

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

На правах рукописи

КАРПОВА ЕЛЕНА АЛЕКСЕЕВНА

**ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА В.В. ПУТИНА В
НЕМЕЦКОЙ ПРЕССЕ В УСЛОВИЯХ ОБОСТРЕНИЯ
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

направления подготовки 41.03.04 «Политология»
юридического факультета СГУ им. Н.Г.Чернышевского

Автореферат бакалаврской работы

Научный руководитель
к.п.н., доцент

А.В.Богданов

Зав.кафедрой политических наук
д.п.н., профессор

А.А. Вилков

Саратов 2016

Актуальность работы обусловлена тем, что Владимир Владимирович Путин является одной из самых заметных фигур среди иностранных политических деятелей в средствах массовой информации Германии. На сегодняшний момент, в связи с украинским и сирийским кризисами критика, в отношении проводимой Российской Федерацией внешней и внутренней политики, многократно усилилась. Данный факт непосредственно добавляет градус напряженности в отношениях РФ и ФРГ. Хотя, именно от того, как будет выглядеть лидер государства, во многом будет зависеть дальнейшее сотрудничество

Следует отметить, что большинство исследователей¹ изучают имиджеформирующие характеристики лидера РФ и их взаимосвязь с мировыми политическими процессами в контексте одного события. При таком подходе к рассматриваемой проблематике исследователи приходят к выводам, что кризисы являются имиджеформирующими событиями. Наша работа отличается тем, что будут проанализированы и украинский, и сирийский кризисы, а также будет рассмотрена динамика трансформации имиджа РФ.

Степень научной разработанности. Стремление осмыслить феномен политического лидерства характерен для философской, политической, исторической мысли различных эпох, но, несмотря на это, сам термин «политический лидер» вошел в оборот лишь в XX столетии.

¹*Кряжкова М.О.* ОСОБЕННОСТИ ИМИДЖА В.В. ПУТИНА В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ФРГ - Издательство: Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина - филиал ФГБОУ ВПО "Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации" (Саратов). 2014.С.149-154., *Боброва Г.Е., Комарова И.Н.* Трансформация имиджа В.Путина в еженедельнике «Spiegel» (на примере трех президентских кампаний). 2013 .С.58-62. *Кирюхина А.А.* ОБРАЗЫ ГЛАВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ИХ ПРОЕКЦИЯ НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИМИДЖ СТРАНЫ. [Электронный ресурс]-URL :<http://www.scienceforum.ru/2015/1079/13435> (дата обращения 12.12.2015). *Ареева М.А.* ВЛАДИМИР ПУТИН ГЛАЗАМИ ИНОСТРАННЫХ ЖУРНАЛИСТОВ (ПО МАТЕРИАЛАМ НЕМЕЦКИХ СМИ)– [Электронный ресурс]- URL: file:///C:/Users/Hello%20%5E_%5E/Downloads/43.pdf(дата обращения 12.12.2015).

Работы, изучающие имидж политического лидера в рамках данного исследования условно можно разделить на три группы:

1. Первая группа связана с теоретическими аспектами изучения проблематики «имиджа» политического лидера. В рамках данного направления вклад в изучение теоретических основ категории «имидж» был внесен такими исследователями как: Е.Г. Морозовой², Г.Г. Почепцовым³, А.Н. Чумиковым⁴, М.Д. Валовой⁵, П.Берд⁶, Б.Г. Ушаковым⁷, В. М. Шепелем⁸, Д.М. Дурдиным⁹, Г.И. Марченко¹⁰ и И.А. Носков.¹¹ Несмотря на многочисленность исследований в данной области, особое внимание мы уделим именно отечественным исследованиям, т. к. считаем, что они в более полной мере отражают особенности российской действительности.

2. Второе направление затрагивает прикладные аспекты имиджологии. Представителями данного направления являются: Е.В. Егорова-Гантман¹², И. Минтусов¹³, С.Ф. Лисовский¹⁴, А.Н. Жмыриков¹⁵, А.А. Максимов¹⁶, А.

²Морозова Е. Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. М.: РОСПЭН. 2009.

³Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М.: Рефл-бук. 2000.

⁴Чумиков А.Н. Связи с общественностью. М.: ДЕЛЮ. 2006.

⁵Валова М. Д. 13 бесед о рекламе. М.: Нива XXI век. 2009.

⁶Берд П. Продай себя! Тактика совершенствования вашего имиджа. М.: Амалфея. 2006.

⁷Ушаков Б.Г. Имидж как социально политическая проблема. Екатеринбург: УрАГС. 2005.

⁸Шепель В.М. Имиджология: секреты личного обаяния. М.: Феникс. 2005.

⁹Дурдин Д.М. «Образ» политического лидера и возможности его изменения. М. 2008.

¹⁰Марченко Г.И. Носков И.А. Имидж в политике. М.: Гуманит. изд. центр «Владос». 2007.

¹¹Там же

¹²Егорова-Гантман Е., Минтусов И. Политическое консультирование. М.: ИПО Профиздат. 2009.

¹³Там же

¹⁴Лисовский С. Ф., Евстафьев В. А. Избирательные технологии. История, теория, практика. М.: РАУ «Университет». 2010.

¹⁵Жмыриков А.Н. Как победить на выборах: психотехника эффективного проведения избирательной кампании. Научно-практическое пособие/ Жмыриков А.Н.. - Обнинск: Титул. 2005.

¹⁶Максимов А.А. "Чистые" и "грязные" технологии выборов. Российский опыт. М.: ДЕЛЮ. 2009.

Лаптенюк¹⁷, А. Цуладзе¹⁸, А.А. Вилков¹⁹, А.А. Казаков²⁰. Следует отметить, что большая часть исследований по практической имиджологии имеют психологический характер исследований. Наиболее популярными в этой области являются работы следующих авторов: Е.Б. Шестопап, Е.В. Егоровой-Гантман, Г.Г.Почепцова, И. Минтусова, М.Е, Кошелюка, А.А.Максимова, Д.В.Ольшанского, Г.В. Пушкаревой²¹.

Представителями данной группы был проделан титанический труд в области изучения формирования и функционирования имиджа, его сходств и различий в свете культурных особенностей обществ. Наиболее важными для нашего исследования являются работы: Д.В. Ольшанского, Г.Г. Почепцова, Е.Б. Шестопап. Ценность данных работ, для проводимого исследования обусловлена, прежде всего, их разъяснением того, как формируется имидж политического лидера: представленные выше исследователи объясняют различия восприятия сформированного имиджа в зависимости от различий в культурных особенностях обществ.

3.Третья группа отражает работы рассматривающие формирование, трансформацию и транслирование сформулированного образа В.В. Путина в дискурсе немецкой прессы. Данное направление представляют следующие исследователи: М.О.Кряжкова²², Г.Е. Боброва²³, И.Н. Комарова²⁴, А.В.

¹⁷Лаптенюк А. Искусство информации. Выборы: работа с общественностью. Минск: Белорусское о-во «Книга». 2005.

¹⁸Цуладзе А. Формирование имиджа политика в России: Книжный мир «Университет». 2009.

¹⁹Вилков А.А., Казаков А.А. Политические технологии формирования имиджей России и США (на материалах «Российской газеты» и «Вашингтон Пост» 2007-2008 гг.) Germany, Saarbrucken. Verlag LAP LAMBERT. 2011. С. 182 .

²⁰Там же

²²Кряжкова М.О.ОСОБЕННОСТИ ИМИДЖА В.В. ПУТИНА В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ФРГ - Издательство: Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина - филиал ФГБОУ ВПО "Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации" (Саратов). 2014.С.149-154.

²³Г.Е. Боброва, И.Н. Комарова Трансформация имиджа В.Путина в еженедельнике «Spiegel» (на примере трех президентских кампаний). 2013 .С.58-62.

²⁴Там же

Кирюхина²⁵, М.А. Ареева²⁶, А.В. Пекониди²⁷ Следует отметить, что работы в рамках данного направления актуализировались в период украинского и сирийского кризисов. Заметим, что многие исследователи данной проблематики в своих работах опираются на события, произошедшие в 2013-2016 г., как на имиджеформирующие события, т. е. по мнению данных авторов именно они стали центральными элементами в формировании образа Владимира Путина в немецкой прессе.

Объектом исследования являются публикации общенациональной ежедневной газеты «dieWelt», а так же надрегиональной авторитетной ежедневной газеты «dieZeit» в период с ноября 2013 г. по май 2016 г.

Предметом исследования выступают особенности создания имиджа В.В. Путина в ФРГ, его динамика и взаимозависимость от внешних и внутренних факторов.

Целью нашей работы является изучение и анализ характеристик, используемых журналистами при формировании имиджа Владимира Владимировича Путина в немецких массмедиа.

Для реализации вышеуказанной цели поставлены следующие **задачи**:

1. Рассмотреть трактовки категории «имидж», его функции и виды;
2. Изучить особенности политического имиджа, механизмы и технологии формирования имиджа политического лидера;
3. Проанализировать группу персональных характеристик лидера РФ в дискурсе немецкой прессы;

²⁵Кирюхина А.А. ОБРАЗЫ ГЛАВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ИХ ПРОЕКЦИЯ НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИМИДЖ СТРАНЫ. [Электронный ресурс]-URL :<http://www.scienceforum.ru/2015/1079/13435> (дата обращения 12.12.2015).

²⁶Ареева М.А.ВЛАДИМИР ПУТИН ГЛАЗАМИ ИНОСТРАННЫХ ЖУРНАЛИСТОВ (ПО МАТЕРИАЛАМ НЕМЕЦКИХ СМИ)– [Электронныйресурс]- URL: file:///C:/Users/Hello%20%5E_%5E/Downloads/43.pdf(дата обращения 12.12.2015).

²⁷Пекониди А.В. Структура имиджа руководства России и его проекция на политический образ страны в зарубежных СМИ. [Электронный ресурс].- URL :<http://mir-politika.ru/166-struktura-imidzha-rukovodstva-rossii-i-ego-proekciya-na-politicheskiy-obraz-strany-v-zarubezhnyh-smi.html>(дата обращения 12.12.2015).

4. Изучить группы социальных и символических характеристик используемые при формировании образа В.В. Путина;

5. Рассмотреть группу прецедентных имен использующихся немецкими журналистами при характеристике лидера РФ.

Хронологические рамки работы охватывают 2013 – 2016 гг.

Для написания выпускной квалификационной работы использовались следующие **методы**: контент-анализ, ивент-анализ, исторический, сравнительный метод и системный.

Источниковой базой нашего исследования стали периодические издания, интернет-публикации ФРГ за 2007-2016 года, фундаментальные исследования российских специалистов по проблематике имиджа, также мы в работе использовали речи федерального канцлера Германии Ангелы Меркель и социологические исследования.

Структура работы.

Работа состоит из введения, двух глав, пяти параграфов, заключения, списка используемых источников, а также приложений.

Апробация исследования. В процессе написания дипломной работы автор принял участие в следующих конференциях: VII Международная научно- практическая конференция студентов, магистрантов, аспирантов, соискателей «актуальные проблемы правового и политического развития России», VI Международный Конституционный форум, посвященный 105-летию Саратовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского, XXII Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов», VIII Международная научно-практическая конференция студентов, магистрантов, аспирантов, «актуальные проблемы правового, социального и политического развития России», всероссийская очно- заочная научно- практическая конференция стипендиантов ОРФ «наука и общество: проблемы современных гуманитарных исследований», IX Международная научно-практическая

конференция студентов, магистрантов, аспирантов «Актуальные проблемы правового, социального и политического развития России».

По итогам конференций были опубликованы следующие статьи: Образ В.Путина в немецкой прессе (по материалам освещения событий в Крыму , март 2014 г.), Использование прецедентных имен в формировании образа В.В.Путина в немецкой и американской прессе (апрель- декабрь 2014 г.), Особенности восприятия имиджа В.В.Путина в немецкой и американской прессе в условиях обострения международной обстановки.

Основное содержание работы

Глава первая выпускной квалификационной работы «Теоретико-методологические подходы к изучению категории «имидж»». Первый параграф посвящен изучению категориального аппарата заявленной проблематики, рассмотрению субъектов и объектов процесса создания имиджа. Еще одним важным аспектом здесь является изучение видов и функций имиджа. Второй параграф включает в себя рассмотрение особенностей политического имиджа и рассмотрение механизмов и технологий формирования имиджа политического лидера.

Имидж является сложным, многогранным понятием. Исследователи выделяют разнообразные трактовки категории данной категории, которые условно можно разделить на два больших блока. Первый связан с определенным набором качеств, а второй с потребностью целевых групп.

При этом, рассмотрев субъекты и объекты данного феномена, следует отметить, что имидж достаточно обширное явление, охватывающее и отдельных личностей, и государства. В нашем случае исследование будет проводиться в рамках индивидуально-институционального имиджа.

При этом для наиболее полного изучения проблематики мы обратились к такой категории, как «имиджевая динамика». В нашем случае, мы рассматриваем имидж В.Путина в кризисный период, т.е. конец 2013- 2016 гг., но для того чтобы выявить и проанализировать тенденции его

трансформации необходимым, на наш взгляд, является изучение более длительного периода.

Рассмотрев виды имиджа, мы также выделили наиболее популярные классификации его видов. Из всего разнообразия для нашего исследования наиболее востребованными является «политический имидж» и имидж «политического деятеля».

Рассмотрев основные функции имиджа, в данной работе было выделено две группы функций. Первая отражающая функции, которые выполняет имидж при структурировании индивидуального политического имиджа, а вторая отражает функции государственного. Таким образом, можно отметить, что имидж является достаточно важным атрибутом современного общества.

Во втором параграфе первой главы «Особенности политического имиджа, механизмы и технологии формирования имиджа политического лидера» проанализированы особенности политического имиджа, а так же механизмы и технологии формирования имиджа политического лидера, а так же данные аспекты соотнесены с изучаемой проблематикой. Здесь следует отметить особое значение механизма, который неразрывно связан с данным феноменом - это создание отрицательного имиджа или контримиджа. Следует отметить, что создание субъектом необходимого имиджа объекту позволяет более успешно, а главное с меньшей долей конфликтности реализовывать свою деятельность, при этом получая поддержку населения.

В связи с этим стоит заметить, что в данном процессе деятельность прессы Германии нельзя назвать успешной, т.к. несмотря на достаточно активную работу изданий, рейтинг²⁸ поддержки деятельности лидера

²⁸Russland in Europa: Annäherung oder Abschottung?//Официальный сайт Фонда им. Кербера// [Электронный ресурс].- URL: <http://www.koerber-stiftung.de/internationale-verstaendigung/im-fokus-russland-in-europa/publikationen.html> (дата обращения 29.05.2016 г.)

Российской Федерации постепенно возрастает, при этом он является весьма значительным.

Глава вторая выпускного исследования «особенности формирования имиджа В.В. Путина в немецкой прессе» характеризуется выделением групп характеристик лидера РФ встречающихся в немецкой прессе, а так же изучением динамики структурирования имиджа В.В. Путина.

В первом параграфе второй главы «Персональные характеристики В.В. Путина»нами изучены: психофизиологические особенности лидера, физическое состояние, характер, наличие харизмы и стиль принятия решения.

Следует отметить, что:

- ✓ В рамках данного блока характеристик по эмоциональной окраске нами было выделено две группы (положительные и отрицательные). Заметим, что многие характеристики вне контекста освещения события являются для жителей Германии положительными и даже желательными для лидера. В контексте же событий они признаются «неудобными» для Запада в переговорном процессе с В.Путиным;
- ✓ Блок персональных характеристик, наиболее стабилен из рассмотренных. Имиджеформирующие характеристики, которые являются составляющими имиджа В.Путина сейчас, были сформулированы в 2007 году;
- ✓ Данный блок является самым многочисленным и по мнению журналистов, наиболее важным.

Во втором параграфе нами были рассмотрены «социальные и символические характеристики». Здесь были рассмотрены: социальные связи лидера (с семьей, оппонентами, врагами), способность провозглашать мобилизующие и объединяющие идеи, его статус, авторитет, известность,

биография, позиция по актуальным вопросам, мировоззрение, идеологическое соотнесение²⁹.

Социальные характеристики, данный блок является динамично трансформирующимся это связано, прежде всего, с тем, что в отличие от того же персонального блока он в большинстве своем формируется в связи с конкретным событием. При этом есть и ряд характеристик, как правило, это группа характеристик, которая связана с идеями лидера РФ. В рамках рассматриваемого временного периода к таким характеристикам можно отнести:

1. Создание империи;
2. Конструирование образа врага в лице западных стран;
3. Борьба с терроризмом.

Как правило, все остальные характеристики достаточно активно менялись и трансформировались, что на наш взгляд связано с попыткой создания динамичного образа Президента РФ, который в контексте происходящих событий оставался бы выгодным для Германии.

Заметим, что, не смотря на имиджевую динамику социальных характеристик, стоит отметить, то что, несмотря на это есть основополагающие характеристики имиджа Путина. Но при этом изучение социальных характеристик показывает, что их окрас значительно трансформировался, а зачастую данные изменения были кардинально противоположными. Одними из наиболее показательных примеров являются: отношение Путина к оппозиции, а так же сюда можно отнести идею лидера РФ борьбы с терроризмом. При этом стоит отметить, что и числовые данные данного периода достаточно активно варьируются (См. приложение №1). Обратим внимание, что данный блок не является самым популярным, хотя имеет достаточный большой объем суммарных групповых характеристик

²⁹ Орлова Е. А. Формирование позитивного имиджа государственного деятеля (социально-психологический аспект)/ Орлова Е.А. - М. 2010. С. 50.

данного блока. А пик данного блока приходится на операцию ВВС РФ в Сирии.

Блок социальных характеристик характеризуется проявлением двух линий:

«Устойчивые» и ситуационные характеристики.

К первому блоку относятся:

1. Биографические данные;
2. Идеологическое соотнесение;
3. Мироззрение;

Ко второму блоку относятся:

1. Обработка новой гибридной войны;
2. Свержение А.Меркель;
3. Раскол ЕС.

Таким образом, отметим, что данные блоки характеристик были лишь продолжением сформировавшегося имиджа, имиджевая динамика Путина проходила определенные этапы. Исключением здесь является лишь сирийский конфликт, в рамках которого:

- Имиджевые характеристики увеличили количественные показатели;
- Все блоки именно в рамках него получили новые векторы развития, которые зачастую являются чем-то новым;
- События в Сирии и действия лидера РФ в их контексте заставили Запад изменить привычную риторику, которая была сформирована и уже отработана на страницах издания.

Третий параграф второй главы «использования прецедентных имен, как особенность освещения украинского кризиса». Рассматривая данный блок, заметим, что массово они начали появляться в период кризиса на Украине, в то время как в другие временные промежутки они встречались достаточно редко. При этом динамика их использования характеризуется переходом от «кровавых» прототипов XX века в дальнейшем к их полному

опровержению. Можно предположить, что такая резкая трансформация в формируемом имидже связана с тем, что в связи с украинским кризисом данный метод был ключевым, именно благодаря обращениям к прототипам статьи изданий получали наиболее эмоциональную окраску, которая не всегда сопровождалась внятной аргументацией. Но следует обратить внимание и на то, что этот прием в динамике можно назвать методом «одного события», т.е. там, где завершается описание украинского события, начинается упор на абсолютно иные характеристики.

Таким образом, рассмотрев динамику и структурировав полученные характеристики лидера РФ, заметим, что:

1. Украинский и сирийский кризисы явились катализаторами увеличения обращений к имиджеформирующим характеристикам;
2. Каждый временной промежуток характеризуется наличием доминирующей группы характеристик;
3. Освещение украинского кризиса является продолжением риторики начатой в 2007 году;
4. В контексте освещения сирийского кризиса в формируемый образ В.Путина журналистами немецких изданий были привнесены ряд новых и наиболее значительных характеристик, при этом именно в контексте данного события имиджеформирующие характеристики получили максимальное распространение;
5. Несмотря на то, что каждый временной промежуток характеризуется доминирующей группой характеристик, заметим, что суммарный показатель демонстрирует, что наиболее популярным является блок персональных характеристик.

Следует заметить, что исследователи данной проблематики в своих работах оперируют международным процессом, как основным фактором формирования имиджа Владимира Владимировича Путина. Проанализировав динамику характеристик, их качественные свойства и количественный показатель в своей работе мы выявили, что имидж Владимира Путина в СМИ

Германии не отличается своей однородностью и стабильностью. В связи с этим можно выделить две вариации рассмотрения данного процесса:

- 1) Динамика и трансформация образа В.В.Путина в прессе ФРГ связана с внутренними процессами в Германии;
- 2) Трансформация, связана с обострением международной обстановки.

Таким образом, подводя итог, заметим, что одной из особенностей формирования имиджа Владимира Владимировича Путина немецкой прессой является, его зависимость не только от внешних факторов, но и от внутренних. На наш взгляд, большее значение в имиджеформирующем процессе играют именно внутренние факторы. Ведь именно после смены правящей элиты Германии имидж Путина стал постепенно меняться и те характеристики, заложенные в риторике СМИ ФРГ, которые используются сейчас, появились уже в 2007 году. События же происходящие на Украине и в Сирии стали лишь катализатором негативации уже созданного образа. Именно поэтому оперировать тем, что кризисы стали основой для создания определенного образа В. Путина, нельзя.

Заключение работы отражает основные выводы автора, сделанные в ходе всего бакалаврского исследования.