

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

На правах рукописи

ДОЛЖАНСКАЯ Ксения Борисовна

Образ США и Барака Обамы в программах российских телеканалов

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

по направлению «Журналистика»

(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –
Кандидат филологических наук,
доцент И.А. Куксин
Кафедра телерадиожурналистики
Очная форма обучения

Вх. № _____ от _____

Секретарь ГАК _____

Санкт-Петербург

2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ НОВОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ.....	6
1.1 Политический дискурс на телевидении.....	6
1.2 Образ и имидж на телевидении.....	20
1.3 Политическое лидерство. Политический лидер на ТВ.....	29
ГЛАВА II. ОБРАЗ США И БАРАКА ОБАМЫ В ПРОГРАММАХ РОССИЙСКИХ ТЕЛЕКАНАЛОВ.....	40
2.1 Анализ новостных выпусков Первого канала и выпуска программы "Воскресный вечер" (Россия1) от 18 марта 2014 года.....	40
2.2 Контент-Анализ программы "Вести недели" за октябрь 2014 года.....	49
2.3 Анализ фильма-расследования "Император Обама", выпусков программы "Однако" (Первый канал) и программы "Главное" (Пятый канал).....	55
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	59
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	61
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	68

ВВЕДЕНИЕ

Пьер Бурдьё замечает: "Профессионалов объяснения и публичного выступления - социологов, историков, политиков, журналистов и т. п. - объединяют две вещи: с одной стороны, они работают над экспликацией принципов видения и деления практик, с другой стороны, они борются, каждый в своём пространстве, за навязывание этих принципов и за возможность признания их в качестве легитимных категорий конструирования социального мира".¹ Так, телевидение является своеобразным миром, отличным от реального. Этот мир создаётся журналистами, которые в свою очередь подчиняются представителям государственной власти. Поэтому зачастую за те образы, которые воспринимает с экрана наше сознание, в некоторой мере отвечают высшие государственные органы. Влияя на отбор повестки дня, они навязывают нам те образы, которые им выгодны.

Актуальность темы обусловлена тем, что в последнее время всё большее внимание уделяется отношениям России и США. А американский президент стал крайне популярным объектом для телекамер. Подобное внимание российских журналистов к Бараку Хусейну Обаме, 44-ому президенту Соединённых Штатов Америки, обусловлено политическими событиями на международной арене, в частности интерес к лидеру США усилился после политических изменений на Украине в феврале 2014 года. Теперь всё чаще президент становится предметом обсуждения в новостных и аналитических телевизионных программах. При этом журналистские материалы приобретают эмоциональную окраску в связи с использованием оценочных характеристик. **Научная новизна** обоснована целью и предметом исследования, автор делает попытку выявить способы создания телевизионного образа политического лидера, к которому в последнее время в обществе обостряется негативное отношение.

¹Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М., 2002. С. 123.

Автор ставит **целью работы:** определить особенности формирования образа США и президента Б.Обамы на российском ТВ (второй президентский срок Б. Обамы), какой образ Америки и ее лидера создает российское телевидение и какими способами. Проанализировать динамику изменения отношения к США и Б.Обаме в эфире российского ТВ до февраля 2014 г. и после политических изменений на Украине. Необходимо выполнить следующие **задачи:** 1. Определить ракурсы освещения деятельности политического лидера; 2. Определить способы создания на ТВ образа государства; 3. Определить способы создания на ТВ образа политического лидера; 4. Выявить факторы, влияющие на формирование медийного имиджа США и Б.Обамы; 5. Проанализировать динамику изменения отношения к США и Б.Обаме в эфире российского ТВ до февраля 2014 г. и после политических изменений на Украине. 6. Сформулировать основные черты и принципы эфирного поведения Барака Обамы глазами федеральных российских телеканалов.

Объектом исследования стали новостные и аналитические программы российского телевидения.

Предмет исследования: Способы и приемы формирования образа США и президента США Б.Обамы в программах российского ТВ.

Теоретическая база исследования составили работы работы С.Г.Корконосенко, В.А.Сидорова, К.Р.Нигматуллиной, С.С.Ильченко, М.А.Бережной, Г.В.Березина, А.В.Ершова, М.А.Казакова, П.С.Гуревича, Л.А.Реснянской и других авторов.

Эмпирическая база - это новостные выпуски федеральных телеканалов, итоговые аналитические программы "Однако" с Михаилом Леонтьевым (Первый канал), "Вести недели" с Дмитрием Киселёвым (Россия1), "Воскресный вечер" с Владимиром Соловьёвым (Россия1), "Главное" с Никой Стрижак (Пятый канал), а также фильм-расследование "Император Обама" о коррупции в США. Произведён количественный и качественный анализ

выпусков новостей Первого канала за период с февраля 2013 года по апрель 2016 включительно, контент-анализ программы "Вести недели" за октябрь 2014 года, а также анализ отдельных выпусков других программ.

Методы исследования, используемые в работе: контент-анализ, анализ контента, сравнительный анализ, исторический метод.

Структура ВКР состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы. **Во введении** указаны актуальность, новизна, цели и задачи данной ВКР, ее методы исследования, а также объект, предмет и эмпирическая база. **В первой главе** определяется, что такое телевизионный образ, и как формируется образ политического лидера и страны на ТВ. Также рассматривается, как организовывается политический дискурс на ТВ и как освещаются политические события, события в других странах. **Во второй главе** проведен анализ выпусков программ федеральных каналов: Первый канал, Россия, Пятый канал - по поводу второго президентского срока Обамы (с января 2013 года по наст. время), сравнение периодов до событий на Украине и после. Контент-анализ. Анализ конкретных примеров выпусков новостных и аналитических программ. **В заключении** сделаны основные выводы ВКР.

ГЛАВА I

ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ НОВОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ

1.1. Политический дискурс на телевидении

При переходе к демократическому строю нашего общества журналистика постепенно расширяла свои функции. Если когда-то журналистский материал представлял из себя исключительно информацию о событиях, то в демократическом обществе СМИ превратились в площадку для диалога. Демократия утверждает определенные права и свободы населения, которые в свою очередь будут определять и условия существования и развития журналистики. При данном режиме провозглашается так называемая власть народа, когда каждый гражданин, достигший определенного возраста, имеет право участвовать в политической жизни своей страны, имеет право выбора и его реализации, право влиять на настоящее и будущее своего государства. Согласно, Г. Березину, "наличие системы средств массовой информации, отвечающей всем требованиям независимости и плюрализма, представляет собой основной критерий демократии и правового государства".² Функции журналистики в данных условиях направлены на обеспечение коммуникации между властью и обществом, учитывая стремление к возрастающей политической конкуренции и свободе слова. Свободу слова граждане могут реализовывать эффективней всего именно через СМИ. В связи с этим стремительно развивается политическая журналистика. Работники прессы, получив с конца 20 века определенную свободу, встали на службу демократии. Политическая журналистика призвана обеспечить прозрачность и открытость действий властных структур. Взаимодействие политики и общественности происходит через диалог, для обеспечения которого СМИ

²Березин Г.В. Особенности влияния СМИ на формирование современных политических ориентаций россиян (на примере телевидения): Автореф. дис. кандидата философских наук: 23.00.03. М., 2000. С. 7.

при переходе к демократическому строю модернизировались в открытую площадку для дискуссий. В ходе дискуссий обсуждаются вопросы переустройства страны. Таким образом, СМИ, следуя утверждению Л. Реснянской, "выполняют миссию быть коммуникацией коммуникаций, или коммуникацией взаимодействия".³Выполнять функцию обеспечения общественного диалога в большей степени по силам именно телевидению, так как одной из особенностей телевидения является оперативность и возможность организации прямого эфира. Соответственно у телевидения есть способность осуществить оперативную обратную связь (звонки в студию, онлайн голосования и т. д.) Более того, простые люди могут стать зрителями в студии, поучаствовать в съемках программ. Прочие ключевые свойства телевидения, которые называет С. С. Ильченко и другие исследователи: вездесущность, экранность, непосредственность, симультанность, персонифицированность подаваемой информации.⁴

Сегодня телевидение доступно большей части населения страны, а федеральные каналы, о которых пойдёт речь в этой работе, могут смотреть даже жители отдалённых деревень (как минимум, Первый канал и Россия1 - это два доступных канала на большей части территории Российской Федерации). За счёт этого диалог правительство-общество наибольшую популярность приобретает именно на телевидении. Сейчас мы можем всё уверенней говорить о стремительно растущей роли СМИ не только в социальной, но и в политической сферах. Ведь именно через СМИ политики общаются с населением своего государства. Это явление получило название политической коммуникации и стало активно развиваться с конца 40-х - начала 50-х годов XX века. Тогда же быстро шло развитие технических средств коммуникации. В связи с этим в последние десятилетия имеет место такое явление, как медиатизация политики. Поясним, что это означает.

³СМИ и политика: учеб. пособие / под ред. Л.Л Реснянской. - М.:Аспект Пресс, 2007. С. 4.

⁴Ильченко С. С. Ценностно-политическое содержание "массовой культуры" в телевизионном вещании: Дис. кандидата полит. наук: 10.01.10. СПб, 2009. С. 59.

Согласно определению Л. Л. Реснянской, "медиазация политики - сложный и неоднозначный процесс. Это процесс проникновения политического поля в медийное, в результате которого наблюдается перемещение политических смыслов из реальной области в область виртуальную, медийную. Политическое поле рассматривается как место, где идет непрерывная борьба за право создания реальности при помощи слов, концентрации внимания общества на определенных вопросах и корректировки повестки дня от неудобных тем, т. е. за символическую власть поля медийного. А медиа в политике - основной массовый канал распространения информации".⁵ Таким образом, помимо того, что СМИ формируют для нас повестку дня, т.е. из общего потока информации происходит отбор той, которая будет показана и донесена до аудитории, они также являются полем для активной деятельности представителей власти. На ТВ происходит формирование представления населения о внутренней и внешней политике, о делах государственных деятелей. Кроме того (и это нам наиболее важно), с помощью телевидения, подчинённого правительству, политики создают свой собственный образ и имидж, который, по исследованиям еще 60-х годов XX века, стремятся сделать как можно более положительным в глазах граждан страны. Давно не секрет, что телевидение - это иная реальность, реальность виртуальная, которая зачастую далека от реальной жизни. В связи с этим в настоящее время проблемой для большинства населения становится отсутствие альтернативы в выборе политических идеалов. Попадая в зависимость от того представления о мире и от тех образов, которые навязывает нам телевидение, человек со временем теряет способность мыслить самостоятельно и слепо верит в мир, созданный для него в медиапространстве. Об этом пишет К. Р. Нигматуллина в своей диссертации "Политические идеалы на российском телевидении: факторы и механизмы трансформации". Она приводит исследования немецкого

⁵СМИ и политика: учеб. пособие / под ред. Л.Л. Реснянской. - М.:Аспект Пресс, 2007. С. 91.

социолога, который заметил, что телевидение в информационной повестке предпочитает выводить на поверхность менее значительные социальные и политические конфликты, подменяя ими действительно важные. Также журналисты в информационных передачах стараются в меньшей степени касаться тем внутренних дел политиков и государства, акцентируя внимание на внешнеполитических конфликтах. То есть телевидение управляет потребностями аудитории, постоянно привлекая её внимание к тому, как наше правительство решает внешние проблемы. В этом случае отвлекается внимание от нерешенных внутренних государственных вопросов, а наши политические лидеры поднимаются в глазах аудитории за счёт создания положительного образа в сравнении с отрицательными образами лидеров противодействующих стран. То есть проблема политического самоопределения сейчас практически не ставится в политическом дискурсе. Телевидение навязывает зрителю определенные ценности и ориентиры.

"Понимание телевизионной аудитории как субъекта, на удовлетворение потребностей которого направлена деятельность телевидения, теряет смысл - пишет К. Р. Нигматуллина - В действительности аудитория все в большей степени становится объектом, который получает не то, что хочет, а то, что ему предлагается. Таким образом, единообразие политических представлений или отсутствие таковых становится не только и не столько потребностью самой аудитории, сколько задачей производителей телепрограмм".⁶ То есть, телевидение формирует образы, удобные для осуществления нужного влияния на население, а также заставляет принимать определенные стороны, политические взгляды и идеалы. Это не совсем соответствует идеалам демократического государства. С. С. Ильченко замечает: "российская журналистика выступает в качестве канала коммуникации, обслуживающего интересы не различных частей общества (как и предполагается в идеале

⁶Нигматуллина К. Р. Политические идеалы на российском телевидении: факторы и механизмы трансформации: Дис. кандидата полит. наук: 10.01.10. СПб., 2011. С. 70

подлинного демократического государства), а исключительно разнообразных центров власти".⁷

Несмотря на это, сегодня политической сфере и политикам сложно обойтись без СМИ еще и потому, что последние являются средством доставки из народа той информации, которая необходима для нормального функционирования политической системы. В свою очередь через СМИ осуществляется контроль над населением и установление господствующей идеологии. "Для граждан России имеет существенное значение не только общая политическая направленность деятельности СМИ, но и её духовно-нравственные основы, степень их свободы и демократизма".⁸

Телевидение выполняет ряд функций, связанных с этими особенностями:

- 1) Функция артикуляции общественных интересов обеспечивает представление общественности и властным структурам различные группы интересов. В рамках этой функции происходит разделение по мотивации, целям, взглядам и так далее на социальные, политические группы и различные объединения. Публично формулируя свои идеи с помощью ТВ, эти группы имеют возможность донести до общественности и власти свою точку зрения.
- 2) Функция контроля деятельности власти и состояния дел в государстве реализуется в том, что с помощью телевидения в частности и СМИ вообще происходит публичное оглашение деятельности государственных институтов и результатов этой деятельности. Необходимость придания огласке своих решений в СМИ повышает качество принимаемых решений.

⁷Ильченко С. С. Ценностно-политическое содержание "массовой культуры" в телевизионном вещании: Дис. кандидата полит. наук: 10.01.10. СПб, 2009. С. 58.

⁸Березин Г.В. Особенности влияния СМИ на формирование современных политических ориентаций россиян (на примере телевидения): Автореф. дис. кандидата философских наук: 23.00.03. М., 2000. С. 3.

3) Функция влияния на формирование государственной политики делает СМИ своеобразной почтой, доносящей до власти, как было сказано выше, интересы, ожидания и требования общества.

4) Функция политического просвещения граждан связана с пониманием общественностью происходящих в стране политических процессов. Телевидение должно воспитывать рациональный взгляд и побуждать к обдуманному действию.

Как было сказано выше, телевидение - это то поле, на котором политики могут играть по своим правилам, создавая в глазах общественности нужный образ. Реснянская замечает эту особенность СМИ: "Средства массовой информации чаще всего создают виртуальный конструкт политики, выводя из медийной повестки дня значимые для общества вопросы, взамен транслируя подготовленные стерильные смыслы"⁹ - пишет автор.

Один из способов, с помощью которого у представителей власти есть возможность высказать свои взгляды, планы и решения - это организация политического дискурса на ТВ. Рассмотрим подробнее это понятие.

Дискурс в самом общем смысле - это речь, языковая деятельность, выстроенная логически, рационально. Поэтому дискурс безусловно носит коммуникативный характер. С помощью дискурса реализуют себя социальные субъекты, выражая свою позицию, мнение. Проще говоря, дискурс - это обсуждение. Обсуждение волнующих тем, проблем. Дискурс может быть реализован только диалогически, то есть число участников должно быть не меньше двух. Каждый участник имеет возможность высказать своё мнение, взгляды, артикулировать свои интересы. Демократическое государство не может обойтись без такого обсуждения. Важные для общества, государства решения принимаются после длительных обсуждений, дебатов, консультаций с экспертами. В ходе дискурсивных

⁹СМИ и политика: учеб. пособие / под ред. Л.Л. Реснянской. - М.:Аспект Пресс, 2007. С. 106.

практик выражают своё мнение противоположные стороны. Итогом должен стать какой-либо компромисс. Целью дискурса является достижение общественного блага. Очевидно, что политикам не обойтись без дискурса.

Политический дискурс призван служить для поиска решений социальных проблем. В ходе политического дискурса происходит обмен мнениями, взглядами различных социальных субъектов и политических институтов: президента, парламента, министерств и т. д. Это важный элемент дискурсивных практик. В такой коммуникации должны участвовать все политические субъекты, обсуждение должно быть открытым. Такова идеальная модель демократического государства. Однако на практике не все субъекты получают возможность высказать своё мнение. Итак, цель дискурса - высказывание противоположных взглядов, интересов, обсуждение проблем и приход к некому консенсусу ради достижения общественного блага. А, как было сказано ранее, для принятия верного решения с большей ответственностью политикам необходимы придание огласке, публичность, открытость обсуждения. То есть необходимо участие граждан, необходимо донести обсуждение до граждан и по возможности включить население в дискурс. В этом особую роль играют СМИ. Благодаря тому, что общество имеет доступ через СМИ к политической информации, власть вынуждена учитывать мнение и интересы своего народа, так как через СМИ она контролируется им.

Итак, переплетение политического дискурса с дискурсом массмедиа неизбежно в условиях демократического государства. Политики используют средства массовой информации как площадку для своих выступлений перед населением. Причём СМИ могут служить как просто чисто технической основой (если СМИ не подчинено напрямую государству, например), так и неким полем для игры, в которой правила устанавливают сами политики. Так, например, правительство может косвенно влиять на формирование повестки дня: отбирать темы, устанавливать монополию на подачу политической

информации. Е. А. Мельник отмечает эту функцию политического дискурса: "Политический дискурс, наряду с религиозным и рекламным, входит в группу дискурсов, для которых ведущей функцией является регулятивная. Исходя из целевой направленности, основной функцией политического дискурса можно считать его использование в качестве инструмента политической власти (борьба за власть, овладение властью, её сохранение, осуществление, стабилизация или перераспределение)"¹⁰

Зачастую СМИ выступают не просто площадкой для дискурса, но и сами становятся субъектами политической коммуникации. Публичный политический дискурс призван отражать наиболее актуальные социальные проблемы и решать насущные государственные вопросы. С помощью него правительство имеет возможность взаимодействовать с различными общественными институтами и с гражданами, которые также с помощью массмедиа включаются в дискурс. Журналисты, таким образом, являются не только субъектами дискурса, но теми, кто должен обеспечить грамотную коммуникацию. Они являются еще и некими посредниками между властью и обществом. Организовывая публичный дискурс, они должны выполнять ряд функций. Одна из них - поиск профессионалов и экспертов, которые смогут дать независимую оценку, высказать своё экспертное мнение. Существуют определённые виды таких экспертов, которые необходимы политикам. В зависимости от выполняемой деятельности такие эксперты делятся на экспертов идеологов, призванных разрабатывать дальнейшие стратегии для развития государства, экспертов-политических консультантов, решающих актуальные вопросы, и экспертов-адвокатов, занимающихся политическим пиаром. Современный политический дискурс носит институциональный характер. Это означает, что субъекты дискурса, в том числе эксперты, подчинены различным общественным институтам и действуют через их

¹⁰ Мельник Е. А. Политический дискурс как средство манипулирования массами // Учёные записки Орловского Государственного университета. 2012. №2. С. 145. [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/politicheskiy-diskurs-kak-sredstvo-manipulirovaniya-massami> (Дата обращения: 11.04.16)

интересы. Такое участие в политическом дискурсе происходит по следующим схемам: мониторинг политических тенденций, анализ, составление прогнозов; переработка политической информации; политический консалтинг; участие в дебатах, выступления с аналитикой в СМИ; генерирование идей для нового политического дискурса.

Сейчас политикам всё проще создавать нужные образы и управлять сознанием аудитории. Это замечает и Реснянская, определяя причину: "В условиях информационного хаоса СМИ начинают конструировать реальность сами - "более реальную, чем реальная", поскольку именно такую реальность видит и воспринимает массовая аудитория. В результате из самой сути массмедиа как системы по конструированию виртуальной реальности рождаются возможности манипулирования общественным мнением у тех, кто контролирует СМИ".¹¹ Итак, "нужные" эксперты вместе с журналистами создают новую реальность, в которую включается аудитория. Зачастую журналист-аналитик берёт на себя роль эксперта-комментатора. Часто у журналиста просто недостаёт опыта и компетенции, чтобы судить политические события, но если этот журналист известен, узнаваем, часто появляется на публике и уже сделал себе имя в журналистике, играет роль принцип персонификации, к его словам прислушиваются, зритель ему доверяет. Соответственно при освещении внешнеполитических событий также зрителям показывается то, что считается нужным, что выработает нужное отношение населения к тем или иным странам и лидерам.

Влияние телевидения на массовую аудиторию особенно сильно. Как было уже замечено ранее, телевидение - это наиболее широкодоступное средство массовой информации, телевидение обладает важной составляющей для привлечения внимания аудитории - визуальностью. Оно имеет возможность наибольшего влияния на массы, так как с помощью ТВ мы можем не только

¹¹СМИ и политика: учеб. пособие / под ред. Л.Л. Реснянской. - М.:Аспект Пресс, 2007. С. 173.

читать и слушать, что говорят, но и видеть, как это происходит. Подбор картинки, жесты и мимика телевизионных журналистов, жесты и мимика самих политиков оказывают невербальное влияние на массовое сознание. Что касается влияния властных структур на формирование повестки дня и выбор тем для дискурса, то оно очевидно на тех каналах, которые рассматривает автор в данной работе. Итак, на сегодняшний день 51% акций Первого канала принадлежит государству, Россией 1 владеет ВГТРК, которая в свою очередь полностью принадлежит правительству Российской Федерации, а Пятый канал на 26,7% принадлежит правительству Санкт-Петербурга. Из этого можно сделать вывод, что то, что мы видим на этих каналах и та информация, которую мы получаем, тщательно контролируется высшими органами.

Телевидение само по себе - это специфический канал коммуникации, и политический дискурс на ТВ тоже имеет ряд особенностей. Телевидение в последнее время всё больше несёт функцию развлечения, создания иной реальности, яркой, цветной, погружая человека в мир мечтаний и ярких картинок. Телевидение изменило суть политического дискурса. Оно подаёт его в виде ток-шоу, инфотеймента. Оно превратило политику в часть развлекательной поп-культуры. Но оправдывается такая позиция запросом аудитории. Каналы предлагают аудитории то, что она ждёт от них, ведь телеканалам важен рейтинг, а соответственно идёт борьба за рекламодателя. С помощью ТВ, принадлежащего государству, идёт создание новой политической реальности. Таким образом, получается некое театральное представление, где телевидение выступает сценой. Политики разворачивают свой спектакль в медиареальности тогда, когда в реальной жизни происходит то, что пытаются скрыть или ничего не происходит. Факты заменяются оценками и мнениями, создаются нужные образы и выгодная повестка дня. Многие известные журналисты, такие как В. Познер, А. Венедиктов отмечают, что на федеральных каналах и радиостанциях сильно влияние

государства, и все прекрасно знают, что есть темы, которые запрещено поднимать, и есть люди, которых запрещено приглашать в студию.

Итак, что же касается освещения на федеральных каналах событий международного характера. Стоит отметить, что в последние годы Россия весьма укрепила своё международное положение. Несмотря на недовольство Европы и Запада нашей страной, которое в последнее время возросло, к её мнению приходится прислушиваться многим странам. Это правительство должно учитывать при ведении своей политики, и это должно учитываться журналистами при освещении международных событий. Новости международного характера имеют большое значение на современном телевидение, так как они дают представление населению о собственной стране, о её месте в международной политике, об отношении ближайших и более дальних стран к России. Итак, освещение событий в других странах должно доверяться лицам, обладающим определёнными навыками и знаниями. Журналист, занимающийся международной журналистикой, должен быть подкован не только в области своей профессии, но и обладать теоретическими и практическими знаниями международных отношений. Широко владеть всеми жанрами телевизионной журналистики и уметь их грамотно сочетать. Например, интервью с иностранным политиком на актуальную для страны тематику не может обойтись без аналитического комментария, авторской интерпретации. К корреспондентам, работающим в других странах или командирующимся туда на время, предъявляются особые требования, более строгие, чем к журналистам, специализирующимся на местных новостях. Требования эти связаны с деловой, профессиональной и личностной этикой. Журналист-международник, во-первых, должен не уронить достоинство своего СМИ, не подорвать к нему доверия аудитории. Тем более, если речь идёт о государственных федеральных телеканалах. Во-вторых, он должен сохранить честь и достоинство своей страны перед зрителями и перед другими странами, так как официальные государственные

каналы мониторятся журналистами и политиками других стран. В-третьих, он не должен оскорбить интересы как и в целом страны, о которой делает материал, так и каждого отдельного иностранного гражданина или политического лидера. Последнее этическое требование на практике не всегда выполняется нашими журналистами. Несмотря на необходимость анализа, о котором было сказано выше, часто приходится освещать те события и ситуации, в которых лучшим решением будет занять нейтральную позицию и оставаться беспристрастным и сдержанным в оценках.

Новостные сюжеты на российском телевидении, касающиеся событий за рубежом, значительно изменились в последнее время. Чаще всего они появляются в новостных сюжетах, поэтому информация подаётся довольно сухо, объективно, коротко. Стандартную современную схему подачи информации Алексей Каклюгин характеризует так: «у нас все хорошо, а там – наводнения, пожары, насилие и выборы, которые, в изложении наших каналов, больше походят на сумасшедший дом».¹² В этом случае общее впечатление аудитории можно выразить следующим предложением: "У нас еще хорошо, а там ужас и кошмар, но, слава Богу, это всё далеко и нас не затрагивает". Помимо такого формата сейчас активно обсуждаются новости политики в связи с еще не затихшим конфликтом на Украине. Хотя заметно уменьшилось количество информации, касающейся положения этой страны. Об иностранных политиках информация подаётся обычно по схеме приехал - встретился или провёл переговоры - уехал. Вообще темы, которые поднимаются при освещении зарубежных стран, можно разделить на несколько групп:

- Визиты Президента и других представителей власти в зарубежные государства;

¹² Каклюгин А.А. Сравнительный анализ освещения международных событий на российском телевидении [Электронный ресурс]: URL: <http://zhurnalistika.net/20110313825/teoriya-zhurnalistiki/sekrety-dela/sravnitel-nyi-analiz-osvescheniya-mezhdunarodnyh-sobytii-na-rossiiskom-televidenii.html> (Дата обращения: 15.03.16)

- Изменение политической ситуации;
- Репортажи из «горячих» точек;
- Местная культура и быт;
- Новости спорта;
- Звёздные турне;
- Природные катастрофы, терроризм, происшествия;
- Поиск русских корней.

Отдельные правила существуют при освещении военных конфликтов. Здесь журналист должен обладать хорошими знаниями международного гуманитарного права. Во-первых, сам исход конфликта нередко может зависеть от того, какую позицию займёт журналист. В этой ситуации у него есть несколько возможных вариантов: 1) сухая, объективная подача информации, нейтральное положение; 2) видимая и демонстрируемая поддержка вооружённых сил своей страны; 3) поддержка военных сил страны противника. Чтобы не разжигать конфликт, информацию лучше всего подавать предельно беспристрастно, не занимая ничью позицию, только факты. От этого зависит и безопасность самого журналиста тоже. Воздействие на аудиторию при этом возрастает именно тогда, когда сообщение о событиях текущего конфликта подаётся без авторских комментариев и какого-либо анализа. Таким образом, сейчас на федеральных каналах информация о событиях в других странах существует в нескольких видах. Это новостные сюжеты о визитах политических деятелей, о происшествиях, о событиях политического, экономического, социального характера, которые могут иметь отношение к политике нашего государства или как-либо влиять на жизнь в нашей стране и отношение к ней за рубежом, о техногенных и природных катастрофах, терроризме. Это также могут быть репортажи из "горячих" точек, освещающие вооруженные конфликты, столкновения, ход войны. Если это аналитическая программа, то там может более подробно обсуждаться какое-либо событие международной политики,

актуальное для населения нашей страны, представляющее интерес и имеющее значение для политики России.

Итак, подводя итоги параграфа, можно сделать следующие выводы. Для соблюдения принципов демократического общества, а именно гласности, свободы выбора, открытости политики, правительству необходима поддержка народа, его участие в политической жизни страны. Это участие население может осуществлять с помощью СМИ. Телевидение один из наиболее удобных для этого каналов коммуникации, так как оно обладает такими характеристиками, как доступность, оперативность подачи информации, вездесущность, непосредственность, возможность организации открытых студий, прямых эфиров, обратной связи, телемостов и так далее. Часто представители власти организуют политический дискурс на ТВ, в который включаются журналисты и население. Это помогает более ответственно принимать решения и открыто вести политику. Однако на современном телевидении политический дискурс постепенно превращается в развлекательное шоу, так как таков запрос аудитории, привыкшей к развлекательному контенту. На федеральных каналах происходит строгий отбор информации, так как эти телеканалы контролируются государством. С помощью них политики создают нужный образ и нужную реальность, влияя на формирование повестки дня. В этом проявляется медиатизация политики, то есть политика меняется под углом телевизионного обзора, и телевидение создаёт иную реальность, не всегда близкую к той, что есть на самом деле. ТВ становится сценой для политических спектаклей, в котором политики выступают режиссёрами и актёрами. Что касается освещения событий в других странах, то можно сделать выводы, что зачастую сообщения о происходящем вне границ Российской Федерации призваны отвлекать внимание от существующих проблем в нашей стране. Более того, они могут влиять на отношение населения к своему государству и создавать иллюзию благополучия России в сравнении с катаклизмами и политическими

конфликтами и проблемами в других странах. Создаются положительные образы российских политиков в сравнение с отрицательными образами зарубежных политических деятелей.

1.2. Образ и имидж на телевидении

Образ и имидж на телевидении - понятия схожие, однако их значения всё-таки несколько отличаются.

Как уже было сказано в первом параграфе, телевидение - это некая реальность, отличная от действительной, создаваемая журналистами, героями, государством. В этой иной реальности действуют как бы не реальные персонажи, а их проекции, пропущенные сквозь призму данного канала коммуникации, то есть образы. Образ - это некое представление о субъекте, которое формируется и укрепляется в сознании зрителя. Образы обычно направлены на широкую аудиторию и служат для лучшей манипуляции сознанием населения. Для создания нужного образа, нужно на высоком уровне знать и понимать массовую психологию. Реснянская приводит на этот счёт цитату французского социолога Г. Лебона: "Изучая воображение толпы, мы видели, что на него очень легко действовать, в особенности образами. Такие образы не всегда имеются в нашем распоряжении, но их можно вызвать посредством целесообразного применения слов и формул. Искусно обработанные формулы получают действительно ту магическую силу, которая им приписывалась некогда адептами магии". Сила образа - "в лояльности клиентов, а источник лояльности - психологическое желание людей думать о себе хорошо". Образ должен обещать, что только с ним это желание реализуется, так как есть мнение, что человек голосует за чувство удовлетворения собой".¹³ В этом случае очень важно тщательное продумывание и доскональное формирование

¹³СМИ и политика: учеб. пособие / под ред. Л.Л. Реснянской. - М.:Аспект Пресс, 2007. С. 138.

образов политиков, так как от этого будут зависеть политические взгляды населения и его настрой. На современном телевидении, особенно на федеральных каналах преобладает стратегическая модель формирования реальности. При данной модели особое внимание уделяется формированию медийных образов политиков. Политик берёт на себя определённую роль и каждый раз, когда появляется в эфире, играет её.

Образ может быть позитивным и негативным, в зависимости от того, какой образ выгоден для данного персонажа. Негативный образ может быть удобен самому субъекту, ведь отрицательный пиар привлекает не меньшую аудиторию, чем положительный. Также негативный образ может быть нужен другим субъектам, которым необходимо отрицательное отношение аудитории к противнику, например, и положительное к ним. Образ на экране - это некий символ, который даже не стремится соответствовать истине, но аудитория с помощью него получает информацию об окружающем её мире. Аудитория оценивает человека на экране по трём основным вопросам: "кто говорит", "о чём говорит" и "как говорит". Последнее наиболее важно. Поток телевизионной информации часто нелогичен, так как главные цели - это информировать и развлекать, настраивая публику на определенные настроения. Таким образом у аудитории в умах складывается такой мир, какой предлагает телевидение. Оно само по себе отличается от прочих каналов коммуникации. Л. А. Мутовкин отмечает два фактора, отличающие ТВ от других СМИ: "Во-первых, знаки телеобразы, в отличие от знаков языка или письма, весьма предрасположены к тому, чтобы зритель просматривал (выслушивал) их как естественное жизненное событие. Во-вторых, телеобразы при всей их похожести на реальные жизненные события являются, как и все другие знаки, своеобразным кодом, а не простым отображением реальных жизненных обстоятельств".¹⁴ Смысл реальных вещей кодируется в иной, телевизионный смысл, и это часто происходит

¹⁴Мутовкин Л. А. Роль телевидения в формировании имиджа. Омск. 2009 [Электронный ресурс]: URL: <http://imek.org/?q=node/1390> (Дата обращения: 18.04.16)

незаметно для аудитории. "Свой манипуляционный потенциал телевидение развивает именно за счет того, что оно искусно скрывает различие между фикцией и реальностью. Именно поэтому, информация, преподнесенная с экрана, оказывается куда более убедительной для публики, чем аргументы теоретического или идеологического свойства опубликованные в печатных СМИ".¹⁵ На самом же деле, телевидение показывает те образы, которые подсознательно уже существуют в головах аудитории.

Существует множество способов создания образа на телевидении. В-первых, образ не отделим от конкретной ситуации. Чтобы раскрыть субъекта с той или иной стороны, необходимо поместить его в некие обстоятельства. Итак, сам информационный повод играет немаловажную роль в формировании образа. Необходимо так выстраивать повестку дня, чтобы у субъекта, политика, было пространство для действия. Тогда его образ становится неотделим от обстоятельств, в которых он действует. Второе - это само сообщения журналиста. Те слова, приёмы, языковые обороты, которые он использует, сообщая о субъекте, играют свою воздействующую на зрителя роль. Помимо вербальных средств, в формировании образа важная составляющая представлена невербальными методами подачи информации. Это интонация, с которой журналист говорит о человеке, жесты, мимика, картинки и иллюстрации, которые подбираются к новости. К вербальным средствам также можно еще отнести заголовок, под которым идет в эфир сообщение. С. Г. Кара-Мурза приводит в подтверждение этой мысли слова американского профессора О'Хара об умелом дикторе: "Его сообщение может выглядеть объективным в том смысле, что оно не содержит одобрения или неодобрения, но его вокальные дополнение, интонация и многозначительные паузы, а также выражение лица часто имеют тот же эффект, что и редакторское мнение".¹⁶ Автор также замечает почти

¹⁵Мутовкин Л. А. Роль телевидения в формировании имиджа. Омск. 2009 [Электронный ресурс]: URL: <http://imek.org/?q=node/1390> (Дата обращения: 18.04.16)

¹⁶Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М., 2000. С. 223

безграничные возможности ТВ в этом вопросе: "Технические возможности телевидения позволяют лепить образ объекта, даже передаваемый в прямом эфире. Французский телекритик пишет: «С телевизионным изображением можно сделать все, как и со словом. Поставьте интервьюируемого так, чтобы камера смотрела на него снизу, и любой человек сразу примет спесивый, чванный вид. Смонтируйте кадры по своему усмотрению, вырежьте немного здесь, добавьте кое-что там, дайте соответствующий комментарий... и сможете доказать миллионам людей что угодно».¹⁷ Для лучшего образного воздействия на публику необходимо, как было замечено ранее, её хорошо изучить, говорить на её языке. Можно провести предварительные исследования, например, опрос или анкетирование. Нужно выяснить, к какой возрастной, половой и так далее группам относится потенциальная аудитория. Итак, на что еще будет обязательно обращать внимание зритель. При закреплении образа в сознании будут учитываться следующие характеристики:

- внешность (сюда входят и само телосложение и лицо, и выбор костюма);
- разговор (дикция, грамотная речь, умение выбирать слова и строить логически связанный текст);
- личность (внутренние характеристики, такие как интеллект, суждения, мировоззренческая позиция).

Еще одна категория - имидж. Само по себе формирование имиджа, особенно имиджа политика, невозможно без формирования образа. Образ является составной частью имиджа. Образ создаётся на телевидении, в умах аудитории, закрепляется за субъектом и в свою очередь формирует имидж вместе с еще одной категорией - фразой. Л. А. Мутовкин описывает этот процесс так: образ может формироваться с помощью телевидения, с помощью каких-либо невербальных средств, с помощью сообщений о

¹⁷ Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М., 2000. С. 223

субъекте и так далее; фраза - это то, что произносит, изрекает субъект в эфире, перед людьми, она будет характеризовать его и закрепит определённое о нём представление у аудитории.¹⁸ Единство образа и фразы определит имидж. Зритель чувствительно относится не только к информации, поступающей с экранов, но и к тому, кто её произносит. Эту особенность замечает Гуревич: "Мы бессознательно пытаемся дать сообщению статус персонифицированности". "В принципе обезличенной информации не существует в природе. Мы сами её персонифицируем, когда в этом возникает потребность".¹⁹

В качестве научного термина понятие "имидж" впервые стал использовать в своих работах экономист из США К. Болдинг. К началу 60-х годов XX века он доказал его необходимость в бизнесе и политике. Имидж по К. Болдингу - это определённая установка поведения, которое не всегда основано на реальных событиях, а больше на мифологическом представлении о прошлом и будущем. В СССР "имидж" появился в СМИ в начале 70-х. Сначала воспринимался отрицательно и относился к политике буржуазии, которая с помощью него манипулировала общественным сознанием.

Имидж как и образ формируется с помощью журналистов, имиджмейкеров и очень часто отличается от реального образа. Он создаётся на телевидении и преподносится готовый аудитории. Он как бы зеркалит то, на что точно реагирует подсознание людей, и переводит общественное сознание на привычные спустя время неосознанные реакции. Имидж очень удобен для массовой аудитории. Экономист Е. В. Анохин отмечает следующую функцию имиджа: "Имидж как явление общественной жизни возник в результате необходимости обработки больших информационных массивов, которые изо дня в день только возрастают. Поскольку хранить весь объем информации невозможно, люди стали пользоваться сжатой

¹⁸ Цит. по Мутовкин Л. А. Роль телевидения в формировании имиджа. Омск. 2009

[Электронный ресурс]: URL: <http://imek.org/?q=node/1390> (Дата обращения: 18.04.16)

¹⁹ Гуревич П. С. Приключения имиджа. М., 1991. С. 28-29

информацией, информацией, представленной в виде изображений. Это наиболее оптимальный способ порождения и распознавания сложной социальной действительности".²⁰ Имидж - это устойчивый образ в сознании. Поэтому создав себе однажды положительный имидж, можно еще долго пожинать плоды и иметь авторитет у массовой аудитории. Сначала субъект работает на имидж, затем уже имидж работает на субъект. Но в этом есть и минусы. Если допустить промахи на начальных этапах создания имиджа, в процессе они сложно поправимы. Имидж устанавливает отношения между субъектом и зрителем. С одной стороны, можно акцентировать внимание на самых сильных сторонах и качествах субъекта. С другой стороны, можно придать ему те характеристики, которыми он не обладает.

Для политических деятелей телевизионный имидж предельно важен. Более того, большая часть населения страны воспринимает политиков именно в виде тех образов, что даёт телевидение, ввиду отсутствия иных контактов с представителями власти, будь то российские политические лидеры или лидеры других стран. Реснянская отмечает: "Когда публичная политика сводится к демонстрации отдельных образов и их конфликтов, программные заявления теряют свою значимость. На первое место выходят медийное представление и виртуальные образы".²¹ Так как жители других стран тоже не имеют другой возможности общения с политиками, то создать нужный имидж важно не только на телевидении своей страны. С. С. Ильченко, цитируя С. Г. Кара-Мурзу, замечает следующий важный момент: "По мнению С. Г. Кара-Мурзы, главенствование технологий продвижения имиджа в политике привело к тому, что "из общественной жизни была устранена сама проблема политического выбора через столкновение идей". Автор также пишет: "Если раньше политика предполагала наличие

²⁰Анохин Е. В. Имидж страны: проблемы формирования и управления. // Проблемы современной экономики. 2014. №3. [Электронный ресурс]: URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-strany-problemy-formirovaniya-i-upravleniya> (Дата обращения: 21.04.16)

²¹СМИ и политика: учеб. пособие / под ред. Л.Л. Реснянской. - М.:Аспект Пресс, 2007. С. 173.

программы, постановку проблем, изложение альтернатив их решения и обращение к интересам и разуму граждан, то теперь всё это заменено конкуренцией образов, имиджей политиков, причём эти имиджи создаются по законам рекламного бизнеса".²² Корнева И. В. вспоминает о таком понятии, как политический миф, который благодаря телевизионным образам политиков лучше укрепляется в сознании аудитории. "Имиджи (виртуальные образы) политиков начинают создаваться на основе цитирования "узнаваемых" характеристик подлинной действительности и методов мифологизации" - пишет автор. "При этом следует отметить, что немалое число исследователей выделяет собственно политическую мифологию в отдельную сферу для анализа и изучения". Далее цитирует Гарольда Лассуэла, который даёт определение политическому мифу: "Политический миф - это комплекс идей, который массы готовы рассматривать в качестве истинных, независимо от того, истинны они или нет".²³

Помимо имиджей самих политиков, есть также имидж страны, который зачастую не отделим от образа её политического лидера. Это подтверждает и К. Р. Нигматуллина: "Присутствующие в текстах выступлений [политических лидеров] идеологемы рисуют четкий образ страны в политике президента, это действительно цельный конструкт".²⁴ Такой имидж мы будем рассматривать как образ страны, формирующийся в общественном сознании, основанный на преобладающих в массах потоках информации. К. Болдинг отмечал важную роль национального имиджа в позиции государства на мировой арене, а также его влияние на национальную политику.

²² Ильченко С. С. Ценностно-политическое содержание "массовой культуры" в телевизионном вещании: Дис. кандидата полит. наук: 10.01.10. СПб, 2009. С. 63.

²³ Корнева И. В. Телевизионное пространство и его виртуальные образы (из опыта отечественного телевидения 1990-х гг.): Дис. кандидата филол. наук: 10.01.10. СПб, 2002. С. 64.

²⁴ Нигматуллина К. Р. Политические идеалы на российском телевидении: факторы и механизмы трансформации: Дис. кандидата полит. наук: 10.01.10. СПб., 2011. С. 112.

Т. С. Черевко признаёт значительную роль СМИ в формировании имиджа страны и даёт следующее определение: "Имидж страны - результат интегрированных разнонаправленных коммуникаций, сумма которых определяет единый страновой образ. Создание целостного внутреннего имиджа является теоретически программируемой коммуникационной стратегией, значительное место в которой занимают массмедиа. Основой для формирования имиджа страны выступает национальная и гражданская идентичности".²⁵

Еще одно определение формулирует Е. В. Анохин: "Имидж страны — это сложившаяся в массовом сознании и имеющая характер стереотипа совокупность рациональных и эмоциональных представлений о стране, формирующихся у людей на основе собственного опыта и имеющейся информации, полученной из различных источников".²⁶ Очевидно, что помимо осознанного восприятия объективных фактов о стране, зритель также реагирует и бессознательно. А значит, образ страны также может создаваться не только вербальными средствами, но и мимикой журналиста, его интонацией, жестами и так далее.

Образ страны также не отделим от того, в контексте каких событий подаётся информация о стране. Её имидж формируют и люди, живущие на территории страны. Сообщения как об отдельных личностях государства, так и о целой нации, её реакции на те или иные события в мире и в стране

²⁵Черевко Т. С. Информационно-аналитические программы федеральных телеканалов как инструмент формирования имиджа страны (на примере выпусков "Вести недели", "Воскресное время", "Сегодня. Итоговая программа"): Дис. кандидата филол. наук: 10.01.10. М., 2013. С. 105.

²⁶Анохин Е. В. Имидж страны: проблемы формирования и управления. // Проблемы современной экономики. 2014. №3. [Электронный ресурс]: URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-strany-problemy-formirovaniya-i-upravleniya> (Дата обращения: 21.04.16)

формируют более менее целостный образ государства и его жителей в сознании аудитории.

Не меньшее влияние на имидж страны оказывает формируемая повестка дня. Журналисты отбирают нужный и выгодный пласт информации. Картины дня могут составлять либо по большей части позитивные новости, связанные с определённым государством, либо могут преобладать негативные сообщения. Имидж страны также строится во время активных действий этого государства на мировой арене, его вмешательства в военные конфликты и так далее. Здесь уже образ этого государства будет зависеть от отношения к нему и его действиям народа и правительства той страны, на телеканалах которой идёт освещение данного государства. Особенно если речь идёт о федеральных каналах. У телевизионных журналистов имеется целый набор выразительных аудиовизуальных средств для создания нужного и выгодного для правительства образа освещаемой страны. И отношение будет часто зависеть от отношений между этими странами. Соответственно нет ничего сложного для политиков настроить своё население положительно или отрицательно к государству-герою повестки дня.

Таким образом, в данном параграфе мы рассмотрели понятия образа и имиджа на телевидении. Особую важность эти категории представляют для представителей власти, так как для большей части населения нет другой возможности наблюдать политических деятелей, кроме как на экране. Мы выяснили, что имидж формируется с помощью двух категорий: образа и фразы. Образ может создаваться на телевидении журналистами, имиджмейкерами, пиарщиками и так далее. Фраза - это то, что говорит субъект, то, что характеризует его как личность. Телевизионный образ складывается из различных деталей: это и внешний вид субъекта, и его поведение в эфире, и методы и формы его освещения журналистами. Образ может быть не только у человека, но и у государства тоже может быть телевизионный образ. И тот и другой образы тесно связаны с событиями, с

информационными поводами в контексте которых субъект или страна появляются в передачах ТВ. Образ страны также напрямую зависит от образа и имиджа её политического лидера.

1.3 Политическое лидерство. Политический лидер на ТВ

Слово «лидер» происходит от английского слова, означающего «ведущий». И это слово хорошо отражает назначение такого человека. Учебник В. Н. Лавриненко даёт следующее определение понятию «лидер»: «Лидер – это авторитетный член организации, социальной группы, общества в целом, личностное влияние которого позволяет ему играть существенную роль в социальных процессах».²⁷ Данное понятие неразрывно связано с понятием «лидерство». Лидерство – это определённое качество человека, позволяющее ему вести, брать ситуацию в свои руки, руководить небольшими группами людей либо целыми массами. Зависит это качество не только от самого лидера. Лидерство невозможно без желания групп людей и отдельных личностей подчиняться и доверять лидеру. Для того, чтобы быть успешным лидером и уметь влиять на массы, нужно обладать определёнными качествами, такими как интуиция, интеллект, способность к организации и самоорганизованность, уравновешенность. Лидеру в силу занимаемой им позиции нередко приходится брать на себя ответственность за массы людей и за принятые решения и действия. Наиболее важный и требующий огромной ответственности вид лидерства – это политическое лидерство.

«Политическое лидерство — долговременное влияние на большие группы людей, опирающееся на личный авторитет лидера».²⁸ Такое определение даёт интернет-энциклопедия grandars.ru. Однако оно не отражает всей полноты и

²⁷ Политология: учебник для студентов вузов / Под ред. В.Н. Лавриненко. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮПИТИ- ДАНА, 2010. С. 252.

²⁸ [Электронный источник]: URL: <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/politicheskoe-liderstvo.html> (Дата обращения: 01.05.16)

сложности этого феномена. Политическое лидерство затрагивает очень большое количество людей и их судьбы, жизнь целых государств, способно изменять ход истории и развития государства. В современном понятии политическое лидерство включает в себя не одного человека, а целую систему. Например, помимо президента есть множество людей, с которыми он будет консультироваться, и чье мнение будет учитываться при принятии решений, перед важными заявлениями. Еще Никколо Макиавелли сформулировал требования к тому, кто хочет быть политическим лидером: «ему нужно уметь избегать ненависти и внушать доверие; вне зависимости от реальных поступков он должен представляться народу как образец благородства и добродетели; он должен быть готов при необходимости действовать быстро и жестоко. В зависимости от обстановки он должен менять стиль управления».²⁹ Помимо всего вышесказанного, конечно же, имеют значение приятная, не отталкивающая внешность, личное обаяние и признание обществом авторитета в человеке. Исследование Т. В. Ворониной подтверждает вышесказанное: «Анализ политической практики показывает, что значительная часть россиян формирует отношение к политическому лидеру на основе представления о его личных качествах и внешних атрибутах, слагающих образ политика, то есть на чувственном уровне».³⁰

Существует несколько типов лидеров: авторитарный и демократический; общенациональный, классовый, партийный. Но есть и собирательные типы:

- Лидер-знаменосец. Его отличает наличие устойчивого идеала, к которому он стремится, мечта. Он способен воодушевить массы идти к общей цели;
- Лидер-служитель. Ориентируется на интересы своего народа, ставит их превыше всего, действует от их имени;

²⁹ [Электронный источник]: URL: <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/politicheskoe-liderstvo.html> (Дата обращения: 01.05.16)

³⁰ Воронина Т. В. Макросоциальные факторы формирования образа политического лидера России: Автореф. дис. кандидата полит. наук: 23.00.02. М., 2003. С. 3

- Лидер-пожарный. Ориентирован на насущные, актуальные проблемы, действует исходя из конкретной ситуации.³¹

В реальной жизни больше встречается смешение этих типов.

Помимо того отличают формальное лидерство и неформальное. Неформальное представляет собой признание обществом, членами группы за определённым человеком, авторитета, доверие к нему за счёт его умения подать себя в качестве лидера, умения влиять на толпу, управлять ей. Формальное лидерство основано на официальной установке управленческого статуса, определённого социального положения человека-лидера.

Еще одну типологию лидерства предлагают авторы учебника "Политология". В качестве критерия он берёт понятие легитимности власти. Выделяет следующие типы:

- Традиционное лидерство основано на обычаях и традициях. При этом типе лидерство человека зависит от его происхождения, власть передаётся по наследству. Такой тип характерен для эпох, когда были племена и вожди, а также для времён монархии и тех стран, где живы монархии. Сейчас он встречается всё реже;

- Рационально-легальное лидерство характерно для современных демократических государств. Правитель здесь избирается народом, и власть закрепляется за ним формально;

- Харизматическое лидерство базируется на личных качествах лидера, на его экстраординарности, обаянии и других достоинствах, способных заставить в него поверить.³²

Помимо вышеперечисленных, существует множество делений лидеров и лидерства по различным критериям. Среди парных типов, построенных на

³¹ [Электронный источник]: URL: <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/politicheskoe-liderstvo.html> (Дата обращения: 01.05.16)

³² Политология: учебник для студентов вузов / Под ред. В.Н. Лавриненко. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮПИТИ- ДАНА, 2010. С. 259-260

противопоставлении, различаются лидеры идеологи и прагматики, реформаторы и революционеры, охранители и разрушители, реалисты и авантюристы, догматики и романтики и так далее.³³

К функциям политического лидера будем относить следующие:

- Интегративную: соединение разных социальных групп на почве общих планов, общих ценностей и стремлений;
- Ориентационную: разработка политической стратегии действий на основе мировых тенденций и желаний масс;
- Инструменталистскую: воплощение в жизнь утверждённой программы, разработка способов её осуществления;
- Мобилизационную: создание мотивации для общественной деятельности, включение масс в свою деятельность;
- Социального арбитража и патронажа: обеспечение гарантии свободы, справедливости и порядка, защита прав граждан.

Политическое лидерство невозможно без публичности, особенно в демократическом государстве. Лидер всегда должен иметь возможность публичного выступления, оглашения своей программы, планов, идей. Массовая аудитория, население имеют право знать о том, что их ждёт, высказывать свою позицию различными способами, поддерживать или не поддерживать лидера в тех или иных решениях. Кроме того, необходимость появления лидера на публике также диктуется необходимостью создания и поддержания нужного имиджа. Одним из ключевых составляющих имиджа политика является его телевизионный образ. Именно поэтому так важно уделять внимание его созданию. Как было замечено ранее, общение с лидером посредством телевидения - часто единственный способ

³³[Электронный источник]: URL: <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/politicheskoe-liderstvo.html> (Дата обращения: 01.05.16)

взаимодействия широкой публики и первого лица. Для достижения общественного блага или хотя бы иллюзии этого блага должен создаваться образ надёжного лидера, такого, с которым будет не страшно смотреть в будущее, на которого можно положиться. От этого зачастую зависят политические ориентации телезрителей. Воронина Т. В. подтверждает это: "Для достижения общественной стабильности в условиях упрочения демократической политической системы России особую актуальность приобрёл вопрос о доверии к политическим лидерам - носителям государственной власти. Так, важнейшее значение имеет проблема положительного отношения россиян к политическому лидеру национального масштаба... как к общенациональному символу, консолидирующему общество".³⁴ От отношения к политическому лидеру страны зависит отношение и к стране в целом. И это касается не только видения нашими гражданами Российской Федерации, но и видения других лидеров и стран, которых показывает телевидение. К. Р. Нигматуллина называет причину этого явления, а также рассказывает о том, кто и как помогает политикам создавать реальность: "...российская политика персонифицирована, а, значит, отношение как к власти, так и к политическим ценностям и установкам переносится на отношения к политическим лидерам. Политические лидеры, исповедующие те или иные идеалы, неизбежно продлевают жизнь тем политическим ценностям, которые оказываются артикулированными в телевизионном эфире. Подхватывая рассуждения об этих идеалах и представлениях, журналисты оказываются вовлеченными в процесс их формирования. Интерпретируя представления об идеальном в жизни общества и в речи политиков, журналисты приносят в эту проблематику долю профессиональной субъективности. При этом, действуя в интересах общества, нередко оказывается, что интересы эти оказываются заданными

³⁴ Воронина Т. В. Макросоциальные факторы формирования образа политического лидера России: Автореф. дис. кандидата полит. наук: 23.00.02. М., 2003. С. 3

политическими «верхами»".³⁵ Итак, персонификация - одно из основных понятий, с помощью которых формируется отношение аудитории к лидеру, его программе и его стране.

Один из факторов, влияющих на создание образа политического лидера, называет Т. В. Воронина: это биосоциальный фактор. То есть отношение к политике формируется как отношение к биосоциальному существу: сквозь призму его биологических, физических качеств, опосредованных социальной средой. Этот фактор выявляет устойчивые общественные стереотипы относительно физического образа лидера и зависящего от этого физического ощущения лидером самого себя и формирования лидерского Я-образа: "Массовые представления о физических качествах политического лидера, составляющих биосоциальный компонент образа-стереотипа политического лидера, стереотипны: политический лидер представляется энергичным, активным, сильным".³⁶ Значит, одной из задач телевидения при создании положительного образа становится показ лидера как можно чаще за различными делами, участвующего в различных мероприятиях, культурной деятельности, едущего по стране, участвующего в благотворительности, например, и так далее. В таком случае публика воспринимает его как активного, социальноориентированного человека, не жалеющего времени и сил на решение общественных проблем. Также положительный образ укрепит показ политика за занятиями спортом, активным досугом и другой физической деятельностью, рассказ о каких-либо спортивных достижениях.

Имиджей у политика, как правило, несколько. Это объективный имидж, построенный на реальных достижениях и качествах лидера, субъективный имидж - это то, как воспринимается лидер различными социальными группами и отдельными личностями, и моделируемый имидж, создаваемый

³⁵ Нигматуллина К. Р. Политические идеалы на российском телевидении: факторы и механизмы трансформации: Дис. кандидата полит. наук: 10.01.10. СПб., 2011. С. 123

³⁶ Воронина Т. В. Макросоциальные факторы формирования образа политического лидера России: Автореф. дис. кандидата полит. наук: 23.00.02. М., 2003. С. 13.

для него телевидением и окружением. Нас интересует последний. Какими же средствами может создаваться телевизионный образ политического лидера. Он создаётся как журналистами, их материалами о политике, его деятельности и так далее, так и самим политиком, появляющимся на экране, когда непосредственно он сам в эфире, он обращается к зрителям, либо принимает участие в каких-либо программах, организывает прямую линию, записывает обращение и тому подобное. В свою очередь журналисты, и именно журналисты телевизионные, располагают двумя видами средств для создания образа: вербальными и невербальными. Под вербальными средствами мы подразумеваем любые формы словесного выражения мысли: это непосредственно то, что говорит журналист в эфире, то, что говорит корреспондент за кадром и в кадре, то, что написано на экране. К невербальным средствам относим мимику, жесты ведущего, его интонацию, различные визуальные средства (графики, иллюстрации, коллажи, видеомонтаж, подбор музыки, шумов, фона и т. д.), которыми обладает телевидение в своём арсенале - то есть, всё, что зритель может воспринять на чувственном уровне, всё, что создаёт настроение, атмосферу в которой подаётся новость. На чувственное, эмоциональное восприятие зрителя будут влиять многие вещи: ракурс, с которого снят человек, освещение, акустика помещения, в котором снято, глаза политика, то, куда, в какую камеру, направлен его взгляд, показан ли он со спины, в профиль или анфас и многое другое.

Образ политического лидера неотделим от событий, в которых он показан, от информационного повода, к которому имеет отношение, от самого настроения новости - положительного или отрицательного. Помимо всего перечисленного влияние на создание образа оказывает идеологический фактор. Принятая в государстве идеология, политические взгляды, менталитет страны заставляют выбирать критерии, по которым оценивается политик.

Другой способ создания телевизионного образа политического лидера - это демонстрация лидером самого себя перед камерами, в эфире. Появление политика на экране может быть как запланированным, так и незапланированным, в тех случаях, например, когда телевидение ведёт трансляцию или репортаж какого-либо события, и политик попадает в кадр. Конечно же, значимому государственному лицу следует всегда быть готовым на больших мероприятиях попадать в обзор телекамер, но всё же доли непредсказуемости тут не избежать, ведь политик такой же человек, как все. Другой случай - подготовленное появление лидера в эфире. Так как политик такой же человек, как и мы все, то на его поведение и состояние во время эфира влияет множество факторов, в том числе и психологический. Под прицелом телекамер не избежать нервного напряжения. В такой ситуации могут не помочь даже качества отличного оратора, который легко выступает перед публикой, ведь камеры, эфир - это совсем другое. Ершов в своём исследовании утверждает, что особую сложность в эфирном выступлении составляет проблема сохранения своего образа, имиджа, сохранения доверия аудитории, ведь телевидение "обладает специфической способностью обнажать истинное лицо выступающего".³⁷ "Скрыть элементы актёрства и лжи оказывается почти невозможным" - пишет автор.³⁸ Исследуя психологические механизмы отрицательного влияния телевизионной ситуации на коммуникативное поведение политика, Ершов вводит категорию конгруэнтности, как основного критерия эффективности поведения политика в эфире. Конгруэнтность по Ершову - "согласованное, целостное, взаимосвязанное проявление основных психологических процессов и механизмов, обуславливающих личностное функционирование. Это субъективно ощущаемая и объективно наблюдаемая согласованность вербального и невербального поведения политика в телевизионной

³⁷ Ершов А. В. Психология поведения политика в телевизионной ситуации: Дис. канд. психологич. наук: 19.00.12. СПб, 2000. С. 5

³⁸ там же

ситуации".³⁹ Многие факторы отрицательно влияют на поведение лидера в эфире. Замена реальных слушателей камерой, самооценка политика, иногда неспособность видеть себя со стороны для поддержания нужного Я-образа - всё это может отрицательно сказаться на выступлении.

При выходе в эфир у лидера также есть набор вербальных и невербальных средств. Причём невербальные будут иметь особое значение в телевизионной ситуации. Например, при выступлении политика на радио гораздо большее внимание аудитория будет уделять содержанию речи, чем при просмотре выступления по телевизору. Так устроено наше восприятие, что большую часть информации мы получаем визуально, а, значит, при виде политика в эфире зритель будет оценивать его внешние данные, костюм, мимику, жесты, взгляд (например, "бегающие" глаза будут говорить о неуверенности в том, что произносится, будут внушать недоверие публики). Помимо этого важное значение имеет тон (спокойный, уверенный тон внушает доверие), громкость голоса, интонация, акценты на определённых словах и предложениях в тексте и другое. Не меньшее значение имеет грамотность речи, правильно построенные и согласованные предложения, речь без запинок, с достаточным количеством и длиной пауз, их уместностью, умение уделить достаточное внимание более важным и требующим немедленного решения проблемам.

При создании образа, при появлении лидера в эфире телевидение также может оказывать ему помощь. Например, если эфир не прямой, есть возможность вырезать что-либо из речи политического лидера. Тут уже заметно сказывается влияние на федеральные каналы государства, которое диктует тенденции построения образов политиков. Например, отрицательные образы политиков других стран можно создавать посредством контраста, сравнения с политиками нашей страны, посредством показа тех или иных ситуаций, в которых они будут проявлять себя не лучшим образом. Также

³⁹ Ершов А. В. Психология поведения политика в телевизионной ситуации: Дис. канд. психологич. наук: 19.00.12. СПб, 2000. С. 9.

есть возможность отбора новостей и формирование повестки дня таким способом, чтобы уделять большее внимание негативным ситуациям, связанным с политиками стран, противодействующих нашей или находящимся с ней в натянутых отношениях. При монтаже, например, есть также возможность вырезать из речи политика нужную и выгодную фразу и вставить её в эфир.

Таким образом, мы рассмотрели понятие "политический лидер", специфику политического лидерства и выявили основные качества, которыми должен обладать такой лидер: интеллект, находчивость, умение быстро принимать решения в критической ситуации, умение увлечь за собой толпу, вызвать к себе доверие, приятная внешность, интуиция, самоорганизованность, уравновешенность и так далее. Свои качества политический лидер должен уметь реализовывать с помощью телевидения, так как это один из способов взаимодействия первого лица и населения, способ реализации демократии. Политическому лидеру необходима публичность, которую ему может дать именно телевидение, способное транслировать все ключевые моменты деятельности лидера. Для более успешного влияния на массы необходимо создание положительного имиджа, одной из составляющих которого является положительный телевизионный образ не только в глазах аудитории своей страны, но и в глазах мировой аудитории, сквозь призму камер тележурналистов других стран. В создании образа политического лидера могут участвовать как журналисты, так и сам лидер. И у первых, и у второго есть для этого вербальные и невербальные средства. К вербальным средствам относится текст, который произносит журналист, текст, который произносит корреспондент за кадром и в кадре, а также содержание речи самого политического лидера в телевизионной ситуации. К невербальным относится всё, что зритель воспринимает на чувственном, эмоциональном уровне: интонация, жесты, мимика, внешний вид, подбор картинки, фоновая музыка, шумы и другое. Политическое

сознание аудитории персонифицировано, то есть политические ориентации, отношение к стране, к её идеологии, к её положению на мировой арене тесно связано с отношением к лидеру, к его личностным качествам, к его положению в стране и мире. Именно поэтому для политического лидера так важен его образ в глазах населения.

Выводы. В данной главе мы рассмотрели понятия образа и имиджа на телевидении, понятия политического лидера и политического дискурса. Рассмотрели способы и приёмы организации политического дискурса на телевидении, а также способы создания телевизионного образа, в частности образа политического лидера и страны. Выявили факторы, влияющие на восприятие телевизионного образа аудиторией. Выяснили, что на федеральных каналах преобладает влияние государства и официальной государственной идеологии на формирование повестки дня и образов политических лидеров нашей и других стран. Телевидение, будучи одним из самых широкодоступных СМИ, обладая особенными характеристиками, такими как визуальность, вездесущность, персонифицированность, экранность, становится тем СМИ, которое диктует основные направления политической ориентации населения, формирует мировоззрение и навязывает определённые позиции. Поэтому с помощью телевидения легче всего оказывать влияние на массовую аудиторию, формировать общественное мнение относительно тех или иных проблем и событий.

ГЛАВА II

ОБРАЗ США И БАРАКА ОБАМЫ В ПРОГРАММАХ РОССИЙСКИХ ТЕЛЕКАНАЛОВ

2.1. Анализ новостных выпусков Первого канала и выпуска программы "Воскресный вечер" (Россия1) от 18 марта 2014 года

Практическая часть данной работы представляет из себя анализ информационных и аналитических программ федеральных каналов таких как Первый канал, Россия и Пятый канал. Анализу подверглись выпуски новостей, а также итоговые аналитические программы: "Вести недели" с Дмитрием Киселёвым (Россия1), программа "Главное" с Никой Стрижак (Пятый канал), "Вечер" с Владимиром Соловьёвым (Россия1), итоговая программа "Однако" (Первый канал), а также фильм-расследование "Император Обама" Ольги Скабеевой и Евгения Попова.

Автором проведён количественный анализ содержания новостных выпусков Первого канала на предмет содержащихся в них сюжетов, касающихся Америки и её президента, за период второго президентского срока Барака Обамы, то есть с февраля 2013 года по апрель 2016 года включительно. Этот анализ помогает увидеть возрастающий интерес журналистов и, соответственно, аудитории к президенту США в период начала кризиса на Украине, интерес, который не угасает и по сей день. Анализ содержания новостных выпусков за указанный период позволяет выявить темы, связанные с деятельностью США и их президента, которые становились самыми обсуждаемыми и актуальными в различные периоды второго президентского срока Барака Обамы. Также качественный анализ позволяет говорить о снижении доверия к главе американского государства в период примерно с конца 2013 года и по настоящее время. Журналистами

создаётся образ человека, лидера, репутация которого портится, а авторитет в глазах мирового сообщества стремительно падает.

Автором также произведёт контент-анализ итоговой аналитической программы "Вести недели" с Дмитрием Киселёвым за октябрь 2014 года на предмет образа США и Барака Обамы, навязываемого нам ведущим этой программы. Целью анализа стало выяснение, сколько времени от эфира уделено Соединённым Штатам Америки и их президенту Бараку Обаме, как часто ведущий упоминает Обаму во время эфира и воссоздание того образа Америки и её президента, какой нам представляет Дмитрий Киселев и программа "Вести недели". Указанный период выбран не случайно. Это примерно середина периода правления Барака Обамы, анализируемого в работе. К октябрю уже успели потерять новизну новости о перевороте на Украине, Олимпиаде в Сочи, утратили актуальность многие другие события, к которым непосредственно была причастна Америка. Однако негативное отношение к президенту Соединённых Штатов всё еще преобладает на федеральных каналах.

Помимо перечисленного автор проанализировала отдельные выпуски итоговых аналитических программ "Однако" (Первый канал), "Воскресный вечер" (Россия1), "Главное" (Пятый канал).

Итак, Обама начал свой второй президентский срок в феврале 2013 года. Первые месяцы после инаугурации новостные выпуски стабильно уделяли внимание самому президенту и его стране. В феврале и марте число сюжетов, в которых упоминается Америка не превышает двухсот, а вот в апреле интерес к США несколько возрастает: 251 сюжет за месяц. С президентом история такая же: в феврале к лидеру государства проявлен интерес, что может быть связано с его переизбранием и новыми обещаниями президента (33 сюжета за месяц), затем в марте внимание несколько уменьшается (всего 17 материалов) и снова возрастает в апреле, когда за месяц встречается целых 59 сюжетов с упоминанием о Бараке Обаме. В конце весны, летом и осенью

число сюжетов варьируется примерно в тех же пределах. Тематика их разнообразна: от погодных катаклизмов в американских городах, разрушающих дома, до событий с реальными человеческими жертвами. Так, например, в выпуске от 12 февраля 2013⁴⁰ года рассказывается об очередном случае стрельбы в США. Он произошёл в здании суда города Уилмингтона. Мужчина открыл огонь без разбора, застреленными оказались две женщины, одна из которых жена стрелка. После инцидента он застрелился сам, поэтому мотивы преступления выяснить не удалось. Ведущая подчёркивает интонационно слово "очередной", что не может не привлечь внимание зрителя. На произошедшее отреагировал Барак Обама. Он сообщил о стремлении добиваться "ужесточения правил приобретения оружия и подготовил соответствующий законопроект" - сообщает ведущая. Другой случай, вызывающий ужас и осуждение Америки аудиторией - это гибель российского ребёнка, усыновлённого американской женщиной. В материале от 18 февраля 2013⁴¹ года говорится о смерти маленького Максима Кузьмина, который подвергся избиению со стороны приёмной матери. В крови ребёнка также были найдены психотропные вещества. Ведущий подчёркивает, что это уже двадцатый случай гибели российских приёмных детей в Америке, что не может не вызывать ужас и горечь российского зрителя. Помимо этих двух событий внимание также привлекает кровавая история с бывшим полицейским, который после увольнения его с работы начал вымещать злобу на бывших коллегах, по очереди убивая их.

Среди событий с позитивной окраской церемония вручения Оскара, массовый танец, устроенный на борту американского самолёта, сообщение о спичрайтере Обамы, который благодаря своим талантам попал в Голливуд и сменил профессию.

40 Первый канал: [Электронный ресурс]: URL: http://www.1tv.ru/news/2013/02/12/77153-ocherednoy_sluchay_strelby_proizoshyol_v_ssha (Дата обращения: 05.05.16)

41 Первый канал: [Электронный ресурс]: URL: http://www.1tv.ru/news/2013/02/18/77638-v_ssha_ubit_esche_odin_priemnyu_rebenok_iz_rossii (Дата обращения: 05.05.16)

Что касается публичных выступлений Барака Обамы и международных отношений, то на эту тему в феврале 2013 тоже есть несколько сюжетов. В послании к конгрессу президент обещает закончить войну в Афганистане к концу 2014 года. В выпуске от 13 февраля 2013⁴² года Обама заявляет о намерении продолжать сотрудничество с Россией в вопросе сокращения ядерных арсеналов и сохранения за США и Россией лидерства в обеспечении ядерной безопасности.

В выпусках за март 2013 рисуется образ Америки, как страны проблемной и замешанной во многих международных происшествиях. Выпуск 24 марта посвящён десятой годовщине вторжения в Ирак⁴³. Из сюжета становится ясно, что затяжная и кровопролитная война началась с ложного доноса американцев, ответственности за который они до сих пор старательно избегают. В другом сюжете Обама, узнав о том, что Иран может стать обладателем ядерного оружия, сообщает, что готов на любые меры, чтобы этого не произошло. В этом сюжете Обама показан дающим интервью. На крупных планах видно, как он постоянно опускает глаза в левый нижний угол, что в психологии тела означает оценку событий, обдумывание своих слов, поджимает губы, что говорит о нервном напряжении и желании уйти от ответа. Тем временем Северная Корея грозит США ядерной атакой. Об этом сообщается в другом мартовском материале. И снова причиной становится проявленная активность США вблизи границ, которая была воспринята государством как недвусмысленная угроза.

Самой обсуждаемой новостью апреля 2013 года становятся взрывы на бостонском марафоне. Трагедия становится самой масштабной со времен катастрофы 11 сентября 2001 года. По сообщению журналистов, в своих

42Первый канал. [Электронный ресурс]: URL: http://www.1tv.ru/news/2013/02/13/77249-barak_obama_obratilsya_k_obeim_palatam_kongressa_s_ezhegodnym_poslaniem_o_polozhenii_strany (Дата обращения: 05.05.16)

43Первый канал. [Электронный ресурс]: URL: http://www.1tv.ru/news/2013/03/24/71505-desyataya_godovschina_vtorzheniya_v_irak_kto_otvetit_za_voynu_po_lozhnomu_donosu (Дата обращения: 05.05.16)

оценках Обама осторожен. В новостях Первого канала показан кусок заявления американского президента: "Мы до сих пор не знаем, кто это сделал и почему, и пока у нас нет всех фактов, торопиться с выводами не нужно. Но будьте уверены: мы доберемся до сути. Выясним, кто это сделал и почему. И ответственные - люди или группы - почувствуют на себе всю тяжесть закона" - говорит Б. Обама. В этой ситуации также продолжают укрепляться отношения между Россией и США. Президенты намерены объединить усилия в борьбе с терроризмом, В. Путин посылает телеграммы, в которых осуждает теракт, Б. Обама выражает российскому президенту благодарность за сотрудничество в этой сфере. Если говорить о невербальных средствах создания образов, то примечательно, что при сообщении о телефонных переговорах президентов фотографии лидеров, показанные на экране, будут меняться по мере изменения ситуации на мировой арене и в отношениях между двумя странами. Если при переговорах о продолжении сотрудничества оба президента изображены с положительными эмоциями (В. Путин на фото хитро прищуривается, а на губах его усмешка, а Б. Обама и вовсе улыбается во весь рот), то при обострении отношений лица на фото меняются на серьезные и даже хмурые.

Если говорить об общем образе Барака Обамы и его страны, который создаётся журналистами Первого канала до событий на Украине, то перед нами политик, серьёзно настроенный, заинтересованный в благополучии своей страны и безопасности граждан США и мира. Однако некоторые его поступки выглядят довольно странно и недальновидно. Кроме того, оставленные без объяснений и адекватных комментариев со стороны американского правительства, они губительно сказываются на отношениях США со многими странами. Так, новостные сюжеты рассказывают нам о следующих "выходках" американского президента. Во-первых, США увеличивает группировку сил на учениях в Южной Корее. Во-вторых перед предстоящим визитом помощника американского президента в России для

установки положительных отношений, США публикует так называемый "список Магницкого", в котором под санкции Америки попадают 18 российских чиновников якобы причастных к делу Магницкого. Журналисты подчёркивают, что время публикации выбрано крайне неудачное, это может ухудшить отношения с Россией. Россия в ответ публикует свой санкционный "список Гуантанамо", в котором также 18 американских граждан. Корреспондент подчёркивает, что все вошедшие в российский список имеют отношение так или иначе к нарушению прав человека, в то время как в списке Магницкого абсолютно случайные люди, многие из которых совсем не причастны к делу Магницкого. Позднее, в ноябре 2013 года выходит сюжет о публикации Соединёнными Штатами имён дипломатов, которые якобы подделывали данные при оформлении медицинских страховок, что также способствует обострению отношений с Россией. Журналисты подчёркивают, что в данной ситуации Америка поступает незаконно, ведь сначала следует сообщить о нарушениях в соответствующие институты в Российскую Федерацию, но ни в коем случае не предавать огласке данное событие. Эксперты считают, что это ни что иное, как политическая провокация и желание опозорить Россию на мировой арене, так называемый чёрный пиар России. Таким образом, Америка и её президент постепенно начинают переходить в глазах телезрителей в ранг врагов нашей страны. Журналисты часто используют в отношении действий и комментариев США слово "якобы", благодаря чему все действия и заявления Штатов приобретают окраску обмана, выдумки, плетения интриг. Более того, для усиления эффекта нелогичности и безрассудности действий американского президента на контрасте показывают обоснованные и логичные ответные действия и заявления российского правительства. За три месяца до переворота на Украине активно обсуждаются жалобы многих Европейских стран на агентство национальной безопасности США, которое обвиняется в прослушке политических лидеров более 35-ти стран, а также самих американских граждан, что нарушает права человека и противоречит

конституции США. После разоблачительных заявлений бывшего сотрудника АБН Эдварда Сноудена американскому президенту приходится признаться в своих действиях. Б. Обама обещает сузить круг субъектов, подвергающихся прослушке АБН. При этом заявлении, которое транслируется по Первому каналу, президент заметно нервничает: он вертит головой по сторонам, постоянно опускает глаза к листку с текстом, поджимает губы и так далее. Всё это, конечно же, фиксируют телевизионные камеры, и журналисты пускают в эфир.

Интерес к американскому президенту и США обостряется сразу же, как случаются события на Украине, которые к тому же совпадают с проведением зимней олимпиады в Сочи. Количественный анализ новостных выпусков подтверждает это: число сюжетов об Обаме и США за февраль-апрель 2014 года почти вдвое больше, чем за предыдущие три месяца (718 сюжетов о США против 454 и 123 сюжета о Бараке Обаме против 47). Меняется и отношение журналистов и, соответственно, аудитории к президенту США. Оно продиктовано поведением самого политика, показываемого в новостях. В сюжете от первого марта 2014⁴⁴ года говорится об оскорбительных словах Обамы в адрес России. Ведущая интонационно выделяет слова "оскорбительные" и "циничные". В репортаже приведены несколько отрывков речей людей, которые недовольны высказыванием президента и интерпретируют его как угрозу Российской Федерации. "В различных средствах массовой информации мы слышали, что президент Соединенных Штатов Америки Обама заявил, что Россия дорого заплатит за свою политику. Вы знаете, нам известно, что боевики Майдана, которые действовали в Киеве, да и не только в Киеве, готовились в Литве и Польше. Теперь они хотят распространить свое влияние, свои действия и на восточные районы Украины и Крым. Я считаю, что эти слова президента Соединенных

⁴⁴Первый канал: [Электронный ресурс]: URL: http://www.1tv.ru/news/2014/03/01/44979-rossiyskiy_posol_mozhet_byt_otozvan_iz_ssha_iz_za_vyskazyvaniy_baraka_obamy (Дата обращения: 05.05.16)

Штатов Америки - это прямая угроза, и он перешел красную линию, он оскорбил российский народ", - заявляет заместитель председателя Совета Федерации Юрий Воробьев. "События, которые происходят на Украине, на сегодня являются промежуточным финалом той большой работы, которая проводилась на Украине в течение длительного времени, в том числе, с участием иностранных государств. Немаловажную роль в этом сыграли Соединенные Штаты Америки. Вы знаете о том, что даже официальные должностные лица Соединенных Штатов Америки говорят о том, что они вложили много денег для того, чтобы создать эту ситуацию. И сейчас хотят воспользоваться этими "плодами своих трудов", - уверяет заместитель председателя Совета Федерации Вячеслав Штыров.

С этого момента в ответ на угрозы Обамы начинает создаваться образ президента не только не логичного в своём поведении, но и довольно глупого и нелепого, правителя с двойными стандартами. Появляются сюжеты о том, что Обаме в одном из баров предлагают покурить марихуану (замечают, что Обама признался в курении конопли в юности и считает это не больше, чем шалостью), о том, что во время одного из своих выступлений президент попал в неловкую ситуацию, показав незнание истории. Здесь же открываются двойные стандарты президента: он заявляет, что "Косово отделилось от Сербии после референдума, организованного в рамках международного права при тесном взаимодействии с ООН при участии стран соседей", но признавать результаты референдума в Крыму, на котором большинство выразили желание стать снова частью России, Обама не собирается. Хотя в случае с Косово дело обстояло по-другому, и Обама допустил ошибку, недопустимую для политика такого ранга (подчеркивает ведущая), это ни что иное как публичная демонстрация двойных стандартов. И это замечают российские чиновники, их остроумная цитата приводится в выпуске и показана на экране. Далее выходит сюжет о встрече Барака Обамы и Арсения Яценюка, подчеркивается, что российских журналистов на встречу

не пустили. Вот и открытое пренебрежение отношениями с Россией. На кадрах со встречи, которые всё-таки удаётся раздобыть журналистам, Обама заметно нервничает: он положил ногу на ногу (закрытая поза), скрестил руки на груди, у него бегающий взгляд. Во время встречи он поспешно обращается к Конгрессу, чтобы тот как можно скорей выделил миллиард долларов новым властям Киева в качестве финансовой помощи. Также Обама подчеркнул, что не принимает результатов референдума в Крыму, и если Россия продолжит свои действия относительно Крыма, то дорого поплатится за это.

Рейтинг Барака Обамы падает не только среди российских зрителей, но и среди населения США. По данным опроса "Ассошиэйтед Пресс" 59% американцев не одобряют внешнюю политику Обамы.

Один из крупнейших скандалов, связанный с США, происходит и во время олимпиады. Речь идёт о хоккейном матче с российской командой. Среди арбитров большая часть американцев, таковы условия НХЛ. Приостановка Чемпионата НХЛ - это рекламные потери, поэтому, чтобы не угасал интерес к просмотру игр в Сочи, нужно во что бы то ни стало оставить американскую команду на соревнованиях. Вот и случается скандал со сдвинутыми воротами, не засчитанным голом российской команды, который обсуждает весь мир.

Таким образом, во второй президентский срок Барака Обамы на Первом канале постепенно создаётся образ политического лидера, причастного к большинству мировых проблем, кризисов и событий. Образ президента, политика которого отличается нелогичностью, недалёковидностью, рисками испортить отношения со странами, президента, желающего брать под свой контроль всё происходящее в мире. Особенно портится телевизионная репутация Обамы и Америки после начала конфликта на Украине. Сюжеты приобретают всё более напряжённую и негативную окраску.

Нелепый образ лидера Барака Обамы укрепился и в передаче "Воскресный вечер" с Владимиром Соловьевым в выпуске от 18 марта 2014 года.⁴⁵ Эфир посвящён присоединению Крыма к России. Здесь гости студии откровенно поглумились над тем, что американскому президенту не удалось помешать возвращению Крыма в состав Российской Федерации, и несмотря на все усилия Обамы, на его непризнание референдума, России удалось присоединить Крым. Ирина Яровая в эфире "Воскресного вечера" замечает неудачу США и выражает надежду, что они извлекают из этого урок. "Вы представляете, вложить столько сил, столько средств в развал Украины и получить на выходе результат, что жители Крыма через референдум, открытую процедуру присоединяются к России. Я думаю, они в страшном сне такое увидеть не могли" - говорит Яровая. "Американцы потратили пять миллиардов долларов, чтоб Россия забрала Крым" - смеётся другой участник программы.

2.2. Контент-Анализ программы "Вести недели" за октябрь 2014 года

Следующей контент-анализу подверглась итоговая аналитическая программа "Вести недели" с Дмитрием Киселёвым на канале Россия1 за октябрь 2014 года. В задачи автора входило:

1. Посчитать время от эфира, которое уделено США
2. Посчитать время от эфира, отведенное лично на Барака Обаму
3. Посчитать, сколько раз в эфире ведущий упомянул Барака Обаму

⁴⁵Россия1: [Электронный ресурс]: URL: <http://www.vsoloviev.ru/sunday/1838/> (Дата обращения: 05.05.16)

4. Проследить за отношением ведущего к США и их президенту, составить портрет Америки и Обамы, опираясь на сюжеты программы и оценки Дмитрия Киселева.

В приложении в таблицах приведены подсчёты, сколько раз за октябрь упоминался президент Америки ведущим и какое время от эфира занимала информация о США и Бараке Обаме.⁴⁶

В следующей части работы приводятся суждения ведущего и репортёров, касающиеся Соединённых Штатов Америки и президента Барака Обамы, которые являются ключевыми для создания образа Америки и её президента. Некоторые суждения приведены с помощью цитат.

В выпуске от 5 октября 2014 года⁴⁷ ведущий Дмитрий Киселёв говорит нам о том, что все санкции Евросоюза - это результат настойчивости США и Барака Обамы. Ведущий считает, что Обама надавил на страны Евросоюза, найдя для этого нужные точки и нужный подход к каждой стране. Обама "настоял, чтобы Евросоюз пошёл на откровенно невыгодные для себя меры. Американцы сломали старый свет через колено". "Ну знаете, это публичная и очень звонкая пощечина Евросоюзу" - говорит Дмитрий Киселёв. "Меркель ни разу не отказала Обаме" и "позволила ему дожать себя на санкции против России". Киселёв считает, что она легко прогибается под Америку. "Для Обамы она всегда фрау йес". Может, у американцев есть против Меркель некий компромат - предполагает ведущий.

Далее показывают синхрон вице-президента США, где тот тоже заявляет, что "Обама настоял, чтобы Европа пошла на санкции".

В сюжете о бунтах и погромах в Гонконге тоже упоминают США. Более того, считают, что США причастны к этим волнениям. "С чем и зачем США лезут в Китай?" "Хотят поддержать Китайский майдан, потрепать нервишки

⁴⁶см. Приложение 1, 2

⁴⁷Россия1: [Электронный ресурс]: URL: <http://tv-news-online.com/vesti-nedeli-c-dmitriem-kiselyovyim-05-10-2014-2/> (Дата обращения: 05.05.16)

Китаю и поддержать свои возможности на его территории" "США стало не очень нравится, что Гонконг постепенно, но реально всё больше интегрируется в большой Китай, а английский язык вытесняется китайским. Тогда по привычной схеме: решили в Гонконге развивать демократию, наплодили своих некоммерческих организаций, а опорным сделали так называемый американско-гонконгский центр". Удивляет: "США вообще крайне зависимы от Китая, экономически. Китай держит в долларах большую часть своих золото-валютных резервов... зачем, сидя в стеклянном доме бросаться камнями? или зачем обезьяне дёргать за усы льва?" Ведущий так же замечает, что фраза Обамы "храни Бог Америку" лжива, так как Обама вряд ли верит в Бога. И что, значит, всё позволено? "Нет. Тем более, не всё позволено" - говорит ведущий. Всё на нём (на Обаме) и сослаться ему не на кого.

"Ну вот Барак Обама разворошил всю планету. Он. Потому что в истории всё равно будут писать: "при Обаме" и он - это президент США, который несет ответственность за действие своей страны, Америки в целом. Если президент США захочет, то может кардинально повлиять на вектор американской политики, оно само не проходит. Америка поощряет хаос там, где это ей нужно, финансово, дипломатически, организационно". "Американцы не очень справляются с ролью гаранта общественного порядка, с ролью защитника человечества, которую отводят себе. Не справляясь, США нарушает своего рода глобальный социальный договор, который по умолчанию принят со второй половины 20 века" "Для многих Обама предстает нарушителем конвенции, ведь Америка теперь делает мир всё более опасным, а при этом вопреки конвенции требует себе всё большего подчинения." "Китай для США, как кость в горле". США сначала сами создают по миру очаги терроризма, а потом, когда пламя уже вырывается из топки, США организует крестовые походы, которые оборачиваются геноцидом". "Европу нагнули на санкции против России, подбросили туда

много вранья про сбитый Путиным малазийский Боинг и российские войска на Донбассе". Отношения с Россией испорчены так, что дальше некуда. Он продвигает к западным границам свою военную инфраструктуру. Киселёв сравнивает состояние Обамы с состоянием Наполеона, когда тот вошёл в Москву.

Выпуск от 12 октября:⁴⁸

Здесь ведущий пытается выяснить причины падения рубля. Говорит о том, что Россия на нефтяной игле, а у США возникает соблазн надавить России на слабое место. Не было бы Крыма и Украины, всё равно повод придумали бы. США ревнуют страны к России, хотят дружить с ними сами монопольно. Кризис на Украине американцы подогрели, как результат возникла угроза Крыму. Крымчане не захотели воевать и попросились в Россию, Россия приняла вынужденное решение, "американцы театрально возмутились".

Еще при президенте Регене в конце 20 века была похожая ситуация. Америка хотела разрушить экономику СССР, ударив по её самым уязвимым местам.

Сейчас США резко увеличили добычу нефти у себя.

Выпуск 19 октября:⁴⁹

Встреча в Милане в нормандском формате (при разговоре присутствуют лидеры Германии и Франции). Переговоры по Украине. Позиция британского премьера Кемерона совпадает с позицией Обамы. Накануне этих переговоров Обама специально провёл сеанс видеосвязи со своими европейскими союзниками. Евросоюз собирается сохранить санкции, если Россия не выполнит договорённости - сообщает Кемерон.

⁴⁸Россия1: [Электронный ресурс]: URL:

https://russia.tv/video/show/brand_id/5206/episode_id/1135355/video_id/1086705/ (Дата обращения: 05.05.16)

⁴⁹Россия1: [Электронный ресурс]: URL:

https://russia.tv/video/show/brand_id/5206/episode_id/1137717/video_id/1089230/ (Дата обращения: 05.05.16)

Американцы на Европейском континенте чужими руками ведут дело к войне. Ведущий приводит слова Филиппа де Вилье: "Что касается США, то их цель - помешать согласию и партнёрству между европейскими нациями и Россией. США устраивают пожары повсюду в мире, в Ираке, в Ливии, Сирии. А теперь на Украине. Украинский кризис стал производным путча, спровоцированного извне, со всеми последствиями, о которых мы знаем. У американцев есть огромная проблема - это невиданный, колоссальный федеральный долг. Поэтому Вашингтону нужна война, чтобы списать его".

Министр обороны США называет Россию врагом и заявляет, что наша современная и боеспособная армия стучится в двери НАТО.

Американцы обвиняют нас в дестабилизации ситуации в Европе.

Со стороны американцев "всё больше странных высказываний, от агрессивных до невежественных, хотя нередко это у них легко сочетается".

"Глупость, бесцеремонность, невежество" - заявляет Дмитрий Киселёв.

В следующем блоке Дмитрий Киселёв рассказывает о террористах нового Халифата. Намекает на то, что сами же американцы создали и вырастили их, а затем по пунктам сравнивает Барака Обаму с лидером Халифата Абу Бакром аль-Багдади:

- пренебрежение к праву других
- готовность убивать без суда
- нетерпимость и агрессия
- жестокость
- мессианство

Выпуск от 26 октября:⁵⁰

50Россия1: [Электронный ресурс]: URL: russia.tv/video/show/brand_id/5206/episode_id/1139858/video_id/1091977/ (Дата обращения:

Показывают Путина, который заявляет, что политика США завела мир в глубокий кризис.

Итак, посчитав упоминания ведущего о Бараке Обаме и выяснив, что в среднем информация, касающаяся США и их президента, занимает в октябрьском эфире программы "Вести недели" 12% от всей информации,⁵¹ я пришла к выводу, что тема участия США в мировых делах и конфликтах является одной из основных в передаче, наряду с темой Украины. В среднем в каждом третьем сюжете упоминаются США или их президент.

В программе "Вести недели" создаётся образ США, как страны, которая постоянно вмешивается в дела других стран, вторгается на их территорию. США взяли на себя роль мирового лидера и гаранта мировой безопасности, с которой они плохо справляются. Америка поддерживает конфликты и столкновения в других странах, различные беспорядки. Она прогнула под себя большинство европейских стран, заставила их пойти на санкции против России.

Президент США Барак Обама представлен в образе капризного злодея, который зачастую ведёт себя, как ребёнок. Недаром в октябре Дмитрий Киселёв сравнивал его с обезьяной и с Наполеоном Льва Николаевича Толстого, которого последний сравнил с ребёнком, держащимся за тесёмочки и представляющим, что он правит. Обама представлен, как некое мировое зло, причастное к большинству конфликтов мира. Зло, которое нередко попадает в собственные капканы. Ведущий часто говорит об Обаме со строгой иронией, скрытой насмешкой. Могу смело сказать, что в программе "Вести недели" нас откровенно настраивают против Америки, одновременно показывая нелепость её действий.

05.05.16)

⁵¹см. Приложение 3

2.3. Анализ фильма-расследования "Император Обама", выпусков программы "Однако" (Первый канал) и программы "Главное" (Пятый канал)

17 февраля 2016⁵² года выходит в эфир фильм-расследование Ольги Скабеевой и Евгения Попова "Император Обама". Фильм по праву можно назвать разоблачительным. Журналисты приводят шокирующие цифры - результат "законной" коррупции в США: Обама тратит невиданные суммы государственных денег в личных целях. Например, только на отдых за семь лет было потрачено 74 миллиона долларов. Деньги выделялись на абсурдные по своим целям программы, как то разработка космического принтера для пиццы или поставка в Афганистан итальянских козлов для урегулирования местной экономики. Как сами факты, так и подача ведущих делают материал сенсационным и оказывающим огромное воздействие на широкую аудиторию. Голос ведущей громкий, речь чёткая, расставляющая акценты в нужных местах. Такая подача материала характерна для сенсационных новостей, подобная манера привлекает внимание и заставляет слушать и смотреть.

Проанализировав выпуски последних трёх месяцев аналитической итоговой программы Михаила Леонтьева "Однако" на Первом канале, автор сделала следующие выводы: Америка неуклонно катится к кризису, доверие к американскому правительству сильно пошатнулось не только в мире, но и среди самих граждан США, попытки Барака Обамы восстановить репутацию становятся всё более нелепыми и лишь ещё больше ведут его к пропасти.

⁵²[Электронный ресурс]: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tpjlzcdANRg> (Дата обращения: 05.05.16)

В выпуске от 4 февраля 2016⁵³ года говорится о том, что Обама подвергся травле за содействие сирийскому мирному процессу в угоду президенту В. Путину. Этот сюжет показывает нам Обаму в образе загнанного и запуганного волка на псарне, который теперь пытается выйти из сложившейся ситуации максимально безболезненно. Ради этого он даже готов пойти на уступки российскому президенту. Но опять же корреспондентом подчёркивается лживость ситуации: президент якобы (подчёркивается интонационно) идёт на уступки России в вопросе о судьбе президента Асада.

В выпуске от 31 марта 2016⁵⁴ приводится заявление Б. Обамы о том, что Россия самоизолируется. Ведущий подчёркивает своё ироничное отношение к подобному заявлению, ведь изоляции пытаются подвергнуть Россию именно США.

Выпуск от 27 апреля 2016⁵⁵ посвящён президентским выборам в США. Здесь примечательны слова советника Объединенного командования НАТО в Европе Харлана Уллмана, который подчёркивает неспособность американского правительства править. Он признаёт, что США катится к величайшему кризису, и всё это напоминает шоу, которое советник бы с интересом посмотрел, будь он в Москве.

Отношение к Бараку Обаме в мире и в Америке в настоящее время наглядно передают выпуски программы "Главное" с Никой Стрижак на Пятом канале, а именно выпуски от 13 декабря 2015 года и от 17 января 2016. Здесь ярко и наглядно передан финал, закат президентской карьеры политика. В этих сюжетах передана озлобленность народа, ироничное отношение

53 Первый канал: [Электронный ресурс]: URL: http://www.1tv.ru/news/2016/02/04/2037-analiticheskaya_programma_mihaila_leontieva_odnako (Дата обращения: 05.05.16)

54 Первый канал: [Электронный ресурс]: URL: http://www.1tv.ru/news/2016/03/31/299507-analiticheskaya_programma_mihaila_leontieva_odnako (Дата обращения: 05.05.16)

55 Первый канал: [Электронный ресурс]: URL: http://www.1tv.ru/news/2016/04/27/301187-analiticheskaya_programma_odnako_s_mihailom_leontievym (Дата обращения: 05.05.16)

кандидатов в новые президенты и так далее. В сюжете эфира 13 декабря 2015⁵⁶ года ведущая рассказывает скандале, спровоцированном Обамой. Скандал разразился из-за выступления Обамы по поводу расстрела в Сан-Бернардино 14-ти человек исламистской супружеской парой. Обама пообщал, что ИГИЛ за всё ответит и что Обама верит в поддержку друзей по коалиции. Ника Стрижак отмечает, что никому не понравилось это выступление американского президента, а комментатор телеканала Fox News Ральф Петерс даже дошёл до неприличных слов в эфире. А кандидат в президенты Дональд Трамп недвусмысленно выразил своё убеждение в том, что Америке срочно нужен новый президент.

В эфире от 17 января 2016⁵⁷ года представлена речь последнего ежегодного обращения Обамы. Психологи, которые в эфире разбирали обращение Обамы, проанализировав его, увидели, что президент ведёт себя слишком уверенно. Об этом свидетельствуют его позы, взгляд, манера говорить. Психологи выразили уверенность, что такие люди считают себя кем-то наподобие пророка.

Выводы. Таким образом, анализ выпусков телевизионных передач позволяет говорить во-первых, о возрастающем интересе журналистов и мирового сообщества к президенту Соединённых Штатов Америки, во-вторых, об усилении и преобладании негативных эмоций у аудитории по отношению к США и Бараку Обаме. Если говорить, о втором сроке президентства Обамы, то нарастание негативного отношения происходит примерно с конца 2013 года и достигает своего пика к настоящему времени. Образ Барака Обамы связан с неоправданными надеждами, невыполненными обещаниями, а также со стремлением президента контролировать все процессы, происходящие в мире. Политика двойных стандартов, попытка

56 Пятый канал: [Электронный ресурс]: URL: <http://www.5-tv.ru/glavnoe/broadcasts/508938/297/> (Дата обращения: 05.05.16)

57 Пятый канал: [Электронный ресурс]: URL: <http://www.5-tv.ru/glavnoe/broadcasts/508970/316/> (Дата обращения: 05.05.16)

подчинения себе Европы, плетение интриг, содействие разжиганию конфликтов - вот то, что характеризует второй срок правления Барака Обамы. Таким видят его федеральные каналы, таким его видит российское население.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью данной работы было определение особенностей формирования образа США и президента Б.Обамы на российском ТВ (второй президентский срок Б. Обамы), определить, какой образ Америки и ее лидера создает российское телевидение и какими способами. Проанализировать динамику изменения отношения к США и Б.Обаме в эфире российского ТВ до февраля 2014 г. и после политических изменений на Украине.

Автор проанализировала выпуски информационных и аналитических программ российских федеральных телеканалов, определила ракурсы освещения деятельности политического лидера, определила способы создания на ТВ образа государства, определила способы создания на ТВ образа политического лидера, выявила факторы, влияющие на формирование медийного имиджа США и Б.Обамы, проанализировала динамику изменения отношения к США и Б.Обаме в эфире российского ТВ до февраля 2014 г. и после политических изменений на Украине и пришла к следующим выводам.

США и Барак Обама давно привлекают российских журналистов в силу специфики правления их президента. Помимо этого, отношения с США важны для России, так как эти страны являются крупнейшими в мире ядерными державами. Не удивительно, что за развитием отношений Россия-США следит не только вся страна, но и весь мир. От этого союза напрямую зависит безопасность российского и американского населения. Однако эти отношения не всегда складываются гладко, а в последнее время они и вовсе натянуты. Между этими странами идёт соперничество за ресурсы, власть и авторитет на мировой арене. Важную роль в международных отношениях играет телевидение. Телевидение - средство пиара, взаимодействия с широкой аудиторией, орудие массового и мгновенного распространения информации. С помощью него можно настроить за или против какого-либо правителя целые народы. В данной работе нас интересовал образ США и их

президента, который создаёт российское федеральное телевидение. Барак Обама показан российским ТВ как сильный, бесстрашный правитель своего государства, однако способный на довольно безрассудные и лишённые логики с точки зрения других стран поступки и заявления. Он мнит себя гарантом общемировой безопасности и вмешивается в дела большинства стран, принимает участие во многих событиях общемирового масштаба. С началом второго президентского срока Барака Обамы его авторитет на мировой арене и в глазах населения США начинает стремительно снижаться. Связано это с неоправданными ожиданиями публики от правления Обамы. Российские каналы также поддерживают тенденцию негативного и насмешливого отношения в 44-ому президенту Соединённых Штатов. Однако, если до политических изменений на Украине в феврале 2014 года российские журналисты осторожны в своих оценках и более объективно освещают события в Америке и деятельность президента, то по мере обострения ситуации на Украине и отношений США-Россия телеканалы переходят в атаку на президента Америки. Теперь мы видим образ безрассудного правителя, ведущего свою репутацию и репутацию своей страны ко дну. В его стране ухудшается экономика, снижается доверие населения США к своему лидеру, Обама теряет в количестве людей, поддерживающих его внешнюю политику. Создаётся образ капризного ребёнка, который в своих политических играх зашёл так далеко, что ситуация вышла из под контроля, но он всё ещё думает, что правит балом. В конце концов, внешняя политика Обамы и его поведение приводят буквально к краху его президентства. Обама вынужден в скором времени покинуть свой пост. Однако он продолжает гордо держать голову, вести себя уверенно и игнорировать весь негатив, обрушившийся на него со стороны мирового сообщества и граждан его страны.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Анохин Е. В. Имидж страны: проблемы формирования и управления. // Проблемы современной экономики. 2014. №3. [Электронный ресурс]: URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-strany-problemy-formirovaniya-i-upravleniya> (Дата обращения: 21.04.16)
2. Ашин Г.К. Критика современных буржуазных концепций лидерства. М., 1978.
3. Бережная М. А. Проблемы социальной сферы. СПб. 2009.
4. Бережная М. А. Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики. СПб 2009.
5. Березин Г. В. Особенности влияния СМИ на формирование современных политических ориентаций россиян (на примере телевидения). М. 2000.
- 6.Блондель Ж. Политическое лидерство. Путь к всеобъемлющему анализу. М., 1992.
7. Блохин И. Н. Журналистика в этнокультурном взаимодействии. СПб 2013
8. Бурдые П. О телевидении и журналистике. М. 2002
9. Вашталова Ю. С. Риторические особенности американского политического дискурса: когнитивно-семантический аспект. СПб., 2009.
10. Воронина Т. В. Макросоциальные факторы формирования образа политического лидера России. М., 2003.
- 11.Гавра Д.П. Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура, функции. СПб., 2010.
12. Гуревич П. С. Приключения имиджа: типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. М., 1991.

13. Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М., 2011.
14. Деркач А.А., Жуков В.И., Лаптев Л.Г. Политическая психология. М., 2001.
15. Ершов А. В. Психология поведения политика в телевизионной ситуации. СПб., 2000.
16. Здравомыслов А. Г. Межнациональные конфликты в постсоветском пространстве. М., 1997.
17. Ильченко С.Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. СПб, 2009.
18. Ильченко С. С. Ценностно-политическое содержание "массовой культуры" в телевизионном вещании. СПб., 2009.
19. Казаков М. А. Политическое лидерство: современные проблемы эволюции. М., 1993.
20. Каклюгин А.А. Сравнительный анализ освещения международных событий на российском телевидении [Электронный ресурс]: URL: <http://zhurnalistika.net/20110313825/teoriya-zhurnalistiki/sekrety-dela/sravnitelnyi-analiz-osvescheniya-mezhdunarodnyh-sobytii-na-rossiiskom-televidenii.html> (Дата обращения: 15.03.16)
21. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М., 2000.
22. Квашина Т. А. Телевидение и общество. Этнокультурные факторы телевизионного дискурса, СПб., 2011.
23. Ключев Ю.В. Политический дискурс в массовой коммуникации: анализ публичного политического взаимодействия. М.-Берлин, 2016.
24. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. М., 2001.
25. Корконосенко С.Г. Социология журналистики. М., 2004.

26. Корконосенко С.Г. Теория журналистики: моделирование и применение. М., 2010.
27. Корнева И. В. Телевизионное пространство и его виртуальные образы (из опыта отечественного телевидения 1990-х гг.). СПб., 2002.
28. Лавриненко В. Л. Политология. М., 2010.
29. Линн Ш. Барак Обама: уроки лидерства. М., 2012.
30. Липпман У. Общественное мнение. Пер. с англ. М., 2004.
31. Малахов В. С. Национализм как политическая идеология. М., 2005
32. Мельник Е. А. Политический дискурс как средство манипулирования массами // Учёные записки Орловского Государственного университета. 2012. №2. С. 145. [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/politicheskiy-diskurs-kak-sredstvo-manipulirovaniya-massami> (Дата обращения: 11.04.16)
33. Мицкевич Э. Телевидение, власть и общество. М., 2013.
34. Мутовкин Л. А. Роль телевидения в формировании имиджа. Омск. 2009 [Электронный ресурс]: URL: <http://imek.org/?q=node/1390> (Дата обращения: 18.04.16)
35. Нигматуллина К. Р. Политические идеалы на российском телевидении: факторы и механизмы трансформации, СПб., 2011.
36. Новикова А. А. Современные телевизионные зрелища. Истоки, формы и методы воздействия. СПб., 2008.
37. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики. М., 1999.
38. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа. Стратегия, психотехнологии, психотехники. — М., 2008.

39. Политическая имиджелогия / Под ред. А. А. Деркача, Е. Б. Перельгиной и др. — М., 2006.
40. Политология: учебник для студентов вузов / Под ред. В.Н. Лавриненко. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮПИТИ- ДАНА, 2010.
41. Попов В. Д. Социальная информациология и журналистика. М., 2007.
42. Реснянская Л. Л. СМИ и политика: учебное пособие для студентов ВУЗов. М., 2007.
43. Садуов Р.Т. ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС БАРАКА Х. ОБАМЫ В ПРЕЛОМЛЕНИИ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО И СЕМИОТИЧЕСКОГО АСПЕКТОВ. Уфа, 2011.
44. Смирнова И. С. Образ лидера и политической элиты в прессе Великобритании. СПб., 2006.
45. Федорченко А. М. Международная информация в структуре ежедневного вещания. Л., 1989.
46. Федотова Л. Н. Общественное мнение и журналистика. М., 2011.
47. Цвик В. Л. Телевизионная служба новостей. М., 2008.
48. Черевко Т. С. Информационно-аналитические программы федеральных телеканалов как инструмент формирования имиджа страны (на примере выпусков "Вести недели", "Воскресное время", "Сегодня. Итоговая программа"): Дис. кандидата филол. наук: 10.01.10. М., 2013.
49. Шаблинский И.Г. Политическое лидерство: типология и технология. М., 2004.
50. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. М., 1987.

Электронные ресурсы:

Материалы Википедии – <https://ru.wikipedia.org>.

Сайт Левада-Центра – <http://www.levada.ru>.

Сайт Первого канала – <http://www.1tv.ru/>.

Сайт телеканала «Россия-1» – <http://russia.tv/>.

Сайт Пятого канала - <http://5-tv.ru/>

Сайт YouTube – <http://www.youtube.com/>.

Энциклопедия экономиста - <http://www.grandars.ru/>

Список анализируемых материалов, представленных в работе:

<http://www.5-tv.ru/glavnoe/broadcasts/508938/297/>

<http://www.5-tv.ru/glavnoe/broadcasts/508970/316/>

<https://www.youtube.com/watch?v=tpjlzcdANRg>

http://www.1tv.ru/news/2013/02/12/77153-ocherednoy_sluchay_strelby_proizoshyol_v_ssha

http://www.1tv.ru/news/2013/02/18/77638-v_ssha_ubit_esche_odin_priemnyy_rebenok_iz_rossii

http://www.1tv.ru/news/2013/02/13/77249-barak_obama_obratilsya_k_obeim_palatam_kongressa_s_ezhegodnym_poslaniem_o_polozhenii_strany

http://www.1tv.ru/news/2013/03/24/71505-desyataya_godovschina_vtorzheniya_v_irak_kto_otvetit_za_voynu_po_lozhnomu_donosu

http://www.1tv.ru/news/2014/03/01/44979-rossiyskiy_posol_mozhet_byt_otozvan_iz_ssha_iz_za_vyskazyvaniy_baraka_obamy

<http://www.vsoloviev.ru/sunday/1838/>

<http://tv-news-online.com/vesti-nedeli-c-dmitriem-kiselyovyim-05-10-2014-2/>

https://russia.tv/video/show/brand_id/5206/episode_id/1135355/video_id/1086705/

https://russia.tv/video/show/brand_id/5206/episode_id/1137717/video_id/1089230/

russia.tv/video/show/brand_id/5206/episode_id/1139858/video_id/1091977/

<https://www.youtube.com/watch?v=tpjlzcdANRg>

http://www.1tv.ru/news/2016/02/04/2037-analiticheskaya_programma_mihaila_leontieva_odnako

http://www.1tv.ru/news/2016/03/31/299507-analiticheskaya_programma_mihaila_leontieva_odnako

http://www.1tv.ru/news/2016/04/27/301187-analiticheskaya_programma_odnako_s_mihailom_leontievym

<http://www.5-tv.ru/glavnoe/broadcasts/508938/297/>

<http://www.5-tv.ru/glavnoe/broadcasts/508970/316/>

http://www.1tv.ru/news/2013/06/07/68247-spetssluzhby_ssha_okazalis_v_tsentre_skandala

http://www.1tv.ru/news/2014/01/31/51103-ofitserov_yadernyh_raketnyh_voysk_ssha_poymali_na_moshennichestve

http://www.1tv.ru/news/2013/12/29/56902-v_ssha_so_spisannymi_samoletami_proishodyat_udivitelnye_prevrashcheniya

[http://www.1tv.ru/news/2014/01/15/49959-
v_ssha_rastet_kolichestvo_universitetov_predlagayuschih_nochnoe_obrazovanie](http://www.1tv.ru/news/2014/01/15/49959-v_ssha_rastet_kolichestvo_universitetov_predlagayuschih_nochnoe_obrazovanie)

[http://www.1tv.ru/news/2013/12/04/55218-
detroyt_stal_krupneyshim_gorodom_bankrotom_v_istorii_ssha](http://www.1tv.ru/news/2013/12/04/55218-detroyt_stal_krupneyshim_gorodom_bankrotom_v_istorii_ssha)

[http://www.1tv.ru/news/2013/11/27/54695-
v_ssha_snyali_na_video_udivitelnuyu_prirodnuyu_anomaliyu](http://www.1tv.ru/news/2013/11/27/54695-v_ssha_snyali_na_video_udivitelnuyu_prirodnuyu_anomaliyu)

[http://www.1tv.ru/news/2013/12/06/55377-
rossiyskih_diplomatov_v_ssha_obvinyayut_v_moshennichestve_s_meditinskimi_
strahovkami](http://www.1tv.ru/news/2013/12/06/55377-rossiyskih_diplomatov_v_ssha_obvinyayut_v_moshennichestve_s_meditinskimi_strahovkami)

[http://www.1tv.ru/news/2013/10/01/59123-
ssha_vstupili_v_novyy_finansovyy_god_bez_byudzheta](http://www.1tv.ru/news/2013/10/01/59123-ssha_vstupili_v_novyy_finansovyy_god_bez_byudzheta)

[http://www.1tv.ru/news/2013/11/29/54865-
v_ssha_nachalis_traditsionnye_rasprodazhi_pered_dnem_blagodareniya](http://www.1tv.ru/news/2013/11/29/54865-v_ssha_nachalis_traditsionnye_rasprodazhi_pered_dnem_blagodareniya)

[http://www.1tv.ru/news/2013/11/22/54411-
v_ssha_gigantskiy_samolyot_prizemlilsya_ne_v_tom_aeroportu](http://www.1tv.ru/news/2013/11/22/54411-v_ssha_gigantskiy_samolyot_prizemlilsya_ne_v_tom_aeroportu)

[http://www.1tv.ru/news/2013/10/01/59154-
spory_o_reforme_meditliny_ostavili_bez_zarplaty_vseh_byudzhетников_ameriki](http://www.1tv.ru/news/2013/10/01/59154-spory_o_reforme_meditliny_ostavili_bez_zarplaty_vseh_byudzhетников_ameriki)

[http://www.1tv.ru/search/news?from=2014-01-01&to=2014-02-01&q=
%D0%A1%D0%A8%D0%90](http://www.1tv.ru/search/news?from=2014-01-01&to=2014-02-01&q=%D0%A1%D0%A8%D0%90)

[http://www.1tv.ru/news/2013/10/01/59123-
ssha_vstupili_v_novyy_finansovyy_god_bez_byudzheta](http://www.1tv.ru/news/2013/10/01/59123-ssha_vstupili_v_novyy_finansovyy_god_bez_byudzheta)

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Эфир "Вести недели" за октябрь 2014 года

Упоминание о Бараке Обаме

Эфир	05.10.14	12.10.14	19.10.14	26.10.14
Барак Хусейн Обама			5 раз	
Барак Обама	2 раза	1 раз	2 раза	
Обама	19 раз	2 раза	1 раз	
Президент Америки	3 раза	1 раз		3 раза
Всего	24 раза	4 раза	8 раз	3 раза

Приложение 2
Эфир "Вести недели" за октябрь 2014 года
Упоминание о США

Эфир	05.10.14	12.10.14	19.10.14	26.10.14
Продолжительность эфира (мин)	98	104	98	102
Время США (мин)	22	12	5	3
Время лично Обамы (мин)	4		4	
Всего	26	12	9	3

Приложение 3

Эфир "Вести недели" за октябрь 2014 года
Информация, касающаяся США и их президента, занимает в октябрьском эфире программы "Вести недели" 12% от всей информации

