее направление деятельности государственным и общественно-политическим институтам, политическим движениям».²⁷ Таким образом, можно заключить, что политический лидер представляет собой наделенное властью должностное лицо, которое объединяет группу людей в борьбе за сохранение или увеличение политических полномочий.

Наряду с многочисленными теориями лидерства выделяют и несколько направлений классификации политических лидеров (см. табл. 1). С точки зрения данного исследования, указанные классификации позволяют выбирать определенные характеристики личности и поведения политика, которые в дальнейшем освещаются в различных рекламных и журналистских материалах. Кроме того, в соответствии с выбранным направлением они позволяют расставлять акценты.

Таблица 1.

Классификации политического лидерства²⁸

Классификация	Виды политических лидеров
По масштабности	Общенациональные, региональные, определённого класса, каких-либо слоёв
По типам качеств	Львы и лисы
По способу и методам достижения поставленных целей	Реформатор, революционер, реалист, авантюрист
По типу деятельности	Идеолог и организатор
По отношению к действительности	Реалист, фанатик, романтик и популист
Классификация М.Г. Берне	Преобразователи и дельцы
Классификация М. Вебера	Традиционный, харизматический, рационально-легальный
Классификация Е. Вятра	Идеолог и прагматик; харизматик и представитель; соглашатель и фанатик; открытый лидер и догматик
Классификация К. Плешакова	Георгий Победоносец, Иван-царевич, Емеля
Классификация Р. Коньере	Ремесленник, охранник, рационалист и идеалист

²⁷ Ольшанский Д.В. Основы политической психологии// <http://www.klex.ru/7zt>

²⁸ На основании Бадиев А.Г., Плотникова О.В. Формирование имиджа политического лидера на примере России и США// Сибирский международный. - 2014. - № 16. - С. 139-145; Татарина Ю.Н., Харичкин И.К. Политический имидж политической элиты сквозь призму электоральных предпочтений// Вестник Университета (Государственный университет управления). - 2012. - № 4. - С. 89-94.

Необходимо рассмотреть и дефиницию «имидж политического лидера». В словарях под этим понятием осмысливается:²⁹

1) Комплекс представлений населения о данном политическом деятеле, его психологический портрет, видимый со стороны и включающий внешность и манеры;

2) Целенаправленным образом формируемый образ политического лица, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации и т. д.

Иностранная литература дает следующую интерпретацию: «имидж» представляет собой публичную сторону деятельности кандидата, обращенную к избирателям. Также в американской литературе имеется ряд изданий об имидже, где указанное понятие используется как определенная технология для воздействия и целенаправленного создания образа в индивидуальном, массовом и групповом сознании.³⁰

Психологический подход может быть проиллюстрирован трактовкой Н.И. Конюхова, который разбирает вышеуказанный термин в качестве формы «отражения объекта, явления в сознании», субъективной картины мира, выстраиваемой соответственно пространственно-временным и причинно-следственным закономерностям и находящейся в зависимости от «системы значений, которыми оперирует субъект. Возникший в сознании образ зависит от всех психических явлений – воли, эмоций, установок, мотивов и т. д.»³¹

Такие исследователи как О.И. Гордеева и Е.В. Егорова-Гантман трактуют понятие имиджа сквозь призму образа. Они делают основной акцент на его смысловой нагрузке, а именно: «это образ, постоянно воспроизводимый самим

²⁹ Новый словарь иностранных слов. Более 60000 слов и выражений. - М.: АСТ, Харвест, 2008. - 1152 с. – С. 330.

³⁰ Медиа. Введение: учебник / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли; Пер. Ю.В. Никуличева. М.. ЮНИТИ-ДАНА, 2012 - 550 с. – 276.

³¹ Куркемова Э.Т. Роль средств массовой информации при формировании имиджа политика// Научный аспект. - 2012. - №4. - С. 109-112.

субъектом и средствами коммуникации: определенные черты, качества лидера, взятые в единстве политических, мировоззренческих, нравственных, психологических, биографических, внешних качеств, резонирующих в предпочтениях электората».³²

А.Ю. Панасюк, известный исследователь в области имиджа, под исследуемой дефиницией подразумевает образ человека, который возникает у других людей,³³ а Е.А. Петрова, напротив, указывает на то, что имидж, это феномен группового, индивидуального либо массового сознания, которые функционирует как образ-представление.³⁴ Имидж связывает внутренние и внешние характеристики объекта, его функции и социальные роли.

Социологический подход гласит, что имидж является вещественным конструктом, а не только мысленным образом в сознании человека.³⁵ То есть имидж будет строиться не только на эмоциональных компонентах, но и содержать вполне материально выраженные черты.

Профессор В. Шепель говорит о том, что имидж, это определенная форма увеличительного стекла, позволяющее проявлять лучшие деловые и личностные качества, а также привносит в повседневность оптимизм и комфорт.³⁶

С точки зрения пиарологии мы будем понимать под имиджем целенаправленно сформированный образ субъекта PR (персоны, корпорации), выделяющий определенные ценностные характеристики, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на определенную группу целевой общественности³⁷.

³² Цит. по Бикбаева Э.В. Формирование эффективного имиджа политического лидера// Сборники конференций НИЦ Социосфера. - 2015. - № 10. - С. 34-36.

³³ Панасюк А.Ю. Имидж. - М.: ИнФолио, 2012. - 769 с.

³⁴ Петрова Е.А. Имидж как фактор продуктивной политической коммуникации// Корпоративная имиджелогия. – 2007. - №1.

³⁵ Отц Е.В. Имидж политического лидера и социально-психологические особенности его влияния на отношения электората// disserCat <http://www.dissercat.com/content/imidzh-politicheskogo-lidera-i-sotsialno-psikhologicheskie-osobennosti-ego-vliyaniya-na-otno#ixzz3RDG7ieus>

³⁶ Шепель В.М. Профессия имиджмейкер. – Ростов-на-Дону: Феникс

³⁷ Кривонос А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. – СПб.: Питер, 2011. – 384 с.

Необходимо уделить внимание различию понятий «имиджа» и «образа». «Образ — это обобщающая характеристика личности, устойчивые ее индивидуальные качества, обусловленные историческим периодом времени, принадлежностью к определенному слою людей, типичными условиями жизнедеятельности»³⁸.

С точки зрения многих исследователей имиджа различие понятий имиджа и образа не имеет существенного значения. Однако в отличие от «образа», возникающего произвольно, «имидж» конструируется специально и целенаправленно. Имидж лежит в основе репутации коммерческой организации, государственных структур, либо отдельной персоны, и его положительная составляющая охраняется как наиважнейшая ценность. Дискредитация имиджа — существенная составная часть в конкурентных отношениях, экономической и политической борьбе.

Таким образом, можно заключить, что имидж политического лидера является весьма динамичной и сложно структурированной категорией. При этом он включает в себя социальные, персональные и символические группы характеристик.³⁹

Развитие коммуникаций в XXI веке привело к тому, что общество стало сильно медиатизированным. Практически повсеместное распространение средств массовой информации, рост их влияния на все сферы жизни общества в итоге отразились на возникновении особого информационного образования, а все люди и события стали восприниматься через призму СМИ. В итоге наиболее активно формирующим инструментом для формирования имиджа стали именно современные средства массовой коммуникации.

Сущность имиджа как явления для современности характеризуется особой значимостью вследствие специфики своего функционирования. Так с одной стороны, он является одной из форм существования массового сознания в

³⁸ Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. — СПб.: Питер, 2011. — 384 с.

³⁹ Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика: учебное пособие. — М.: Юнити-Дана, 2012.

медийном пространстве и коммуникациях. В таком контексте возрастает роль общественного мнения, традиционно трактуемое в качестве «своеобразного способа существования и проявления массового сознания, посредством которого выражается духовное или духовно-практическое отношение народного большинства к актуальным для него фактам, событиям, явлениям и процессам действительности».⁴⁰ Именно общественное мнение становится основополагающим для формирования имиджа любого объекта, в том числе и политического лидера.

Но современные медиакommunikации все больше стирают социальные, временные и пространственные границы, которые препятствуют развитию внешних массовых коммуникаций. На лицо процесс утраты актуальности общественного мнения - «известные структуры общественных групп, связей и отношений «размываются» в медиaprостранстве и взамен неактуальной («размытой») структуры социальных отношений перед нами возникает новая реальность – концептосфера медиасознания».⁴¹

Для понимания сущности имиджа политического лидера важна еще одна его характерная черта - адресатом медийного образа политика является вся совокупность общества.⁴² То есть воспринимается он различными слоями населения по-разному, но транслируется информация в общее информационное пространство.

Исходя из приведенных особенностей, возникает и неопределённость в методах исследования имиджа политического лидера. На сегодняшний день данный процесс находится в стадии становления. Вследствие этого еще окончательно не сформирован круг возможных методов исследования имиджа. Обзор публикаций на эту тему, проведенный Т.Н. Галинской, позволил выделить

⁴⁰ Богдан Е.Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. – 2007. – №4. – С. 122

⁴¹ Белоусов К.И., Зелянская Н.Л. Имиджевый дискурс как механизм ориентации избирателя в политическом пространстве // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2011. – №11. – С. 109.

⁴² Современная медиакультура : учеб. пособие / С. Н. Булатова, А. В. Петров, В. А. Рыжкович. – Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014. – С. 168.

три принципиальных подхода в зависимости от анализируемых журналистских тестов:⁴³

1. Изучение имиджа по медиатекстам профессиональных репортеров. Чаще всего используется именно данный подход, заключающийся в прямом анализе текстов, расположенных в различных официальных СМИ. Проводится анализ путем разнообразных корпусных методов и контент-исследований журналистских текстов. При этом такие научные изыскания могут касаться как в общем образа определенных политических деятелей, так и отдельных аспектов его формирования (например, языковых или стилистических особенностей).⁴⁴

2. Изучение медийного образа на базе проведения фокус-групп. Данный подход подразумевает проведение эмпирического исследования путём формирования и опроса фокус-групп или онлайн-анкетирования (что является актуальным явлением для научных изысканий современности⁴⁵). Сами фокус-группы представляют собой проведение дискурсов между представителями целевой аудитории (при этом учитываются различные социальные группы, пол, возраст, образование, уровень осведомленности о теме и т.п.) под наблюдением модераторов. В процессе общения появляются различные комментарии по поводу информации, содержащейся в анализируемых медиатекстах, – и именно они подвергаются затем оценке.

Также второй принцип исследования имиджа включает в себя интеграцию информации из различных источников: проводится контент-анализ не только исходных журналистских текстов, но и мнение их читателей.

3. Изучение имиджа какого-либо лица на основе спонтанных высказываний интернет-пользователей. Данная группа исследований реконструирует медиаобраз путем анализа материала спонтанных речевых

⁴³ Галинская Т.Н. Понятие имиджа и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник Оренбургского государственного университета. - 2013. - № 11 (160). - С. 91-94.

⁴⁴ Галинская Т.Н. Контент-аналитическое исследование медийного образа российского политика (на материале комментариев интернет-пользователей о Б. Немцове) // Политическая лингвистика. - 2013. - № 4. - С. 93.

⁴⁵ Зубанова Л.Б. Современное медиапространство: подходы к исследованию и принципы интерпретации // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств 2008. – №2. – С. 9.

произведений онлайн-пользователей, обсуждающих то или иное явление в социальных сетях, блогах, на сайтах медиаизданий.

Следовательно, анализ имиджа политического лидера позволяет раскрыть главные формально-содержательные характеристики, отраженные в массовом сознании. Полученные данные могут быть использованы и для выработки рекомендаций по корректировке и адаптации медийного образа.

В первой части работы был определен понятийный аппарат исследования. В рамках работы интерес представляет сочетание двух терминов «имидж» и «политический лидер». Были рассмотрены основные подходы к их интерпретации в отечественной и зарубежной науке. Важно отметить, что исследуемые дефиниции находятся на стыке отраслей, в частности изучаются и специалистами по PR, имиджмейкерами и политологами.

Кроме термина, были рассмотрены основные сущностные черты имиджа политического лидера и его функционал. Таким образом, наработанный отечественными и зарубежными учеными объем теоретического и в большей степени практического материала позволяет выделить основные инструменты формирования имиджа, о чем пойдет речь в следующей части исследования.

1.2. Подходы к созданию имиджа политического лидера

В рамках данного исследования важно выделить традиционные составляющие процесса формирования имиджа политического лидера, о которых имеется множество теоретических и практических трудов. На их основе можно определить на базе каких основных элементов конструирования имиджа и при помощи каких инструментов происходит создание образа политического деятеля в зарубежной прессе.

Прежде всего, важно отметить, что имидж политика включает в себя множество различных параметров: это и манера одеваться, и умение держаться на публике, особенности речи и жестикуляции, наличие профессиональной грамотности и природной эрудиции, проявление инициативы, деловитость,

приверженность определенной политической платформе, сформированной программе действий.⁴⁶ Весь объем подобной информации может усваиваться целевой аудиторией как на сознательном, так и на подсознательном уровне.

Структура имиджа политика довольно сложна и мобильна. Внешнюю оболочку составляет личность самого лидера и его общие программные цели. К структуре дополнительных компонентов имиджа относятся параметры альтернативного функционирования: прошлое, семья, спорт, домашние животные, хобби, слабости и т.д.⁴⁷

Т.Гринберг⁴⁸, автор теоретических работ по имиджиологии, рассматривая спектр характеристик, которые включены в структуру политического имиджа, объединяет их в блоки:

1. Персональные характеристики:

- физические особенности (внешность, физическая форма, возраст);
- психофизиологические особенности (характер, темперамент, тип личности, решительность, искренность, сила, активность, ум, энергичность);
- профессиональные особенности (опыт, интеллект, индивидуальный стиль принятия решений, умение убеждать);
- наличие харизмы;
- умение производить впечатление сильного, уверенного в себе человека, вызывать доверие, симпатию;

2. Социальные характеристики:

- способность лидера генерировать и провозглашать объединяющие и мобилизующие идеи;
- социальные связи лидера с семьей, ближайшим окружением, с избирателями - теми, интересы которых он представляет и т.д.;

⁴⁶ Молчанов К.А. Современные научные подходы к выяснению сущности политического имиджа и его составляющих// Гуманитарный университет. – 2012. - № 15. – С. 130-136.

⁴⁷ Толкалов А.С. Сущность политического имиджа: отечественный и зарубежный опыт теоретического осмысления// Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2013. - № 2. – С. 72-75.

⁴⁸ Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: учебное пособие. - 2-е изд., испр. – М.: Аспект Пресс, 2012. - 280 с.

- известность;
- авторитет;
- статус личности;
- социальная принадлежность, это нормы и ценности, которых придерживается лидер.

Следует отметить, что в отличие от персональных характеристик, социальные являются наиболее подвижной частью политического имиджа.

3. Символические характеристики:

- биография;
- мировоззрение политика;
- идеология;
- программа - определенный курс действий, социально- экономическая концепция, планы ее реализации, которые должны максимально отвечать ожиданиям электората;
- позиции лидера по актуальным социально значимым вопросам;
- постоянные культурные архетипы, связанные в сознании избирателей с лидерскими позициями и ролями, и устойчивый набор черт, которые постоянно ассоциируются с лидером. Символические характеристики считаются наиболее устойчивым компонентом политического имиджа в коммуникативном поле.

Важно выделить, что любой имидж политического деятеля строится на основе того или иного понятного людям психологического типа. Людям сложно вникать в уникальные черты каждого отдельного политика, поэтому они их невольно типизируют и воспринимают его образ как готовый набор неких стандартных черт.

Большое влияние на исследователей имиджа политических лидеров оказала типология, которую разработал немецкий философ и социолог Макс Вебер.⁴⁹ Он выделил следующие аспекты:

⁴⁹ Вебер М. Избранное. Образ общества/ пер М. Левина, А. Михайлов. - М.: Центр гуманитарных инициатив, 2012. - 768 с.

- традиционное лидерство, основанное на вере в святость и неизменность традиций;

- харизматическое лидерство, которое опирается на веру в исключительные способности вождя;

- рационально-легальное лидерство, основанное на вере в законность существующего порядка, деловой компетенции индивида.

М. Вебер попытался разгадать секрет успеха великих политиков. Он обнаружил, что, несмотря на разнообразие судеб у знаменитых людей есть нечто общее. Этот повторяющийся сценарий был таким: человечество находится в отчаянии, и тут появляется герой. Единственный, кто в трудную минуту не поддается пессимизму, знает, что делать и куда идти, и его энтузиазм настолько велик, что передается окружающим. Пытаясь объяснить этот феномен, Вебер ввел в научный обиход понятие харизмы. Харизма — Божий дар, особые личностные качества, притягательные для окружающих, их обладатель наделен талантом лидерства. Харизматик должен демонстрировать героические характеристики, новаторские идеи, выход из неизвестности.

Харизма заставляет почитателей всматриваться в формируемый образ, обращать внимание на малозначительные детали и придавать им символический смысл. Так появляются «харизматические признаки» имиджа или легенда, которая является важнейшей составляющей политического имиджа: особенности внешности, события из прошлого, голос, интонация, манеры, происхождение.⁵⁰ В таких признаках как раз и заключается секрет их магической силы.

Многие исследователи отмечают, что харизматическая компонента образа наиболее выигрышна с точки зрения коммуникации. Харизматическая личность способна вызывать доверие, привлекать симпатии, вести массы за собой даже без института власти. Поэтому в переломные моменты истории приобретает особое значение символическая составляющая имиджа лидера, так как общество

⁵⁰ Быков И.А. Конструирование имиджа политического лидера и его восприятие среди молодых избирателей Санкт-Петербурга (на примере А. Навального и В. Милонова)// Youth World Politic. – 2013. - № 1. – С. 69-73.

находится перед выбором. Избиратели подсознательно проецируют на политика свои надежды и страхи.

Имидж политического лидера должен опираться на тот или иной архетип. Подобные «отправные точки» являются готовой формулой, и помогают политическому деятелю выглядеть более узнаваемым. В архетипах заложена система качеств, которая определяет типичные формулы поведения. Для политического лидера наиболее важным архетипом является архетип «героя». Такой архетип обязательно должен присутствовать в имидже российского политика.⁵¹ С архетипом героя ассоциируются такие качества, как мужественность, честность, порядочность, способность вести людей за собой, готовность к самопожертвованию. Чтобы проявить героические характеристики, герою необходим антипод, т.е. враг. «Герой и враг системны - они взаимно дополняют друг друга».

Выход нового лидера на политическую арену целесообразно осуществлять в период, когда немного политических событий. В это время четко зафиксировать свое отношение к уже существующим проблемам, идеологическим группам. Продемонстрировать, чью сторону он принимает, выбрать приоритетные в обществе идеи и связать себя с ее осуществлением. Таким образом, закрепить за собой образ героя честного, нравственного, доступного народу.

Специалисты встраивают имидж в определенный контекст, в результате возникает развитие того или иного сюжета, в рамках которого существуют имиджи других действующих политиков. Г.Г. Почепцов называет такое сочетание имиджа с другими имиджами в рамках сюжета, мифом. «Миф - это только то, что уже было закодировано в сознании как вариант построения той или иной ситуации. «Герой» в этом плане это всегда миф. Все герои выстраиваются в более или менее однотипном сценарии».⁵²

⁵¹ Фатыхова Д.Р., Ефимова Е.Р. Национальные архетипы и их значение при формировании имиджа политика// Современный научный вестник. – 2015. - № 7. – С. 61-66.

⁵² Почепцов Г.Г. Имиджелогия// <http://socioline.ru/pages/pocheptsov-gg-pablik-rilejshnz-dlya-professionalov>

По мнению Д. Ольшанского, «мифы в политике - это псевдоисторические повествования, имеющие архаичную и алогичную психологическую природу, играющие ретроградную социальную и политическую роль».⁵³

Политический миф является целой конструкцией, и включает в себя набор нужных характеристик, которые появляются автоматически. Он предстает перед аудиторией как некий сценарий развития имиджа, в котором есть роли друзей и врагов главного героя. Миф делает образ политического лидера более объемным, чем есть в действительности.

Один ведущих исследователей имиджа России и ее политических лидеров, Е.Н. Богдан полагает, что имидж можно считать сложной структурой, которая выстраивается в несколько этапов:⁵⁴

- сначала человек получает из окружающего мира (посредством наблюдения, общения, эксперимента, анализа текстов) образ-знание,
- следующий шаг заключается в формировании выводов относительно субъекта восприятия на основе материализованных в нем характеристиках;
- в заключение человек думает о том, что будет дальше и как вести себя относительно новой информации.

Таким образом, имидж – это подвижный элемент человеческого сознания, в сотворении которого участвуют многочисленные аспекты культурной и социальной жизни общества, к которым можно отнести и СМИ. В данном утверждении явно прослеживается важность роли журналиста и его творчества в процессе формирования имиджа любого политического объекта, так как именно он выступает посредником между происходящими реальными событиями, связанными с человеком (в данном случае – политическим лидером) и представлением об этом объекте у аудитории.

Другой исследователь, Л.В. Бондарева, выделяет несколько иные параметры формирования имиджа:⁵⁵

⁵³ Ольшанский Д.В. Основы политической психологии // <http://www.klex.ru/7zt>

⁵⁴ Богдан Е.Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. - 2007. - № 4. - С. 124

1. Новостная видимость субъекта – означает регулярность появления объекта формирование имиджа в новостных разделах различных СМИ. Частое упоминание политического лидера в журналистских медиатекстах формирует так называемую «новостную ценность», обладающую следующими критериями:⁵⁶

- значимость описываемого образа или человека для аудитории;
- известность политического объекта;
- уровень влияния новости на формирование каких-либо эмоций, образов, стереотипов;
- уровень конфликта (чем он выше, тем большее внимание привлекает новость или событие, через которое транслируются характеристики имиджа);
- необычность или непредсказуемость развития событий в материале, поведения политика;
- своевременность – уровень актуальности и уместности новости в контексте дня публикации;

2. Смысловые характеристики - возникают в случае, когда субъект обладает новостной видимостью. В этом случае при подаче информации журналисты используют разнообразные стилистические, лексические, смысловые средства в обусловленном контексте. Могут использоваться как жанровые особенности медиатекстов (журналистике расследования, экспертные комментарии, аналитические заметки, редакторская колонка и т.п.), так и выразительные языковые инструменты;

3. Оценочные характеристики – являются следствием смысловых признаков. Журналисты при освещении поступков или действий политического лидера вырабатывают свою точку зрения о нем, при этом зачастую отсутствие личных характеристик об объекте заменяется собственной их интерпретацией и оценкой. Важен тот факт, что тема не обязательно провоцирует формирование новой оценочно-смысловой характеристики – часто воссоздаются или

⁵⁵Бондарева Л.В. Динамика политического имиджа России в качественной прессе США: диссертация на соиск. ст. канд. пол. наук. - Москва, 2007.

⁵⁶ Dominick, Joseph R. Dynamics of Mass Communication: Media in Transition. - McGraw-Hill Humanities, 2012.

актуализируются уже ранее сложившиеся стереотипы и шаблоны. Их трансформация может осуществляться и в зависимости от общей ситуации в мировой политике или смены коммуникативной установки в отношении субъекта образа. По сути оценочно-смысловые признаки могут быть сведены к положительной или отрицательной тональности сообщения.

Кроме основных этапов формирования имиджа, специалисты по PR выделяют несколько типов позиционирования политических лидеров:⁵⁷

- позиционирование по ключевой особенности, по какому – либо преимуществу кандидата, предпочтительному для целевой аудитории;
- позиционирование «против категории», противопоставление всей элите (например, против системы, олигархов и т.д. Этот способ особенно эффективен, если кандидат неизвестен;
- позиционирование против конкретных конкурентов;
- позиционирование по ассоциации. Эффективно, если не удастся определить значимое отличие кандидата от других;
- позиционирование по проблеме. Позиционируется программа как решение конкретных проблем целевой аудитории.

Учитывая непостоянство всех перечисленных выше характеристик, может быть отслежена динамика медийного имиджа политического лидера на основе фиксации тональности отношений тем на протяжении установленного временного отрезка в определенных СМИ.

Условно имидж политического лидера может быть разделен на внутренний (то есть формируемый внутри страны) и внешний. Если говорить о целенаправленном продвижении имиджа российского президента, то внутренним рынком будут СМИ федерального и регионального значения, а если о внешнем – то медиаканалы других стран. Очевиден тот факт, что интерес зарубежной

⁵⁷ Григорян Д.К. Политические технологии формирования имиджа власти в практиках лидерско-элитного позиционирования в иерархических и полиархических структурах распределения власти// Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2016. - № 4. – С. 52-55

аудитории к лидеру другого государства меняется в зависимости от взаимоотношений с данной страной. Так, если связи стран не значительны, то новости о «чужих» политиках будут фигурировать лишь в отдельном новостном контексте. Тем более невозможно изучение имиджа политического лидера другой страны, если он не фигурирует в местных печатных или медиа изданиях.

Целенаправленное продвижение имиджа политического лидера в информационном пространстве других стран как таковое весьма слабо развито в России. Внутри страны инструменты применяются по причине необходимости поддержки электората или перед выборами. На международной арене же в основном, конструирование имиджа наших политических лидеров вообще и президента в частности производится мало, чаще всего стихийно, причем появляющиеся в информационном зарубежном пространстве сообщения на уровне властей редко подвергается какому-либо измерению и подсчету.

Эксперты, занимающиеся вопросами продвижения имиджа главы государства в информационном пространстве, настаивают на том, что формирование образов политиков и страны должно быть систематической работой: с инициированием новостных поводов (паблисити) и измерением результатов в единицах публикаций или сюжетов, а также их качества. При этом важно, чтобы это были не «разовые всплески», а хорошо продуманная и подготовленная программа.

Обобщая данные по главе, можно отметить, что имидж политического лидера представляет собой сложное многоструктурное явление, которое базируется на ряде личных, социальных и внешних характеристик политического лидера. Однако имидж строится не «с нуля», а на базе уже имеющихся параметров и привычек политика.

Наиболее значимым инструментом в процессе формирования имиджа политического лидера являются СМИ. При этом в зарубежных масс-медиа образ российского политика вообще и президента, как лидера государства в частности, формируется за счет активного использования «черного PR» и устаревших стереотипов. Связано это с тем фактом, что образы зарубежных политиков

формируются журналистами на основе международной обстановке и отношения национальных элит к другой стране и ее лидеру.

1.3. Стереотип восприятия имиджа лидера России в массовом сознании

Одной из основных тенденций современности является процесс информатизации всего мирового сообщества и его активный переход к информационному типу. Вследствие этого, вопрос применения различных медиа-средств для формирования позитивного восприятия страны и ее лидера на международной арене становится все более актуальным.

При этом СМИ использовались для различных нужд в политической сфере достаточно давно. Так, ещё во времена холодной войны противоборствующие сверхдержавы активно вкладывали усилия в формирование информационного пространства как вокруг своей страны, так и относительно противника. Такое явление получило название «информационной войны» и получило большое распространение в период военных действий в Афганистане и Вьетнаме. Противники использовали различные подконтрольные СМИ для создания негативного образа другой стороны при помощи журналистики, PR-технологий и психологического воздействия на противника. И хотя с начала тех конфликтов прошло уже долгое время, многие инструменты и методики действуют до сих пор даже в обновленном коммуникационном пространстве. В частности, глобальный геополитический конфликт стран Запада с Россией в 2014 году всколыхнул новый виток информационного противостояния⁵⁸.

Что касается роли СМИ в системе общественных взаимоотношений, то среди исследователей не существует строгой позиции относительно этого

⁵⁸ Новоселов С.В. Войны нового поколения как новая мягкая сила//Каспийский регион: политика, экономика, культура. - 2015. - № 3 (44). - С. 92-98.

вопроса. В частности, Семенова и Корсунская⁵⁹ предлагают разделение на медиаориентированный и социально – ориентированный подходы.

Медиаориентированный подход предполагает существенную автономию СМИ в рамках общественной структуры. Средства массовой информации здесь могут становиться источником крупных изменений в обществе: они выступают в качестве активных действующих единиц, конструируя окружающую реальность посредством образов и смыслов, формируя повестку дня, определяя ключевые темы и героев. При таком подходе медиа задают тон последующим обсуждениям ситуации, формируя особый фокус восприятия окружающей действительности. Таким образом, в этой интерпретации именно СМИ реализуют функцию по формированию имиджа политика, в особенности если это касается политического деятеля другого государства.

Если рассматривать мотивы формирования образа страны и ее лидера другим государством, то здесь можно выделить несколько основных направлений.⁶⁰

- проявление отношения других стран к носителю образа и необходимость либо упрочить, либо трансформировать его относительно собственных интересов;
- формирование имиджа страны и ее лидера, с которым планируется заключение различных соглашений, договоренностей в области партнерства, инвестиций и т.п.;
- нежелание попасть под различные рода ограничения: экономические, военные или иные санкции.

То есть имидж политического лидера другого государства, практически всегда отражает отношение политических или бизнес-элит конкретной страны. Именно интересы заставляют транслировать информацию с положительной или отрицательной коннотацией.

⁵⁹ Семёнова А. В., Корсунская М. В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения/Под ред. ВА Мансурова //М.: Институт социологии РАН. – 2010.

⁶⁰ Авдеева Н. Формирование имиджа России на примере телеканала Russia Today/ Материалы научной конференции «Имидж России: стратегия, тактика, технологии» от 26 ноября// www.prioritet-pr.ru/

Одним из самых сильных инструментов формирования образа политического лидера является использование стереотипов. В качестве научного понятия термин «стереотип» относится к активно используемым и привлекающим исследователей из различных сфер. Соответственно, понятие данного термина приобретает такое сущностное содержание и наполнение в зависимости от того, какая сфера является объектом изучения.

Первым ввел данный термин в научный обиход У. Липпман, который разрабатывая его концепцию, выявил самую важную особенность этого понятия – ориентацию на обусловленный идеальным образом мира, сформированный в сознании определенных групп общественности. Кроме того, была выделана способность стереотипа «отвечать» ожиданиям общества, соответствуя тем или иным представлениям.⁶¹

Современное понимание стереотипа сводится к следующему: «стереотип – устойчивый фрагмент картины мира, существующий в массовом сознании. Это определенный образ представления, ментальная картинка, определенное постоянное, минимизировано-инвариантное, обусловленное национально-культурной спецификой представление о предмете или ситуации».⁶² Таким образом, стереотип представляет собой некий устойчивый образ, детерминированный культурой посредством установки, который входит в систему мировидения человека. Необходимо отметить, что стереотип, с одной стороны, призван осуществлять отбор информации, которая поступает из внешней среды, а с другой – должен структурировать внутренний опыт личности и готовит дальнейшее продвижение и обработку информации на более высокие уровни сознания с целью фиксации ее в мышлении.

Важность представляет тот факт, что стереотипу присущи различные формы.⁶³

⁶¹ Семашко Т.Ф. Стереотип как фрагмент языковой картины мира// Филологические науки. Вопросы теории и практики. - 2014. - № 2-2 (32). - С. 176-179.

⁶² Красных В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: курс лекций. - М.: Гнозис, 2002. – С. 178.

⁶³ Казиева А.М., Бродзели А.О. Роль традиций и стереотипов в формировании позитивного имиджа Северного Кавказа// Гуманитарные исследования. - 2013. - № 3 (47). - С. 30-36.

- стереотипные действия и ритуалы;
- типичные эмоциональные реакции и доминирующие чувства по отношению к объекту стереотипа;
- обобщенные представления об объекте стереотипа;
- устойчивые предписания и запреты;
- навешивание «ярлыков» на объект стереотипа;
- формирование определенного общественного мнения;
- представление о доминирующих ценностях.

Кроме того, современные исследователи выделяют и описывают следующие основные характеристики стереотипов:⁶⁴

- стереотипирование рассматривается в качестве результата когнитивного «отклонения», которое вызывается иллюзией связи между групповым членством и психологическими характеристиками (например, в отношении англичан складывается стереотип о том, что они консервативны, в отношении немцев – о педантичности, что, безусловно, транслируется и на представителей власти);

- стереотипы оказывают влияние на способ прохождения информации и процесс ее отбора;

- стереотип вызывает ожидания определенного поведения от его объекта;

- стереотипы часто формируют предсказания, которые общество стремится подтвердить (так как люди невольно «отбирают» ситуации об объекте стереотипа, которые вписываются сложившиеся представления и прогнозы).

С точки зрения политики понятие «стереотип» трактуется в качестве стандартизированного, упрощенного, обычно ярко эмоционально окрашенного образа какого-либо социально-политического объекта (процесса, явления), который обладает большой устойчивостью, однако фиксирует в себе лишь отдельные, зачастую несущественные его черты.⁶⁵

⁶⁴ Сулейманова Ш.С. К вопросу диалога культур: стереотип как этнопсихологический феномен// Коммуникология. - 2014. - Т. 4. № 2. - С. 85.

⁶⁵ Русских Л.В., Фомина С.В. Формирование политических стереотипов в СМИ// Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. - 2015. - Т. 15. № 1. - С. 116-117.

В политике чаще всего стереотип выступает как заблуждение разной степени в отношении объекта или суждение, не являющееся истинным. А в совокупности с применением PR-технологий использование стереотипов позволяет манипулировать общественным мнением и формировать необходимое восприятие объекта. Вследствие этого, на политической арене наличие стереотипов часто приводит к проблеме восприятия, как отдельных политических деятелей, так и предвзятой трактовке событий и процессов обществом.

Существование политического стереотипа в отношении образа российского политического лидера в глобальном пространстве других стран изучалось различными специалистами и учеными, однако в итоге они выявили самую главную закономерность – восприятие лидера России идет в контексте международных отношений с нашей страной.

Так, к примеру, в 2000-х годах, когда В.В. Путин только пришел к власти, многие зарубежные издания говорили о «новом векторе развития», «смене концепции управления» и «обращении России к демократии», вследствие смены главы правительства. То есть в целом высказывания носили нейтральный или позитивный оттенок. Россия представляла собой партнера для зарубежного мира, поэтому использовать PR-технологии для изменения образа ее президента не было необходимости.

Однако после ряда непопулярных на Западе политических решений, зарубежная пресса заговорила о «возвращении тоталитаризма», «старых принципах работы» и «управлении КГБ» и т.п. Это свидетельствует о том, что в случае необходимости зарубежные элиты для отстаивания своих решений используют так называемые технологии «черного PR» при формировании имиджа неугодных политиков.

Проиллюстрировать данные выводы можно на примере прессы ФРГ. Так, в период первой для В.В. Путина избирательной кампании в 1999–2000 годах его имидж в зарубежном обществе только формировался. Так, как немецкие СМИ считали его наиболее вероятным претендентом на пост президента России, то основной вопрос, на который пытались ответить журналисты звучал как: «Кто

Вы, мистер Путин?».⁶⁶ В поисках ответа на него они использовали разные источники:

1. Оценки представителей российской бизнес-элиты, в частности Б. Березовского, который в интервью еженедельнику назвал В. Путина джентльменом, человеком достоинства, сторонником рыночной экономики и защитником политической свободы, реформатором, который нужен России.⁶⁷

2. Мнения рядовых россиян о Путине как «достойном сыне страны», «элегантном, умном, интеллигентном». При этом немецкие издания напоминали, что русским свойственно создавать культы личности, совершенно прозрачно намекая на то, что это происходит и в отношении Путина. «Русские любят культы личности», – пишет Йорг Меттке и приводит пример Сталина, как бы намекая на возможные последствия «обожествления» лидера страны. Прогнозируя возможный сценарий развития событий, журналист использует в отношении В. Путина понятия с явно негативной коннотацией: «новый господин всех русских», «будущий хозяин всея Руси».⁶⁸

3. Свои собственные наблюдения, в которых учитывались, с одной стороны, благоприятные финансовые условия, в которых Путин пришел к власти (повышение цен на нефть), неслучайно журналисты «Spiegel» назвали его «баловнем судьбы», с другой, его прежняя профессия – офицер КГБ и вытекающие из нее стереотипные характеристики: «маленький, бледный, молчаливый полковник КГБ», «скрытный», «шпион», «темная лошадка». В одной из статей проводится прямая аналогия Путина с Андроповым.⁶⁹ Подчеркнем, что такие оценки не являются доминирующими. Персональные характеристики Путина в то время скорее носили нейтральный характер: подготовленный юрист,

⁶⁶ Боброва Г.Е., Комарова И.Н. Трансформация имиджа В. Путина в еженедельнике «SPIEGEL» (на примере трех президентских избирательных кампаний)// Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. - 2014. - № 3 (27). - С. 83-96.

⁶⁷ Mettke J. R. und Meyer F. Putin ist ein Gentleman// <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-15561337.html>

⁶⁸ Mettke J. R. Bezauberndes Lächeln// www.spiegel.de/print/d-15807624.html

⁶⁹ Machtwechsel in Moskau (Teil II): Putin – ein neuer Andropow?// www.spiegel.de/politik/ausland/machtwechsel-in-moskau-teil-ii-putin-ein-neuer-andropow-a-58586.html

обученный офицер разведки, дзюдоист, человек, в совершенстве владеющий немецким и английским языками, предпочитающий спортивные куртки и свитера дорогим костюмам.

Однако уже в период первой президентской гонки журналисты немецких изданий обращают внимание на корреляцию между профессиональным прошлым В. Путина и его политикой, формируя и популяризируя обновленные версии старых стереотипов. Так тема милитаризации и стереотипов «приемник Сталина», «полковник КГБ» только усиливались с течением времени, а в последние три года подобные эпитеты можно регулярно встретить на страницах многих издания Европы.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что имидж политического лидера России не формируется привычными инструментами PR, а подвержен влиянию СМИ и политических элит Запада, которые, используя различные манипулирующие технологии, возвращают в свои общества забытые стереотипы о России и ее лидере.

За годы изучения проблематики исследования в российском научном дискурсе был сформирован ряд устойчивых представлений о процессе представления России и ее лидера:⁷⁰

- международный имидж России и ее президента является некоей суммой стереотипизированных представлений;

- при оценке имиджа лидера России в западной прессе характерен высокий уровень субъективизма и зачастую отсутствие связи с реальными общественными и политическими явлениями. Этот факт также объясняется тем, что процесс формирования имиджа происходит практически без участия его объекта и за счет внешних сил;

- зачастую при изучении имиджа президента страны выявляются новые формы и приемы стереотипов. Так попытка применения такого инструмента политического PR как «мягкая сила» было интерпретировано как шантаж или

⁷⁰ Россия в информационном поле зарубежных СМИ и Интернет в 2011 г.: модели восприятия и механизмы их формирования/ К.Худолей, Д.Болотов, Е.Трещенков, А.Седов, Д.Максимов. - Санкт-Петербург: Изд-во фонда «Русский мир», 2012. – С. 7.

агрессия (например, влияние в энергетической сфере и попытки настоять на своем привели к публикациям в духе «шантаж со стороны Путина»⁷¹);

- такое явление как «информационная война» влияет на формирование негативного образа политического лидера России при помощи актуализации старых стереотипов об «агрессии России», «кровавом тиране Сталине», «КГБ» и других негативных инструментах PR;

- некоторые эксперты приходят к выводам, что формирование внешнего негативного образа происходит не только за счет журналистских текстов зарубежных СМИ, но и благодаря отечественным авторам, которые часто своими публикациями подтверждают отдельные элементы сложившихся на Западе стереотипов.

Значительную роль в процессе формирования стереотипов имиджа играют СМИ. Бесспорно, что именно через поток масс-медиа идут первоначальные представления населения о политических событиях, том или ином факте и его оценке, которая не всегда является объективной. При помощи телевидения, прессы и онлайн-СМИ человек получает большие объемы информации, при этом не всегда она принимается критически и самостоятельно осмысливается. Если же в мирное время стереотипы в основном не меняются, то, стоит произойти какому-либо конфликту, и отношение к определенным политикам тотчас же меняется.

Также при анализе материалов бросается в глаза, что зарубежная пресса практически во всех сюжетах, связанных с Россией и ее президентом, пытается обнаружить негативные стороны. При этом активно используются такие основные приемы манипулятивного воздействия на аудиторию как:⁷²

- «оркестровка» - психологическое давление в форме постоянного повторения тех или иных фактов вне зависимости от истины;

⁷¹ Polak P. How to Beat Goliath// Foreign Affairs. - 10.12.2014.

Mongrenier J.-S. Les Russes menacent de couper le gaz: qui en Europe doit vraiment en avoir peur// Atlantico. - 30.10.2014.

⁷² Крячкова А.П. Использование манипулятивных тактик// Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. - № 8. - С. 283-287.

- «селекция» (или «подтасовка») - отбор определенных тенденций - например, только позитивных или негативных, искажение, преувеличение (преуменьшение) данных тенденций;
- «наведение румян» - приукрашивание фактов;
- «приклеивание ярлыков» - например, обвинительных, обидных и т.д.;
- «трансфер» (или «проекция») - перенос каких-либо качеств (положительных, отрицательных) на другое явление (или человека);
- «свидетельство» - ссылка (не обязательно корректная) на авторитеты с целью оправдать то или иное действие или высказывание;
- «игра в простонародность», включающая, например, максимально упрощенную форму подачи информации.

Так, например, иностранные газеты непременно выглядят «оплотом демократических ценностей», свобод, прав человека («наведение румян»), в то время как современная Россия представляется авторитарной страной, попирающей эти самые ценности, свободы и права человека, «полицейским государством» с громадной, негостеприимной территорией (границы которой невозможно защитить), окруженной враждебными соседями. Кроме того, лидера нашей страны обвиняют в попытках вернуть былое величие любой ценой. Так по отношению к российскому президенту активно используется хорошо отработанный и в прошлые десятилетия прием «приклеивания ярлыков».

Кроме указанных выше стереотипов, в отношении В.В. Путина используются и другие PR-технологии. Так в американской газете «Нью-Йорк Таймс» образ российского президента преподносится в сатирическом ключе: «страна Мистера Добби», «Комикс Путин-Даунс». А в статьях другой газеты США - «Вашингтон Пост» - с личностью Путина связывают процветающую в России коррупцию, при чем делается это через ассоциативные связи и без доказательств⁷³.

⁷³ Юламанова А.А. ОБРАЗ РОССИИ В АМЕРИКАНСКИХ ИЗДАНИЯХ NEW YORK TIMES И WASHINGTON POST В 2012-2013 ГГ// Альманах современной науки и образования. - 2013. - №9 (76). - С. 189-192.

Однако, несмотря на преимущественно отрицательную риторику формирования имиджа российского президента, существуют в зарубежных СМИ и положительные моменты. Например, в рейтингах журнала «Forbes» В.В. Путин неизменно занимает лидирующие позиции как один из наиболее влиятельных мировых лидеров⁷⁴. Но таких материалов не много, а вот критики предостаточно.

Обобщая данные о стереотипном восприятии имиджа российского политического лидера в западных странах, можно отметить, что его образ формируется искусственно, но не силами имиджмейкеров или специалистов по связям с общественностью России, а зарубежными элитами через подконтрольные СМИ. Популярными приемами создания негативного имиджа является использование давно сформировавшихся стереотипов, инструментов манипулирования и такой интерпретации фактов, которая «притягивается» к ситуации и нужному выводу.

Таким образом, в первой главе дипломной работы было проведено исследование понятия и сущности термина «имидж политического лидера», а также рассмотрены основные элементы, приемы и подходы к его формированию. По результатам первой части работы можно заключить, что исследуемый термин относится к вариативным и неоднозначным в современной науке. Важно также отметить, что на процесс формирования имиджа политика оказывают влияние не только реальные события, происходящие в мире, но и журналистская точка зрения и сложившиеся в отношении страны стереотипы. Во второй главе на конкретном примере будет рассматриваться как формируется имидж политического лидера.

⁷⁴ Путин возглавил рейтинг самых влиятельных людей мира по версии Forbes//<http://www.forbes.ru/news/272499-putin-vozglavil-reiting-samykh-vliyatelnykh-lyudei-mira-po-versii-forbes>

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ИМИДЖА В.В. ПУТИНА В ЕВРОПЕЙСКОЙ КАЧЕСТВЕННОЙ ПРЕССЕ (НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТ «DIE WELT», «LE MONDE» И «LA REPUBBLICA»)

2.1 «Die Welt», «Le Monde» и «La Repubblica»: характеристика изданий

Для данного исследования были выбраны следующие печатные издания: «Die Welt», «Le Monde» и «La Repubblica». Все они олицетворяют собой бесспорные авторитеты в издательской индустрии своих стран, являются яркими представителями качественной прессы, а так же скульпторами формирования общественного мнения внутри своих государств.

Для начала исследования требуется рассмотреть специфику самих изданий. Первой предлагается рассмотреть немецкую газету «Die Welt».

На медийном рынке Германии особо выделяются четыре издательских дома, которые имеют самые высокие общие тиражи изданий. Среди них - концерн «Бауэр» («Bauer»), издательский дом «Бурда» («Burda»), известный и в России; издательская группа «Грунер унд Яр» («Gruner und Jahr») и издательский дом «Аксель Шпрингер» («Axel Springer»).⁷⁵ Последнее издательство и отвечает за выпуск газеты «Die Welt». В переводе с немецкого название газеты означает «Мир», а само издание впервые вышло в свет в 1946 году.

Сейчас «Die Welt» является ежедневной информационной газетой, пользующейся популярностью у представителей германской бизнес-элиты, публикующей массу аналитических материалов. Отличительной чертой издания является его приверженность к консерватизму и «правым» политическим силам.

Концепция газеты строится на многочисленных аналитических статьях, которые имеют строгую рубрикацию. Тематики каждого выпуска планируется заранее (минимум за три месяца), что также подразумевает предложения для

⁷⁵ Павлова К.Г. Издательский дом "Грунер унд Яр" (ФРГ) на современном этапе развития// <http://msu-issled.ru/index.php/journalism/78-smieconomics/1280-frg>

рекламодателей и партнёров. Согласно информации самого издательства, «Die Welt» фокусируется на силе слова и ума и относится к эре «нового мышления».⁷⁶

Выход издания назначен на будни (с четверга по пятницу), а в субботу выпускается «субботний Die Welt». Тираж одного издания составляет 180

059 копий за раз или 202 630 за неделю, при этом охватывается 668 000 читателей.⁷⁷

Аудитория издания довольно консервативна. Так согласно исследованиям ИД «Axel Springer» большая часть читателей газеты «Die Welt» является мужчинами среднего возраста (от 30 до 60 лет) с высоким достатком (см. рис. 2.1 – 2.2).⁷⁸

Рис 2.1 Распределение читателей издания «Die Welt» по полу

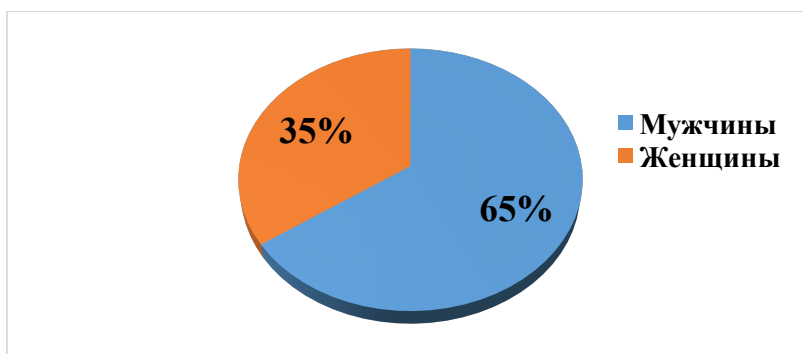
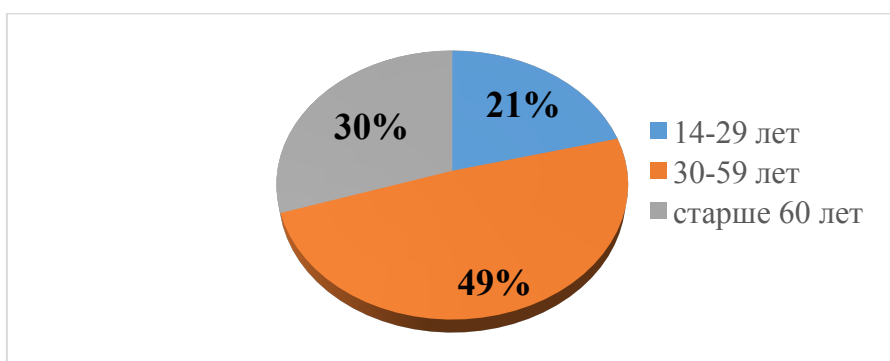


Рис 2.2 Распределение читателей издания «Die Welt» по возрасту



⁷⁶ Официальный сайт издания «Die Welt»// www.welt.de

⁷⁷ DIE WELT Portrait// http://www.mediaimpact.de/portrait/DIE-WELT-DIE-WELT_671154.html

⁷⁸ Медиапилот Axel Springer// <http://www.axelspringer-mediapilot.de>

Само издание имеет консервативный вид и простую, понятную верстку. Кроме того, издание газеты уже приобрело конвергентный уровень и помимо бумажной версии имеется интернет-версия, мобильное приложение и приложение для различных гаджетов.

Важно отметить, что газета «Die Welt» российскими исследователями изучалась крайне мало, однако имеющиеся исследования говорят о малой степени оценочности фактов самими журналистами, достаточной большому пафосу (особенно при описании событий, где замешена Германия или ее правительство), а также предвзятом отношении к России.⁷⁹

Данное издание было выбрано для анализа как одно из самых консервативных и влиятельных в ФРГ. На настоящее время газета вышла на третье место по уровню цитируемости в медиа-пространстве Германии. Велика и значимость газеты «Die Welt» при формировании общественного мнения, которая усиливается еще и за счет специфической аудитории. Основной «костяк» образуют представители общественности, которых принято называть «лидерами мнений». Именно на них ориентируется остальная часть населения, именно от их мнения возможные трансформации в медиаобразах тех или иных явлений. Таким образом, восприятие России через призму материалов газеты «Die Welt» отражает отношение к нашей стране элиты ФРГ.

Следующей предлагается рассмотреть французскую газету «Le Monde».

«Монд» была основана Юбером Бёв-Мері по распоряжению Шарля де Голля в 1944 году⁸⁰. Данное издание в настоящее время имеет широкое влияние на общество своей страны - с ней считаются в широких слоях элиты Франции и во властных структурах. Кроме того, именно «Le Monde» имеет самое широкое

⁷⁹ Мисонжников Б.Я. Немецкая пресса в условиях кризиса: семиотические системы как предмет текстопорождения // В книге: От века к веку: Книга. Литература. Коммуникация. Журналистика Статьи и тезисы Международной научно-практической конференции, посвященной памяти доктора филологических наук, профессора Веры Сергеевны Синенко. - Уфа, 2014. - С. 13.

⁸⁰ Thogmartin Clyde. The Golden Age and the War Years // The National Daily Press of France. — Summa Publications, Inc, 1998. — P. 113.

распространение среди французских ежедневных газет за пределами Франции. Около 35 000 изданий ежедневно продаются за пределами франкоязычных стран.

Создание газеты «Монд» можно отнести к самым ярким и значительным явлениям в истории французской прессы послевоенного периода. Именно ей суждено было стать одним из институтов французской политики и культуры. Кроме того, ей удалось создать структуру издательского предприятия, которая позволяла журналистам и персоналу «Le Monde» около 70 лет сохранять независимость от внешних структур капитала.

Так, эта газета является одной из важнейших в издательском холдинге «La Vie-Le Monde Group» (еще одним популярным СМИ от этого издателя является «Le Figaro»). В среднем тираж газеты составляет около 323 039. Кроме того с развитием сети интернет конвергенция дошла и до «Le Monde», поэтому у газеты имеется представительство в сети интернет. Подписка имеется как в бесплатном формате (основные новости и освещение событий), так и платная, которая дает доступ ко всем экспертным и многочисленным аналитическим материалам.

За свою долгую историю «Le Monde» стала восприниматься обществом Франции в качестве национального достояния и культурной идентичности страны. Более того, это издание служит одним из олицетворений демократии и обеспечивает необходимый плюрализм мнений. Связано это в первую очередь с необычной структурой управления газетой.

Журналисты издания не просто заинтересованы в выпуске качественного и интересного читателям издания – они имеют прямую заинтересованность в коммерческом успехе газеты. Именно они образуют коллегиальную форму организации, которая позволяет им участвовать в выборах высшего директора и руководителей высшего звена.

В содержательном плане «Le Monde» традиционно концентрируется на предложении аналитических статей и материалов с ярко выраженным журналистским или экспертным мнением. Таким образом, философия компании сосредоточена на вдумчивом анализе и интерпретации текущих событий, а не на

стремительном выпуске и оперативной информации. Для Франции, где ежедневная газета всегда была элементом политической и культурной жизни, подобная свобода представляет важность.

И последнее издание, которое вошло в выборку и требует рассмотрения - итальянская газета «La Repubblica».

«La Repubblica» (в переводе с итальянского - «Республика») представляет собой итальянскую общественно-политическую газету, которая придерживается умеренно левых взглядов и является одним из лидеров отрасли. Основано издание было в 1976 году, когда известный журналист и член итальянского парламента Э. Скальфари стал главным редактором, как оказалось в дальнейшем на двадцать лет.

«La Repubblica» является частью медийной группы «Gruppo Editoriale L'Espresso», владелец которой - Карло Карачоло. Помимо газеты, сюда же относятся телевизионный канал под названием «Repubblica Radio TV», еженедельное издание «L'Espresso» и ежемесячный журнал «Limes».

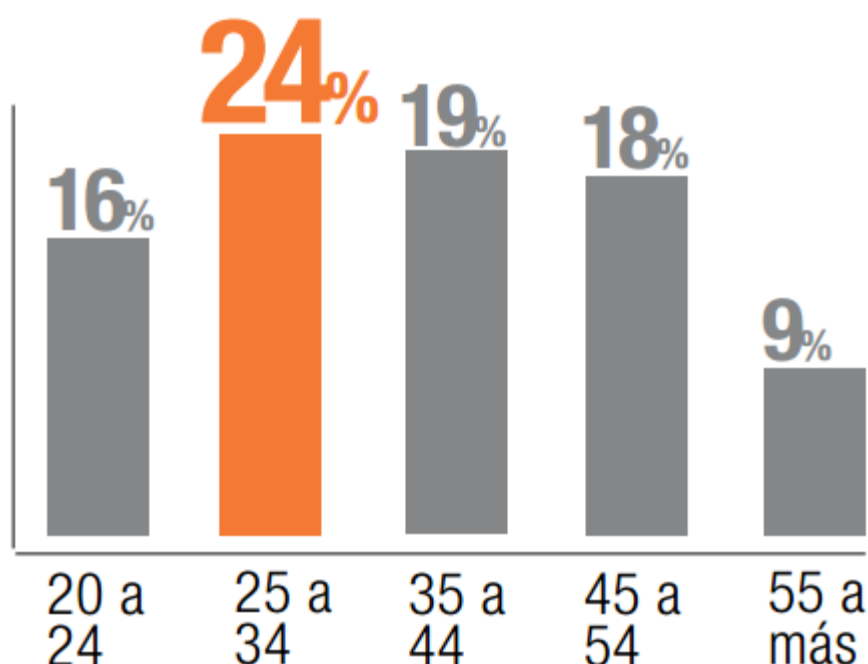
Изначально газета вышла в продажу 14 января 1976 года и была представлена как первый итальянский таблоид, в которых отдельные разделы (например, спорт и бизнес) были намеренно опущены. «La Repubblica» основывалась как «вторая газета страны», которая публикует только основные новости на национальном уровне и обращается к аудитории местной прессы. Ее объем составлял всего 20 полос, а выходила газета ежедневно со вторника по воскресенье.

Кроме особенностей в содержании, «La Repubblica» выделялась и своим негативным отношением к католической церкви, но после вступления в должность папы Франциска критика резко сократилась. Также газета всегда критиковала политиков и партии в особенности их «моральные вопросы». Здесь можно выделить жесткое противостояние с бывшим премьером Италии Сильвио Берлускони, которого авторы издания критиковали за смешение интересов его политической и деловой жизни.

По состоянию на май 2014 тираж газеты около 302 000 экземпляров. Аудитория представлена следующими данными⁸¹:

- соотношение мужчин и женщин в структуре читателей 53% к 47%;
- по уровню дохода 52% читателей газеты относится к среднему и выше среднего финансовому положению;
- по возрастной групп (см. рис. 2.3), большая часть читательской аудитории относится к сегменту от 25 до 34 лет.

Рис 2.3 Структура читателей «La Repubblica» по возрасту



Исходя из указанных выше данных, «La Repubblica» имеет существенную для своей страны аудиторию, занимает свою позицию при освещении вопросов и активно влияет на политическую и общественную жизнь Италии.

Таким образом, все три выбранных издания для анализа имиджа В.В. Путина имеют большой вес в медиа-сегменте своих стран и влияют на формирование общественного мнения.

⁸¹ <https://www.larepubblica.net/userfiles/file/mediakit-2016.pdf>

2.2 Анализ публикаций о В.В. Путине в «Die Welt», «Le Monde» и «La Repubblica»

Объемы информации о России и ее политическом лидере в европейской прессе растут с каждым годом. Этот факт подтверждают и статистика, и многочисленные исследования западных и российских аналитиков, проводимые с 1993 года по настоящее время.

Неоднократно производились попытки и воссоздания медийного образа В.В. Путина в различных изданиях зарубежных СМИ, однако, как уже неоднократно было указано выше, этот феномен подлежит постоянному мониторингу, так как изменяется в зависимости от многих факторов. В первую очередь большое влияние на тональность журналистских материалов оказывает внешняя политика государств и взаимоотношения между Россией и ЕС.

В рамках исследования были выбраны статьи, посвященные В.В.Путину или содержащие упоминание о нем в газетах «Die Welt», «Le Monde» и «La Repubblica» за период с 2014 по конец 2015 года. Данный период отражает очень важный момент в новейшей истории – всего за два года риторика международных отношений России и европейских стран резко обострилась.

Так, еще в 2013 году на международной арене роль нашей страны усиливалась, налаживались экономические и политические связи и, не смотря на критику руководства государства, зарубежом присутствовали как негативные, так и позитивные оценки сотрудничества между нашими странами.

Но 2014 год начался с громких событий на Украине – государственный переворот и ряд тревожащих Россию действий заставили правительство В.В. Путина пойти на нестандартный политический шаг – присоединение Крыма в ходе проведенного там референдума. С точки зрения мировых держав, которые не признали данное действие, были нарушены нормы и территориальные границы Украины. В итоге с марта 2014 года и по настоящее время развивается настоящая информационная война между странами ЕС и Россией, которая, конечно, влияет на её восприятием российского национального лидера, который выступает главной персоной в указанных событиях.

Необходимо отметить, что публикаций о нашей стране в анализируемых изданиях огромное количество (на сайте результаты поиска выдали 8 839 материалов в немецком издании), однако, во-первых, часть материалов имеют повторяющееся содержание – например, события описывались на протяжении нескольких дней, а затем были помещены в обзор и «итоги недели». Во-вторых, множество статей только упоминают российского президента лишь в контексте или как пример, не описывая никоим образом (например, при освещении международных форумов или встреч, говоря лишь о присутствии российского лидера).

Важно отметить, что публикаций в первой половине 2014 года было гораздо больше, чем под конец исследуемого периода, что объясняется началом противостояния и периодом пика противостояния вокруг Украины. К концу изучаемого периода европейская пресса сменила не только частоту упоминаний о В.В. Путине, но и часто были изменены атрибуты имиджа российского президента. Отчасти это связано с тем, что появились более актуальные для Европы проблемы (в частности наплыв беженцев и громкие террористические акты), а также снижением интересов читателей (согласно исследованиям, многие жители западных стран уже «устали» от темы Украины и России и разворачивающегося конфликта).

Чтобы максимально эффективно проанализировать статьи выбранных трех изданий, по мнению автора, должны соблюдаться следующие три условия:

- количество публикаций для анализа из всех трех газет – «Die Welt», «Le Monde» и «La Repubblica» - должно быть одинаковым, что подразумевает одинаковые условия;

- статьи были выбраны в одном промежутке, для чего требуется установить временные рамки наиболее важных событий и частоту упоминаний В.В. Путина в прессе трех стран;

- относительно каждого события также должны быть выбраны равные по численности образцы материалов изданий.

Первоначально, важно указать, что в 2014-2015 годах политическая и международная жизнь были очень насыщены, но на наш взгляд оптимально выделить для анализа следующие события:

- начало конфликта на Украине - февраль 2014 года;
- вступление Крыма в состав РФ - март 2014 года;
- введение санкций против РФ и эмбарго в отношении ЕС - апрель 2014 года;
- крушение Боинга Малазийский авиалиний под Донецком - июнь 2014 года;
- переход ополченцев на Донбассе в наступление на украинских военных - август 2014 года;
- экономический кризис в России (фаза резкого падения рубля) – ноябрь-декабрь 2014;
- подписание Минских договоренностей II по урегулированию событий на Донбассе - февраль 2015;
- конфликт между Россией и Францией вокруг контракта на Мистрали – весна-лето 2015 года;
- усиление терроризма в Сирии - лето 2015 года;
- Генассамблея ООН - сентябрь 2015 года.

В итоге распределение выборки статей актуально произвести на основании важных событий в международных отношениях, начиная с конфликта на Украине и до выступления на конгрессе ООН по Сирии. Такой подход позволяет проследить динамику и изменения подходов к формированию имиджа президента России в европейских изданиях.

В итоге в выборку попали 150 статей - по 50 статей из всех трех изданий – то есть по 5 статей из каждой из трех газет «Die Welt», «Le Monde» и «La Repubblica» на каждое из указанных выше событий. Все собранные материалы в большей мере описывают события в России и мире и формируют имидж В.В. Путина.

В целом можно отметить, что количество публикаций с упоминанием В.В. Путина в зависимости от происходящих событий то резко повышались, то так же резко снижались. Особенно заметен резонанс при анализе материалов по каждому изданию.

2.2.1 «Die Welt»

Владимир Путин является одной из самых заметных и популярных персон среди зарубежных политиков в медиапространстве ФРГ. Регулярно большое количество печатных изданий в различном формате и контексте упоминают личность российского лидера и обращают внимание читателей на проводимую им внешнюю и внутреннюю политику.

Доказательством такой известности может служить и тот факт, что только в печатной версии «Die Welt» присутствует более 266 000 публикаций с упоминанием имени российского президента.

В рамках данного исследования, как уже указывалось выше, в выборку попали 50 статей из публикаций «Die Welt», которые упоминают российского президента, которые были отобраны по периодам. Ниже представлены результаты анализа тональности публикаций о В.В. Путине. Классификация публикаций сформирована на основании эмоционально-окрашенной лексики и ярко выраженной субъективности или предвзятости относительно исследуемого образа. В итоге результаты сформированы в таблицу и отражают количество статей с положительной, нейтральной и отрицательной оценкой действий В. Путина и принятых им решений (см. табл. 2.1).

Как видно из представленных данных, положительных статей в отношении В.В. Путина за исследуемый период нет вообще. А вот отрицательная риторика только нарастала. При этом даже в периоды «тишины», когда на международной арене сохранялось некоторое устойчивое положение, «Die Welt» все равно транслировал отрицательное отношение.

Тональность публикаций «Die Welt»

Период	Отношение		
	Положительное	Нейтральное	Отрицательное
Освещение конфликта на Украине	0	3	2
Вступление Крыма в состав РФ	0	2	3
Введение санкций против РФ и эмбарго в отношении ЕС	0	1	4
Крушение Боинга Малазийский авиалиний	0	0	5
Переход ополченцев на Донбассе в наступление	0	1	4
Экономический кризис в России	0	1	4
Подписание Минских договоренностей II	0	3	2
Конфликт между Россией и Францией	0	3	2
Усиление терроризма в Сирии	0	3	2
Генассамблея ООН	0	2	3

При этом динамика отрицательного отношения не имеет закономерности (см. рис. 2.4) – на протяжении первой половины 2014 года сохранялась высокая неприязнь российского президента и негативизация его имиджа, а с осени 2014 года график демонстрирует снижение и стабильность в освещении имиджа российского президента. Однако при этом содержание самих статей начинает заметно меняться.

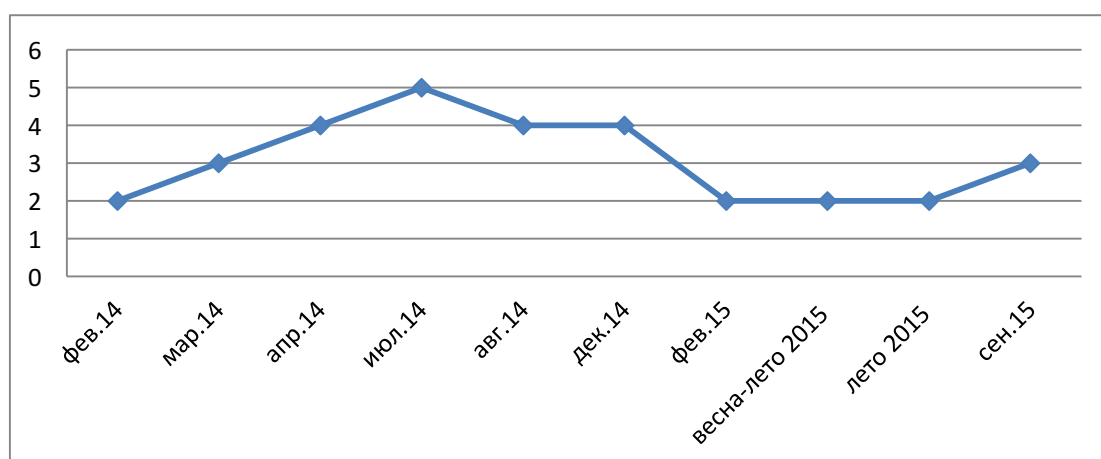


Рис 2.4 Динамика негативного имиджа В.В. Путина в газете «Die Welt»

Приведем динамику и наиболее яркие атрибуты формируемого имиджа В.В. Путина:

Начало кризиса на Украине совпало с проведением в России Зимней Олимпиады-2014 в Сочи, поэтому изначально высказывалась умеренная критика и имидж был неоднозначен: с одной стороны высказывалось нейтральное отношение, но в тоже время уже появились заметки про «авторитарного правителя»⁸² и стремление людей Путина «вбить клин между Евросоюзом и США в украинском вопросе».⁸³

После проведения референдума в Крыму и принятии его в состав России, в немецком «Die Welt» стали встречаться более негативные характеристики российского лидера: «новый царь», оказывающий давление на украинское правительство, «некий полковник КГБ, <...> сидящий в Кремле, не может смириться с тем, что времена колонизации остались в прошлом»,⁸⁴ «любит производить сильное впечатление» за счет показательных действий и «хочет изменить историю».⁸⁵

При этом используются форматы построения фразы, которые абсолютно не подкреплены никакими фактами или хотя бы цитатами – журналист «Die Welt» пишет, что российский президент якобы использует фразу - «Если вы присоединитесь к моей новой империи, то останетесь у власти».⁸⁶ Подобное освещение имиджа В.В. Путина демонстрирует явную предвзятость.

Процесс введения санкций против РФ и ответного продуктового эмбарго уже в отношении ЕС был слабо освещен с точки зрения динамики событий. Лишь

⁸² Clement V.W., Steininger A. Chance zum Neubeginn?// URL:

http://www.welt.de/print/die_welt/debatte/article124834162/Chance-zum-Neubeginn.html (дата обращения: 25.04.2016)

⁸³ Stürmer M. Moskau wird unter keinen Umständen nachgeben// URL:

<http://www.welt.de/debatte/kommentare/article125015042/Moskau-wird-unter-keinen-Umstaenden-nachgeben.html> (дата обращения: 25.04.2016)

⁸⁴ Gnauck G. Eine einzige Folge von Hunger, Gewalt, Invasionen// URL:

<http://www.welt.de/geschichte/article125444093/Eine-einzige-Folge-von-Hunger-Gewalt-Invasionen.html> (дата обращения: 25.04.2016)

⁸⁵ Seewald B. Darum hängen die Russen an der ukrainischen Krim// URL:

<http://www.welt.de/geschichte/article125245826/Darum-haengen-die-Russen-an-der-ukrainischen-Krim.html> (дата обращения: 25.04.2016)

⁸⁶ Gnauck G. Eine einzige Folge von Hunger, Gewalt, Invasionen// URL:

<http://www.welt.de/geschichte/article125444093/Eine-einzige-Folge-von-Hunger-Gewalt-Invasionen.html> (дата обращения: 25.04.2016)

к концу периода стали появляться статьи, говорящие об «экономической петле" на шее России» из-за необдуманных действий именно российского лидера⁸⁷ (то есть вся вина возложена на одного человека).

Продолжались публикации о «захвате Путиным Крыма»,⁸⁸ киевском Майдане как «кошмаре российского президента»,⁸⁹ «якобы демократическом референдуме в Крыму».⁹⁰ Появились и более негативные признаки демонизации имиджа В.В. Путина – например, его стали сравнивать с Гитлером (заголовок статьи - «Что верно в сравнении Путина с Гитлером»),⁹¹ обвинять в ограничении «свободы и создании молодежных организаций "на ручном управлении», использовании патриотических настроений для «закручивания гаек» и «криминализации публичного выражения критики».⁹² Не менее яркими и частыми стали и упреки в проведении преступной политики, «противоречащей международному праву»,⁹³ агрессии и неожиданности поведения («какие еще «сюрпризы» им приготовил российский президент»⁹⁴).

Таким образом, в этот период уже сформировался негативный имидж В.В. Путина как авторитарного правителя, ограничивающего все свободы в своей стране и действующего непредсказуемо и преступно.

⁸⁷ Jost S., Zschäpitz H. Wie Russland finanziell zurückschlagen kann // URL: <http://www.welt.de/wirtschaft/article127339401/Wie-Russland-finanziell-zurueckschlagen-kann.html>(дата обращения: 25.04.2016)

⁸⁸ Greiner B. Warum die Krim-Krise kein Kalter Krieg ist// URL: <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article126755595/Warum-die-Krim-Krise-kein-Kalter-Krieg-ist.html>(дата обращения: 25.04.2016)

⁸⁹ Smirnova J. Putins Russland ist auf dem Weg in den Polizeistaat// URL: <http://www.welt.de/politik/ausland/article126678750/Putins-Russland-ist-auf-dem-Weg-in-den-Polizeistaat.html>(дата обращения: 25.04.2016)

⁹⁰ Kellerhoff S.F. Was an Schäubles Putin-Hitler-Vergleich stimmt// URL: <http://www.welt.de/geschichte/article126439623/Was-an-Schaeubles-Putin-Hitler-Vergleich-stimmt.html>(дата обращения: 25.04.2016)

⁹¹ Kellerhoff S.F. Was an Schäubles Putin-Hitler-Vergleich stimmt// URL: <http://www.welt.de/geschichte/article126439623/Was-an-Schaeubles-Putin-Hitler-Vergleich-stimmt.html>(дата обращения: 25.04.2016)

⁹² Smirnova J. Putins Russland ist auf dem Weg in den Polizeistaat// URL: <http://www.welt.de/politik/ausland/article126678750/Putins-Russland-ist-auf-dem-Weg-in-den-Polizeistaat.html>(дата обращения: 25.04.2016)

⁹³ Kellerhoff S.F. Was an Schäubles Putin-Hitler-Vergleich stimmt// URL: <http://www.welt.de/geschichte/article126439623/Was-an-Schaeubles-Putin-Hitler-Vergleich-stimmt.html>(дата обращения: 25.04.2016)

⁹⁴ Schiltz C.B. Putins Aggression stellt Nato auf die Probet// URL: <http://www.welt.de/126416307>(дата обращения: 25.04.2016)

После трагического крушение самолета Малазийских авиалиний под Донецком в июле 2014 года мировая пресса отреагировала почти мгновенно – еще до публикации экспертных мнений и описания событий с места трагедии, половина журналистов успела обвинить в этом Россию и лично В.В. Путина. При этом никаких сколько-либо имеющих под собой доказательную основу фактов приведено не было. С этого момента можно считать вступлением информационной войны в новую, наиболее активную стадию.

При этом, «Die Welt», несмотря на статус качественного издания, также использовал безосновательные обвинения: так, в одной из статей было использовано интервью малоизвестного в России политика, который сказал, что он считает падение Боинга делом рук ополченцев Донбасса под прикрытием российского президента. И, хотя, было указано, что это личное мнение депутата, все остальные рассуждения подавались как не подлежащие сомнению, а среди причин указывались такие причины как: «Путин будет продолжать накалять ситуацию», «своим конфронтационным курсом Путин хочет отвлечь население от его поражения в Киеве, где ему не удалось удержать Януковича в президентском кресле», Путину для удержания власти необходим имидж «непобедимого».⁹⁵

Продолжается сохранение негативной риторики и привязывание имиджа российского президента к событиям в Крыму. Впервые появляется тема массового оттока элиты и интеллигенции из «обреченной страны» - «вследствие присоединения Крыма к России широкие слои российского населения поддерживают Владимира Путина. Однако российская элита, кажется, думает по-другому: многие ее представители уезжают за границу - и делают это как можно скорее».⁹⁶ Активно начинает формироваться и имидж В.В. Путина как

⁹⁵ Mülherr S., Pylypchuk I. "Putin realisiert, dass er die Falschen bewaffnete"// URL:<http://www.welt.de/politik/ausland/article130579514/Putin-realisiert-dass-er-die-Falschen-bewaffnete.html> (дата обращения: 25.04.2016)

⁹⁶ Ohanian M. Russlands Elite will das Land in Scharen verlassen// URL:<http://www.welt.de/wirtschaft/article130633323/Russlands-Elite-will-das-Land-in-Scharen-verlassen.html> (дата обращения: 25.04.2016)

разрушителя стабильности – «паника царит и в деловом мире», «многие российские миллиардеры находятся в состоянии паники».⁹⁷

Сохраняется атрибут авторитарного, не терпящего оппозицию властителя – «никто не рискует открыто критиковать политику Путина». Другой же журналист и вовсе утверждает, что «российский лидер не обращал внимания на действующие законы и протесты западных стран» уже в 2008 году и стал в России «царем-абсолютистом который не гнушается использовать силу и замалчивает ее применение с помощью хитрой пропаганды, а также искажает факты как ему угодно».⁹⁸ Такие характеристики как «царь», «монарх», «самодержавец», «авторитарный политик», «империалист» и вообще «политик не европейского типа»⁹⁹ - все эти атрибуты все чаще возникают «Die Welt» в отношении В.В. Путина.

Как видно, динамика имиджа российского президента указывает на все большее демонизацию образа, приписывание и углублению все больших пороков и недостатков.

Развитие экономического кризиса и резкий обвал российской валюты осенью-зимой 2014 года всколыхнули восторженные публикации о высокой «эффективности санкций» и ответственности лично В.В. Путина во всех финансовых проблемах. При этом, исправить положение российский лидер мог бы очень «просто» - «может незамедлительно прекратить военные действия на Украине, если прекратит поддержку незаконных узурпаторов и заставит их соблюдать перемирие».¹⁰⁰ В том, что Россия поддерживает мятеж на Востоке Украины у журналистов нет никаких сомнений («Путин вновь сказал, что украинский кризис следует разрешать мирными средствами. Как будто Россия с

⁹⁷ Ohanian M. Russlands Elite will das Land in Scharen verlassen// URL:<http://www.welt.de/wirtschaft/article130633323/Russlands-Elite-will-das-Land-in-Scharen-verlassen.html> (дата обращения: 25.04.2016)

⁹⁸ Schuster J. Wladimir Putin pfeift auf Michail Chodorkowski// URL: <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article130649094/Wladimir-Putin-pfeift-auf-Michail-Chodorkowski.html> (дата обращения: 25.04.2016)

⁹⁹ Michnik A. Gespräche mit Putin sind reine Zeitverschwendung// URL: <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article130614293/Gespraechе-mit-Putin-sind-reine-Zeitverschwendung.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹⁰⁰ Herzinger R. Was Putin mit einem Einmarsch riskieren würde// URL: <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article131070164/Was-Putin-mit-einem-Einmarsch-riskieren-wuerde.html> (дата обращения: 25.04.2016)

марта не поддерживает сепаратистов на востоке Украины оружием и людьми»¹⁰¹). Впрочем отсутствуют и доказательства – все статьи основываются на полной уверенности в достоверности общего мнения политической элиты Германии, которую транслируют по всем СМИ.

Описывая «ужасы нищающей страны», также используется метод противопоставления. В. Путин, по мнению журналистов «Die Welt», несмотря на сложности, не испытывает необходимости изменять внешнюю политику и выглядит «рассудительным и циничным».¹⁰² Такой прием противопоставляет проблему в стране и действия президента, формируя впечатление полного безразличия и непоколебимости к проблемам народа. Для Европы такое поведение политика недопустимо, поэтому такие публикации еще больше укрепляют представления о негативном «тиране». Кроме того, он еще и «снимает с себя ответственность за кризис на Украине» и сваливает «вину на США», что представляется немислимым по мнению автора журналистского текста. В конце статьи отмечается, что причина России состоит в том, что «Путин демонстрирует мировоззрение политика, травмированного развалом Советского Союза».

Конец противостояния на Украине изображается как «поражение для Путина»,¹⁰³ а главная проблема во всех возникших проблемах «не "идеологический конфликт, а экспансионизм Владимира Путина».¹⁰⁴

Примечательно, что в этот период немецкие журналисты выражали полную уверенность в том, что «российские войска все же войдут на Украину. И произойдет это под видом якобы миротворческой или гуманитарной миссии

¹⁰¹ Pylypchuk I. Wladimir Putin bleibt bei seiner Symbolpolitik// URL: <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article131625444/Wladimir-Putin-bleibt-bei-seiner-Symbolpolitik.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹⁰² Smirnova J. Wladimir Putins verklärte Sicht auf die Welt// URL: <http://www.welt.de/politik/ausland/article129679306/Wladimir-Putins-verklaerte-Sicht-auf-die-Welt.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹⁰³ Pylypchuk I. Wladimir Putin bleibt bei seiner Symbolpolitik// URL: <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article131625444/Wladimir-Putin-bleibt-bei-seiner-Symbolpolitik.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹⁰⁴ Ettel A., Zschäpitz H. Nobelpreisträger befürchten neuen Kalten Krieg// URL: <http://www.welt.de/wirtschaft/article131378679/Nobelpreistraeger-befuerchten-neuen-Kalten-Krieg.html> (дата обращения: 25.04.2016)

Москвы».¹⁰⁵ А стремление «Путина к разрешению» уже угрожает не только Украине, но спокойствию Европы.¹⁰⁶ Таким образом, к прошлым негативным стереотипам, которые продолжают использоваться («офицер КГБ»,¹⁰⁷ который «использует «отвратительную пропаганду» и «злоупотребляет судами, чтобы посадить за решетку своих противников»)¹⁰⁸ прибавляется новый – угрозы Евросоюзу.

После подписания вторых Минских договоренностей по вопросу урегулирования конфликта на Донбассе, публикаций по данной теме было не много. Но имидж российского президента, формируемый «Die Welt», не становится менее агрессивным и угрожающим («Российский президент продолжает скрытую агрессию на Украине», «Путин в самый разгар Олимпиады начал полускрытую военную интервенцию в Украине»,¹⁰⁹ автократат, который «не особо церемонится со своими противниками, которых он покупает, ограничивает в действиях или же попросту арестовывает»,¹¹⁰ «хозяин Кремля»,¹¹¹ сохраняет «только видимость»¹¹²).

В начале 2015 года продолжают публикации статей с указанием экономической нестабильности России и указание на эффективность санкций. Однако в этот период, само количество публикаций о нашей стране и ее

¹⁰⁵ Herzinger R. Was Putin mit einem Einmarsch riskieren würde// URL: <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article131070164/Was-Putin-mit-einem-Einmarsch-riskieren-wuerde.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹⁰⁶ Pylypchuk I. So funktioniert Putins lupenreine Demokatur// URL: <http://www.welt.de/kultur/literarischewelt/article131317035/So-funktioniert-Putins-lupenreine-Demokatur.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹⁰⁷ Smirnova J. Wo junge Russen Patriotismus mit der AK-47 lernen// URL: <http://www.welt.de/politik/ausland/article131058670/Wo-junge-Russen-Patriotismus-mit-der-AK-47-lernen.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹⁰⁸ Pylypchuk I. So funktioniert Putins lupenreine Demokatur// URL: <http://www.welt.de/kultur/literarischewelt/article131317035/So-funktioniert-Putins-lupenreine-Demokatur.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹⁰⁹ Nye J.S. Putins Russland ist überhaupt nicht sexy// URL: <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article135880512/Putin-verliert-die-letzte-Soft-Power-die-er-besass.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹¹⁰ ¹¹⁰ Blaschke S. Die gefährliche Verbindung gedemütigter Staatsmänner// URL: <http://www.welt.de/politik/ausland/article135414251/Das-gefaehrliche-Buendnis-gedemuertigter-Staatsmaenner.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹¹¹ Stürmer M. Wankt Russland, wird Putin noch gefährlicher// URL: <http://www.welt.de/debatte/kolumnen/Weltlage/article135453136/Wankt-Russland-wird-Putin-noch-gefaehrlicher.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹¹² Steiner E. Putins Gelassenheit beim Öl ist nur Fassade// URL: <http://www.welt.de/wirtschaft/article134762981/Putins-Gelassenheit-beim-Oel-ist-nur-Fassade.html> (дата обращения: 25.04.2016)

президенте заметно снижается, уступая медийное пространство более актуальным для Европы проблемам.

В немецкой прессе в период конфликта между Россией и Францией вокруг контракта на Мистрали, публикаций на данную тему практически не было. А обнаруженные статьи «Die Welt» не касались лично В.В. Путина и не упоминали его. Согласно выше приведённому графику, этот период характеризуется снижением негативного отношения к российскому президенту.

Среди образов при описании действий В.В. Путина продолжают использоваться:

- офицер КГБ;¹¹³
- непредсказуемый политик («Путин непредсказуем»), который хочет выглядеть «победителем» и продемонстрировать «всему миру, насколько он могущественен»;¹¹⁴
- автократ;
- имеет притязания на роль одного из лидеров в мире;¹¹⁵
- стремится вновь сделать «Россию – империей».¹¹⁶

Примечательная новая тенденция в немецком издании – появляются статьи о том, что «не только Путин виноват», но и «Украина несет на себе часть вины за свое горе».¹¹⁷ Хотя и в такой интерпретации, имеются оговорки - «рану, которую нанес Украине Путин на востоке, невозможно вылечить в короткие сроки, говорится в статье».

¹¹³ Eigendorf J., Renz M. Warum wir Wladimir Putin besser verstehen müssen// URL: <http://www.welt.de/politik/ausland/article137476705/Warum-wir-Wladimir-Putin-besser-verstehen-muessen.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹¹⁴ Eigendorf J., Renz M. Warum wir Wladimir Putin besser verstehen müssen// URL: <http://www.welt.de/politik/ausland/article137476705/Warum-wir-Wladimir-Putin-besser-verstehen-muessen.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹¹⁵ Stürmer M. Man muss Putin mit Wandel und Handel ködern// URL: <http://www.welt.de/debatte/kolumnen/Weltlage/article137323242/Man-muss-Putin-mit-Wandel-und-Handel-koedern.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹¹⁶ Stürmer M. Man muss Putin mit Wandel und Handel ködern// URL: <http://www.welt.de/debatte/kolumnen/Weltlage/article137323242/Man-muss-Putin-mit-Wandel-und-Handel-koedern.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹¹⁷ Schmid T. Die Ukraine hat eine Mitschuld an ihrer Misere// URL: <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article137676075/Die-Ukraine-hat-eine-Mitschuld-an-ihrer-Misere.html> (дата обращения: 25.04.2016)

Появляется и риторика, относительно которой требуется понимать и изучать Путина («Почему нам необходимо лучше понимать Путина»)¹¹⁸ или налаживать отношения («Путина нужно приманивать изменениями и торговлей»)¹¹⁹ Высказывается и нежелание конфронтации, но в странной форме («Мы не хотим ставить Россию на колени», но хотим «усилить давление на Путина»)¹²⁰

После того, как летом 2015 года резко обострилась как ситуация с беженцами в Европе, а также усилились проявления терроризма в Сирии, публикаций о России и украинском кризисе стало намного меньше. Об этом говорили даже сами журналисты – «Украина «исчезла» из броских заголовков СМИ».¹²¹ Указываются и причины – «В центре внимания <...> должен быть, на самом деле, кризис на Украине. Однако <...> добавилась еще одна неприятная тема – беженцы».¹²²

Однако, несмотря на внутренние проблемы в Германии, в отношении России даже в небольшом количестве материалов (по сравнению с предыдущим периодом) все еще указывается, что лидер России стремится угрожать Европе («Путин намного опаснее, чем полагают на Западе»,¹²³ «Путин по большей части воспринимает Европейский союз как немецкий проект. И он видит, что Берлин не

¹¹⁸ Eigendorf J., Renz M. Warum wir Wladimir Putin besser verstehen müssen// URL: <http://www.welt.de/politik/ausland/article137476705/Warum-wir-Wladimir-Putin-besser-verstehen-muessen.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹¹⁹ Stürmer M. Man muss Putin mit Wandel und Handel ködern// URL: <http://www.welt.de/debatte/kolumnen/Weltlage/article137323242/Man-muss-Putin-mit-Wandel-und-Handel-koedern.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹²⁰ Düringer C. "Wir wollen Russland nicht in die Knie zwingen"// URL: <http://www.welt.de/vermischtes/article137169272/Wir-wollen-Russland-nicht-in-die-Knie-zwingen.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹²¹ Schlosberg L. Wladimir Putin schafft sich ein Kriegsvolk// <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article137003902/Wladimir-Putin-schafft-sich-ein-Kriegsvolk.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹²² Schiltz C.B. Druck auf Putin// http://www.welt.de/print/welt_kompakt/debatte/article145363129/Druck-auf-Putin.html (дата обращения: 25.04.2016)

¹²³ "Putin wird uns noch sehr lange beschäftigen"// <http://www.welt.de/politik/deutschland/article137536554/Putin-wird-uns-noch-sehr-lange-beschaeftigen.html> (дата обращения: 25.04.2016)

справляется с ним ни финансово, ни политически»¹²⁴). А для удержания своей авторитарной власти борется с оппозицией.¹²⁵

Примечателен тот факт, что если ранее все журналисты газеты пугали население скорым вторжением «Путина на Украину», то теперь пришла транслировалась другая точка зрения – «Путин не решится», «Путину пришлось бы заплатить страшно высокую цену».¹²⁶

Таким образом, сглаживание ситуации вокруг Украины и негативные тенденции в самом ЕС заставили журналистов заметно снизить количество публикаций о российском политическом лидере, но сами стереотипы в его имидже сохраняются.

Генассамблея ООН, которая посвящалась обострению ситуации с террористами ИГИЛ и военным положением в Сирии, была проведена в сентябре 2015 года. Выступления всех ведущих политиков публиковались в газете с достаточным количеством разнообразной аналитики. Однако наибольший интерес вызывает реакция журналистов «Die Welt» на изменившиеся приоритеты.

Так в газете появляются статьи о том, что необходимо снижать градус напряженности в международных отношениях» и немецкий бизнес и политика преследуют такую цель («Политики из немецкой СДПГ хотят отменить санкции против России»¹²⁷). Но указывается и на неприятие такого положения без выполнения минских договоренностей (тут важно отметить, что Россия в указанном договоре не фигурирует вообще, что не мешает европейским политикам «требовать исполнения своих обязательств»).

В мировой политике все страны Евросоюза отметили необходимость обратить повышенное внимание на террористов в Сирии и действовать очень

¹²⁴ Wiegmann J. "Putin sieht, dass Berlin mit Europa überfordert ist"// <http://www.welt.de/politik/ausland/article143053606/Putin-sieht-dass-Berlin-mit-Europa-ueberfordert-ist.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹²⁵ Koch A. Der Kampf der letzten Putin-Gegner// http://www.welt.de/print/die_welt/debatte/article144874343/Der-Kampf-der-letzten-Putin-Gegner.html (дата обращения: 25.04.2016)

¹²⁶ Schiltz C.B. "Putin müsste einen furchtbar hohen Preis zahlen"// <http://www.welt.de/politik/ausland/article142732056/Putin-muesste-einen-furchtbar-hohen-Preis-zahlen.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹²⁷ Kammholz K., Sturm D.F. SPD-Politiker wollen Sanktionen gegen Putin beenden// <http://www.welt.de/politik/deutschland/article146952409/SPD-Politiker-wollen-Sanktionen-gegen-Putin-beenden.html> (дата обращения: 25.04.2016)

жестко в этом направлении. Призывали к необходимости привлечения российской помощи многие ведущие персоны ЕС. Однако, не смотря на это, Путин в исследуемой газете так и остался тираном, который «не может быть партнером Запада», дает ему своим военным вмешательством пощечину,¹²⁸ а в целях преследует не объявленную¹²⁹ борьбу с террористами, а «строить свой протекторат».

Продолжается и описание сложного положения нашей страны из-за необдуманных действий ее правителя - «Россия, кажется, обречена на дальнейшее падение»,¹³⁰ а европейские лидеры должны продолжить «давление на Путина»,¹³¹ так как он «дестабилизировал Украину».

Обобщая итог анализа, можно отметить, что имидж российского президента В.В. Путина в немецкой качественной газете «Die Welt» используется крайне негативный. Среди всех характеристик образа преобладает «авторитетные тиран, попирающий законы международного права и права человека», «агрессор и виновник ситуации вокруг Украины», «угроза европейскому спокойствию». В целом имиджа российского лидера присваиваются те черты, которые в наибольшей степени противоположны ценностям немцев.

Однако, несмотря на негативный образ Владимира Путина в немецких СМИ, что особенно заметно в публикациях последнего года, оценки граждан Германии не столь однозначны. Так, опрос, проведенный изданием Stern, показывает, что¹³² 90 % немцев считают Путина властолюбивым, 84 % умным, 83 % сильным, 80 % холодным или же расчетливым, 75 % опасным, 27 % надежным, 29 % немцев относятся с пониманием к его позиции по Крыму. Можно ли назвать

¹²⁸ Krauel T. Putins Eingreifen ist eine Ohrfeige für den Westen// <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article147067405/Putins-Eingreifen-ist-eine-Ohrfeige-fuer-den-Westen.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹²⁹ Herzinger R. Auf Syriens Trümmern baut Putin sein Protektorat// <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article146276433/Auf-Syriens-Truemmern-baut-Putin-sein-Protektorat.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹³⁰ Nye J.S. Russlands unaufhaltsamer Niedergang// http://www.welt.de/print/die_welt/debatte/article145983621/Russlands-unaufhaltsamer-Niedergang.html (дата обращения: 25.04.2016)

¹³¹ Schiltz C.B. Druck auf Putin// http://www.welt.de/print/welt_kompakt/debatte/article145363129/Druck-auf-Putin.html (дата обращения: 25.04.2016)

¹³² Deutsche halten Putin für "machthungrig" und "gefährlich"// <http://www.stern.de/politik/ausland/stern-umfrage-deutsche-halten-putin-fuer-machthungrigund-gefaehrlich-2095911.html>

представленные качества отрицательными для президента? Отнюдь. Напротив, они демонстрируют образ сильного и независимого главы государства, усиливающего свое влияние на мировой арене.

Проведенный анализ свидетельствует о том, что трансформация образа Владимира Путина осуществляется в немецкой газете «Die Welt» под влиянием политической конъюнктуры на международной арене и далеко не всегда носит независимый и объективный характер. Однако создаваемый средствами массовой информации образ российского президента лишен абсолютной поддержки населения.

2.2.2 «Le Monde»

Французская пресса в ходе разворачивающихся международных событий уделяла большое внимание России, ее роли в международной политике и российскому президенту. Так, поиск материалов с тегом «Путин» за двухлетний период 2015-2015 годов выдает более 4 500 результатов. То есть частота упоминания российского политического лидера достаточно высокая.

К специфике отражения имиджа В.В. Путина в газете «Le Monde» можно отнести повышенный интерес журналистов к вопросу про Мистрالي, так как этот конфликт непосредственно касался взаимоотношений двух стран.

По аналогии с предыдущим изданием в газете «Le Monde» также были отобраны 50 статей, освещающие действия и образ В.В. Путина. Первоначальный анализ тональности публикаций демонстрирует следующие результаты (см. табл. 2.2).

Тональность публикаций «Le Monde»

Период	Отношение		
	Положительное	Нейтральное	Отрицательное
Освещение конфликта на Украине	1	2	2
Вступление Крыма в состав РФ	0	1	4
Введение санкций против РФ и эмбарго в отношении ЕС	0	1	4
Крушение Боинга Малазийский авиалиний	0	2	3
Переход ополченцев на Донбассе в наступление	0	3	2
Экономический кризис в России	1	2	2
Подписание Минских договоренностей II	0	2	3
Конфликт между Россией и Францией	0	3	2
Усиление терроризма в Сирии	0	4	1
Генассамблея ООН	0	2	3

В итоге по результатам анализа таблицы можно отметить, что первой особенностью имиджа В.В. Путина во французском сегменте является наличие положительных характеристик российского лидера. Проанализируем тональность публикаций и основные атрибуты имиджа президента России в «Le Monde» более подробно:

В феврале 2014 года, несмотря на разворачивающиеся события в Украине, французских журналистов более всего привлекала тема Олимпиады в Сочи. Среди эпитетов присутствовали самые разнообразные оценки, но по отношению к В.В. Путину транслировалась позиция, что за счет этого мероприятия он «хотел убедиться в том, что Россия готова простить ему любые капризы», при этом он возвел спортивные объекты, которые «никому не будут нужны».¹³³ Присутствовал и прогремевший скандал о недостроенных зданиях и «показухе».

¹³³ Les caprices de Poutine, par Alexandre Minkine
 // http://www.lemonde.fr/sport/article/2014/02/18/les-caprices-de-poutine-par-alexandre-minkine_4368452_3242.html?xtmc=poutine&xtcr=1 (дата обращения: 25.04.2016)

В тоже время отрицательная динамика также видна – «новый царь»¹³⁴ с «Доктриной Брежнева в голове»,¹³⁵ «гордится своим кагэбэшным и фээсбэшным прошлым»,¹³⁶ а также покрывает проявление «нарушения прав человека, повальную коррупцию» и является «псевдодемократом».¹³⁷

Формируется и образ борца с Европой – «Путин вышел сухим из воды после войны в Грузии, создал таможенный евразийский союз для противоборства с Европейским Союзом, обвел Запад вокруг пальца в Сирии, ловко воспользовался Эдвардом Сноуденом и подорвал попытку Украины подписать соглашение об ассоциации с ЕС. Он делал все это резко, решительно и без малейшего зазрения совести».¹³⁸

Таким образом, даже без входа конфликта на международной арене в горячую фазу, видно, что образ российского президента в французской газете изобилует избитыми штампами и стереотипами.

Вопрос присоединения Крыма к РФ также получил широкое внимание со стороны «Le Monde». Однако, наряду с повальной критикой, были и аналитические материалы о роли России в становлении полуострова и исторические заметки.

Однако наличие аналитики не помешало заявлять о том, что «цель Путина - не Крым, а вся Украина»,¹³⁹ а «аннексия Крыма - это неприятие Путиным мирового порядка».¹⁴⁰ Продолжается углубление образа угрозы Европе –

¹³⁴ Pire c'est, mieux c'est, par Dimitri Bortnikov// URL: http://www.lemonde.fr/sport/article/2014/02/10/pire-c-est-mieux-c-est-par-dimitri-bortnikov_4363250_3242.html (дата обращения: 25.04.2016)

¹³⁵ Moscou dépassé par la crise ukrainienne// URL: http://www.lemonde.fr/europe/article/2014/02/03/moscou-depasse-par-la-crise-ukrainienne_4359117_3214.html (дата обращения: 25.04.2016)

¹³⁶ La Russie, pays des extrêmes, par Mikhaïl Rudy// URL: http://www.lemonde.fr/sport/article/2014/02/13/au-pays-des-extrêmes-par-mikhaïl-rudy_4365459_3242.html?xtmc=routine&xtcr=1 (дата обращения: 25.04.2016)

¹³⁷ L'Ukraine a détruit le mythe de la puissance russe
En savoir plus sur// URL: http://www.lemonde.fr/europe/article/2014/02/26/l-ukraine-a-detruit-le-mythe-de-la-puissance-russe_4373439_3214.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹³⁸ L'Ukraine a détruit le mythe de la puissance russe
En savoir plus sur// URL: http://www.lemonde.fr/europe/article/2014/02/26/l-ukraine-a-detruit-le-mythe-de-la-puissance-russe_4373439_3214.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹³⁹ La crainte de visées russes sur l'Ukraine et la Moldavie// URL: http://www.lemonde.fr/europe/article/2014/03/23/l-ukraine-dit-craindre-une-attaque-russe_4387959_3214.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁴⁰ L'annexion de la Crimée est « le rejet par Poutine de l'ordre international »// URL: http://www.lemonde.fr/europe/article/2014/03/20/l-annexion-de-la-crimee-est-le-rejet-par-poutine-de-l-ordre-international_4386919_3214.html (дата обращения: 25.04.2016)

«Выдающийся тактик Владимир Путин разработал блестящий план»,¹⁴¹ «Путин проверяет, куда бы еще он мог пойти, какими инструментами располагает Европа».¹⁴²

Санкции и введение эмбарго также очень остро обсуждались в медийном пространстве Франции. Связано это было в первую очередь с проблемами реализации продукции и угрозой (в тот период говорили только об угрозе) срыва сделки по Мистралям.

Путин во французской газете по-прежнему «силой захватил территорию»,¹⁴³ выступает против всего мира,¹⁴⁴ полностью контролирует власть и общество в России («Что и как говорить решается в Кремле»)¹⁴⁵ Но появляются и новые черты имиджа В.В. Путина, которые актуальные во всем процессе его демонизации, – формирует свой собственный миф относительно истории («Эго русских и мускулы Путина»),¹⁴⁶ не имеет идеологии и заменяет ее внушением, «находит убежище в военной авантюре».¹⁴⁷ А отдельные журналисты и эксперты приходят к выводу, что вести переговоры с Путиным бесполезно.

Следовательно, имидж российского президента обрастает новыми негативными чертами, а на общество Франции оказывается манипулирующее бездоказательное воздействие.

В трагический период крушения Боинга под Донецком, французские репортеры все еще наряду с этой катастрофой продолжают тему Крыма. Однако отношение к российскому политическому лидеру ухудшается. Ярким

¹⁴¹ Les grains de sable de Poutine// URL: http://www.lemonde.fr/teaser/?connexion&url_zop=http%3a%2f%2fabonnes.lemonde.fr%2feurope%2farticle%2f2014%2f03%2f09%2fles-grains-de-sable-de-poutine_4380075_3214.html (дата обращения: 25.04.2016)

¹⁴² « Si la Russie allait plus loin en Ukraine, cela aurait de graves conséquences »// URL: http://www.lemonde.fr/europe/article/2014/04/08/si-la-russie-allait-plus-loin-en-ukraine-cela-auroit-de-graves-consequences_4397881_3214.html (дата обращения: 25.04.2016)

¹⁴³ La machine à propagande de Vladimir Poutine// URL: 13. http://www.lemonde.fr/europe/article/2014/04/01/la-machine-a-propagande-de-vladimir-poutine_4393428_3214.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁴⁴ « L'Europe doit continuer de dénoncer une attitude inacceptable »// URL: http://www.lemonde.fr/europe/article/2014/03/05/l-europe-doit-continuer-de-denoncer-une-attitude-inacceptable_4377819_3214.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁴⁵ L'ego des Russes, les abdos de Poutine// URL: 13. http://www.lemonde.fr/idees/article/2014/04/17/l-ego-des-russes-les-abdos-de-poutine_4403196_3232.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁴⁶ L'offensive de la Russie à l'extérieur contraste avec la santé de son économie// URL: http://www.lemonde.fr/europe/article/2014/04/13/la-russie-une-economie-au-point-mort_4400474_3214.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁴⁷ Une Russie de moins en moins démocrate// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2014/07/21/une-russie-de-moins-en-moins-democrate_4460576_3232.html(дата обращения: 25.04.2016)

подтверждением может служить появление сравнения В.В. Путина и Сталина,¹⁴⁸ использование выражения «Путинская Россия» в негативном контексте о главе государства («любовь к новой путинской России покупается за деньги»)¹⁴⁹ обвинения в империализме.¹⁵⁰

Образ угрозы Европы также представляет актуальность: российский президент выставляется «лидером группы, которая представляет собой угрозу для демократии по всей Европе, на самом деле он возглавляет не возрожденную Россию, а ослабевшую нацию».¹⁵¹

Наступление ополченцев Донбасса почти не упоминалось в «Le Monde», но в этот временной отрезок общая негативная риторика формирования отрицательного имиджа В.В. Путина проявляется еще ярче. Так, российский политик «окружает себя силовиками»,¹⁵² ведет «двойную игру на Украине»¹⁵³ и демонстративно игнорирует санкции. Более того, журналисты высказываются, что «Санкции против Москвы только усиливают путинскую систему».¹⁵⁴ В этой фразе прослеживаются первые пробные заявления о необходимости снять бесполезные ограничения. Но в целом имидж президента РФ в исследуемом качественном издании описывается преимущественно с негативной коннотацией.

Фаза экономического кризиса в России, вызванная обострением резкого спада национальной валюты», во французской газете «Le Monde» почти не нашла отражения. Скорее всего это было связано с собственными проблемами Франции в этот период, потому что именно осенью 2014 года начались более интенсивные

¹⁴⁸ Une Russie de moins en moins démocrate// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2014/07/21/une-russie-de-moins-en-moins-democrate_4460576_3232.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁴⁹ Souverainistes, vous n'avez aucune raison de soutenir l'impérialisme russe// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2014/06/25/souverainistes-vous-n-avez-aucune-raison-de-soutenir-l-imperialisme-russe_4444509_3232.html?xtmc=poutine&xtcr=11(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁵⁰ Souverainistes, vous n'avez aucune raison de soutenir l'impérialisme russe// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2014/06/25/souverainistes-vous-n-avez-aucune-raison-de-soutenir-l-imperialisme-russe_4444509_3232.html?xtmc=poutine&xtcr=11(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁵¹ Les sanctions contre Moscou ne font que renforcer le système Poutine// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2014/08/14/les-sanctions-contre-moscou-ne-font-que-renforcer-le-systeme-poutine_4471446_3232.html?xtmc=russie&xtcr=3(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁵²
¹⁵³ Les sanctions contre Moscou ne font que renforcer le système Poutine// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2014/08/14/les-sanctions-contre-moscou-ne-font-que-renforcer-le-systeme-poutine_4471446_3232.html?xtmc=russie&xtcr=3(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁵⁴ Ukraine : l'Europe face au double jeu de Poutine// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2014/08/26/ukraine-l-europe-face-au-double-jeu-de-poutine_4476855_3232.html(дата обращения: 25.04.2016)

высказывания прошив санкций. Например, от хозяина Кремля ждали «прекращения поддержки войны в этой стране» (*имеется в виду Украина – прим. автора*).¹⁵⁵ В целом можно отметить большее нейтральное отображение имиджа В.В. Путина, а внимание к нему заметно снизилось – более часто он упоминался в контексте событий, как важная фигура, но без присвоения каких-либо оценок.

Февраль 2015 года был замечен тем, что были подписаны вторые Минские договоренности и во французском издании почти сразу появились заметки и о «перспективах прогресса» в переговорах с Россией.¹⁵⁶ Российский президент становится, по мнению издания, более уверенным («Владимир Путин решил сделать ставку на внешнюю уверенность»)¹⁵⁷ А другой журналист выпускает статью с громким заголовком «Нет, Владимир Путин не враг Европы!»,¹⁵⁸ в которой говорит о необходимости менять стратегию международного взаимодействия, и отмечает положительные качества политика.

Стоит выделить, что французская «Le Monde» часто становится площадкой для публикации статей российской оппозиции, при чем в своем большинстве такие материалы изобилуют негативными эмоциями. В изучаемый период самым ярким таким материалом стало заявление от «Союза русских матерей» (НКО, которое запретили в России) о российских солдатах, которых якобы отправляют силой воевать на Украину. Никаких документов, фото или иных подтверждающих материалов не приводится, но все содержание статьи сводится к очернению В.В. Путина. Ему «не требуется согласие Совета Федерации» в военных решениях (здесь явное противоречие действительности, так как такое разрешение у российского главы было), «никто не знает, куда направляются солдаты, никто не занимается оформлением документов на погибших и раненых», а в целом весь

¹⁵⁵ Осторожные надежды на перемирие// URL: <http://www.inopressa.ru/article/09Dec2014/lemonde/peremirie.html>(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁵⁶ Les capitaux fuient la Russie, Poutine joue la sérénité// URL: http://www.lemonde.fr/economie/article/2014/11/10/les-capitaux-fuient-la-russie-poutine-joue-la-serenite_4521100_3234.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁵⁷ Non, Vladimir Poutine n'est pas l'ennemi de l'Europe// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2014/12/12/non-vladimir-poutine-n-est-pas-l-ennemi-de-l-europe_4539620_3232.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁵⁸ Personne ne sait où les soldats russes sont envoyés// URL:

http://www.lemonde.fr/international/article/2014/12/06/personne-ne-sait-ou-les-soldats-russes-sont-envoyes_4535932_3210.html(дата обращения: 25.04.2016)

процесс является преступлением против народа и международных законов.¹⁵⁹ «Норано или поздно эта история прояснится», резюмирует автор.

Следовательно, можно отметить некоторое смягчение образа российского президента в глазах французских журналистов, но в целом издание публикует самые разнообразные, порой противоречивые материалы по данной теме.

Окончательное разрешение конфликта вокруг Мистралей опять привлекло внимание к России и ее главе. Здесь была избрана стратегия нападения – «Владимир Путин под прицелом у Канберры»,¹⁶⁰ «Оскорбленная душа? Завоеватель»,¹⁶¹ который «нарушает суверенитет и территориальную целостность Украины» и «выбрал путь нарушения международных норм и все более жестких внутренних репрессий».¹⁶² Как видно вновь имидж президента РФ рисуется в негативном ключе.

Примечательно как в одной из статей описывается внешний вид российского политического лидера – «Что скрывается за этим бледным лицом, блеклыми голубыми глазами, широким лбом, за этой манерой поведения, балансирующей между высокомерием и застенчивостью, брутальностью и натянутой вежливостью».¹⁶³ Не очень приятный образ дополняется фразами типа «Путин одержим идеей восстановления пространства» и «отрицание российским лидером западных ценностей».¹⁶⁴

Однако некоторые журналисты продолжают смягчение, оставшееся с предыдущего периода, так Владимир Путин при переговорах «оказался приятным

¹⁵⁹ Personne ne sait où les soldats russes sont envoyés// URL: http://www.lemonde.fr/international/article/2014/12/06/personne-ne-sait-ou-les-soldats-russes-sont-envoyes_4535932_3210.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁶⁰ Vol MH17 : Vladimir Poutine dans le viseur de Canberra// URL: http://www.lemonde.fr/international/article/2014/11/06/vol-mh17-vladimir-poutine-dans-le-viseur-de-canberra_4518918_3210.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁶¹ Une âme blessée ? Un conquérant ? Qui est vraiment Vladimir Poutine// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2015/02/19/une-ame-blessee-un-conquerant-qui-est-vraiment-vladimir-poutine_4579229_3232.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁶² Joe Biden : « C'est à l'Ukraine et à elle seule de décider de sa politique étrangère et de sécurité »// URL: http://www.lemonde.fr/europe/article/2015/02/05/joe-biden-c-est-a-l-ukraine-et-a-elle-seule-de-decider-de-sa-politique-etrangere-et-de-securite_4569953_3214.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁶³ Une âme blessée ? Un conquérant ? Qui est vraiment Vladimir Poutine// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2015/02/19/une-ame-blessee-un-conquerant-qui-est-vraiment-vladimir-poutine_4579229_3232.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁶⁴ Une âme blessée ? Un conquérant ? Qui est vraiment Vladimir Poutine// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2015/02/19/une-ame-blessee-un-conquerant-qui-est-vraiment-vladimir-poutine_4579229_3232.html(дата обращения: 25.04.2016)

собеседником, он никуда не торопился»,¹⁶⁵ а также отличается сентиментальностью.¹⁶⁶

То есть формируемый образ еще базируется на прошлых негативных стереотипах и убеждениях, но появляются и некоторые положительные черты российского лидера.

Усиление терроризма в Сирии и кризис мигрантов для Франции стали очень важными темами, так как она подвергалась терактам из-за своих свободных взглядов со стороны радикальных исламистов, а также приняла большой поток беженцев, исповедующих ислам. Это вызывало в обществе настороженность. Отчасти это провоцирует обращения французских политиков к мировому сообществу с заявлениями о необходимости действий, в том числе и от нашей страны («Россия может помочь Европе в борьбе с терроризмом»¹⁶⁷).

Но в прессе данный период опять отражает повышение градуса неприязни, всплывают старые образцы:

- «нельзя говорить о государстве, остается лишь территория, подвластная вождю»,¹⁶⁸
- бывший сотрудник КГБ,¹⁶⁹
- «русские цепляются за имперскую идею как за спасательный круг»,¹⁷⁰
- Реванш Путина.¹⁷¹

А выходом, по мнению журналистов, из этого положения будет следующее: «Владимир Путин должен перестать погружать свою страну в истерию».¹⁷²

¹⁶⁵ A Moscou, Vladimir Poutine reçoit des sénateurs français pour parler de l'Ukraine// URL: http://www.lemonde.fr/international/article/2015/02/26/a-moscou-vladimir-poutine-recoit-des-senateurs-francais-pour-parler-de-l-ukraine_4584311_3210.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁶⁶ Une âme blessée ? Un conquérant ? Qui est vraiment Vladimir Poutine// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2015/02/19/une-ame-blessee-un-conquerant-qui-est-vraiment-vladimir-poutine_4579229_3232.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁶⁷ La petite revanche de Vladimir Poutine en Italie// URL: http://www.lemonde.fr/europe/article/2015/06/10/la-petite-revanche-de-vladimir-poutine-en-italie_4651385_3214.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁶⁸ Sans Vladimir Poutine, pas de Russie !// URL: http://www.lemonde.fr/europe/article/2015/04/07/sans-vladimir-poutine-pas-de-russie_4611208_3214.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁶⁹ Sans Vladimir Poutine, pas de Russie !// URL: http://www.lemonde.fr/europe/article/2015/04/07/sans-vladimir-poutine-pas-de-russie_4611208_3214.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁷⁰ Vladimir Poutine doit cesser de plonger son pays dans l'hystérie// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2015/08/28/vladimir-poutine-doit-cesser-de-plonger-son-pays-dans-l-hysterie_4739401_3232.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁷¹ La petite revanche de Vladimir Poutine en Italie// URL: http://www.lemonde.fr/europe/article/2015/06/10/la-petite-revanche-de-vladimir-poutine-en-italie_4651385_3214.html(дата обращения: 25.04.2016)

Последний период перед Генассамблеей в ООН даже не нужно выделять в отдельный пункт исследования, так как по градусу накала и тональности публикации «Le Monde» почти повторяют предыдущий. Так, негатив продолжается в русле обвинения российского политического лидера («Русские несут моральную ответственность за преступления режима»),¹⁷³ но эти обвинения касаются уже не только Украины, но и Сирии. Так, теперь действия политика в Сирии, говорят о том, что «Путин жаждет могущества, хочет на равных вести дела с Соединенными Штатами, утереть нос европейцам и быть ведущим игроком на Ближнем Востоке, как в советские времена».¹⁷⁴

В исследуемом издании начался новый виток очернения В.В. Путина:

- «пришло время для перемен во французской стратегической мысли о России»,¹⁷⁵
- «пора менять дискуссию о России»,¹⁷⁶
- «никакое урегулирование не может обойтись без участия Москвы»,¹⁷⁷
- «настало время модернизировать французскую школу стратегического видения России».¹⁷⁸

Таким образом, обобщая данные исследования, можно сказать, что имидж В.В. Путина во французский прессе не однозначен. Так, часто используются устаревшие стереотипы и негативные оценки на основании заявления российской оппозиции, но при этом существует и альтернативная версия. В ней российский

¹⁷² Vladimir Poutine doit cesser de plonger son pays dans l'hystérie// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2015/08/28/vladimir-poutine-doit-cesser-de-plonger-son-pays-dans-l-hysterie_4739401_3232.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁷³ Syrie : « Les Russes ont une responsabilité morale dans les crimes du régime »// URL: http://www.lemonde.fr/proche-orient/article/2015/09/25/les-russes-ont-une-responsabilite-morale-dans-les-crimes-du-regime_4771461_3218.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁷⁴ Ce que veut Poutine// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2015/09/26/ce-que-veut-poutine_4772776_3232.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁷⁵ Il est temps de refonder une école française de pensée stratégique sur la Russie// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2015/06/02/il-est-temps-de-refonder-une-ecole-francaise-de-pensee-strategique-sur-la-russie_4645747_3232.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁷⁶ Il est temps de refonder une école française de pensée stratégique sur la Russie// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2015/06/02/il-est-temps-de-refonder-une-ecole-francaise-de-pensee-strategique-sur-la-russie_4645747_3232.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁷⁷ Ce que veut Poutine// URL: http://www.lemonde.fr/idees/article/2015/09/26/ce-que-veut-poutine_4772776_3232.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁷⁸ Letta difende la scelta di andare a Sochi: "Mi batterò per diritti dei gay e candidatura di Roma"// URL: http://www.repubblica.it/speciali/olimpiadi/sochi2014/2014/02/03/news/letta_difende_la_scelta_di_andare_a_sochi_difender_i_diritti_dei_gay-77591109/?ref=HRER2-1(дата обращения: 25.04.2016)

президент показан как сильный лидер, который отстаивает интересы своей страны, и с которым можно и нужно договариваться.

2.2.3 «La Repubblica»

Итальянская политика всегда бала менее жёсткой в отношении России, чем демонстрируют лидеры Франции и ФРГ. Связано это и с большой степенью проникновения в бизнесе, и высоким культурным обменом, и большим количеством российских туристов в Италии. Вследствие этого, общая риторика при формировании имиджа В.В. Путина будет более благосклонной.

На сайте газеты «La Repubblica» за два исследуемых года имеется более 3 446 публикаций с упоминанием российского президента. Тональность же статей за период 2014-2015 годы представлены ниже (см. табл. 2.3).

Итоги анализа по периодам открывают следующую специфику освещения имиджа В.В. Путина:

В период февраля 2014 года наибольшее внимание итальянской газеты приковала Зимняя Олимпиада и скандал, который касался якобы притеснения прав сексуальных меньшинств в России (в Италии была собрана инициативная группа, которая требовала игнорировать спортивные состязания из-за этого, и правительство было вынуждено оправдываться).¹⁷⁹ Поэтому в отношении российского политического лидера критика касалась лишь сферы законодательства, а само количество упоминаний было в основном в контексте спортивных мероприятий.

¹⁷⁹ Letta difende la scelta di andare a Sochi: "Mi batterò per diritti dei gay e candidatura di Roma"// URL: http://www.repubblica.it/speciali/olimpiadi/sochi2014/2014/02/03/news/letta_difende_la_scelta_di_andare_a_sochi_difender_i_diritti_dei_gay-77591109/?ref=HRER2-1(дата обращения: 25.04.2016)

Тональность публикаций «La Repubblica»

Период	Отношение		
	Положительное	Нейтральное	Отрицательное
Освещение конфликта на Украине	0	4	1
Вступление Крыма в состав РФ	0	3	2
Введение санкций против РФ и эмбарго в отношении ЕС	0	1	4
Крушение Боинга Малазийский авиалиний	0	2	3
Переход ополченцев на Донбассе в наступление	1	3	2
Экономический кризис в России	1	3	1
Подписание Минских договоренностей II	0	1	4
Конфликт между Россией и Францией	1	2	3
Усиление терроризма в Сирии			
Генассамблея ООН			

Присоединение Крыма вызвало в политической элите страны раскол, который объяснялся с одной стороны нежеланием портить отношения с Россией, а с другой – необходимостью поддерживать политику ЕС. Вследствие этого, в статьях «La Repubblica» стала появляться критика и обвинения в адрес авторитарности В.В. Путина, который выставляется «маленьким человеком» с «комплексом Наполеона».¹⁸⁰ Было представлено и мнение эксперта – политолога Т. Кузио, что «российский президент утратил контакт с реальностью», а его имидж разрушен.¹⁸¹

Стоит отметить, что издание проводило освещение событий в Крыму: были высказаны прогнозы экспертов о положительных итогах референдума,

¹⁸⁰ La nipote di Nikita Krusciov "Putin è un piccolo Napoleone"// URL: http://www.repubblica.it/esteri/2014/03/10/news/la_nipote_di_nikita_krusciov_putin_un_piccolo_napoleone-80689845/(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁸¹ http://repubblica.extra.kataweb.it/edicola/repubblica/Edizione_Giornaliera/scelta_web.html

анализировались причины и последствия, представлялись аргументы.¹⁸² А имя российского президента чаще упоминалось в контексте событий.

Введение санкций против России итальянское правительство приняло не очень положительно, а бизнесмены Италии опасались обрыва коммерческих связей с нашей страной. Однако общее европейское мнение относительно событий также оказало влияние. В итоге, публикации «La Repubblica» выражали следующее отношение к В.В. Путину:

- «Путин идет на завоевание Востока»;¹⁸³
- «цели путина - нейтрализовать Киев внутри федеративного государства»;
- «Путин говорит как враг»;¹⁸⁴
- «Путин - это угроза».¹⁸⁵

Таким образом, в итальянской газете «La Repubblica» с апреля 2014 года также начинает формироваться отрицательный имидж российского президента, воплощающий такие стереотипные образы, как «угроза миру», «тиран» и «империалист».

Июль 2014 года был омрачен трагедией не только в отношении малазийского Боинга, но и в московском метро. Об это написали журналисты «La Repubblica», отметив, однако, что это было «закономерно» и обвинив в этом власти.¹⁸⁶

Имидж же российского президента в данном издании в этот период опять формируется в негативном ключе: «Европа, осторожно! Путин болен прошлым», «Путин пришел из КГБ», «Путин ведет антифашистскую пропаганду, но его ценности характерны для крайне правых. Он повсюду видит врагов, потому что

¹⁸² La Crimea chiede l'annessione alla Russia. Prime sanzioni da Ue e Usa// URL: http://www.repubblica.it/esteri/2014/03/17/news/crimea_96_6_dice_s_a_indipendenza_e_mosca_fa_i_primi_passi_per_la_sua_adesione-81179445/?ref=HRER3-1(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁸³ Ломбардоцци Н. Украина, бесконечный раскол. Путин идет на завоевание Востока// URL: <http://www.inopressa.ru/article/08Apr2014/repubblica/ukr5.html1>(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁸⁴ Расмуссен А.Ф. Мир в опасности. Путин говорит как враг// URL: http://www.inopressa.ru/article/14Apr2014/repubblica/ukr_nato1.html(дата обращения: 25.04.2016)»

¹⁸⁵ Пьетро Дель Ре "Путин - это угроза, нам надо вооружить добровольцев, чтобы защитить страну"// URL: <http://www.inopressa.ru/article/23Apr2014/repubblica/Chernovol.html>(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁸⁶ Ломбардоцци Н. Трагедия в московском метро: "Этого следовало ожидать"// URL: <http://www.inopressa.ru/article/16Jul2014/repubblica/metro2.html>(дата обращения: 25.04.2016)

каждый диктатор нуждается во врагах»,¹⁸⁷ в России наблюдается «пропаганда, цензура и оголтелый патриотизм Путина».¹⁸⁸ То есть продолжается углубляться образ российского президента – «угрозы миру», но добавляются и иные стереотипы.

Конец лета 2014 года в «La Repubblica» не был связан с войной на Востоке Украины, в этот момент Италию беспокоили собственные проблемы из-за эмбарго России. Поэтому в статьях газеты видно резкое изменение риторики. Так, указывалось, что «чужая война ведет нас к краху»,¹⁸⁹ а российский президент действует по своему разумению вне санкций. Другой журналист также отмечал, что европейские санкции бесполезны и лишь «сплочают российский народ вокруг президента», а значит Италии «напротив, следует протянуть руку Путину».¹⁹⁰ То есть имидж российской политического лидера в итальянской газете становится более нейтральным.

К особенностям освещения новостей в итальянской «La Repubblica» можно отнести тот факт, что между освещением мировых новостей и внутригосударственных проблем, приоритет отдавался последним. В период ноябрь-декабрь 2014 года многие европейские СМИ рассуждали о «падении России». А вот журналистов в «La Repubblica» привлекали иные темы, в частности проблемы проекта «Южный поток», который из-за международных разногласий и экономического кризиса в нашей стране, также оказался под угрозой. Италия была заинтересована в проекте, а ее компании должны были получить прибыль, поэтому и статей с упоминанием В.В. Путина в контексте именно этой проблемы

¹⁸⁷ Байяни А.Герта Мюллер: "Европа, осторожно! Путин болен прошлым"// URL: <http://www.inopressa.ru/article/11Jul2014/repubblica/gerta.html>(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁸⁸ Ломбардоцци Н. Выставка, посвященная украинскому восстанию: Эрмитаж бросает вызов Путину"// URL: <http://www.inopressa.ru/article/04Jul2014/repubblica/mihailov.html>(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁸⁹ Мелетти Й. Итальянские фрукты и овощи остаются на полях: "Российское эмбарго рискует сжечь нас со света"// URL: <http://www.inopressa.ru/article/29Aug2014/repubblica/embargo.html>(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁹⁰ Джинори А. "Сейчас Европа ошибается, она должна убедить Киев принять федерацию"// URL: <http://www.inopressa.ru/article/29Aug2014/repubblica/kirov.html>(дата обращения: 25.04.2016)

множество.¹⁹¹ А сам имидж российского политического лидера в это период соответствуют следующим атрибутам:

- «Путин далеко не стопроцентный демократ», но его действия направлены на «восстановление государственного порядка и российского общества»;¹⁹²
- Путин «провозглашен лидером реставрации старого режима»;¹⁹³
- «Путин защищает свою экономическую и административную модель, которая его породила», при этом цель – «выживание самой русской нации».¹⁹⁴

Интересно и сопоставление действий президентов двух стран – США и России, в конце которого, его автор заключает, что «Путин, в отличие от Обамы, может действовать абсолютно самостоятельно».¹⁹⁵ Таким образом, в конце 2014 года образ Путина в итальянской «La Repubblica» существенно изменился.

Подписание минских договоренностей казалось бы должно было смягчить риторику итальянских политиков и позитивно повлиять на имидж В.В. Путина. Однако, анализ демонстрирует противоположные итоги. Февраль 2015 года в статьях «La Repubblica» ознаменовался невиданным усилением демонизации российского президента: он изображается и «царем», который «хочет поставить Запад перед свершившимся фактом: завладеть частью Украины и присоединить ее к России»;¹⁹⁶ и приверженцем авторитарного режима,¹⁹⁷ и негативом в яркой форме - «он не нормальный политик: он представляет политику агрессии, аннексии, насилия и лжи. Вся российская пропаганда - пропаганда в сталинском

¹⁹¹ Шантаж и давление: энергетическая ось между Римом и Москвой дала трещину// URL: <http://www.inopressa.ru/article/20Oct2014/repubblica/energy.html> (дата обращения: 25.04.2016)

¹⁹² Брунелли Р. Историк Петер Брандт: "По отношению к Москве мы во всем ошиблись"// URL: <http://www.inopressa.ru/article/17Oct2014/repubblica/Brandt.html>(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁹³ Мерло Ф. Лига, обольщенная империей Путина// URL: <http://www.inopressa.ru/article/25Nov2014/repubblica/liga.html>(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁹⁴ Фабри Д. Унизить Россию: последняя миссия Обамы// URL: http://www.inopressa.ru/article/18Dec2014/repubblica/putin_obama.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁹⁵ Фабри Д. Унизить Россию: последняя миссия Обамы// URL: http://www.inopressa.ru/article/18Dec2014/repubblica/putin_obama.html(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁹⁶ Рампини Ф. Раздражение Америки в отношении европейских союзников: "Ехать ко двору царя - проявление слабости"// URL: <http://www.inopressa.ru/article/06Feb2015/repubblica/zar.html>(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁹⁷ Саллео Ф. Испытание Европы украинским кризисом// URL: http://www.inopressa.ru/article/18Feb2015/repubblica/europa_ukraina.html(дата обращения: 25.04.2016)

стиле».¹⁹⁸ Как видно, в статьях использованы практически все старые стереотипы о Владимире Путине, к которым добавлены яркие эмоциональные характеристики. Это позволяет говорить, о резкой негативизации имиджа российского лидера в «La Repubblica».

Вопрос Мистралей в итальянской газете почти не рассматривался, а период весны – лета 2015 года о России количество публикаций снизилось в разы. «La Repubblica» в этот период привлекала проблема притока беженцев, разворачивающегося конфликта на Ближнем Востоке и собственные проблемы. Однако, формирование имиджа В.В. Путина даже в тех немногих материалах, продолжает негативную тенденцию: «у Путина есть план: прежде всего, он делает все, чтобы расколоть и дестабилизировать Украину. Помимо этого, он поставил задачу разделить ЕС»,¹⁹⁹ «Владимир Путин <...> продолжает оставаться черным человеком для Европы»,²⁰⁰ авторитарный и неуправляемый правитель.²⁰¹

Летом 2015 года теме российского политического лидера уделялось также мало внимания, как и в предыдущий период. Но тем не менее, большая часть статей «La Repubblica» продолжала негативно отражать имидж президента России: «царь», «непредсказуемым» и бросает вызов Западу,²⁰² «человек, умело играющий на слабостях и противоречиях Европы».²⁰³ Но появляются и дискуссионные публикации. Так, к примеру, в одном материале, предлагалось рассматривать В.В. Путина как «необходимого партнера», которого нужно понимать и заключать соглашения.²⁰⁴ В основном вопрос сотрудничества возникает в контексте экономических проблем Италии и кризиса на Ближнем Востоке.

¹⁹⁸ Таркуини А. "Было бы ошибкой доверяться Путину, но из США не должно поступать оружие"// URL: <http://www.inopressa.ru/article/16Feb2015/repubblica/adam.html>(дата обращения: 25.04.2016)

¹⁹⁹ Фубини Ф. Сорос: "Опасность популизма, в том числе из-за решений ЕЦБ. ЕС должен помогать Украине"// URL: <http://www.inopressa.ru/article/24Mar2015/repubblica/soros.html>(дата обращения: 25.04.2016)

²⁰⁰ Нигро В. Визит в Италию, чтобы прорвать осаду. Так Путин сдерживает шаги Запада// URL: <http://www.inopressa.ru/article/09Jun2015/repubblica/italy.html>(дата обращения: 25.04.2016)

²⁰¹ Гаримберти П. Softpower Путина - фатальная привлекательность России, отравляющая страны на востоке// URL: http://www.inopressa.ru/article/22May2015/repubblica/soft_put.html(дата обращения: 25.04.2016)

²⁰² Таркуини А. Адам Михник: "Вызовы Москвы миру становятся все более непредсказуемыми"// URL: <http://www.inopressa.ru/article/19Aug2015/repubblica/michnik.html>(дата обращения: 25.04.2016)

²⁰³ Нигро В. Путин летит к Папе: "Я объясню Ватикану суть кризиса с Украиной"// URL: <http://www.inopressa.ru/article/10Jun2015/repubblica/vatican.html>(дата обращения: 25.04.2016)

²⁰⁴ Франческини Э. Дилемма Запада: изолировать царя Владимира? "Загонять его в угол - опасно для мира"// URL: <http://www.inopressa.ru/article/10Jun2015/repubblica/debate.html>(дата обращения: 25.04.2016)

Конец анализируемого периода – сентябрь 2015 года позволяет отметить изменения в образе российского лидера. Он представлен в газете «La Repubblica» уже не только авторитарным правителем, но и политиком, с которым необходимо договариваться и который может помочь решить вопросы с террористами и беженцами. Именно две последние проблемы в наибольшей степени беспокоят итальянское общество и эти темы были в наибольшей степени освещены в газете.

Обобщая данные по анализу, требуется отметить, что итальянская газета «La Repubblica» не транслирует единый образ российского президента – он в разные периоды получал как положительные, так и отрицательные атрибуты. При этом можно отметить две тенденции: увязывание событий с проблемами Италии, и высокую степень корреляции оценки отдельных журналистов с другими европейскими изданиями (что видно, по возникновению одинаковых «штампов» при отражении событий).

Если же попытаться обобщить результаты исследования всех трех изданий, то образ российского политического лидера будет изобиловать устаревшими стереотипами и образами, которые за время противостояния политиков на международной арене, очень ярко проявились в качественной прессе. Это демонстрирует тот факт, что даже качественные европейские издания, имеющие длительную историю и опыт, при формировании образа политика другой страны во многом подтверждены влиянию собственных политических элит.

Заключение

Имидж любого современного иностранного политика освещается, формируется и интерпретируется при помощи средств массовой информации. Именно такие представления населения о политиках других государств образуют единый комплекс, называемый имиджем политического лидера. Только опосредованная через СМИ информация позволяет оценить элементы складывающегося образа и отношение к описываемому политику.

В рамках данного исследования интерес представлял имидж В.В. Путина в дискурсе европейских качественных печатных изданий. Исследовательский интерес к прессе указанных стран является не случайным. Так, именно с Италией нашу страну связывали крепкие связи в области бизнеса и туризма. Традиционно Германия считается «рупором» Европы и представляет интересы европейской элиты. Франция также занимает заметное положение в Европейском Союзе и активно сотрудничала с Россией. То есть обзор имиджа российского президента, сложившегося в этих странах, отражает в целом имидж нашего политического лидера на международной арене. Кроме того, именно печатная периодика чаще всего является главным строителем имиджа политического деятеля.

Вследствие указанного направления в первой главе дипломной работы было проведено исследование понятия и сущности термина «имидж политического лидера страны», а также основных элементов, приемов и подходов к его формированию. По результатам первой части работы можно заключить, что исследуемый термин относится к вариативным и неоднозначным в современной науке. Важно также отметить, что на процесс формирования имиджа политика оказывают влияние не только реальные события, происходящие в мире, но и журналистская точка зрения и сложившиеся в отношении страны стереотипы.

Тексты о России и ее президенте являются неотъемлемой частью ведущих европейских качественных изданий. Для анализа были выбраны три газеты: «Die Welt», «Le Monde» и «La Repubblica». Выбраны они были вследствие того, что все три издания относятся к качественной прессе своих стран, имеют большую

распространённость и оказывают большое влияние на общественное мнение. При этом каждое из изданий обладает определенной долей политической ангажированности.

Европейская пресса является ценным источником для исследования данного вопроса. ЕС активно вмешивается в «Украинский кризис» и предлагает пути его разрешения. Российская федерация воспринимается как непосредственный участник «Украинского кризиса», поэтому неудивительно, что внимание европейских СМИ, а в частности немецких СМИ, приковано к России, а точнее к действиям ее политического лидера.

Контент-анализ публикаций позволяет выявить наиболее яркие и часто встречающиеся характеристики имиджа российского политического лидера. Важно отметить, что риторика публикаций в основном опирается на одни и те же ограниченные образы и убеждения, которые воспринимаются во всех изданиях, но в разной степени. Например, упоминание что Путин – «тиран», «авторитарный правитель, не умеющий договариваться», «агрессор», «бывший сотрудник КГБ».

При анализе материалов выбранных изданий в динамике была заметна существенная смена риторики при формировании имиджа В.В. Путина. Так, в феврале-марте 2014 года количество негативных статей в отношении российского президента резко увеличилось из-за конфликта на Украине, в котором все издания обвиняют Россию и лично президента во вмешательстве во внутренний конфликт и ведении так называемой «гибридной войны». При этом тональность публикаций во всех газетах в этот период в основном одинакова, а наличие фактов и доказательств наличия конфликта не приводится.

При описании российского президента используются эмоциональные, негативно окрашенные коннотации. При этом были даже введены новые характеристики к уже имеющимся стереотипам: «путинская Россия», «империя Путина», «Путинизм». Все они также отражают негативный настрой. Кроме того, российский президент описывается как авторитарный тиран, постоянно упоминается его связь с КГБ и якобы желание возродить СССР (также несущее негативный подтекст).

При этом на протяжении 2014 года сформированный имидж поддерживался с различной частотой, но в неизменном ключе. Это демонстрирует и усилившаяся негативная тенденция при освещении событий, связанных с Россией и ее президентом. Так, в отдельные периоды встречались публикации с положительной оценкой действий В.В. Путина в сфере экономики или социальных решений (особенно в итальянской «La Repubblica» в силу большей зависимости экономики этой страны от бизнеса в России), однако они не публиковались регулярно.

В начале 2015 года сохраняется негативный тренд. В.В. Путин в выбранных европейских газетах упоминается преимущественно в контексте украинского конфликта и его роль описывается как «агрессия», «захватничество», «аннексия». Лишь в незначительной доле итальянских и французских печатных материалов появляются замечания о необходимости поиска компромисса с российским президентом, поиске совместных решений и указывается на стремление В.В. Путина к урегулированию конфликтов в Украине и Сирии. То есть появляются первые заметные трансформации в восприятии имиджа российского лидера.

Позже, во второй половине года, большое влияние на восприятие российского президента оказали изменения во внутренних проблемах Европы. Так наплыв мигрантов и продление российского эмбарго добавили проблем европейскому обществу. Из-за этого начинаются и изменения в подаче материалов о Российском президенте, в которых все чаще звучит тема привлечения России через ее лидера к решению вопросов в Сирии и необходимости сотрудничества. Особенно такие тенденции заметны во французской «Le Monde» и итальянской «La Repubblica». Тут уже делается акцент на деловых качествах Путина, указывается на его разумность и личные качества, такие как принятие сложных решений, действие в интересах России, стойкость в решениях, логичность – все это подается уже как положительные черты.

Но при этом в немецкой «Die Welt» преимущественно сохраняется использование негативных стереотипов, а необходимость сотрудничества

подается как обязанность российского президента. Как видно, итальянская и французская газеты более лояльны.

Таким образом, к выступлению В.В. Путина на конгрессе в ООН в исследуемых европейских изданиях стала наблюдаться смена тенденций в освещении имиджа российского лидера. Менее активно стали использоваться стереотипы, все чаще указывались положительные черты сотрудничества с Россией через ее президента. Часть статей стали даже формировать некоторый образ «спасителя» Европы в отношении В.В. Путина, который может решить проблемы на Ближнем Востоке и тем самым улучшить положение Европы. Однако в связи с обострением ситуации в Сирии публикации вновь стали демонстрировать неоднозначное отношение – часть журналистов поддерживала решение о борьбе с террористами за счет российских войск, другие же демонизировали образ В.В. Путина и указывали, что он действует лишь в собственных, захватнических интересах.

Обобщая анализ, можно отметить, что материалы европейской качественной периодики в процессе отражения образа В.В. Путина за изучаемый период перешли от ярко выраженной негативной коннотации, базирующийся на эмоциональности и оценочности, к отображению нейтральных и позитивных качеств президента России. Контраст между усиленной демонизацией образа Путина в начале 2014 года и постепенной сменой позиций к концу 2015 года говорит о том, что на имидж российского политического лидера в европейской прессе, прежде всего, влияет сложившаяся вокруг нашей страны политическая обстановка, существующие стереотипы и проблемы самой Европы.

Список литературы

Книги:

1. Адлер А. Практика и теория индивидуальной психологии. Академический Проект, 2011. - 240 с.
2. Больц Н. Азбука медиа. - М.: Издательство "Европа", 2011. - 136 с.
3. Бондарева Л.В. Динамика политического имиджа России в качественной прессе США: диссертация на соиск. ст. канд. пол. наук. - Москва, 2007.
4. Вартанова Е. Медиасистема России. Учебное пособие. - М.: Аспект Пресс, 2015. - 2384 с.
5. Вебер М. Избранное. Образ общества/ пер М. Левина, А. Михайлов. - М.: Центр гуманитарных инициатив, 2012. - 768 с.
6. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 279 с.
7. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: учебное пособие. - 2-е изд., испр. – М.: Аспект Пресс, 2012. - 280 с.
8. Егорова – Гантман Е. Имидж лидера. - М., 1994. – 265 с.
9. Ильичева В.В. Инаугурационная речь как инструмент формирования политического имиджа в контексте русской риторической традиции: дис. кандидата филологических наук. - М, 2015.
10. Копец Л. В. Классические эксперименты в психологии. Парадокс Лапьера. Эксперименты Ричарда Лапьера (1934). - К., 2010.
11. Красных В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: курс лекций. - М.: Гнозис, 2002. – 180 с.
12. Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. – СПб.: Питер, 2011. – 384 с.
13. Кузьмина С.В. Теоретико-методологические основы социологического анализа вербальной коммуникации как средства создания имиджа современного российского политика: дис. кандидата социологических наук. - Саратов, 2012.
14. Лассуэлл Г. Психопатология и политика. - М.: РАГС, 2005. - 352 с.

15. Липпман У. Общественное мнение /пер. с англ. Т. В. Барчунова. - М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
16. Маклюэн М. Понимание медиа: Внешнее расширение человека. - М.: Гиперборея, 2007. – 464 с.
17. Медиа. Введение: учебник / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли; Пер. Ю.В. Никуличева. М.. ЮНИТИ-ДАНА, 2012 - 550 с.
18. Новый словарь иностранных слов. Более 60000 слов и выражений. - М.: АСТ, Харвест, 2008. - 1152 с.
19. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. – М.: Прогресс-Академия, 1996.
20. Ольшанский Д. Политический PR. - СПб.: Питер, 2003. – 544 с.
21. Отц Е.В. Имидж политического лидера и социально-психологические особенности его влияния на отношения электората : дис. кандидата психологических наук. - М., 2005
22. Панасюк А.Ю. Имидж. - М.: ИнФолио, 2012. - 769 с.
23. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. - М.: Омега-Л, 2009. – 272 с.
24. Россия в информационном поле зарубежных СМИ и Интернет в 2011 г.: модели восприятия и механизмы их формирования/ К.Худолей, Д.Болотов, Е.Трещенков, А.Седов, Д.Максимов. - Санкт-Петербург: Изд-во фонда «Русский мир», 2012. – 59 с.
25. Семёнова А. В., Корсунская М. В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения/Под ред. ВА Мансурова. - М.: Институт социологии РАН, 2010. – 324 с.
26. Современная медиакультура : учеб. пособие / С. Н. Булатова, А. В. Петров, В. А. Рыжкович. – Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014. – 340 с.
27. Цуладзе А. М. Политическая мифология. - М., 2003 – 384 с.
28. Шарков Ф.И. Коммуникология: социология массовой коммуникации. М.: Дашков и К, 2013. – 488 с.

29. Шепель В.М. Профессия имиджмейкер. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 528 с.
30. Якушин Д.А. Технологии формирования имиджа политического лидера в западных демократических системах: рациональный опыт для России : дис. кандидата политических наук. - М., 2014.
31. Dominick, Joseph R. Dynamics of Mass Communication: Media in Transition. - McGraw-Hill Humanities, 2012.

Статьи:

32. Асмолов А.Г. От Мы-медиа к Я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире // Вопросы психологии. - 2009. - №3. - С. 3-15.
33. Бадиёв А.Г., Плотникова О.В. Формирование имиджа политического лидера на примере России и США// Сибирский международный. - 2014. - № 16. - С. 139-145.
34. Белоусов К.И., Зелянская Н.Л. Имиджевый дискурс как механизм ориентации избирателя в политическом пространстве // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2011. – №11. – С. 109.
35. Бикбаева Э.В. Формирование эффективного имиджа политического лидера// Сборники конференций НИЦ Социосфера. - 2015. - № 10. - С. 34-36.
36. Боброва Г.Е., Комарова И.Н. Трансформация имиджа В. Путина в еженедельнике «SPIEGEL» (на примере трех президентских избирательных кампаний)// Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. - 2014. - № 3 (27). - С. 83-96.
37. Богдан Е.Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. – 2007. – №4. – С. 122
38. Быков И.А. Конструирование имиджа политического лидера и его восприятие среди молодых избирателей Санкт-Петербурга (на примере А. Навального и В. Милонова)// Youth World Politic. – 2013. - № 1. – С. 69-73.

39. Галинская Т.Н. Контент-аналитическое исследование медийного образа российского политика (на материале комментариев интернет-пользователей о Б. Немцове)// Политическая лингвистика. - 2013. - № 4. - С. 93.
40. Галинская Т.Н. Понятие имиджа и проблема его реконструкции в современной лингвистике// Вестник Оренбургского государственного университета. - 2013. - № 11 (160). - С. 91-94.
41. Григорян Д.К. Политические технологии формирования имиджа власти в практиках лидерско-элитного позиционирования в иерархических и полиархических структурах распределения власти// Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2016. - № 4. – С. 52-55
42. Зубанова Л.Б. Современное медиапространство: подходы к исследованию и принципы интерпретации // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. - 2008. – №2. – С. 9.
43. Казаков М.А. Современное политическое лидерство России: логика и зигзаги эволюции// Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. - 2014. - № 1-1. - С. 371-376.
44. Казиева А.М., Бродзели А.О. Роль традиций и стереотипов в формировании позитивного имиджа Северного Кавказа// Гуманитарные исследования. - 2013. - № 3 (47). - С. 30-36.
45. Крячкова А.П. Использование манипулятивных тактик// Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. - № 8. - С. 283-287.
46. Куркемова Э.Т. Роль средств массовой информации при формировании имиджа политика// Научный аспект. - 2012. - №4. - С. 109-112.
47. Мисонжников Б.Я. Немецкая пресса в условиях кризиса: семиотические системы как предмет текстопорождения// В книге: От века к веку: Книга. Литература. Коммуникация. Журналистика Статьи и тезисы Международной научно-практической конференции, посвященной памяти доктора филологических наук, профессора Веры Сергеевны Синенко. - Уфа, 2014. - С. 13.

48. Молчанов К.А. Современные научные подходы к выяснению сущности политического имиджа и его составляющих// Гуманитарный университет. – 2012. - № 15. – С. 130-136.
49. Новоселов С.В. Войны нового поколения как новая мягкая сила//Каспийский регион: политика, экономика, культура. - 2015. - № 3 (44). - С. 92-98.
50. Патюкова Р.В. К вопросу о вариативности подходов при формировании имиджа политического лидера// Труды Ростовского государственного университета путей сообщения. - 2015. - № 1 (30). - С. 114-117.
51. Русских Л.В., Фомина С.В. Формирование политических стереотипов в СМИ// Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. - 2015. - Т. 15. № 1. - С. 116-117.
52. Семашко Т.Ф. Стереотип как фрагмент языковой картины мира// Филологические науки. Вопросы теории и практики. - 2014. - № 2-2 (32). - С. 176-179.
53. Сулейманова Ш.С. К вопросу диалога культур: стереотип как этнопсихологический феномен// Коммуникология. - 2014. - Т. 4. № 2. - С. 85.
54. Татарина Ю.Н., Харичкин И.К. Политический имидж политической элиты сквозь призму электоральных предпочтений// Вестник Университета (Государственный университет управления). - 2012. - № 4. - С. 89-94.
55. Толкалов А.С. Сущность политического имиджа: отечественный и зарубежный опыт теоретического осмысления// Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2013. - № 2. – С. 72-75.
56. Фатыхова Д.Р., Ефимова Е.Р. Национальные архетипы и их значение при формировании имиджа политика// Современный научный вестник. – 2015. - № 7. – С. 61-66.
57. Юламанова А.А. Образ России в американских изданиях New York Times и Washington Post в 2012-2013 гг.// Альманах современной науки и образования. - 2013. - №9 (76). - С. 189-192.

58. Allport, H. Social Attitudes and Social Consciousness. In: Hollander, Edwin P., and Raymond G. Hunt (eds.) Classic Contribution to Social Psychology. New York: Oxford University Press/London: Toronto, 1972, pp. 189 - 190

Электронные источники:

59. DIE WELT Portrait// URL: http://www.mediaimpact.de/portrait/DIE-WELT-DIE-WELT_671154.html (дата обращения: 25.04.2016)
60. Авдеева Н. Формирование имиджа России на примере телеканала Russia Today/ Материалы научной конференции «Имидж России: стратегия, тактика, технологии» от 26 ноября// URL: www.prioritet-pr.ru/ (дата обращения: 25.04.2016)
61. В. Путин: рейтинг, отношение, оценки работы/ ФОМ// URL: <http://fom.ru/Politika/10946> (дата обращения: 25.04.2016)
62. Медиакит газеты La Republica// URL: <https://www.larepublica.net/userfiles/file/mediakit-2016.pdf> (дата обращения: 25.04.2016)
63. Медиапилот Axel Springer// URL: <http://www.axelspringer-mediapilot.de> (дата обращения: 25.04.2016)
64. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии// URL: <http://www.klex.ru/7zt> (дата обращения: 25.04.2016)
65. Отц Е.В. Имидж политического лидера и социально-психологические особенности его влияния на отношения электората// URL: <http://www.dissercat.com/content/imidzh-politicheskogo-lidera-i-sotsialno-psikhologicheskie-osobennosti-ego-vliyaniya-na-otno#ixzz3RDG7ieus> (дата обращения: 25.04.2016)
66. Официальный сайт издания «Die Welt»// URL: www.welt.de (дата обращения: 25.04.2016)
67. Павлова К.Г. Издательский дом "Грунер унд Яр" (ФРГ) на современном этапе развития// URL: <http://msu-issled.ru/index.php/journalism/78-smieconomics/1280-frg> (дата обращения: 25.04.2016)

68. Петрова Е.А. Имидж как фактор продуктивной политической коммуникации// URL: http://www.ci-journal.ru/article/70/200701polit_image (дата обращения: 25.04.2016)
69. Почепцов Г.Г. Имиджелогия// URL: <http://socioline.ru/pages/pocheptsov-gg-pablik-rilejshnz-dlya-professionalov> (дата обращения: 25.04.2016)
70. Путин возглавил рейтинг самых влиятельных людей мира по версии Forbes// URL: <http://www.forbes.ru/news/272499-putin-vozglavil-reiting-samykh-vliyatelnykh-lyudei-mira-po-versii-forbes> (дата обращения: 25.04.2016)
71. Савчук В. Медиареальность. Медиа субъект. Медиа философия. // Медиа философия II// URL: http://www.intelros.ru/pdf/mediafilosofia_2/31.pdf (дата обращения: 25.04.2016).
72. Словарь-справочник политической психологии// URL: azps.ru (дата обращения: 25.04.2016)
73. Шестопад Е.Б. Политическая психология// URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Shestop/index.php (дата обращения: 25.04.2016)
74. Machtwechsel in Moskau (Teil II): Putin – ein neuer Andropow?// URL: www.spiegel.de/politik/ausland/machtwechsel-in-moskau-teil-ii-putin-ein-neuer-andropow-a-58586.html (дата обращения: 25.04.2016)
75. Mettke J. R. Bezauberndes Lächeln// URL: www.spiegel.de/print/d-15807624.html (дата обращения: 25.04.2016)
76. Mettke J. R. und Meyer F. Putin ist ein Gentleman// URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-15561337.html> (дата обращения: 25.04.2016)