

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

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**Имидж российского президента в публикациях турецкой газеты  
«Hürriyet» в 2014-2015 годах**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА  
студента 4 курса 431 группы  
направления 42.03.02 Журналистика  
Института филологии и журналистики  
Моммадова Мердана Рахмановича

Научный руководитель

к. ф. н, ст.преп-ль

\_\_\_\_\_

Ерохина М. В.

подпись, дата

Зав. кафедрой

д. ф. н, профессор

\_\_\_\_\_

Прозоров В. В.

подпись, дата

Саратов 2016

## ***Введение***

Целью настоящей работы является изучение трансформации имиджа Президента Российской Федерации Владимира Владимировича Путина в публикациях турецкой газеты «Hürriyet» за 2014-2015 годы.

«Hürriyet» («Свобода») является одной из крупнейших ежедневных газет Турции в составе Doğan Yayın Holding. Тираж одного ее выпуска к началу 2014 года составлял свыше 400 тысяч экземпляров. Газета представляет главную либеральную политическую линию страны и защищает идеалы Турции как светского государства. Интернет-сайт газеты «Hürriyet», начавший свою работу с 1997 года, в феврале 2011 года стал седьмым в рейтинге самых посещаемых сайтов Турции, а в июне 2011 года стал четвертым по посещаемости в Европе (9,5 миллиона ежедневных посетителей) . О популярности этого издания в Турции говорит расхожая фраза о том, что каждый второй турок начинает свой день с чашки кофе, горячего симита и свежего номера газеты «Hürriyet».

Объектом нашего исследования являются разножанровые аналитические и информационные материалы, прямо или косвенно связанные с фигурой В.В. Путина. В интересующий нас период их было опубликовано более 1800, что говорит о невероятно высокой степени интереса турецкой аудитории к этому политическому ньюсмейкеру. Актуальность нашей работы связана и с тем фактом, что на протяжении последних пятнадцати лет политические взаимоотношения России и Турции стабильно крепили и развивались по нарастающей шкале вплоть до кризисного конфликта, связанного с военными действиями в Сирии в ноябре 2015 года, который в корне изменил вектор взаимоотношений двух стран, что, безусловно, отразилось и в материалах средств массовой информации.

В рамках нашего исследования мы намереваемся показать, как именно в течение двух лет оппозиционная турецкая пресса трансформировала статусный образ российского президента. Для этого необходимо решить ряд следующих исследовательских задач:

- определить, какие журналисты и в каких рубриках чаще всего писали о В.В. Путине;
- выявить закономерности в выборе информационных поводов, по которым в журналистской статье затрагивается имя В.В. Путина;
- понять, как соотносятся политическая конъюнктура и одобрительный либо неодобрительный тон материала;
- проанализировать, какие выразительные средства и каким образом используются для создания имиджа В. В. Путина в газете «Hürriyet»;
- выяснить, применяет ли «Hürriyet» приемы политической пропаганды и психологии управления массами в анализируемом корпусе статей;
- соотнести тон публикаций о В. Путине в газете «Hürriyet» с общими тенденциями турецкой и мировой прессы в рассматриваемый период.

Источниковедческой базой исследования является электронный архив публикаций, полностью доступный на официальном сайте газеты «Hürriyet». Мы работаем исключительно с оригинальными текстами статей на турецком языке и в дальнейшем используем в работе собственный авторский перевод, что определяет новизну исследования. Кроме того, наш объект исследования достаточно широко разработан на материалах западных СМИ (в основном американских, немецких и французских), но еще никем системно не исследовался на материалах современной турецкой прессы.

Методологической основой нашего исследования выступают работы отечественных и зарубежных авторов, связанные в первую очередь с теорией политического и масс-медийного имиджа. Опираясь на них, под масс-медийным имиджем политика мы понимаем образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия. При этом наиболее яркий и объемный анализ масс-медийного имиджа политика получается как раз на

крайних полюсах политических взаимоотношений двух стран – партнерском и кризисном.

Именно этим обусловлены хронологические рамки нашего исследования: 2014 год, когда российско-турецкое партнерство активизировалось во всех возможных сферах, и 2015 год, когда отношения двух стран внезапно вошли в крутое кризисное пике. В связи с этим внутри каждого года мы намереваемся структурировать газетные материалы вокруг важнейших политических событий, определявших дипломатическую повестку российско-турецких отношений.

### ***Основное содержание работы***

Цель и задачи исследования определили структуру работы, которая состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка.

В **первой главе** мы рассматриваем теоретический аспект вопроса, связанный со способами формирования политического имиджа в СМИ, а также изучаем ключевые тенденции в освещении имиджа В. В. Путина в западной и турецкой прессе 2010-х годов. Это позволяет нам составить более объемное представление о сложившемся за последние годы масс-медийном контексте, в котором функционирует имидж российского Президента в мировых СМИ.

Последовательно рассматриваются принципы моделирования политического имиджа в СМИ, имидж Президента России в оценке западных СМИ и турецких СМИ. Отмечается неустойчивость имиджа главного российского политика в западных СМИ: с одной стороны, он находится в прямой зависимости от внешнеполитических факторов, с другой – фиксируется искренний интерес СМИ к Путину не только как к весомому мировому политику, но и как к харизматичному мужчине-«супермену». На основании массива публикаций в турецкой прессе 2010-х годов делается вывод о том, что при освещении отношений России и Турции в этот период турецкие массмедиа призваны идти в фарватере политической линии государства, а, соответственно, они, в основном, отражают бытующие в

политических кругах опасения, прогнозы и мнения. При этом турецкая пресса отмечает крепкие взаимовыгодные отношения двух стран, не обходя острых углов и существующих противоречий. Президент РФ Владимир Путин чаще всего обозначается как надежный и сильный партнер («друг Владимир», «большой хозяин», «надежное плечо»), который, тем не менее, способен пойти ради интересов своей страны на любые политические интриги («наш интригующий партнер», «хитрая московская лиса», «человек с двойным лицом», «политик с холодными глазами и горячей кровью»).

В сложных условиях новой геополитической реальности турецкие журналисты вынуждены глубоко вникать в происходящие события, искать точки соприкосновения интересов, что необходимо для дальнейшего развития двусторонних и многосторонних отношений. Но какой бы сферы ни касались публикации, связанные с Россией и ее Президентом, в них всегда есть и политическая подоплёка, поскольку большинство турецких СМИ в 2010-х годах характеризуется крайней степенью политизации.

Во **второй главе** мы обращаемся к разбору публикаций газеты «Hürriyet» 2014 и 2015 годов, выделяем основные тематические ниши и анализируем ключевые тенденции моделирования имиджа российского Президента.

Имя В.В. Путина в 2014 году возникает на страницах газеты по самым разным информационным поводам в разных рубриках – от новостных до спортивных. Журналисты «Hürriyet» чаще всего избегают собственных прямых оценок Путина, опираются на факты или цитируют чужие оценки западной прессы или ньюсмейкеров. Однако все-таки можно проследить некоторые общие приемы формирования имиджа русского президента:

- выбираются информационные поводы, в которых Путин предстает сильным, авторитетным, уважаемым мировым лидером, способным противостоять Америке и отстаивать интересы своей страны;

- подчеркивается, что у Путина есть свое особое мнение по самым острым политическим вопросам, он не боится вступать в конфликт и провоцировать других мировых лидеров;
- отмечается, что Путин проявляет качества настоящего джентльмена по отношению к женщинам, даже если это рискованно для его политических интересов;
- показательно, что в текстах статей слова «Путин» и «Россия» выступают полными синонимами.

Большое количество статей и активное читательское комментирование говорит о том, что в 2014 году Владимир Путин – важный политический ньюсмейкер для турецкой прессы и турецкой аудитории, а перспективы российско-турецких отношений напрямую связываются с отношениями Путина и Эрдогана.

Имидж Президента РФ на страницах газеты «Hürriyet» в 2015 году трансформируется под влиянием внешних политических обстоятельств. До ноябрьского конфликта в газете развивается и укрепляется имидж Президента России как статусного, важного, авторитетного мирового лидера, одного из ключевых стратегических партнеров Турции на Ближнем Востоке. С развитием российско-турецкого конфликта в Сирии имидж В. Путина приобретает негативные черты как резкого, авторитарного политика, готового к резкому и бесповоротному разрыву отношений с давним политическим и экономическим партнером.

Однако, нельзя однозначно утверждать, что газета «Hürriyet» полностью становится на сторону турецкого президента в этом конфликте. Скорее, журналисты с одинаковой долей неодобрения пишут о действиях обоих президентов, чьи резкие решения негативно скажутся на всех исторически сложившихся направлениях сотрудничества России и Турции. При этом журналисты «Hürriyet» чаще всего избегают прямых оценок Президента Владимира Путина и моделируют его имидж путем подбора прямых цитат и ссылок на сторонние информационные источники, а также за

счет фотоиллюстраций к материалам, которые целенаправленно транслируют и поддерживают образ Путина как статусного, уверенного в себе и харизматичного политика.

### *Заключение*

Обобщая результаты исследования имиджа В. Путина в газете «Hürriyet» за 2014-2015 годы, можно сделать следующие выводы:

Имиджевые характеристики Владимира Путина эволюционировали отличным от западной прессы образом: если в 2014 году Путин оценивается западными СМИ преимущественно негативно, то в турецкой прессе он предстает как харизматичный, опытный и мудрый национальный лидер, заинтересованный в стабильном росте двусторонних российско-турецких отношений.

Это касается всех составляющих имиджа, особенно социальных характеристик, напрямую связанных с проводимой Президентом внешней политикой в регионе СНГ и Ближнего Востока. При этом персональные характеристики Владимира Путина в «Hürriyet» имеют полярные оценки, как позитивные, так и негативные, что особенно наглядно демонстрируют читательские комментарии на сайте газеты. Образ Президента не замыкается исключительно на его профессиональной сфере деятельности – «Hürriyet» много и подробно пишет о личной жизни Владимира Путина, иногда намеренно переключаясь в формат желтой прессы.

В 2015 году происходит смещение акцента при конструировании имиджа В. Путина с нюансов его внешней и внутренней политики на сложности российско-турецких отношений. Пик подобных публикаций в «Hürriyet» приходится на ноябрь-декабрь 2015 года и вызван острым кризисом, связанным со сбитым российским самолетом СУ-24 в ходе сирийских операций. Однако газета с равной долей негативной критики пишет как о российском Президенте, так и о турецком – журналисты указывают, что эмоциональные и резкие решения «политического Олимпа» наносят серьезнейший урон экономическим и социально-политическим

интересам обоих государств. При этом Владимир Путин в ряде публикаций «Hürriyet» выступает в роли дальновидного политического стратега, который за занавесом полного разрыва дипломатических отношений, тем не менее, не останавливает действие масштабных двусторонних экономических проектов.

В рассматриваемый период имидж российского президента в «Hürriyet» тонко выстраивается на основе обращения журналистов к разным типам информации. Это и разнообразный спектр мнений, включающих позицию как сторонников, так и противников главы РФ, представителей различных статусных и профессиональных групп; оценки зарубежных газет; опора на факты, источником которых являются опросы общественного мнения либо официальная статистика. Информация с такими характеристиками может претендовать на значительную долю объективности, равно как и создаваемый на ее основе имидж президента РФ.

Вместе с тем анализ статей турецких журналистов позволяет утверждать, что они не свободны от тенденциозных оценок определенных направлений деятельности главы российского государства, через которые моделируется имидж В. Путина для турецкой аудитории. Это, например, касается обвинений в имперских замашках и политическом авторитаризме в связи с положением крымских татар или в слабо доказанных коррупционных обвинениях в спортивной сфере.

Завершается работа двумя приложениями, одно из которых содержит наше интервью с редактором сайта [hurriyet.com.tr](http://hurriyet.com.tr) Эмре Кызылаккая, а второе – наши переводы статей из «Hürriyet» на русский язык, сопровождаемые оригинальными публикациями с сайта турецкой газеты.