

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ГОРЕВА Влада Константиновна

Образ лидера зарубежного государства в американских средствах массовой информации: на примере Президента Российской Федерации В.В. Путина
The image of foreign state leader in the American media: on the example of the Russian President V. Putin

Выпускная квалификационная бакалаврская работа
по направлению 031900 «Международные отношения»

Научный руководитель –
кандидат политических наук,
доцент кафедры международных
гуманитарных связей С.С. Ширин

Студент:

Научный руководитель:

Работа представлена на кафедру

“ ___ ” _____ 2016 г.

Заведующий кафедрой:

Санкт-Петербург

2016

Оглавление

Введение.....	3
1. Образ политического лидера.....	10
1.1 Понятие образа и имиджа.....	10
1.2 Основные подходы к изучению политического имиджа.....	14
1.3 Основные компоненты политического имиджа.....	18
1.4 СМИ как инструмент формирования политического имиджа.....	22
2. Контент-аналитическое исследование образа Президента РФ В.В. Путина в американских СМИ.....	26
2.1 Образ Президента РФ В.В. Путина в CNN.....	26
2.2 Образ Президента РФ В.В. Путина в The Fox News.....	28
2.3 Образ Президента РФ В.В. Путина в The New York Times.....	32
2.4 Образ Президента РФ В.В. Путина в The Washington Post.....	34
Заключение.....	38
Список литературы и источников.....	42
Приложение.....	56

Введение

Актуальность исследования.

Сегодня вместе с развитием информационных технологий уровень влияния медиапотока на общественное мнение в формировании международного образа стремительно возрастает. СМИ не только отражают действительность, они стали площадкой для международной политической деятельности. Сложно представить себе сегодняшнюю политическую жизнь без журналистики.

Позитивный образ страны в целом и ее лидера в частности, подкрепленный реальной деятельностью, выступает эффективным инструментом для формирования условий, благоприятных для успешного внутреннего развития и увеличения влияния на мировой арене. Отрицательный образ, в свою очередь, может стать причиной появления затруднений.

По мнению специалистов в области политической лингвистики Будаева Э. В. и Чудинова А. П., «интенсивное развитие информационных технологий, возрастающая роль средств массовой информации, все большая театрализация политической деятельности способствуют повышению внимания общества к политическому дискурсу»¹. Принимая во внимание связь между журналистикой и политикой, можно предположить, что имидж лидера государства будет подвергаться влиянию информации, которая представлена в СМИ. Новости, статьи и другие медийные материалы обращают внимание аудитории на те или иные проблемы с разных углов зрения. Возникает вопрос о том, имеет ли место активная попытка сконструировать определенный образ у аудитории и с какой целью.

Именно политический лидер, занимая ведущую позицию в государстве, является главным представителем своего народа в мире. И его образ в отдельности имеет значительное влияние на образ государства в целом.

Особый интерес для исследования представляет образ Президента Российской Федерации, а именно В.В. Путина, в американских СМИ. Сегодня именно они обладают наиболее развитыми информационными технологиями международного вещания. Примерами могут послужить такие новостные сети международного вещания как CNN, FOX News, Voice of America; печатные издания USA today, The New York Times, Foreign Affairs. А развитие сети Интернет позволило традиционным СМИ расширить своё вещание при помощи сайтов, контент которых обычно находится в открытом доступе для пользователей. Глобальная сеть также служит платформой для создания новых изданий, например, Vox Media.

Цель и задачи исследования.

Цель исследования – обозначить общую характеристику образа Президента РФ В.В. Путина в американских средствах массовой информации.

¹ Будаев, Э.В. Чудинов, А. П. Метафора в политическом интердискурсе / Будаев, Э. В., Чудинов, А. П. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2006. - С. 45.

Для достижения настоящей цели необходимо решить следующие задачи:

- Обобщить научные представления о понятиях образ и имидж;
- Классифицировать основные подходы к изучению политического имиджа;
- Выделить основные компоненты политического имиджа;
- Выявить место СМИ в процессе формирования политического образа;
- Охарактеризовать образ В.В. Путина в текстах американских СМИ.

Методология исследования.

Одним из основных методов исследования содержания коммуникаций является анализ содержания или контент-анализ. Он заключается в переводе вербальной информации в более объективную количественную форму, и последующей статистической обработке. Квантификация элементов содержания текста позволяет говорить о строгости и систематичности данного метода.

Контент-анализ позволяет не только работать с характеристиками источников, но и изучить особенности коммуникационного процесса: тиражируемые взгляды и интересы автора текста. Фиксация количественных признаков содержания текстов позволяет более объективно оценить позицию автора, а также выявлять различия в текстах, принадлежащих разным авторам, изданиям, общественным объединениям и т.д.

В отечественной литературе существует ряд научных работ, освещающих основные теоретические принципы данного метода, историю его появления и развития. Например, работы А.Н. Алексеева², И.В. Дмитриева³, В.М. Соловнина⁴, В.И. Шалака⁵, И.А. Пашиной⁶. Интерес к контент-анализу присущ и иностранным исследователям – М. Ломбард, Дж. Шнайдер-Датч, Ч. Кампанелла Бракен⁷, Г.Ф. Шей и С. И. Шенон⁸.

²Алексеев, А.Н. Контент-анализ, его задачи, объекты и средства / Алексеев, А.Н. // Социология культуры. -1974 - №1 - С.131-162.

³Дмитриев, И.В. Контент-анализ: сущность, задачи, процедуры / Дмитриев, И.В. URL: <<http://psyfactor.org/lib/k-a.htm>> Дата обращения: 19.11.2015.

⁴Соловнин, В.М. Об объективности исследования в контент-анализе / Соловнин, В.М. // Методологические и методические проблемы контент-анализа. - 1973 - 1 т. - С.133-160.

⁵Шалак, В.И. Современный контент-анализ: Приложения в области: политологии, психологии, социологии, культурологии, экономики, рекламы / Шалак, В.И. - М.: Омега-Л, 2004

⁶Пашиной, И.А. Контент-анализ как метод исследования: достоинства и ограничения / Пашиной, И.А. // Научная периодика: проблемы и решения. – 2012 - №3 - С.13-18.

⁷Lombard, M., Snyder-Duch, J., Campanella Bracken, C. Content Analysis in Mass Communication: Assessment and Reporting of Intercoder Reliability / Lombard, M., Snyder-Duch, J., Campanella Bracken, C. // Human Communication Research. – 2002 - Vol. 28 - P.587-604.

⁸Hsieh, H.F, Shannon, S.E Three Approaches to Qualitative Content Analysis / Hsieh, H.F, Shannon, S.E // Qualitative Health Research. – 2005 - №3 - P. 1277-1287.

В то же время, по мнению некоторых авторов теоретических работ⁹, наблюдается определённая нехватка литературы, содержащей примеры практического использования контент-анализа с подробным описанием всех процедур.

Степень разработанности.

Среди основных проблем политологии стоит выделить проблему политического лидерства. Специалисты утверждают, что данный феномен возникает только при наличии определенных политических условий и свобод, а именно: «политический плюрализм, многопартийность, внутрипартийная и внутрипарламентская деятельность, интеллектуальная политическая борьба людей, принадлежащих к тем или иным партиям и фракциям, отражающим социальные интересы и устремления тех или иных групп людей.»¹⁰ Так получается, что политическое лидерство - относительно новый феномен политической жизни России.

Вместе с демократизацией страны появилось много научных трудов, направленных на постижение политического лидерства. Сегодня существует множество материалов, содержащих анализ^{11,12}, типологии¹³ и теории¹⁴ относительно данного явления. Однако, ряд частных аспектов политического лидерства нуждается в более глубоком осмыслении. В случае с нашим исследованием это изучение политического имиджа.

Стоит отметить, что феномен образа политического лидера главным образом исследуется в контексте теории и практики электорального поведения. Эта проблематика представлена в работах политологов и политсоциологов, таких как В.Н. Амелин, Н.С.

⁹Семёнова, А.В., Корсунская, М.В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / Семёнова, А.В., Корсунская, М.В. - М.: Институт социологии РАН, 2010.

¹⁰Джанталеева, М.Ш. Анализ процесса формирования современного политического лидерства в России / Джанталеева, М.Ш. // *Ars Administrandi*. – 2010 - №3 – С. 26-30.

¹¹Ракитянский, Н.М. Теоритические аспекты политико-психологического анализа современного политического лидерства / Ракитянский Н.М. // *Современная социальная психология: теоритические подходы и прикладные исследования*. – 2012 - №1 – С. 54-63.

¹²Джанталеева, М.Ш. Анализ процесса формирования современного политического лидерства в России / Джанталеева, М.Ш. // *Ars Administrandi*. – 2010 - №3 – С. 26-30.

¹³Дунюшкина, Г.А., Нигматуллина, И.В. Типология политического лидерства / Дунюшкина, Г.А., Нигматуллина, И.В. // *Личность, общество, государство: характер и принципы взаимодействия* Всероссийская научно-практическая конференция: сборник / Уфимский филиал Финансового университета при Правительстве РФ (Уфа). 2014. С. 67-70.

¹⁴Кнурова, В.А Теории и типологии политического лидерства: сравнительный анализ / Кнурова, В.А // *В мире научных открытий*. – 2013 - № 11.5(47) – С. 107-115.

Федоркин¹⁵, А.И. Ковлер¹⁶, М.Е. Кошелюк¹⁷, Ш. Боулер, Д.М. Фарел¹⁸, Д. Дж. Бурстин¹⁹, Дж. Доуинг²⁰ и др.

В изучении имиджа политического лидера выделить следует работы, посвященные разработке теории имиджа. Эта проблематика содержится в работах следующих авторов – С. Анхольт²¹, А.А. Деркач²², Д.М. Дурдин²³, Е.В. Егорова-Гатман²⁴, В.И. Карасев²⁵, Г.И. Марченко²⁶, Е.Б. Перельгина²⁷, Г.Г. Почепцов²⁸, А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров²⁹, Б. Брюс³⁰, У. Дюкан³¹ и др. В каждой отдельной работе данных авторов содержатся различные аспекты теории политического образа.

Из современных отечественных исследователей, в чьих работах уделяется место проблематике настоящего исследования, необходимо отметить таких авторов как: К.С. Гаджиев³², Э.А. Галумов³³, Ю.Б. Кашлев,³⁴ Д.В. Ольшанский³⁵ и др.

Следует отметить вклад петербургской школы международных отношений в изучение политического имиджа. Работы следующих авторов посвящены данной

15[□]Амелин В.Н., Федоркин Н.С. Стратегия избирательной кампании / Амелин В.Н., Федоркин Н.С. - М.: Аспект Пресс, 2001.

16[□]Ковлер, А.И. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт / Ковлер, А.И. – М.: Изд-во ИГиП РАН, 1995.

17[□]Кошелюк, М.Е. Технологии политических выборов / Кошелюк, М.Е. - СПб.: Питер, 2004.

18[□]Bawler, S., Farrell D.M. Electoral Strategies and Political Marketing / Bawler, S., Farrell D.M. – London: Palgrave Macmillan UK, 1992.

19[□]Boorstin, D.J. The Image: Or What Happed to the American Dream / Boorstin, D.J. – N.Y. :Athenium, 1962.

20[□]Dowing, J. What Is a Brand Image? / J.Dowing // Advertising Quarterly. – № 1. – 1964-65 – P. 13-19.

21[□]Анхольт, С. Брендинг: дорога к мировому рынку. — М.: Кудиц-Образ, 2004.

22[□]Деркач, А.А. Политическая имиджелогия / Деркач, А.А. - М.: Аспект-Пресс, 2006.

23[□]Дурдин, Д.М. «Образ» политического лидера и возможности его изменения / Дурдин, Д.М. // Полис. Политические исследования. – 2000 - №2 – С. 133.

24[□]Егорова-Гантман, Е. В. Имидж лидера / Егорова-Гантман, Е. В. - М.: Центр, 1994.

25[□]Карасев, В.И. Феномен политического лидерства / Карасев, В.И. - М.: Изд-во МПСИ, 2000.

26[□]Марченко, Г.И. Имидж в политике / Марченко, Г.И. - М.: Владос, 1997.

27[□]Перельгина, Е.Б. Психология имиджа / Перельгина, Е.Б. – М.: Аспект Пресс, 2002.

28[□]Почепцов, Г.Г. Информационно-политические технологии / Почепцов Г.Г. – М.: Центр, 2003.

29[□]Чумиков, А.Н., Бочаров, М.П. Связи с общественностью: теория и практика / Чумиков, А.Н., Бочаров, М.П. - М.: Дело АНХ, 2006.

30[□]Bruce, V. Images of Power: How the Image Makers Shape Our Leaders / Bruce, V. - London: Kogan Page, 1992.

31[□]Ducan, W. Political Communication Today / Ducan, W. - Manchester University Press, 1997.

32[□]Гаджиев, К.С. Имидж России в СМИ и общественном мнении Запада / Гаджиев, К.С. – М. : ИМЭМО РАН, 2008.

33[□]Галумов, Э.А. Имидж против имиджа / Галумов Э. – М.: Известия, 2008.

34[□]Кашлев, Ю.Б., Галумов, Э.А. Информация и PR в международных отношениях / Кашлев, Ю.Б., Галумов, Э.А. – М.: Известия, 2003.

35[□]Ольшанский, Д. В. Политический PR / Ольшанский, Д. В. – М.: Питер, 2003.

тематике: И.С. Смирнова³⁶, С.С. Ширин³⁷, Н.М. Боголюбова, Ю.В. Николаева³⁸, Е.Ю. Трещенков.³⁹

Характеристика использованных источников информации.

Американские СМИ – это сложная система ресурсов информации. Они представлены печатной прессой, теле- и радиовещанием. Это многообразие дополняется электронными ресурсами. Таким образом материалы, представленные в американских СМИ, представляют собой огромное количество материалов для исследования. Поэтому необходимо произвести отбор наиболее подходящих для исследования материалов.

В рамках данной работы целесообразно использовать материалы наиболее развитых сетей вещания США, работа которых производится не только на национальном, но также и на международном уровне. Для отбора на этом этапе мы опирались на данные сайта SimilarWeb.com, позволяющего отследить посещаемость вебсайтов.⁴⁰

Кроме того, важным аспектом является их политическая ангажированность. Под ангажированностью СМИ понимается приверженность СМИ конкретной политической силе. Для отбора был использован рейтинг американских СМИ, отражающих их симпатии в сторону одной из американских партий.⁴¹

И третий фактор, имеющий значение, – это доступность ресурсов. В частности это возможность ознакомиться с материалами СМИ без оформления подписки на ресурс и удобный поиск информации.

Так для исследования были выбраны следующие СМИ: CNN, Fox News Channel, The New York Times и The Washington Post.

Нужно отметить, что для настоящего исследования интерес представляет изучение текстовой составляющей материалов американских СМИ. Обращение к видео- и фотоматериалам требует более глубокого погружения в исследование.

Научная и практическая значимость.

³⁶Смирнова, И.С. Образ лидера и политической элиты в прессе Великобритании / Смирнова, И.С. – СПбГУ – СПб, 2006.

³⁷Ширин, С.С. Парадигмы исследования образа России на Украине / Ширин, С.С. // Вестник Санкт-Петербургского Университета. – 2008 – Сер.6 – Вып.1. – С. 78-85.

³⁸Боголюбова, Н. М., Николаева, Ю. В. Источники формирования внешнеполитических образов (методологический аспект) // Толерантность: Журналистика, политика, культура: сборник / СПбГУ – СПб, 2003. - С. 102-111.

³⁹Трещенков, Е.Ю. Международный имидж России: состояние и перспективы / Трещенков, Е.Ю. // Новая политика России: взгляд в будущее: материалы межвузовской студенческой научной конференции (16-17 ноября 2007 г., Санкт-Петербург). / СПбГУ - СПб, 2008. - С.23-27.

⁴⁰Similarweb: Website traffic statistisc URL: <<https://www.similarweb.com/>> Accessed: 15.11.2015.

⁴¹The Washington Post: Ranking the media from liberal to conservative, based on their audiences URL: <<https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2014/10/21/lets-rank-the-media-from-liberal-to-conservative-based-on-their-audiences/>> Accessed: 15.11.2015.

Настоящая работа может способствовать систематизации взглядов ученых на феномен политического имиджа, определению его конкретных признаков и выявлению места СМИ в конструировании этого образа.

Практическая значимость исследования заключается в том, что результаты, полученные путем контент-анализа, могут быть использованы для разработки теоритических основ применения этого метода для изучения образа конкретного человека и тем самым способствовать заполнению пробела в нехватки литературы, содержащей примеры практического использования контент-анализа с подробным описанием всех процедур.

Кроме того, данная работа может служить основой для разработки рекомендаций по конструированию политического образа в СМИ.

Предмет и объект исследования.

Предметом исследования выступает образ Президента РФ В.В. Путина в американских СМИ с 7 мая 2000 года по 7 мая 2008 года и с 7 мая 2012 года по март 2016 года.

Объект исследования – американские электронные СМИ.

Структура исследования.

Первая глава направлена на обобщение теоретических представлений по теме отражения политического образа в СМИ. Первый параграф главы направлен на то, чтобы обозначить, что в данной работе будет подразумеваться под понятием образ(имидж). Также необходимо обратить внимание на существующую тенденцию в отечественной науке разделения понятий «имидж» и «образ» и обозначить точку зрения, которая будет актуальна для настоящей работы.

Во втором параграфе описываются существующие концепции политического образа и описываются основные подходы к его изучению. А на основе уже существующих теорий выделяется подход, который будет использоваться в рамках настоящего исследования.

Из-за плюрализма представлений о политическом образе не существует единства в выделении компонентов данного явления. Третий параграф описывает критерии политического образа, предложенные отечественными и зарубежными исследователями. А в заключении выделены группы критериев, на которые в данной работе хотелось бы обратить внимание.

Исследованию взаимосвязи СМИ и политического образа посвящен четвертый параграф. Следует отметить, что большинство работ, рассматривающих вопросы взаимодействия политического образа и СМИ, затрагивают тематику использования

прессы, радио и телевидения в ходе предвыборных компаний. Поэтому в настоящей работе мы обратились к исследованиям, нацеленным на связь образа и СМИ, в целом. Также, так как лидер государства является первым его лицом и официальным представителем, кажется рациональным обратиться к работам, освещающим феномен образа страны в медиапотоке. На основе этих работ выделены некоторые тенденции роли СМИ в процессе формирования политического образа.

Вторая глава имеет практический характер. Она представляет собой непосредственную работу с источниками – электронными версиями американских СМИ. Для анализа образа В.В. Путина в данной главе использован метод контент-анализа. Каждый отдельный параграф освещает отдельный источник информации (CNN, Fox News Channel, The New York Times и The Washington Post).

Анализ во второй главе проходил в несколько этапов:

1. Был ограничен временной интервал протяженностью с 2000 до 2008 года и 2012 до марта 2016 года. Данный интервал охватывает период пребывания В. В. Путина на посту президента. А некоторые из статей описывают образ президента в момент предвыборной гонки. Верхняя черта интервала обусловлена временем проведения настоящего исследования.

2. Следующий критерий отбора текстов - их востребованность у аудитории («relevance»). Во-первых, это ограничение нужно так как исследование охватывает значительный временной интервал, а значит по сформированным запросам будет представлено значительное количество материалов в базе электронных СМИ. А во-вторых, это позволит выбрать для исследования те материалы, которые действительно пользуются популярностью у аудитории.

3. На третьем этапе мы непосредственно перешли к отбору текстов для исследования. Были изучены материалы, представленные на сайтах CNN, Fox News Channel, The New York Times и The Washington Post за обозначенный временной интервал по запросам «Putin», «Russian President». Использование словосочетания «Russian President» обусловлено тем, что поисковые запросы на сайта СМИ «Russian President» и «President of Russia» приводят к одним и тем же результатам.

4. После с каждого сайта СМИ были отобраны тексты для проведения самого контент-анализа на основании их заголовков, содержащие ключевые фразы: «Putin», «Russian President», и содержания, отражающего образ президента.

5. На основании теоретических выводов первой главы работы и изучения текстов, отобранных для анализа, были определены единицы анализа и выделены следующие переменные:

Единицы анализа: «Putin», «Russian President».

Переменные, характеризующие тексты:

- a) год публикации;
- b) объем текста;
- c) затронутые темы;
- d) критерии политического образа, к которым прибегает автор;
- e) оценка образ В.В Путина.

Последняя характеристика оценивалась по пятибалльной шкале, где 1 присвоилось значение «отрицательный образ», 3 – «нейтральный», 5 – «положительный».

- 6. Далее последовала работа с материалами из отдельных источников, поэтому параграфы 2 главы посвящены каждому ресурсу в отдельности. После ознакомления с текстами, проводился анализ переменных, обозначенных в предыдущем пункте. И уже на основании результатов этого анализа происходило выявление общих тенденций в образе В.В. Путина.

1. Образ политического лидера

1.1 Понятие образа и имиджа

Интерес к концепции имиджа возник в 20 веке. Термин, который сегодня крайне актуален во многих общественных сферах (экономика, политика, шоу-бизнес и т.д.), имеет довольно витиеватую историю.

В 1922 году американский журналист Уолтер Липпман, сферой интересов которого является политика, писал о стереотипах. Его концепция крайне близка к современному пониманию имиджа, а значит можно говорить, что У. Липпман выступает прародителем этого понятия.

У. Липпман утверждает, что мир крайне сложен для прямого общения. Географические и социальные факторы выдвигают препятствия для коммуникаций. Поэтому люди моделируют окружение, тем самым упрощая процесс общения. Такие ментальные модели он и называет «стереотипами». У. Липпман заявляет, что общественное мнение относительно правительства, социальных, экономических, политических проблем и политиков - функция стереотипов.⁴²

Сегодня интерес к данной сфере научного знания значительно возрос. Следует отметить, что и «имидж», и «образ» являются универсальной категорией. Эти понятия активно используются в политической, экономической, социальной области. Например, в экономике продуманный имидж помогает привлекать покупателей, а в политике способствует положительному отношению электората к той или иной политической фигуре. В обществе своим имиджем обеспокоены не только публичные личности, но и простые люди.

В связи с этим дефиницию имиджа можно встретить в работах специалистов из разных областей знаний. Например, в сфере рекламы можно встретить такое определение – «имидж товара (торговой марки, товарного знака) - это совокупность чувств, идей, убеждений, ассоциируемых с торговой маркой, ее использованием или неиспользованием, в большей степени, как результат ее рекламы и представления на рынке товаров».⁴³

Даниель Бурстин в своей книге “The Image: Or What Happened to the American Dream”, дает характеристику данного понятия, отталкиваясь от этимологии слова. Термин image происходит от латинского “imitary” или “imago”, что означает “имитировать”. Таким образом, Д. Бурстин определяет имидж, как “искусственную имитацию или репрезентацию внешних форм какого-либо объекта или индивида”. И затем определяет его характеристики: они искусственные, правдоподобные, пассивные, яркие (живые), упрощенные и двусмысленные.⁴⁴

42 Lippmann, W. Public Opinion / Lippmann, W. – N.Y.: Macmillan, 1992.

43 Dowing, J. What Is a Brand Image? / J.Dowing // Advertising Quarterly. – № 1. – 1964-65. – P. 13-19.

44 Boorstin, D.J. The Image: Or What Happened to the American Dream / Boorstin, D.J. – N.Y.: Athenium, 1962. – P.197.

В отечественной науке понятие «имидж» имеет не столь длинную историю. Оно вошел в русский язык в середине 90-х годов, когда государственное устройство в стране изменилось, появились публичные политики, прямые всеобщие выборы, а в академических кругах повысился интерес к изучению данных вопросов.

Сегодня не каждый словарь содержит определение понятия имидж. Причиной служит то, что в современной отечественной науке так и не было сформирована общепринятая дефиниция данного понятия. Более того, по мнению ряда специалистов, некоторые из них несколько не согласуются друг с другом, а иногда вовсе противоречат.

Например, Словарь иностранных слов предлагает нам следующую трактовку: «Имидж – это целенаправленно формируемый образ кого-либо лица, предмета, явления, призванный оказать на кого-либо эмоциональное и психологическое воздействие»⁴⁵.

Такое развернутое определение имиджа можно найти во всемирной энциклопедии по философии: «целостный, качественно определенный образ объекта, устойчиво живущий и воспроизводящийся в массовом и/или индивидуальном сознании. Имидж возникает и корректируется в результате восприятия и сопутствующего профильтровывания поступающей из внешней среды информации о данном объекте сквозь сеть действующих стереотипов. В качестве обладателя имиджа может выступать любой объект окружающей действительности».⁴⁶

Обратимся к мнению отечественных ученых относительно трактовки понятия. Так Г.М. Андреева – специалист в социальной психологии - определяет имидж как «специфический «образ» воспринимаемого предмета, ракурс восприятия которого умышленно смещен с целью акцентировать определенные качества объекта.»⁴⁷ За счет этого создается иллюзорное изображение. По Андреевой, «между имиджем и объектом существует так называемый разрыв в достоверности, поскольку имидж сгущает краски образа и тем самым выполняет функцию механизма внушения».⁴⁸

Продолжая эту идею, О.А. Феофанов, который находился у истоков изучения в отечественной науке социологии массовых коммуникаций, четко проводит различия между имиджем и объектом, существующем в реальности. «Имидж наделяет явление характеристиками, лежащими за пределами его реальных качеств, причем любыми характеристиками, поскольку это наделение производится с помощью ассоциаций. В процессе трансляции имиджевой информации имидж внедряется в массовое сознание, а ассоциации «привязывают» к явлению заданные характеристики в зависимости от

45Васюкова, И. А. Словарь иностранных слов / Васюкова, И. А. - М.: АСТ-ПРЕСС, 1998. - С. 236

46Грицанов, А.А. Всемирная энциклопедия: Философия / Грицанов, А.А. - М.: АСТ, 2001. – С. 1321.

47Андреева, Г. М. Социальная психология / Андреева, Г. М. – М.: Аспект Пресс, 2007. – С. 363.

48Там же.

целей тех, создает образы»⁴⁹. То есть, О.А. Феофанов утверждает, что имидж объекта вполне может не иметь связи с реальностью.

Другой подход к понятию указывает, что имидж определяется лишь реально существующими характеристиками. Например, имидж – «сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо»⁵⁰ или «имидж – это не маска, не приукрашивание своего профессионального облика. В реальной жизни, конечно, существует и это. Но данный аспект в технологии имиджа не главное. Стержневое здесь – возможность передать (через определенный имидж-сигнал) информацию о себе, о своих истинных, глубинных (личностных и профессиональных) устоях, идеалах, планах, деяниях...»⁵¹.

Условно в общем можно выделить три точки зрения, существующих в современной отечественной науке, на природу сущности имиджа:

1. Имидж определяется реальными характеристиками и дополняется искусственно сформированными чертами. Имеет двоякую природу.
2. Имидж вовсе не связан с реальными характеристиками субъекта, которому он принадлежит.
3. Имидж является полным отражением сущности объекта.

Перейдем к вопросу соотношения понятий «имидж» и «образ». В переводе с английского на русский язык image – это образ, изображение. Для настоящего исследования необходимо обратиться к первому варианту перевода – образ. В Большом толковом словаре можно найти шесть значений данного слова:

- «1. Внешний вид, облик; наружность, внешность;
2. Живое, наглядное представление о ком-либо, чем-либо, возникающее в воображении, мыслях кого-либо;
3. Психическое отражение каких-либо качеств человека, иного объекта, явления;
4. Обобщенное художественное восприятие действительности, облеченное в форму конкретного индивидуального явления;
5. Характер, склад, направление чего-либо;
6. Способ, средство».⁵²

49[□]Феофанов, О. А. Агрессия лжи / Феофанов, О. А. – М.: Политиздат, 1997. – 318 с.

50[□]Петровский, А.В. Ярошевский М.Г. Психология. Словарь / Петровский, А.В. Ярошевский М.Г. – М.: Политиздат, 1990. – С. 194

51[□]Маркин, В.Н. «Я» как личностная характеристика государственного служащего / Маркин, В.Н// Имидж госслужбы.- М.: Центр, 1996. – С.123.

52[□]Кузнецов, С. А. Большой толковый словарь русского языка / Кузнецов, С. А. – СПб.: Норинт, 1998. – С. 765.

Характер настоящего исследования подразумевает работу с второй и третьей трактовкой данного понятия. Образ как представление о чем-то или о ком-то, и образ как отражение качеств объекта в сознании субъекта.

В академических кругах существует тенденция разделения понятий «имиджа» и «образа». Ряд исследователей утверждает, что образ - это комплекс объективных взаимосвязанных между собой характеристик, приобретаемых в результате действий субъекта. В свою очередь, имиджем же называют целенаправленное временное образование, как правило, искажающее объект с целью произвести определенное впечатление.⁵³

В связи с этим представляется интересным исследование А. Ю. Панасюка. Он заменяя слово «образ» словом «имидж», попытался установить возможные лексические сходства и различия⁵⁴. Исследователь приходит к следующим выводам:

1. При толковании «образа» как:

- способа или средства (поступить подобным образом – поступить подобным имиджем);

- характера, склада (образ мышления - имидж мышления);

- представления, возникшего в воображении человека (рисовать чей-либо образ - рисовать чей-либо имидж);

- художественного образа (художественный образ - художественный имидж)

замена слова «образ» на слово «имидж» невозможна.

2. Слово «имидж» может выступать синонимом для слова «образ» в значении «внешний вид» и «психическое отражение качеств объекта». (уникальный имидж, имидж корпорации).

Таким образом, выходит, что понятия «образ» и «имидж» выступают синонимами как раз в тех трактовках, которые соответствуют настоящему исследованию.

Эта универсальность «имиджа», «образа» приводит к тому, что данное понятие становится объектом исследования ученых и исследователей из различных сфер научного познания. Возможно, именно эта универсальность и является причиной существования несогласия о трактовке понятия и отсутствия единой дефиниции.

В настоящей работе понятия «имидж» и «образ» используются как взаимозаменяемые, так как, по мнению автора, оба термина подразумевают отражение объективной

⁵³Гринберг, Т. Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели / Гринберг, Т. Э. URL: <<http://mediascope.ru/node/252>> Дата обращения: 01.02.2016.

⁵⁴Панасюк, А. Ю. Имидж: определение центрального понятия имиджелогии / Панасюк, А. Ю. URL: http://academim.narod.ru/art/pan1_2.html Дата обращения: 01.02.2016.

реальности в сознании объекта, независимо является ли она созданными естественным путем или искусственным.

1.2 Основные подходы к изучению политического имиджа

Настоящее исследование направлено на работу с понятием *политического* имиджа, образа лидера государства.

К середине 50-х и началу 60-х годов XX века в политической науке стала активно развиваться концепция имиджа. Стоит отметить, что данное понятие особенно востребовано у исследователей избирательных кампаний. Наблюдается дефицит работ, посвященных вопросу международного политического имиджа. Но в целом для работы возможно использовать уже сложившиеся подходы, удерживая в уме, что масштаб международного образа значительно больше, да и к тому же количество участников в процессе взаимодействия с образом тоже увеличивается.

Находясь на стыке общественных наук, образ политического лидера как понятие является многогранным. Особый интерес к данному явлению проявили представители психологии, социологии и политологии. Можно заявить о существовании трех различных подходов, в рамках которых внимание акцентируется на различных аспектах образа. Также существуют концепции, находящиеся на стыке этих трех подходов. Таким образом, для понимания имиджа политического лидера необходимо ознакомиться с психологическим, социальным и политическим подходами к понятию политического имиджа.

Первым подходом для рассмотрения выступает психологический подход к образу политического лидера. Следует отметить, что специалисты, придерживающиеся данного подхода, зачастую разделяют понятия имиджа и образа. Они акцентируют внимание на том, что «образ» и его воздействие это односторонняя коммуникация (образ как то, что я вижу сам). В свою очередь, «имидж» обладает обратной связью (то, что кто-то мне показывает).

Например, Д.В. Ольшанский определяет политический имидж следующим образом: «воображаемый образ... создаваемый профессиональными имиджмейкерами в сознании аудитории... Имидж – не просто психический образ сознания как отражение реальности. Это специально моделируемое... отражение отражения, т. е. Отражение уже созданного... образа...».⁵⁵

На наш взгляд, могут возникнуть трудности с применением настоящего подхода на практике. «Отражение отражения», «воображаемый образ» - это довольно расплывчатые единицы, которые сложно оценить и проанализировать. Более того, интерес для исследования составляет образ, формируемый СМИ, а не образ, находящийся в сознании.

Социологический подход в понимании сущности имиджа несколько отличается от психологического. Здесь акцент ставится не на образ, существующем в подсознании субъекта, а на связи между образом и аудиторией.

⁵⁵ Ольшанский, Д. В. Политический PR / Ольшанский, Д. В. – М.: Питер, 2003. – С. 544.

В социологии «образ» понимается как:

- a) «мысленный или вещественный конструкт, представляющий какой-либо объект;
- b) совокупность типичных видов (способов) жизнедеятельности индивида, социальной группы.»⁵⁶

То есть, если психологический подход акцентируется на внутреннем восприятии, то социологический овеществляет имидж, связывая его с реальностью. А значит, имидж - это не просто образ, существующий в сознании человека, но он также имеет овеществленные характеристики. То есть наравне с такими характеристиками как характер, интеллект, манеры поведения к образу представители социологического подхода относят атрибуты гардероба политического деятеля, его имущество.

Вторая дефиниция образа в социологии позволяет развить мысль о том, что политический имидж, представляя собой типичную, обыденную жизнедеятельность политика, являет собой его образ жизни. Имидж как отражение привычек, традиций политического лидера.

К данному подходу можно отнести некоторые поздние работы Г.Г. Почепцова. Автор утверждает, что имидж это свернутый текст, коммуникативная единица, позволяющая упростить коммуникацию с массовой аудиторией, обществом. «Работа с массовым сознанием отличается тем, что мы не можем передать, например: политика как сообщение в полном объеме, мы должны его трансформировать в соответствии с требованиями канала информации (для ТВ это одни возможности, для радио – другие, для газеты – третьи). Весь объем характеристик передать невозможно. Такие характеристики отбираются целенаправленно, именно с учетом того, чтобы безошибочно преодолевать разнообразные «барьеры», «пороги» восприятия аудитории. Имиджмейкер стремится отбирать те характеристики, которые заранее «обречены на успех»»⁵⁷

Социологический подход имеют прямую связь с электоральным процессом. Образ политика анализируется как фактор его конкурентоспособности в выборах. Ранние исследования отмечали, что выбор избирателя определяется только его социальным статусом.⁵⁸ Но в 60-ые годы фокус изучения с электорального процесса передвинулся в сторону изучения избирателей. Политики хотели знать электорат и выявить наиболее эффективные методы воздействия на него в ходе избирательной кампании.

Так А. Кампбелл предположил, что на выбор избирателей влияют следующие факторы: его партийная принадлежность, предрасположенность и реакция на текущие события.⁵⁹ Это наблюдение дало толчок к изучению политического имиджа партии,

⁵⁶Осипова, Г.В. Энциклопедический социологический словарь / Осипова Г.В. – М. :Ин-т соц.-пол. исследований РАН, 1995. – С. 238.

⁵⁷Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Почепцов, Г.Г. - М.: «Рефл-бук», 2005. – С.640.

⁵⁸Boulding, K. The image. Knowledge in Life and Society / Boulding, K. – University of Michigan: Press. Ann Arbor, 1956. – P. 175.; Downs, A. An Economic Theory of Democracy / A. Downs. – N.Y.: Harper and Row, 1957. P. 207.

изучение «сочетания партийной программы и репутации партии, которую она завоевала, реагируя на ту или иную политическую ситуацию».⁶⁰

Такой подход является возможным для настоящего исследования. Во-первых, из-за отсутствия разрыва между понятиями образ и имидж. А во вторых, образ в данном подходе неразрывно связан с реальностью, а следовательно дать оценку ему будет легче. Но всё же главная заслуга представителей социологического подхода заключается в том, что ученые структурировали модели политического имиджа именно в связи с электоральным процессом. Этот подход представляет несомненную ценность для исследования имиджа политика в контексте выборов.

Последний третий подход к политическому образу – политологический подход. Хотелось бы отметить, что настоящий подход получил свое развитие в отечественной науке не так давно и сегодня сложно вычлнить конкретные черты подхода. Первые монографии по данной проблематике вышли в 1997 году. Это были работы Г.Г. Почепцова «Паблик рилейшнз или как успешно управлять общественным мнением»⁶¹ и Е.В. Егоровой-Гантман «Имидж политического лидера»⁶². Это первые работы, где авторы прибегают к понятиям имидж и образ политического лидера. Однако, данные работы представляют малую научную ценность, так как ориентированы на рынок, на массового читателя.

Попробуем определить некоторые черты политологического подхода, ориентируясь на два вышеупомянутых подхода. Психология акцентирует внимание на образе, содержащимся в сознании субъекта, социология связывает образ с обществом, из этого можно предположить что, политология направляет исследователей в политической русло, ставя вопрос как имидж политического лидера может повлиять на властные отношения. Здесь образ это не только картинка в сознании, но еще и политический инструмент.

Так в политической энциклопедии дается следующее определение политического образа - «образ (чаще всего политика), целенаправленно и активно формируемый с использованием всех возможных средств и призванный эмоционально-психологически воздействовать на определенных лиц с целью популяризации, политической рекламы и т.д. Поскольку политик существует не только в рамках политического, но и коммуникативного поля, значительную роль в его жизни играет мир символов... Население строит свои представления о политиках... на основании символических образов... Эти символы... и

59 Campbell, A. The American Voter / Campbell, A. Converse, P. Miller, E. Warren, E. Stokes. D. E. – N.Y.: Wiley, 1960.

60 Richard, L. Public Relations / L. Richard // A practical guide to the winning of public office. – N.Y. :Athenium, 1960. – P. 265.

61 Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшнз или как успешно управлять общественным мнением / Почепцов, Г.Г. – М.: Центр, 2004.

62 Егорова-Гантман, Е.В. Как делать имидж политика / Егорова-Гантман, Е.В. - М.: Центр политического консультирования «Никколо М», 1995.

есть имидж политический. Имидж политика – это своеобразное представление об идеальном воплощении той или иной социальной роли...».⁶³

Представителям политологического подхода можно назвать Д.А. Седлецкого. Во-первых, он обращает внимание на образ политического лидера как на политический инструмент, выделяя такую категорию как «имиджмейкерство».⁶⁴ Данное понятие подразумевает особую технологию подготовки кандидатов к общению с электоратом и СМИ.

А во-вторых, автор подчеркивает, что «формирование имиджа – двусторонний процесс, в котором участвуют избиратель и политик. Главной задачей лидера является создание образа, который будет соответствовать требованиям и ожиданиям избирателей».⁶⁵

В западных академических кругах в рамках политологического подхода развилась школа рационального выбора, основанная на экономической теории. Данная теория опирается на такие понятия как эффективность и рациональность. Главный постулат заключается в том, что индивиды делают все, чтобы максимизировать выгоду. Барьерами в этом процессе выступают время и бюджет.⁶⁶

Перенеся теория рационального выбора в политическую сферу исследователи получили следующий результат: политические решения являются суммой решений отдельных индивидов. Система индивидуальных предпочтений индивидов складывается в «правила игры», представляющие собой «влияние различных форм политического окружения, образующих ту или иную среду в рамках которой они действуют».⁶⁷ Изучение того, как эта система работает, каковы «правила игры», позволяет установить контроль над системой. Итак в данной концепции политический имидж - это и одно из «правил политической игры».

Тогда о политическом имидже можно говорить как о системе политических отношений, которая определяет политическую систему в целом, так и результат выбора индивида в частности. То есть, имидж стал за последние десятилетия формой институционализированных отношений в электоральном процессе, определяющие динамику политических предпочтений электората.

В качестве же социального и политического института, согласно взглядам представителей школы рационального выбора, политический имидж подвержен манипуляции. ”Демократические институты - сложные устройства, допускающие над собой манипуляцию и использование оптимальных для индивидуальных целей стратегий”.⁶⁸

⁶³ Семигин, Г.Ю. Политическая энциклопедия: в 2 т. / Семигин, Г.Ю. – М.: Мысль, 1999. – Т. 2. – С. 701.

⁶⁴ Седлецкий, Д.А. Имидж российских лидеров: от Ельцина до Медведева/ Седлецкий, Д.А.// Дневник АШПИ. – 2009. №25. – с. 135

⁶⁵ Там же.

⁶⁶ Arrow, K. J. Social Choice and Individual Values / Arrow, K. J. – N.Y.: Harper and Row 1951.

⁶⁷ Downs, A. An Economic Theory of Democracy / Downs, A. – N.Y.: Harper and Row, 1957.

⁶⁸ Riker, W.H. The Art of Political Manipulation / Riker, W.H. – N.Y.: Athenium, 1986.

Политологический подход видится наиболее подходящим для настоящей работы, так как, во-первых, здесь имидж это не просто образ, а предмет манипуляции, политический инструмент. Это свойство позволяет выделить имидж, определить его характеристики и дать оценку. Во-вторых, согласно данному подходу, образ не просто конструируется в подсознании, он создается под воздействием как и политика, так и аудитории. То есть имидж создается не только имиджмейкерами, но и общественностью в целом, и СМИ в частности. А для данного исследования именно последние представляют интерес.

Итак, выделяются три основных подхода к изучению политического имиджа – психологический, социологический и политологический. Психологический подход акцентирует внимание на внутреннем восприятии образа, социологический описывает имидж, связывая его с реальностью, а политологический изучает связь имиджа и властных отношений.

В настоящей работе под политическим имиджем (образом) подразумевается образ политика, формируемый в сознании как целенаправленно, так и на подсознательном уровне. Этот образ является отражением реальности, которая в свою очередь может являться конструктом специалистов в настоящей области (имиджмейкеров), но, а также представителей общества, как и отдельных индивидов, так и представителей СМИ.

1.3 Основные компоненты политического имиджа

Для дальнейшей работы с имиджем политического лидера целесообразно выделить его компоненты.

Так М.Ф. Юрий – украинский политолог – предлагает разделить критерии политического образа на следующие группы:

1. Внешность;
2. Поведение;
3. Биография;
4. Политические взгляды, программа.⁶⁹

К параметру внешности исследователь относит внешний вид человека, его манеры поведения, голос, мимику, жесты. Эти параметры, по мнению специалиста, первичны, ведь первым делом люди обращают внимание на внешность человека.

Сегодня существует множество книг и телепередач, которые рассказывают, как улучшить свои внешние качества. Что касается политических фигур, то существует ряд ухищрений, которые помогают расположить к себе общественность с помощью внешнего вида. Речь идет о выборе стиля одежды, постановке речи, манере держаться на публике и других черт образа. Внешний вид политика должен дополнять его политические, идеологические взгляды. Кроме того, определенный внешний вид может сблизить политика с определенной социальной группой, привлечь электорат.

⁶⁹ Юрий, М.Ф. Политология / Юрий, М.Ф. – Киев: Дакор, 2006. - С. 97.

Следующий элемент политического имиджа – поведение. Для политической фигуры важно продемонстрировать умение быть лидером, умение принимать сложные решения и нести ответственность за них. Есть качества, которые мы бы хотели видеть в лидерах – уверенность, целенаправленность, настойчивость. Огромное значение имеет такое качество как харизма. Отталкиваясь от этих характеристик, строятся стратегии формирования политического имиджа. Политик, который ведет себя открыто и самоуверенно в общении с аудиторией, демонстрируя свою близость, вероятно, вызовет положительные эмоции.

Третий элемент – биография – это история становления политика, а именно история о его продвижении по службе. Эта история, во-первых, должна быть позитивной и положительной. Во-вторых, должна ясно демонстрировать путь человека к политике, его политические устремления. Хорошая история помогает сблизиться с избирателями. Например, это могут быть такие моменты биографии как – место, где вырос будущий политик, учебные заведения, где он учился, любимый спорт или другие увлечения. Можно утверждать, что осознание того, что этот человек, как и мы, занимается плаванием или ходил в ту же школу, увеличивает наши точки соприкосновения, и, следовательно такой человек располагает к себе.

Центральной частью образа служат политические идеи, цели политика. Политическая программа – это суть образа. Какова бы ни была внешность, поведение и биография кандидата, он не привлечет электорат, политические идеи которого отличаются. В своей политической программе политик обозначает свои цели и пути их достижения. Важно, чтоб программа была сформулирована максимально четко и просто.

Эти критерии демонстрируют, что политический имидж это комплексная конструкция. В нем есть ядро – политическая программа, есть внешняя оболочка – внешний вид, манеры политика. А биография и поведения выступают дополнительными проводниками образа.

Е.Н. Новикова выделяет следующие критерии политического образа:

1. Индивидуально-личностные черты: исключительность, уверенность в себе и в своем деле, сила.
2. Социальные черты: забота о людях, хорошее знание социальных проблем, стремление улучшать жизнь.
3. Личностно-энергетические черты: энтузиазм, бодрость, оптимизм. То есть черты, способные вызывать положительные эмоции аудитории.
4. Социально-энергетические черты: решительность, энергия, воля, напористость. Те черты, которые позволяют влиять на людей.

5. Социально-нравственные черты: высокие моральные качества, соответствие «общественному идеалу».⁷⁰

Исследователь отмечает, что данные категории могут варьироваться в зависимости от государства и момента времени. Эту идею продолжает известный политолог Ю.Н. Мостяев. Согласно исследованию данного специалиста, имидж, с которым действует политик во время избирательной кампании и благодаря которому он должен победить, называется стратегическим образом. Он должен отвечать нескольким обязательным особенностям:

1. Этот образ является строго обусловленным. Он выстраивается с учетом специфики населения, текущей экономической ситуации и других особенностей избирательного округа.

2. Стратегический образ обусловлен временем. Так как потребности и интересы электората изменяются, то образ политика прошлых лет, может не вызвать требуемого эффекта.

3. Третий фактор, определяющий стратегический образ - ситуативный фактор. Политик и его образ должны суметь подстроиться под резкую смену событий, а именно, под резкую смену настроений избирателей.

4. Ю.Н. Мостяев придерживается мнения, что стратегический образ может существенно отличаться и даже быть полностью не связанным с реальным политиком. Специалист основывается на том, что люди, будучи неидеальны, предпочитают в роли политиков людей идеальных, которые смогут решить проблемы всего общества.

Но для победы на выборах положительного образа политика может быть недостаточно – еще одной возможной составляющей успешной избирательной кампании является негативный стратегический образ политического противника.⁷¹

Западные исследователи тоже отмечают значимость для политического имиджа соответствовать событиями настоящего, оправдывать ожидания избирателей. Образ разбивается на две составляющих – основные черты и дополнительные. К первым относятся политические взгляды, программа политика, а вторая категория включает в себя такие составляющие как прошлое политика, его семья, хобби, домашние животные.⁷²

Эти категории носят альтернативный характер и могут изменяться в зависимости от конкретного случая. Что нельзя сделать с основными чертами образа политика – политические взгляды не могут меняться так динамично.

⁷⁰Новикова, Е.Н. Формирование имиджа политического национального лидера России / Новикова, Е.Н // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2009 - №114. – С. 364.

⁷¹Мостяев, Ю.Н. Политический PR: теория и практика манипулирования в ходе избирательной кампании / Мостяев, Ю.Н. – Рязань: Рязан. гос. радиотехн. ун-т., 2013. – С.104.

⁷²Wendy, M. Rahn A Social-Cognitive Model of Candidate Appraisal / Rahn Wendy, M. Aldrich John, H. Eugene, B. Sullivan Jhon, L. // Information and Democratic Processes. – Chicago: University of Illinois Press, 1990.

Почепцов Г.Г. дополняет, что альтернативные критерии имиджа должны обязательно быть полем работы имиджмейкеров политика. Иначе эта сфера либо станет полем для манипуляции политических противников, либо будет произвольно заполнена массовым сознанием. В первом случае альтернативные характеристики сыграют в минус, а во втором потенциал этих характеристик останется не использованным.⁷³

Лебедева Т.Ю. – одна из первых исследовательниц политического образа в отечественной науке – отмечает, что политический образ выступает в роли связующего звена между политиком и аудиторией. Имидж служит отражением как интересов аудитории, так и интересов политика и пытается совместить эти интересы.

Лебедева Т.Ю. разделяет политический образ на два типа:

1. Имидж идеальный. Тот образ, к которому стремится политик;
2. Имидж реальный, Тот образ, который политик уже имеет.

Задачей же имиджмейкера становится совмещение этих двух позиций.⁷⁴

Хотя данные разработки освещают имидж политика в избирательной кампании, нам они видятся полезными для применения к вопросу международного политического имиджа. Данные характеристики могут быть систематизированы согласно требованиям настоящей работы.

Хотелось бы оттолкнуться от пути построения имиджа. А именно:

- а) определение требований аудитории;
- б) формулировка характеристик, в сумме составляющих имидж;
- в) перевод выбранных характеристик в разные формы (визуальные, вербальные, событийные и др.).

Для данного исследования интерес представляют второй и третий этап.

В ходе данного параграфа были представлены взгляды специалистов на компоненты имиджа. Некоторые подходы значительно различаются и следует отметить, что единая система еще не выработана. Более того, вышеупомянутые работы, главным образом, направлены на построение политического имиджа в ходе избирательных компаний, что несколько отличается от поля исследования настоящей работы. Все это служит основой для того, что в настоящей работе критерии политического имиджа, будут предложены автором на основе уже существующих работ специалистов.

Итак, хотелось бы отметить подход, когда компоненты политического имиджа разделяются на две группы – основные и альтернативные. Где первые – это политические

73Почепцов, Г.Г. Имидж и выборы / Почепцов, Г.Г. - М.: Центр, 1997.

74Лебедева, Т.Ю. Паблик релейшенз. Корпоративная и политическая режиссура. Модели, система ценностей, каналы СМК / Лебедева, Т.Ю. — М.: Центр, 1999.

взгляды, программа. Данная группа, на наш взгляд, может быть средством манипуляции лишь самого политика и его команды. Да, на политические установки значительно влияют ожидания аудитории, деятельность СМИ и общественных организаций, но изменить их возможно лишь в долгосрочной перспективе.

Вторая группа – альтернативные критерии политического имиджа – это наоборот те, характеристики, которые, во-первых, легко изменить, а, во-вторых, которые могут стать инструментом манипуляции третьих лиц – СМИ, представителей общественности и пр. Среди альтернативных критериев в данной работе выделяются – биография, внешний вид, текущее поведение.

1.4 СМИ как инструмент формирования политического имиджа

Надо помнить, что имидж может формироваться как при помощи особых средств, находящихся в распоряжении специалистов (имиджмейкеров), так и возникать без усилий со стороны объекта. Сегодня, в информационный век, в процесс конструирования образа существенный вклад вносят информационные технологии – СМИ и Интернет.

Сегодня СМИ и Интернет выступают медиатором между государством и гражданским обществом. Это касается, как связи внутри страны, так и на международном уровне. Медиапоток стал площадкой, где государства формируют свой образ для поддержания власти внутри страны и укрепления своего авторитета вне ее пределов.

Российский журналист и исследователь масс-медиа И. Засурский заметил, что в идеале медиапоток должен «рисовать картину мира, которую потребитель информации может брать за основу для принятия решений»⁷⁵. Но принимая во внимание, что мы живем в далеко не идеальном мире, объективность СМИ в освещении событий и фактов часто далека от действительности. Масс-медиа выбирают те сведения, которые соответствуют их установкам, либо освещают события под выгодным для них углом.

Итак, сегодня СМИ имеют значительное влияние на сознание аудитории, способны манипулировать ей. Так наряду с образовательной, информационной и развлекательной функцией, исследователи выделяют регулятивно-манипулятивную функцию СМИ.⁷⁶

Следует отметить, что большинство работ, рассматривающих вопросы взаимодействия политического образа и СМИ, затрагивают тематику использования прессы, радио и телевидения в ходе предвыборных кампаний. Поэтому в настоящей работе мы обратились к работам, нацеленным на связь образа и СМИ в целом. Также, так как лидер государства является первым его лицом и официальным представителем, кажется рациональным обратиться к работам, освещающим феномен образа страны в медиапотоке.

⁷⁵Засурский, И. Масс-медиа второй республики / И. Засурский. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – С. 272.

⁷⁶Андреев, В.М. СМИ и реформирование России / В.М. Андреев // Социально-политический журнал. – 1996 - № 4 - С. 34.

Специалисты в области филологии - М.Р. Желтухина и А.В. Омельченко – посвятили свою работу созданию политического имиджа России в зарубежных СМИ. Они акцентируют свое внимание на имидже государства, выделяя у него следующие характеристики: историческое прошлое, традиции и обычаи, экономические, спортивные, образовательные, культурные и прочие достижения, увлечения населения, экологию.

Для настоящего исследования будет полезным следующее наблюдение М.Р. Желтухиной и А.В. Омельченко: «формирование политического имиджа государства в его внутренних медиапределах может быть полностью контролируемым и выстраиваемым по схеме. В отсутствие созданного внутреннего имиджа невозможно полностью отследить и откорректировать внешний имидж государства. Намного сложнее создание имиджа страны за ее пределами зарубежными СМИ». ⁷⁷ Исследователи отмечают, что на образ государства в зарубежных масс-медиа значительное влияние оказывает политическая ситуация. Они также отмечают высокую роль в реализации образа государства уже устоявшихся стереотипов, существующих в массовом сознании, и важность самопрезентации граждан государства.

Т.А. ван Дейк - нидерландский лингвист, один из пионеров теории текста, теории речевых актов и анализа дискурса - считает, что СМИ предписывают не столько, «что» люди должны думать, а то «как» они должны думать. Он же вывел тезис о «четвертой власти» и предложил теорию о борьбе представителей разных идеологий в условиях демократического общества за СМИ.

То есть можно утверждать, что сегодня масс-медиа, а точнее те, кто за ними стоит, обладают силой перераспределять власть в социальной системе, а также способны влиять на настроения гражданского общества. Суть этого процесса заключается в том, что посредством информации, представленной СМИ, у аудитории создаются определенные образы, которые в свою очередь укрепляют власть тех, кто обладает информацией и путями ее распространения. ⁷⁸

А.А. Лукашанец в работе, описывающей связь политики и СМИ, акцентирует внимание на регулятивно-манипулятивной функции масс-медиа. Под манипуляцией исследователь подразумевает намеренное искажение информации или ее недостаток. Выражая политические, идеологические, социальные установки, СМИ оказывают влияние на аудиторию, влияют на процесс социализации индивидов. Двигателем же манипуляции выступает учреждение, подающее материал, владеющее медиаресурсом. ⁷⁹

О.Н. Сорокина исследователь образа страны, которая специализируется на образе Китая в американских СМИ, отмечает, что образ, подаваемый СМИ, является

⁷⁷Желтухина, М.Р., Омельченко, А.В. Создание политического образа России в зарубежных СМИ / Желтухина, М.Р., Омельченко, А.В. // Образ России в зарубежном политическом дискурсе: стереотипы, мифы и метафоры: материалы Международной научной конференции (13-17 сентября 2010, Екатеринбург). / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2010. – С.59.

⁷⁸Ван Дейк, Т.А. Дискурс и Власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации / ван Дейк, Т.А. - М.: Либроком, 2013.

⁷⁹Лукашанец, А.А. Общество – язык – политика / Лукашанец, А.А. Михневич, А.З. Щербин, В.К. – Минск: Вышэйш. шк., 1988. – С. 221.

«коллективной работой, характер и содержание которой обуславливается политическим заказом и заданными идеологическими установками».⁸⁰ Образ политических событий и их участников должен выстраиваться на основе реальных событий. Другими составляющими образов, которые представляют СМИ, исследовательница называет общие, уже существующие представления о явлении, а также совокупность связанных с данным событием отдельных сюжетов. Если образ, созданный в медиапотоке, является отражением мира и соответствует ожиданиям аудитории, ее стереотипам, то такой образ становится фактом реальной действительности.

Специалист в области политологии И.И. Чистов⁸¹ для изучения отражения образ власти в СМИ исходит из трактовки, что власть – это возможность одного человека заставить другого делать то, что он по своей воле не сделал бы при условии наличия у взаимодействующих сторон общего языка. Опираясь на феномен псевдомышления⁸², Чистов утверждает, что транслируемые в медиапотоке образы воспринимаются индивидом и в итоге выдаются им как свои собственные выводы.

Представитель Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств С.Б. Дектерев акцентирует свое внимание на анализе лингвистических единиц, используемых в западных СМИ для создания образа власти в России. Среди используемых средств художественных выразительности он выделяет следующие: метафоры, эпитеты, антонимии, аллюзии и др. Подводя итог исследователь замечает, что довольно сложно однозначно оценить политический образ России и ее представителей, подаваемый западными СМИ. Причиной служит то, что отношение к представителям российской власти, и как следствие их образ, формируются в соответствии с экономической, политической, социальной и культурной обстановкой.⁸³

Исследователь современного русского языка В.Н. Суздальцева выделяет следующие важные сведения о представителях власти в СМИ:

1. Какой пост занимает данное лицо;
2. Какие действия на этом посту он осуществил, собирается осуществить;
3. Где и когда это происходит;
4. Оценка его действий;
5. Его отношение к народу.

80[□]Сорокина, О.Н. Образ как информационная модель современных СМИ / Сорокина, О.Н.– Красноярск: Научно-инновационный центр, 2011. – С. 80-100.

81[□]Чистов, И.И. Теоритические подходы к изучению образа политической власти в СМИ / Чистов, И.И. // Вестник Московского университета. Политические науки. – 2008 - №3 – С.114.

82[□]Фромм, Э. Бегство от свободы / Фромм, Э. – М.: Центр, 1998. С.237.

83[□]Дектерев, С.Б. Лингвистические средства создания образа современного российского политика западными СМИ / Дектерев, С.Б. // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2013 – Т.196 – С.62.

Она добавляет, что информация о внеслужебных действиях (семейная жизнь, хобби и пр.) является несущественной, дополнительной в медиапотоке. Однако она отмечает, что в контексте имиджологии эта информации играет довольно важную роль, так как детали повышают уровень воздействия информации.⁸⁴

Итак, основываясь на работах исследователей роли СМИ в процессе формирования образа, можно выделить следующие тенденции. Во-первых, специалисты подчеркивают огромную значимость СМИ, их способность влиять на аудиторию и тем самым вызывать какой-либо образ. Именно эффективная работа СМИ создает имидж, который впоследствии работает на или против политического представителя.

Во-вторых, многие специалисты, отталкиваясь от регулятивно-манипулятивной функции СМИ, подчеркивают способность медиапотока влиять и даже навязывать мнение социуму. Здесь мнения специалистов расходятся – либо СМИ насаждают определенный имидж, либо образ мышления. В рамках настоящего исследования в данном выводе главным является способность СМИ манипулировать аудиторией.

И в-третьих, представители разных подходов отмечают, что международный образ государства, его лидера неразрывно связан с ситуацией в мире в целом, и отношениями между отдельными государствами в частности. К этому выводу следует добавить, что значимость в процессе формирования международного имиджа также имеют уже устоявшиеся стереотипы.

Если вернуться к критериям политического имиджа, то СМИ одинаково способны манипулировать и первой группой характеристик, и второй. Например, аналитические статьи предрасположены к освещению политических идеи и их анализу. С другой стороны, структура СМИ позволяет акцентировать внимание на внешней части образа с помощью фото и видео материалов.

Развитие Интернета обогащает СМИ новыми возможностями – расширяет вещание, позволяет использовать новые форматы материалов.

⁸⁴Суздальцева, В.Н. Деталь как имиджевый конструкт (образ власти в СМИ) / Суздальцева, В.Н. // Вестник Московского университета. Политические науки. – 2008 - №4 – С.25.

2. Контент-аналитическое исследование образа Президента РФ В.В. Путина в американских СМИ

2.1 Образ Президента РФ В.В. Путина в CNN

За период с 2000 по 2008 год и с 2012 по март 2016 года на сайте CNN было опубликовано приблизительно 4200 текстов, прямо или косвенно связанных с В.В. Путиным. Следуя алгоритму исследования, приведенному во введении настоящей работы, для исследования было отобрано 25 текстов (см. Табл.1).

Следует отметить, что уже на этапе отбора материалов для исследования была выявлена тенденция, что большинство статей были опубликованы в период третьего президентского срока В.В. Путина. К тому же, хочется отметить, что статьи были красочно дополнены фотогалереями и отрывка телепередач с самого канала.

Теперь обратимся к повторяемости слов во всем массиве текстов CNN, отобранных для настоящего исследования. Наиболее повторяемые слова в текстах носят общий описательный характер – Putin, Russia, Russian, President. Затем следуют слова связанные с наиболее популярными сюжетами, которые затрагиваются в статьях - Ukraine, Syria, people, United States, military, opposition, economic crisis. Среди слов с наибольшей частотой повторения отсутствуют слова несущие какую-либо эмоциональную окраску.

Чаще всего встречаются тексты объемом от 500 до 1000 слов — 12 материалов (40%), а также тексты объемом более 1000 слов — 5(32%). Материалы, содержащие до 500 слов, представляют меньшинство - 8 текстов (28%).

Среди 22 тем, которые были выявлены в исследуемых текстах, две затрагивались чаще других – это сюжеты об Украине и украинском кризисе (48%) и сюжеты, освещающие российско-американские отношения в контексте мировой политики (32%). То есть, почти в половине текстах о В.В. Путине СМИ пишут в контексте событий в Украине, а третья часть статей акцентирует внимание на влияние президента на отношения нашего государства с США. На третьем месте по упоминанию находятся материалы, затрагивающие сирийский вопрос (20%). В этом контексте важно отметить, что только автор только одной статьи упоминает о борьбе с терроризмом, остальные статьи отмечают поддержку со стороны В.В. Путина режима Башара Асада.

Из-за того, что текстов по таким отдельным темам как “оппозиция”, “взаимоотношения власти и народа”, “права человека”, “демократия”, “НПО” и “ЛГБТ” движение в общем массиве незначительно, считаем, что их можно объединить в одну категорию. В нее включены все статьи, в которых освещаются вопросы гражданского общества и его связи с государством. Тогда данный пласт текстов занимает значимое место в процессе создания образа Президента РФ в материалах CNN. Больше половины статей содержат данный сюжет (56%).

Кроме того, в текстах уделено внимание вопросам экономики. На фоне других экономических тем часто упоминаются сюжеты о санкциях и экономическом кризисе в России, мимоходом упоминается о экономических реформах проведенных В.В. Путиным и развитие торговых связей России. В целом такие эпизоды встречаются приблизительно в каждой третьей статье (28%).

Подавляющее большинство материалов CNN затрагивают основные компоненты образа В.В. Путина – его политику внутри и вне государства, вопросы экономики (76%). Остальные же тексты обращаются к альтернативным компонентам, а в частности вопросы личной жизни президента, его хобби, спортивные сюжеты. Так, например, одна из статей посвящена эпизоду с кольцом американского Суперкубка.

Что касается направленности статей CNN на конструирование определенного образа В.В. Путина, то однозначно преобладают тексты, направленные на создание отрицательного образа — 16 из 25 статей (64%). Почти пятая часть материалов несет абсолютно негативный образ российского президента. Оставшаяся часть подает образ В.В. Путина в нейтральном свете. А имидж с положительной оценкой в исследуемых текстах вовсе отсутствует.

Далее мы перешли к двумерному анализу. На данном этапе необходимо установить, существует ли взаимосвязь между переменными, обозначенными для характеристики текстов. А именно для настоящего исследования интерес заключается в выявлении связи создаваемого материалом СМИ образа Президента РФ и остальных переменных (размер статьи, ее тематика, используемые категории политического образа).

Сначала мы рассмотрели взаимосвязь того, с каким знаком упоминается В.В. Путин и объемом текстов. Были получены следующие результаты:

1. Образ В.В. Путина был представлен с нейтральным знаком в 3 текстах среднего объема (33%), в 3 текстах, не превышающих в 500 слов (33%) и в 3 текстах объемом более 1000 слов (33%).

2. Общее количество текстов, в которых В.В. Путин упоминается с отрицательным знаком равно 16. Причем 5 из них превышают объем в 1000 слов (32%), 7 - среднего размера(43%) и 4 - малого(25%).

Подытожим изложенное выше. Во-первых, фигура В.В. Путина в нейтральном свете освещалась одинаково в текстах малого, среднего и большого размера. А во-вторых, В.В. Путин упоминается с отрицательным знаком почти одинаково в текстах различного объема, но с преобладанием статей, содержащих от 500 до 1000 слов.

Затем мы перешли к рассмотрению взаимосвязи того, с каким знаком в текстах упоминается ключевая фигура В.В. Путина, и временного интервала. Полученные результаты и выводы:

1. В материалах CNN, отобранных для настоящего исследования отсутствуют тексты опубликованные ранее 2012 года. Все 25 статей затрагивают третий президентский срок В.В. Путина (100%).

2. Наибольшее количество материалов относится к 2015 году – 13 текстов (52%). Из них 11 несут отрицательную оценку образа президента.

3. За остальные годы третьего президентского срока в среднем в настоящем исследовании было представлено по 3-4 статьи, образ в которых разделяется приблизительно пополам. Например, в исследовании есть 2 текста за 2012 год и один из них с нейтральным образом, а друга с отрицательным.

По данной сопряженности прослеживаются следующие тенденции. Материалы CNN, охватывающие третий президентский срок и пользующиеся популярностью у аудитории, представляют образ В.В. Путина в отрицательном свете. А временной интервал с 2000 по 2008 год вовсе не попал в круг статей, соответствующих настоящему исследованию.

Топовым по публикациям, содержащим образ российского президента, стал 2015 год. Стоит отметить, что и тексты за этот год носят однозначно негативную трактовку образа президента.

Далее мы рассмотрели взаимосвязь между образом В.В. Путина и сюжетами, освещенными в материалах.

1. Абсолютно нейтральный образ В.В. Путина отражен в материалах, касающихся следующих сюжетов: экономика, Олимпиада в Сочи, «исчезновение» В. В. Путина в марте 2015, хобби, личная жизнь президента.

2. Отрицательный образ В.В. Путин отражен в материалах, посвящённых гражданскому обществу, украинскому кризису, сирийскому вопросу и российско-американским отношениям.

Важно, отметить, что в вопросах, касающихся гражданского общества, - например, в материалах о НПО, фигура В.В. Путина получила отрицательную оценку в абсолютном большинстве статей. К этим сюжетам с отрицательным образом добавляются и такие события как украинский кризис, сирийский вопрос, военный сектор – то есть основные компоненты политического образа.

Нейтральный же образ президента присутствует в текстах, затрагивающих альтернативные компоненты образа - хобби и личную жизнь В.В. Путина.

2.2 Образ Президента РФ В.В. Путина в The Fox News

На сайте The Fox News по поисковому запросу “Putin” было найдено приблизительно 8000 материалов. Согласно шагам, обозначенным во введении настоящей работы, для исследования было отобрано 25 текстов, опубликованных во временной

период с 2000 по 2008 год и с 2012 по март 2016 года и пользующихся спросом у аудитории сайта (см. Табл.2).

В отличие от сайта CNN, на сайте The Fox News представлены материалы, опубликованные не только в период третьего президентского срока В.В. Путина, но и множество материалов, относящихся к первому и второму президентскому сроку. Статьи более позднего периода дополнены фотогалереями и отрывками телепередач, тогда как более ранние материалы представляют собой чистый текст.

Теперь обратимся к повторяемости слов во всем массиве текстов The Fox News, отобранных для настоящего исследования. Наиболее повторяемые слова, так же как в случае с CNN, носят общий характер – Putin, Russia, Russian, President. Затем следуют слова связанные с наиболее популярными сюжетами, которые затрагиваются в статьях – nuclear, Iran, people, United States, security. Среди слов с наибольшей частотой повторения отсутствуют слова, несущие какую-либо эмоциональную окраску.

Чаще всего встречаются тексты объемом от 500 до 1000 слов — 12 статей (48%), после следуют статьи малого объема - 8 статей (32%). Тексты объемом более 1000 слов — 5 статей (20%) – представляют пятую часть материалов исследования. Самая объемная статья освещает российско-американские отношения в контексте украинского кризиса.

Первый президентский срок В.В. Путина освещается в четверти материалов, отобранных для исследования (24%). Половина охватывает период второй администрации (44%). А 32% текстов посвящены третьему президентскому сроку.

Сюжет отношений между нашим государством и США и является самым популярным в статьях The Fox News. Каждый второй материал посвящен российско-американским отношениям в контексте мировой политики, а в частности влиянию В.В. Путина на них (56%). В данном блоке тем однозначно выделяется сюжет взаимодействия государств по иранскому вопросу (16%).

Следующей по популярности темой является внутренняя политика В.В. Путина (24%). Это статьи рассказывающие о таких проблемах как демографический кризис, пенсионная реформа. Следует отметить, что в материалах The Fox News процент сюжетов о гражданском обществе и правах человека довольно низок.

На третьем месте по упоминанию находятся материалы, затрагивающие проблемы терроризма – 4 статьи (16%). В большинстве случаев, это тексты, посвящённые взаимодействию России и США по данной проблеме.

Подавляющее большинство материалов The Fox News затрагивают основные компоненты образа В.В. Путина – его внутреннюю и внешнюю политику, вопросы экономики (88%). Остальные же статьи затрагивают альтернативные компоненты, а в частности вопросы личной жизни президента, его хобби, спортивные сюжеты. Так, например, одна из статей посвящена особенностям походки В.В. Путина. В этой же статье автор прибегает к элементам биографии президента, а в частности его связи с КГБ.

Следует отметить, что данный сюжет является довольно популярным в американских СМИ.

Что касается направленности статей The Fox News на конструирование определенного образа В.В. Путина, то преобладают тексты, направленные на создание нейтрального образа — 16 из 25 статей (64%). 7 статей (28%) несут относительно отрицательный образ президента, а абсолютно отрицательный образ отсутствует. Оставшийся материал подает образ В.В. Путина в положительном свете. Причем одна статья несет абсолютно положительную оценку.

Далее мы перешли к двумерному анализу, где мы выделяем связь между двумя переменными текстов (объем, тематика, используемые компоненты политического образа).

Сначала мы рассмотрели взаимосвязь того, с каким знаком упоминается В.В. Путин, и объемом текстов. Были получены следующие результаты:

1. Образ В.В. Путина был представлен с нейтральным знаком в 8 текстах малого размера (53%), в 3 текстах среднего размера (20%) и в 4 текстах объемом более 1000 слов (27%).

2. Положительный образ Президента РФ создается в 3 материалах из 25. Каждый из которых имеет различный размер – 1 малого размера (33%), 1 среднего (33%) и 1 большого (33%).

3. В 7 текстах В.В. Путин упоминается с отрицательным знаком. Среди них нет статей размер более 1000 слов. 4 материала имеют средний размер (57%), а 3 малый (43%).

Подводя итог изложенному выше, следует отметить, что хотя образ с положительной оценкой в материалах The Fox News встречается редко, он одинаково представлен в текста различного объема. Отрицательный же образ В.В. Путина распространяется в материалах среднего и малого размера, направленных на массового читателя, способного осилить материалы до 1000 слов. Нейтральный образ представлен в материалах различного размера с явным преобладанием статей малого размера. То есть в кратких информационных сообщениях до 500 слов образу В.В. Путина чаще всего придают нейтральную окраску. Но затем следует образ со знаком минус, а положительная оценка на последнем месте и составляет лишь 8% от статей малого размера, которые являются самыми посещаемыми на сайте The Fox News.

Затем мы перешли к рассмотрению взаимосвязи того, с каким знаком в текстах упоминается ключевая фигура В.В. Путина, и временного интервала. Полученные результаты и выводы:

1. Материалы The Fox News освещают все три президентских срока В.В. Путина.

2. В статьях в период с 2000 по 2004 год полностью отсутствуют материалы с отрицательной оценкой В.В. Путина. 4 текста несут нейтральный образ (66%), а

остальные положительный (44%). В этот период были опубликованы материалы, где присутствует и абсолютно положительный образ Президента РФ.

3. За второй президентский срок было представлено больше всего материалов. В основном они несут нейтральный образ (63%), положительная оценка на данном этапе пропадает. Но появляются материалы с отрицательным знаком (37%). Среди них отсутствуют статьи с абсолютно отрицательным образом В.В. Путина.

4. 62% текстов за период с 2012 года по момент написания настоящей работы представляют В.В. Путина в нейтральном свете. Остальные материалы подают образ президента с отрицательным знаком.

По данной сопряженности прослеживаются следующие тенденции. Тексты The Fox News, пользующиеся популярностью у аудитории, освещают весь период нахождения В.В. Путина на посту Президента РФ. Ярко проявляется тенденция смены полюсов образа В.В. Путина от нейтрально-положительного во время первого президентского срока к нейтрально-отрицательному на втором и третьем. Переломным периодом стали 2006-2007 годы. Именно тогда стали появляться первые публикации, несущие отрицательную оценку.

Далее мы рассмотрели взаимосвязь между образом В.В. Путина и сюжетами, освещенными в материалах.

1. Нейтральный образ В.В. Путина отражен в материалах, касающихся следующих сюжетов: хобби, личная жизнь президента, внутренняя политика, иранский вопрос.

2. Положительный образ В.В. Путина представлен в текстах о российско-американских отношениях в сфере борьбы с терроризмом.

3. Отрицательный образ В.В. Путин отражен так же как и в случае с CNN в материалах, посвящённых гражданскому обществу, украинскому кризису, сирийскому вопросу и российско-американским отношениям.

Еще раз подчеркнем, что в вопросах, касающихся гражданского общества фигура В.В. Путина получила отрицательную оценку в абсолютном большинстве текстов.

Следует добавить, что самый популярный сюжет российско-американских отношений дает весь спектр оценок образа В.В. Путина. А формируемый имидж по данному сюжету зависит от конкретной политической обстановки, сложившейся в мире. Например, в статьях о российско-американских отношениях в сфере борьбы с терроризмом, относящихся к начальному этапу, дается положительный образ. А в материалах по этому сюжету, опубликованных в 2014-2015 годах оценка изменяется на отрицательную.

Необходимо отметить, что альтернативные категории образа - хобби и личная жизнь В.В. Путина – снова вносят нейтральную оценку образа.

2.3 Образ Президента РФ В.В. Путина в The New York Times

За период с 2000 по 2008 год и с 2012 по март 2016 года на сайте The New York Times было опубликовано приблизительно 9500 статей, прямо или косвенно связанных с В.В. Путиным. Придерживаясь алгоритма исследования, приведенный во введении настоящей работы, для исследования было отобрано 25 текстов (см. Табл. 3).

Относительно повторяемости слов в материалах The New York Times сохраняется тенденция, выявленная ранее, - наиболее повторяемые слова в текстах носят общий описательный характер: Putin, Russia, Russian, President. Затем следуют слова связанные с наиболее популярными сюжетами, которые затрагиваются в статьях - Ukraine, Syria, people, United States, Bush, military, weapons. Так же как и в случае с CNN и FOX News Channel среди слов с наибольшей частотой повторения отсутствуют слова несущие какую-либо эмоциональную окраску.

Как и ранее тексты среднего объема преобладают в общем массиве материалов — 10 статей (40%). Затем следуют тексты малого объема — 8 статей (32%). А треть материалов – это тексты большого размера - 8 статей (28%).

Треть материалов The New York Times освещает события первого президентского срока. Только одна статья была опубликована в период второй администрации В.В. Путина. Большинство же материалов – две трети – относятся к третьему президентскому сроку.

Среди 17 тем, которые были выявлены в исследуемых текстах, две затрагивались чаще других – это сюжеты, освещающие российско-американские отношения в контексте мировой политики (40%). То есть, почти в половине материалов авторы акцентируют внимание на влияние президента на отношения нашего государства с США. Так же в 40% статей затрагивается тема политической оппозиции в России и отношение президента к ней. На третьем месте по упоминанию находятся материалы, затрагивающие вопросы взаимоотношения власти и народа (20%).

Если объединить такие темы как “оппозиция”, “взаимоотношения власти и народа”, “права человека”, “демократия”, “НПО” и “ЛГБТ”, то данный пласт статей занимает значимое место в процессе создания образа президента РФ в материалах The New York Times (84%).

Незначительно внимание уделяется вопросам экономики (12%). При чем, эта тема освещается под углом санкций и последующего экономического кризиса в России.

Подавляющее большинство материалов сайте The New York Times затрагивают основные компоненты образа В.В. Путина – его политику внутри и вне государства, вопросы экономики (84%). Остальные же статьи затрагивают альтернативные компоненты, а в частности вопросы личной жизни президента, его хобби, спортивные сюжеты. Одна статья вовсе затрагивает вопрос правильной транскрипции фамилии президента на французский язык.

Что касается направленности материалов The New York Times на конструирование определенного образа В.В. Путина, то половина текстов направлены на создание нейтрального образа — 13 из 25 статей (52%). 10 статей представляют В.В. Путина в отрицательном свете (40%). Следует отметить, что пятая часть текстов несет абсолютно негативный образ российского президента. Оставшийся материал подает образ В.В. Путина в положительном свете. Это всего 8% статей.

Далее мы перешли к двумерному анализу с целью выявить связь между переменными текстов и конструируемым образом В.В. Путина.

Сначала мы рассмотрели взаимосвязь того, с каким знаком упоминается В.В. Путин, и объемом статей. Были получены следующие результаты:

1. В текстах объемом до 500 слов В.В. Путин в 42% случаев упоминается с нейтральным знаком. Оставшиеся материалы, которые представляют собой большую часть, подают образ Президента РФ с отрицательным знаком.

2. Образ В.В. Путина был представлен с нейтральным знаком в 6 текстах среднего размера (60%). Треть материалов имеет отрицательную оценку (30%). И лишь в одной статье образ В.В. Путина конструируется в положительном свете (10%).

3. В половине статей размером от 1000 слов образ Президента РФ нейтрален. В 40% материалов В.В. Путин имеет отрицательный образ, и только десятая часть статей подает образ с положительным знаком.

Подытожим изложенное выше. Во-первых, в текстах с малым объемом положительный образ лидера государства отсутствует в принципе. А во-вторых, образ В.В. Путина в статьях среднего и большого размера нейтрально-негативен, а положительная оценка присутствует лишь в каждой десятой статье.

Затем мы перешли к рассмотрению взаимосвязи того, с каким знаком в текстах упоминается ключевая фигура В.В. Путина, и временного интервала. Полученные результаты и выводы:

1. Первый президентский срок освещен в 25% материалов, отобранных для исследования. Из них 40% представляют образ в нейтральном свете, еще 40% в отрицательном и 20% в положительном.

2. Образ в период второй администрации скорее нейтральный – 66% текстов. Но оставшиеся 33% это негативный образ.

3. Большинство материалов относится к третьему президентскому сроку – 68% текстов. Половина статей данного периода имеет нейтральную направленность в освещении образа В.В. Путина. 41% текстов демонстрирует его фигуру с отрицательным знаком, причем в 70% случаев эта оценка крайне негативна. Лишь одна в одной статье присутствует относительно положительный образ В.В. Путина (6%).

Далее мы рассмотрели взаимосвязь между образом В.В. Путина и сюжетами, освещенными в материалах.

1. Нейтральный образ В.В. Путина отражен в материалах, касающихся следующих сюжетов: российско-американские отношения в целом, и в частности по сирийскому вопросу, российская экономика, военный сектор, личная жизнь президента, его биография.

2. Отрицательный образ В.В. Путин отражен в материалах, посвящённых положению российской оппозиции, экономическому кризису, гражданскому обществу. И по таким международным сюжетам как украинский кризис, иранская ядерная программа, гражданская война в Сирии. Абсолютно негативный образ однозначно превалирует в статьях, затрагивающих вопросы внутренней политики.

3. Статьи, освещающие российско-американские действия в сфере борьбы с терроризмом, несут положительный знак образа В.В. Путина. Интересно заметить, что одна статья, касающаяся отношений власти и народа, также имеет положительную оценку.

Интересно отметить, что образ В.В. Путина в связи с отношениями России и США несет различную оценку и зависит от конкретной политической ситуации. Однако, в большинстве случаев этот образ отрицателен. В материалах о гражданском обществе фигура В.В. Путина получила отрицательную оценку в абсолютном большинстве статей. Положительная же оценка, как и в материалах, изученных ранее, присутствует в сюжетах, связанных с действиями, направленными на борьбу с терроризмом.

Что касается компонентов образа, то, в основном, статьи, которые прибегают к альтернативным компонентам, несут нейтральный образ В.В. Путина.

2.4 Образ Президента РФ В.В. Путина в The Washington Post

За обозначенный нами период исследования на сайте The Washington Post по поисковому запросу “Putin Russian President” мы обнаружили приблизительно 8500 материалов. Согласно тому же алгоритму исследования, для исследования было отобрано 25 статей (см. Табл. 4).

Относительно повторяемости слов в материалах The Washington Post сохраняется тенденция, выявленная во всех трех СМИ, исследуемых ранее. Во-первых, наиболее повторяемые слова в текстах – Putin, Russia, Russian, President. Они имеют описательный характер. Во-вторых, затем по критерию повторяемости следуют слова связанные с наиболее популярными сюжетами, которые затрагиваются в статьях. В данном случае это - Syria, Obama, Ukraine, people, West, Trump, opposition. И в-третьих, слова с яркой эмоциональной оценкой среди слов с наибольшей частотой повторения отсутствуют.

В случае с The Washington Post в массиве исследуемых материалов преобладают тексты среднего размера – 12 (48%) – и тексты большого размера – 10(40%). Тексты малого размера представляют лишь десятую часть материалов – 3 (12%).

Как и в случае с CNN, все материалы The Washington Post, отобранные для исследования, были опубликованы в третий президентский срок В.В. Путина.

Среди 18 тем, которые были выявлены в исследуемых статьях, три являются наиболее популярными – это сюжеты, освещающие российско-американские отношения в контексте мировой политики, украинский вопрос и гражданскую войну в Сирии. Каждая вторая статья затрагивает данные темы. Важно отметить, что данные сюжеты обычно даны в связке. Например, отношения России и США по сирийской проблеме.

Следующий блок статей относится к внутренней политике В.В. Путина, а в частности к вопросам гражданского общества в России. Сюда входят такие темы как “отношения власти и народа”, “демократия”, “оппозиция”, “права человека”, “НПО”. Например, тема политической оппозиции в России и отношение президента к ней затрагивается в каждой второй из статей. Тоже касается сюжетов о отношении власти и народа.

Значительное внимание уделяется вопросам экономики. В этот блок включены как общее состояние российской экономики, так и вопрос санкций в частности (61%).

Такая тематика как борьба с международным терроризмом, которая была относительно популярна в материалах СМИ, которые исследовались ранее, в случае с The Washington Post является крайне непопулярной. Всего 1 статья затрагивает данный сюжет.

Все исследуемые тексты The Washington Post затрагивают основные компоненты образа В.В. Путина – его политику внутри и вне государства, вопросы экономики. Среди них 4 статьи в связки с основными категориями обращаются к альтернативным, к вопросам личной жизни президента, его биографии (16%).

Что касается направленности текстов The Washington Post на конструирование определенного образа В.В. Путина, то половина статей направлены на создание нейтрального образа — 12 из 25 (48%). Еще 12 текстов представляют В.В. Путина в отрицательном свете (48%). Следует отметить, что лишь двадцать пятая часть несет положительный знак образа (4%).

Далее мы перешли к двумерному анализу с целью выявить связь между переменными текстов и конструируемым образом В.В. Путина.

Сначала мы рассмотрели взаимосвязь того, с каким знаком упоминается В.В. Путин, и объемом материалов. Были получены следующие результаты:

1. В текстах объемом до 500 слов в двух случаях из трех образ В.В. Путина упоминается с отрицательным знаком, а в одном с нейтральным.

2. Образ В.В. Путина был представлен с нейтральным знаком в 6 текстах среднего размера (50%). Лишь в одной из 25 статей автор конструирует положительный образ (8%). А в 41% случаев воспроизводимый образ несет отрицательный знак.

3. В половине текстов размером от 1000 слов образ Президента РФ нейтрален. Другая половина статей подает образ В.В. Путина в относительно негативном свете.

Подытожим изложенное выше. Во-первых, в текстах с малым и большим объемом положительный образ лидера государства отсутствует в принципе. А во-вторых, образ В.В. Путина в текстах среднего размера нейтрально-негативен, а положительная оценка присутствует лишь в 8% случаев.

Затем мы перешли к рассмотрению взаимосвязи того, с каким знаком в текстах упоминается ключевая фигура В.В. Путина, и временного интервала. Полученные результаты и выводы:

1. В материалах The Washington Post, отобранных для настоящего исследования отсутствуют материалы, опубликованные ранее 2012 года. Все 25 текстов затрагивают третий президентский срок В.В. Путина (100%).

2. Образ в данный период нейтрально-негативный (48% статей имеют положительный знак и 48% - нейтральный). А процент материалов с положительным знаком незначителен (4%).

По данной сопряженности прослеживаются следующие тенденции. Тексты The Washington Post, охватывающие третий президентский срок и пользующиеся популярностью у аудитории, представляют образ В.В. Путина одинаково в нейтральном и отрицательном свете. А временной интервал с 2000 по 2008 год вовсе не попал в круг статей, соответствующих настоящему исследованию.

Далее мы рассмотрели взаимосвязь между образом В.В. Путина и сюжетами, освещенными в материалах.

1. Нейтральный образ В.В. Путина отражен в материалах, касающихся следующих сюжетов: российско-американские отношения в целом, и в частности по украинским и сирийским вопросам, российская экономика, отношения власти и народа.

2. Отрицательный образ В.В. Путина отражен в материалах, охватывающий тот же спектр тем, что и в случае с нейтральным образом, – отношения России и США, украинский и сирийский кризис, российская экономика, положение гражданского общества.

3. Статья, подающая образ В.В. Путина в положительном свете, затрагивает российско-американские отношения. А именно, эта статья посвящена отношению Дональда Трампа к политике Президента РФ.

Интересно отметить, что образ В.В. Путина в связи с отношениями России и США несет различную окраску и зависит от конкретной политической ситуации. В материалах о гражданском обществе фигура В.В. Путина получила как отрицательную оценку, так и нейтральную оценку. Та же тенденция проявилась в материалах, связанных с экономическим аспектом.

Что касается компонентов образа, то, как мы уже указали, все исследуемые статьи The Washington Post затрагивают основные категории образа В.В. Путина, следовательно имеют нейтрально-отрицательный знак. Однако, статья с положительным образом Президента РФ тоже обращается к основным категориям образа.

Заключение

Сегодня интерес к изучению феномена политического образа высок. Однако, следует отметить, что не существует единства мнений по ряду вопросов, связанных с данным явлением.

Во-первых, это вопрос дефиниций. «Образ» и «имидж»: являются ли эти категории взаимозаменяемыми или означают два различных явления?

Следует отметить, что будучи междисциплинарным феноменом, «имидж» или «образ» являются универсальной категорией. Эти понятия активно используются в политической, экономической, социальной и других областях. Эта универсальность «имиджа», «образа» приводит к тому, что данное понятие становится объектом исследования ученых и исследователей из различных сфер научного познания. Возможно, именно эта универсальность и является причиной существования несогласия о трактовке понятия и отсутствия единой дефиниции, и как следствие единой теории вопроса.

В настоящей работе понятия «имидж» и «образ» используются как взаимозаменяемые, так как оба термина означают отражение объективной реальности в сознании человека.

Во-вторых, это вопрос теоретического подхода к изучению феномена политического имиджа. В рамках настоящей работы было выявлено три подхода – психологический, социологический и политологический. Изучение этих подходов позволило разработать свой подход к политическому образу.

В настоящей работе под политическим имиджем подразумевается образ политика, формируемый в сознании как целенаправленно, так и под влиянием неконтролируемых процессов. Этот образ является отражением реальности, которая в свою очередь может являться конструктом специалистов в настоящей области (имиджмейкеров), а также представителей общества: как отдельных индивидов, так и представителей СМИ.

В-третьих, это вопрос о составляющих политического имиджа. Существует целый спектр научных работ по данному вопросу. Их изучение позволило выделить в данной работе следующие группы компонентотов политического имиджа - основные и альтернативные. Первые – это политические взгляды, программа. Данная группа может быть средством манипуляции лишь самого политика и его команды. Да, на политические установки значительно влияют ожидания аудитории, деятельность СМИ и общественных организаций, но изменить их возможно лишь в долгосрочной перспективе. Вторая группа – альтернативные критерии политического имиджа – это, наоборот, те, характеристики, которые, во-первых, легко могут быть изменены, а, во-вторых, могут стать инструментом манипуляции третьих лиц: СМИ, представителей общественности и пр. Среди альтернативных критериев в данной работе выделяются биография, внешний вид, хобби, текущее поведение.

Надо помнить, что имидж может как формироваться при помощи особых средств, находящихся в распоряжении имиджмейкеров, так и возникать без усилий со стороны объекта. Сегодня, в информационный век, в реализации образа существенный вклад вносят информационные технологии – СМИ и Интернет.

Основываясь на работах исследователей роли СМИ в процессе формирования образа, можно выделить следующие тенденции. Во-первых, специалисты подчеркивают огромную значимость СМИ, их способность влиять на аудиторию и тем самым вызывать какой-либо образ. Именно эффективная работа СМИ создает имидж, который впоследствии работает на или против политического представителя.

Во-вторых, многие специалисты, отталкиваясь от регулятивно-манипулятивной функции СМИ, подчеркивают способность медиапотока влиять и даже навязывать мнение социуму. Здесь мнения специалистов расходятся – либо СМИ насаждают определенный имидж, либо образ мышления. В рамках настоящего исследования в данном выводе главным является способность СМИ манипулировать аудиторией.

И в-третьих, представители разных подходов отмечают, что международный образ государства, его лидера неразрывно связан с ситуацией в мире в целом и отношениями между отдельными государствами в частности. К этому выводу следует добавить, что значимость в процессе формирования международного имиджа также имеют уже устоявшиеся стереотипы.

В ходе исследования удалось выделить ключевые черты образа В.В. Путина как лидера государства, формируемого американскими СМИ.

Во-первых, следует отметить, что на сайтах всех четырех СМИ, отобранных для исследования присутствуют материалы, содержащие образ В.В. Путина. На сайте CNN это 4200 текстов, The Fox News – 8000, The New York Times – 9500 и The Washington Post – 8500.

Все эти материалы имеют различный формат. Так тексты CNN и The Fox News обычно дополняются фото и видеоматериалами. В свою очередь, статьи The New York Times и The Washington Post представляют собой чистый текст без каких-либо визуальных дополнений.

Фигура В.В. Путина появляется в американских СМИ в статьях различного размера. В самой короткой статье содержится 93 слова, а самая длинная состоит из 2539. Необходимо отметить, что количество статей разного объема приблизительно равно. В общем массиве 29% материалов это тексты объемом до 500 слов, 40% - тексты объемом от 500 до 1000 слов и 31% - тексты объемом от 1000 слов. То есть, образ Президента РФ одинаково востребован как в коротких новостных сообщениях, так и в более развернутых аналитических статьях.

Во временном измерении, во-первых, внимание привлекает тот факт, что на сайтах CNN и The Washington Post все статьи, отобранные для исследования, относятся к третьему президентскому сроку. К тому же, в общем массиве материалов 75% текстов были опубликованы именно в данный период. Это говорит о том что, фигура В.В. Путина сейчас находится на пике своей популярности в американских СМИ.

Во-вторых, первый и второй президентские сроки В.В. Путина освещены в 25% материалов и представлены только в материалах двух из четырех СМИ, отобранных для исследования. То есть, спрос на образ Президента РФ в американских СМИ формировался постепенно и с 2000 года вырос в три раза.

В целом среди материалов CNN, The Fox News, The New York Times и The Washington Post можно выделить несколько общих тенденций по тематике.

Это, во-первых, тема российско-американских отношений в целом, и в частности по отдельным сюжетам. Например, совместные действия России и США по урегулированию сирийского кризиса либо позиция США относительно действий РФ по украинскому вопросу. В данном сюжете образ нашей страны персонализируется с образом В.В. Путина. Атрибуты государства переносятся на одного единственного человека. В этих сюжетах существует полемика образов В.В. Путина и конкретный образ зависит от состояния этих самых российско-американских отношений.

Во-вторых, это сюжеты, связанные с положением гражданского общества. В американских СМИ крайне популярны такие темы как «российская оппозиция», «положение НПО», «состояние демократии», «ЛГБТ движение» и пр. На наш взгляд, это является слабым местом образа В.В. Путина. Большинство статей по данному сюжету дают отрицательную оценку образу В.В. Путина.

Два выделенных выше блока тем являются наиболее популярными в исследуемых СМИ.

В-третьих, это статьи, освещающие борьбу с терроризмом. Такие материалы были особенно популярны во время первого президентского срока. И именно эти материалы в основном несут положительный образ В.В. Путина. Однако стоит отметить наметившуюся тенденцию, что материалы 2015-2016 годов, затрагивающие данную тематику, больше не конструируют образ В.В. Путина как отважного борца против терроризма, а лишь поверхностно описывают предпринимаемые им действия. Кроме того, в материалах The Washington Post интерес по данному сюжету отсутствует.

И четвертый блок тем – это экономика. Часто упоминаются санкции и экономический кризис в России. Реже можно прочесть о экономических реформах проведенных В.В. Путиным и развитие торговых связей России. Эта тематика остается не сильно востребованной американскими СМИ. Только треть материалов CNN освещает экономические вопросы, а в оставшихся СМИ в лучшем случае 10% материалов затрагивают вопросы экономики.

Логичным видится выделить альтернативные компоненты образа в отдельный блок тем. Во-первых, они не связаны с сюжетами упомянутыми раньше. А во-вторых, в статьях они обычно лишь дополняют основные компоненты образа.

Авторы статей обращаются к таким моментам как личная жизнь президента, подчеркивая то, что она скрыта от чужих глаз. Другой популярный сюжет это служба В.В. Путина в КГБ. И третий момент – это спортивные увлечения В.В. Путина.

Каждое вышеупомянутое СМИ обращается к альтернативным компонентам политического образа Президента РФ, а оттенок, который эти составляющие придают образу, дополняет настроения основного сюжета.

Оценку образа В.В. Путина в американских СМИ можно обобщить так. Во-первых, ни одно из изданий не создает образ В.В. Путина однозначно положительным, или

наоборот однозначно отрицательным. Какие-то тексты обращаются к нейтральному образу, другие, например, к отрицательному.

Во-вторых, половина материалов содержит нейтральный образ В.В. Путина, 45% отрицательный. Лидером по количеству статей с негативной оценкой образа является CNN. Стоит добавить, что ни одна из статей, содержащих положительный образ, не принадлежит CNN.

В-третьих, количество статей с положительным образом крайне мало – всего 5% от общего массива. Главным образом эти статьи относятся к первым годам правления В.В. Путина.

В целом, во временной интервал протяженностью с 7 мая 2000 года до 7 мая 2008 года и с 7 мая 2012 года до марта 2016 года образ Президента РФ претерпел значительное изменение. Если в период первого президентского срока большинство материалов имели положительную оценку, а сам образ был связан с такими темами как борьба с терроризмом, развитие отношений новой России и США. То образ в период второго и третьего срока постепенно приобретает негативный характер. Такие сюжеты как отношение гражданского общества и власти, развитие института прав человека в России, украинский кризис встречаются все чаще и несут осуждающий посыл.

Список источников и литературы

Источники:

1. CNN.com: Analysis: U.S. and Russia playing chess or blood sport? <<http://edition.cnn.com/2014/02/22/world/analysis-russia-united-states/index.html>> Accessed 27.03.2016.
2. CNN.com: Biden blasts Putin, says U.S. debating sending weapons to Ukraine <<http://edition.cnn.com/2015/05/27/politics/biden-arms-ukraine-putin/index.html>> Accessed 27.03.2016.
3. CNN.com: Donald Trump's bromance with Vladimir Putin <<http://edition.cnn.com/2015/12/18/politics/donald-trump-vladimir-putin-bromance/index.html>> Accessed 27.03.2016.
4. CNN.com: Is Putin playing West for a fool in Syria? <<http://edition.cnn.com/2016/02/12/europe/syria-putin-analysis/index.html>> Accessed 27.03.2016.
5. CNN.com: Putin becomes a political punching bag in White House race <<http://edition.cnn.com/2015/09/17/politics/republican-debate-vladimir-putin-trump-fiorina/index.html>> Accessed 27.03.2016.
6. CNN.com: Putin decree targets elite's foreign assets <<http://edition.cnn.com/2013/04/02/business/russia-putin-foreign-assets/index.html>> Accessed 27.03.2016.
7. CNN.com: Putin poised to retake Russian presidency <<http://edition.cnn.com/2012/03/04/world/europe/russia-election/index.html>> Accessed 27.03.2016.
8. CNN.com: Putin says Turkish downing of Russian plane was an 'enemy act' <<http://edition.cnn.com/2015/12/17/europe/putin-annual-press-conference/index.html>> Accessed 27.03.2016.
9. CNN.com: Putin, a hypocrite on Snowden, Navalny <<http://edition.cnn.com/2013/07/19/opinion/ghitis-putin-snowden-navalny/index.html>> Accessed 27.03.2016.
10. CNN.com: Russia and China to strengthen trade ties <<http://edition.cnn.com/2012/06/05/business/china-russia-economic-trade/index.html>> Accessed 27.03.2016.
11. CNN.com: Russia in largest war games since Soviet era <<http://edition.cnn.com/2013/07/16/world/asia/russia-war-games/index.html>> Accessed 27.03.2016.

12. CNN.com: Russia launches first airstrikes in Syria <<http://edition.cnn.com/2015/09/30/politics/russia-syria-airstrikes-isis/index.html>> Accessed 27.03.2016.
13. CNN.com: Russia's middle class: We don't blame Putin <<http://edition.cnn.com/2015/12/10/europe/russian-middle-class-putin/index.html>> Accessed 27.03.2016.
14. CNN.com: Russia's Vladimir Putin makes first public appearance in 10 days <<http://edition.cnn.com/2015/03/16/world/russia-putin/index.html>> Accessed 27.03.2016.
15. CNN.com: Russia's Vladimir Putin takes dive in submersible, stirs up Ukrainian anger <<http://edition.cnn.com/2015/08/19/europe/russia-putin-crimea-dive/index.html>> Accessed 27.03.2016.
16. CNN.com: Russian president: I did not steal Super Bowl ring <<http://edition.cnn.com/2013/06/16/world/europe/russia-putin-ring/index.html>> Accessed 27.03.2016.
17. CNN.com: Sochi 2014: Will social media foil Putin's grand Winter Olympics plan? <<http://edition.cnn.com/2013/09/19/sport/sochi-2014-winter-olympics-social-media/index.html>> Vladimir Putin's Accessed 27.03.2016.
18. CNN.com: The big stories for 2016 <<http://edition.cnn.com/2015/12/30/opinions/ghitis-2016-predictions/index.html>> Accessed 27.03.2016.
19. CNN.com: View from Russia: How Putin shrugs off the slump <<http://edition.cnn.com/2014/12/05/opinion/putin-nekrassov/index.html>> Accessed 27.03.2016.
20. CNN.com: Vladimir Putin on sanctions: They won't end soon <<http://edition.cnn.com/2015/04/16/europe/putin-qa/index.html>> Accessed 27.03.2016.
21. CNN.com: Vladimir Putin: 'Most polite President' T-shirt sparks fury at soccer game <<http://edition.cnn.com/2016/02/17/football/russian-footballer-putin-shirt/index.html>> Accessed 27.03.2016.
22. CNN.com: Vladimir Putin's Q&A session: A rare chance to question the President <<http://edition.cnn.com/2015/04/15/europe/russia-president-questions/index.html>> Accessed 27.03.2016.
23. CNN.com: Vladimir Putin's week of muscle-flexing <<http://edition.cnn.com/2015/05/29/europe/putin-week-muscle-flexing/index.html>> Accessed 27.03.2016.

24. CNN.com: What does Russia's President Putin really want? <<http://edition.cnn.com/2015/02/11/world/chance-putin-analysis/index.html>> Accessed 27.03.2016.
25. CNN.com: Why Putin's hosting Kim Jong Un <<http://edition.cnn.com/2015/03/20/politics/vladimir-putin-kim-jong-un-russia-north-korea/index.html>> Accessed 27.03.2016.
26. FOX NEWS.com: Bush, Putin Discuss U.N. Reforms <<http://www.foxnews.com/story/2005/06/15/bush-putin-discuss-un-reforms.html>> Accessed 01.04.2016.
27. FOX NEWS.com: Cheney: Russia's Putin Restricts Rights <<http://www.foxnews.com/story/2006/05/04/cheney-russia-putin-restricts-rights.html>> Accessed 01.04.2016.
28. FOX NEWS.com: In Ukraine: Game, set and match for Putin <<http://www.foxnews.com/politics/2014/03/20/in-ukraine-game-set-and-match-for-putin.html>> Accessed 01.04.2016.
29. FOX NEWS.com: It ain't got that swing: Putin's unusual walk shaped by KGB <<http://www.foxnews.com/science/2015/12/15/it-aint-got-that-swing-putins-unusual-walk-shaped-by-kgb.html>> Accessed 01.04.2016.
30. FOX NEWS.com: McCain says Putin has no respect for Obama <<http://www.foxnews.com/world/2014/03/04/mccain-says-putin-simply-does-not-respect-president-obama.html>> Accessed 01.04.2016.
31. FOX NEWS.com: Obama huddles with Putin, backs France's pursuit of deadly terrorists, on sidelines of G-20 summit <<http://www.foxnews.com/politics/2015/11/15/obama-putin-huddle-on-sidelines-g-20-summit.html>> Accessed 01.04.2016.
32. FOX NEWS.com: Playing Politics With Russian President Vladimir Putin <<http://www.foxnews.com/story/2005/05/10/playing-politics-with-russian-president-vladimir-putin.html>> Accessed 01.04.2016.
33. FOX NEWS.com: Putin Accuses U.S. of Sparking New Nuclear Arms Race <<http://www.foxnews.com/story/2007/02/11/putin-accuses-us-sparking-new-nuclear-arms-race.html>> Accessed 01.04.2016.
34. FOX NEWS.com: Putin Accuses West of Meddling in Russia <<http://www.foxnews.com/story/2007/11/21/putin-accuses-west-meddling-in-russia.html>> Accessed 01.04.2016.
35. FOX NEWS.com: Putin Calls for End to Country's Drastic Population Decline <<http://www.foxnews.com/story/2006/05/10/putin-calls-for-end-to-country-drastic-population-decline.html>> Accessed 01.04.2016.

36. FOX NEWS.com: Putin Defends Russian Aid to Syria, Iran <<http://www.foxnews.com/story/2005/04/28/putin-defends-russian-aid-to-syria-iran.html>> Accessed 01.04.2016.
37. FOX NEWS.com: Putin Orders Pension Hike Amid Protests <<http://www.foxnews.com/story/2005/01/17/putin-orders-pension-hike-amid-protests.html>> Accessed 01.04.2016.
38. FOX NEWS.com: Putin says there is a "real chance" to negotiate an end to Iranian nuclear standoff <<http://www.foxnews.com/world/2013/11/18/putin-says-there-is-real-chance-to-negotiate-end-to-iranian-nuclear-standoff.html>> Accessed 01.04.2016.
39. FOX NEWS.com: Putin shows off by throwing members of Russia's judo team to the ground <<http://www.foxnews.com/world/2016/01/08/putin-shows-off-by-throwing-members-russias-judo-team-to-ground.html>> Accessed 01.04.2016.
40. FOX NEWS.com: Putin Talks to Bush for an Hour About Terrorism, Meets Security Chiefs <<http://www.foxnews.com/story/2001/09/22/putin-talks-to-bush-for-hour-about-terrorism-meets-security-chiefs.html>> Accessed 01.04.2016.
41. FOX NEWS.com: Putin Vows No More Weakness on Terror <<http://www.foxnews.com/story/2004/09/04/putin-vows-no-more-weakness-on-terror.html>> Accessed 01.04.2016.
42. FOX NEWS.com: Putin Wins Second Term in Russian Election <<http://www.foxnews.com/story/2004/03/14/putin-wins-second-term-in-russian-election.html>> Accessed 01.04.2016.
43. FOX NEWS.com: Putin: Iran Will Accept Oversight of Nuclear Program <<http://www.foxnews.com/story/2003/06/20/putin-iran-will-accept-oversight-nuclear-program.html>> Accessed 01.04.2016.
44. FOX NEWS.com: Putin: Russia Nuke Force Ready for Any Attack <<http://www.foxnews.com/story/2007/11/20/putin-russia-uke-force-ready-for-any-attack.html>> Accessed 01.04.2016.
45. FOX NEWS.com: Putin: Russia Preparing Action Against Terrorists <<http://www.foxnews.com/story/2004/09/17/putin-russia-preparing-action-against-terrorists.html>> Accessed 01.04.2016.
46. FOX NEWS.com: Russian President Vladimir Putin Intends to Become Prime Minister <<http://www.foxnews.com/story/2007/10/19/russian-president-vladimir-putin-intends-to-become-prime-minister.html>> Accessed 01.04.2016.
47. FOX NEWS.com: Surprise, surprise, Russia is a world power again <<http://www.foxnews.com/opinion/2015/09/28/surprise-surprise-russia-is-world-power-again.html>> Accessed 01.04.2016.

48. FOX NEWS.com: Take that: Putin says Russia will build weapons capable of piercing US missile shield <<http://www.foxnews.com/world/2015/11/10/take-that-putin-says-russia-will-build-weapons-capable-piercing-us-missile.html>> Accessed 01.04.2016.
49. FOX NEWS.com: U.S.-Russia Move Closer to Missile Defense Plans <<http://www.foxnews.com/story/2001/11/05/us-russia-move-closer-to-missile-defense-plans.html>> Accessed 01.04.2016
50. FOX NEWS.com: Vladimir Putin Strips for Fishing Trip With Prince Albert <<http://www.foxnews.com/story/2007/08/15/vladimir-putin-strips-for-fishing-trip-with-prince-albert.html>> Accessed 01.04.2016.
51. International New York Times: ‘The New Tsar: The Rise and Reign of Vladimir Putin,’ by Steven Lee Myers <http://www.nytimes.com/2015/11/08/books/review/the-new-tsar-the-rise-and-reign-of-vladimir-putin-by-steven-lee-myers.html?_r=2> Accessed 03.04.2016.
52. International New York Times: Assassination of Putin Critic Remembered in Moscow <http://www.nytimes.com/2016/02/28/world/europe/assassination-of-putin-critic-remembered-in-moscow.html?_r=0> Accessed 03.04.2016.
53. International New York Times: Bush and Putin Exhibit Tension Over Democracy <<http://www.nytimes.com/2005/02/25/world/europe/bush-and-putin-exhibit-tension-over-democracy.html>> Accessed 03.04.2016.
54. International New York Times: Dealing With Russia Under Putin <<http://www.nytimes.com/2014/03/26/opinion/dealing-with-russia-under-putin.html>> Accessed 03.04.2016.
55. International New York Times: In the Spotlight of Power, Putin Keeps His Private Life Veiled in Shadows < <http://www.nytimes.com/2012/05/06/world/europe/preparing-return-to-presidency-putin-keeps-his-private-life-off-limits.html>> Accessed 03.04.2016.
56. International New York Times: Keeping Vladimir Putin on Track <<http://www.nytimes.com/2003/06/26/opinion/26THU2.html>> Accessed 03.04.2016.
57. International New York Times: Leaning on Putin. <<http://www.nytimes.com/2012/06/16/opinion/leaning-on-putin.html>> Accessed 03.04.2016.
58. International New York Times: Mr. Putin Tries to Crush Another Rival <<http://www.nytimes.com/2013/07/19/opinion/mr-putin-tries-to-crush-another-rival.html>> Accessed 03.04.2016.
59. International New York Times: Mr. Putin’s War on Gays. <<http://www.nytimes.com/2013/07/28/opinion/sunday/mr-putins-war-on-gays.html>> Accessed 03.04.2016.

60. International New York Times: Please Hold for Mr. Putin <<http://www.nytimes.com/2012/09/22/opinion/please-hold-for-mr-putin.html>> Accessed 03.04.2016.
61. International New York Times: Putin and the Victim <<http://www.nytimes.com/2007/07/04/opinion/l04putin.html>> Accessed 03.04.2016.
62. International New York Times: Putin Dismisses U.S. Reports That Russia Shipped Nuclear Weapons for Baltic Fleet <<http://www.nytimes.com/2001/01/07/world/putin-dismisses-us-reports-that-russia-shipped-nuclear-weapons-for-baltic-fleet.html>> Accessed 03.04.2016.
63. International New York Times: Putin Doesn't Rule Out Asylum in Moscow for Syria's Assad <<http://www.nytimes.com/2016/01/13/world/europe/putin-doesnt-rule-out-asylum-in-moscow-for-syrias-assad.html>> Accessed 03.04.2016.
64. International New York Times: Putin? Oh, What a Surprise! <<http://www.nytimes.com/2011/09/27/opinion/27iht-ederofeyev27.html?mtrref=www.google.ru&gwh=62FECA28A736DC7DF18EAEAF1D165566&gwt=pay&assetType=opinion>> Accessed 03.04.2016.
65. International New York Times: Putin's Credo: Never Let Them See You Sweat <<http://www.nytimes.com/2015/09/27/sunday-review/putins-credo-never-let-them-see-you-sweat.html>> Accessed 03.04.2016.
66. International New York Times: Putin's Year in Scandals <<http://www.nytimes.com/2016/01/06/opinion/putins-year-in-scandals.html>> Accessed 03.04.2016.
67. International New York Times: Putin/Poutine <<http://www.nytimes.com/2005/04/03/magazine/putinpoutine.html?mtrref=www.google.ru&gwh=E6ACC23370C284C4E9902CCB603C1517&gwt=pay>> Accessed 03.04.2016.
68. International New York Times: Questions Linger Over Russia's Endgame in Syria, Ukraine and Europe <<http://www.nytimes.com/2016/02/24/world/europe/russia-endgame-syria-ukraine-europe.html>> Accessed 03.04.2016.
69. International New York Times: THE BUSH-PUTIN SUMMIT: In 2 Leaders' Words: Cordial Discord. <<http://www.nytimes.com/2001/11/16/world/the-bush-putin-summit-in-2-leaders-words-cordial-discord.html>> Accessed 03.04.2016.
70. International New York Times: The Myth of Putin's Strategic Genius <<http://www.nytimes.com/2015/10/23/opinion/the-myth-of-putins-strategic-genius.html>> Accessed 03.04.2016.

71. International New York Times: The Putin Puzzle
<<http://www.nytimes.com/2000/03/26/opinion/the-putin-puzzle.html>> Accessed: 03.04.2016.
72. International New York Times: THE WORLD; Now, After the Battles, The Real Tests for Putin
<<http://www.nytimes.com/2000/03/26/weekinreview/the-world-now-after-the-battles-the-real-tests-for-putin.html>> Accessed: 03.04.2016.
73. International New York Times: Vladimir Putin's Guide to World History
<<http://www.nytimes.com/2015/10/01/opinion/masha-gessen-vladimir-putins-guide-to-world-history.html>> Accessed 03.04.2016.
74. International New York Times: What Putin Really Wants
<<http://www.nytimes.com/2014/03/05/opinion/what-putin-really-wants.html>> Accessed 03.04.2016.
75. International New York Times: Vladimir Putin's Quotes: A Collection for the Discerning Russian Official
<<http://www.nytimes.com/2015/12/30/world/europe/russian-officials-get-a-gift-from-the-kremlin-a-book-of-putin-quotes.html>> Accessed 03.04.2016.
76. The Washington Post: Chess master Garry Kasparov equates Putin with Don Corleone
<https://www.washingtonpost.com/opinions/chess-master-garry-kasparov-equates-putin-with-don-corleone/2015/12/18/79064a58-8c7e-11e5-baf4-bdf37355da0c_story.html> Accessed 07.04.2016.
77. The Washington Post: Donald Trump, Vladimir Putin and a budding international bromance
<<https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2015/12/17/donald-trump-vladimir-putin-and-a-budding-international-bromance/>> Accessed 07.04.2016.
78. The Washington Post: Garry Kasparov: It's time to stop Putin
<https://www.washingtonpost.com/opinions/garry-kasparov-its-time-to-stop-putin/2014/03/20/cf79d73e-b042-11e3-95e8-39bef8e9a48b_story.html> Accessed 07.04.2016.
79. The Washington Post: Is Mr. Putin serious about making peace in Ukraine?
<https://www.washingtonpost.com/opinions/is-mr-putin-serious-about-making-peace-in-ukraine/2016/02/05/23fc56-c532-11e5-8965-0607e0e265ce_story.html> Accessed 07.04.2016.
80. The Washington Post: Is Putin about to face a 'colored revolution'?
<<https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/02/10/is-putin-about-to-face-a-colored-revolution/>> Accessed 07.04.2016.
81. The Washington Post: Live from New York: It's Putin Speech Bingo
<<https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2015/09/28/live-from-new-york-its-putin-speech-bingo/>> Accessed 07.04.2016.

82. The Washington Post: Mr. Putin continues to call the shots in Syria <https://www.washingtonpost.com/opinions/mr-putin-continues-to-call-the-shots-in-syria/2016/02/25/8caf61f4-dbd2-11e5-925f-1d10062cc82d_story.html> Accessed 07.04.2016.
83. The Washington Post: On Putin, the GOP presidential candidates' tough talk is empty rhetoric <<https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2015/09/30/on-putin-the-gop-presidential-candidates-tough-talk-is-empty-rhetoric/>> Accessed 07.04.2016.
84. The Washington Post: Putin chides the West for fostering violence in the Middle East <https://www.washingtonpost.com/world/national-security/putin-chides-the-west-for-fostering-violence-in-the-middle-east/2015/09/28/5d7cc3ea-6602-11e5-9ef3-fde182507eac_story.html> Accessed: 07.04.2016.
85. The Washington Post: Putin engages critics at forum in Russia but steers clear of concessions <https://www.washingtonpost.com/world/europe/vladimir-putin-engages-critics-at-forum-in-russia-but-steers-clear-of-concessions/2013/09/19/4beb8910-2156-11e3-a358-1144dee636dd_story.html> Accessed 07.04.2016.
86. The Washington Post: Putin says Trump is 'absolute leader' in U.S. presidential race <https://www.washingtonpost.com/world/putin-no-major-gaps-with-washington-over-efforts-to-end-syria-conflict/2015/12/17/a178255e-a431-11e5-8318-bd8caed8c588_story.html> Accessed 07.04.2016.
87. The Washington Post: Putin surfaces after mysterious 10-day absence <https://www.washingtonpost.com/world/europe/putin-makes-first-public-appearance-since-march-5/2015/03/16/6088ab20-cbcb-11e4-8c54-ffb5ba6f2f69_story.html> Accessed 07.04.2016.
88. The Washington Post: Putin threatens Turkey for shooting down Russian warplane <https://www.washingtonpost.com/world/putin-issues-sharp-threats-to-turkey-for-downing-of-russian-warplane/2015/12/03/e6be85ae-9919-11e5-aca6-1ae3be6f06d2_story.html> Accessed: 07.04.2016.
89. The Washington Post: Putin was supposed to have the best year ever. It turned out to be the worst. <<https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2014/12/22/putin-was-supposed-to-have-the-best-year-ever-it-turned-out-to-be-the-worst/>> Accessed 07.04.2016.
90. The Washington Post: Putin's anti-Obama propaganda is ugly and desperate <https://www.washingtonpost.com/opinions/putins-anti-obama-propaganda-is-ugly-and-desperate/2016/01/04/57647c48-b0c4-11e5-b820-eea4d64be2a1_story.html> Accessed 07.04.2016.
91. The Washington Post: Putin's model of success <<https://www.washingtonpost.com/opinions/putins-model-of->

- success/2015/10/11/4cb3a592-6dcd-11e5-aa5b-f78a98956699_story.html> Accessed 07.04.2016.
92. The Washington Post: Putin's most aggressive attack dog is unleashed <https://www.washingtonpost.com/opinions/we-will-not-be-stingy-with-injections-mr-putins-attack-dog-promises-critics/2016/01/21/ad483a2e-bfc8-11e5-bcda-62a36b394160_story.html> Accessed 07.04.2016.
 93. The Washington Post: Putin's pledges in state-of-nation speech draw skepticism from critics <https://www.washingtonpost.com/world/europe/putin-pledges-in-state-of-nation-speech-draw-skepticism-from-critics/2012/12/12/857a9b9e-446b-11e2-8061-253bccfc7532_story.html> Accessed 07.04.2016.
 94. The Washington Post: Ranking the media from liberal to conservative, based on their audiences URL: <<https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2014/10/21/lts-rank-the-media-from-liberal-to-conservative-based-on-their-audiences/>> Accessed: 15.11.2015.
 95. The Washington Post: Russia's democratic opposition faces increasing threats <https://www.washingtonpost.com/opinions/russias-democratic-opposition-faces-increasing-threats/2016/02/26/918bab58-dbf8-11e5-891a-4ed04f4213e8_story.html> Accessed 07.04.2016.
 96. The Washington Post: The death of a former KGB operative is a reminder of Vladimir Putin's past life as a spy <<https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2016/01/23/the-death-of-a-former-kgb-operative-is-a-reminder-of-vladimir-putins-past-life-as-a-spy/>> Accessed 07.04.2016.
 97. The Washington Post: This is why it's impossible for the Kremlin to lie about Putin's weird disappearance <<https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2015/03/14/this-is-why-its-impossible-for-the-kremlin-to-lie-about-putins-weird-disappearance/>> Accessed: 07.04.2016.
 98. The Washington Post: Vladimir Putin celebrates his birthday by scoring goals, firing missiles <<https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2015/10/07/vladimir-putin-celebrates-his-birthday-by-scoring-goals-firing-missiles/>> Accessed 07.04.2016.
 99. The Washington Post: Vladimir Putin is suffocating his own nation <https://www.washingtonpost.com/opinions/vladimir-putin-is-suffocating-his-own-nation/2015/07/28/3b27ae8e-3562-11e5-adf6-7227f3b7b338_story.html> Accessed 07.04.2016.
 100. The Washington Post: We keep trying to understand Putin. Why do we keep getting him wrong?

<<https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2015/02/12/we-keep-trying-to-understand-putin-why-do-we-keep-getting-him-wrong/>> Accessed 07.04.2016.

101. The Washington Post: When he bombs Syria, Putin is sending these four messages to the world <<https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2015/10/21/when-he-bombs-syria-putin-is-sending-these-four-messages-to-the-world/>> Accessed: 07.04.2016.

Литература:

1. Алексеев, А.Н. Контент-анализ, его задачи, объекты и средства / Алексеев, А.Н. // Социология культуры. - 1974 - №1 - С.131-162.
2. Амелин, В.Н., Федоркин, Н.С. Стратегия избирательной кампании / Амелин, В.Н., Федоркин, Н.С. - М.: Аспект Пресс. 2001.
3. Андреев, В.М. СМИ и реформирование России / Андреев, В.М. // Социально-политический журнал. – 1996 - № 4. - С. 34-35.
4. Анхольт, С. Брендинг: дорога к мировому рынку / Анхольт, С. — М.: Кудиц-Образ. 2004.
5. Боголюбова, Н. М., Николаева, Ю. В. Источники формирования внешнеполитических образов (методологический аспект) / Боголюбова, Н. М., Николаева, Ю. В. // Толерантность: Журналистика, политика, культура: сборник / СПбГУ.2003. С. 102-111.
6. Будаев, Э.В. Чудинов, А.П. Метафора в политическом интердискурсе / Будаев, Э.В., Чудинов, А. П. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т. 2006.
7. ван Дейк, Т.А. Дискурс и Власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации/ ван Дейк, Т.А. - М.: Либроком. 2013.
8. Гаджиев, К.С. Имидж России в СМИ и общественном мнении Запада / Гаджиев, К.С. – М. : ИМЭМО РАН. 2008.
9. Галумов, Э.А. Имидж против имиджа / Галумов Э. – М.: Известия. 2008.
10. Гринберг, Т. Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели / Гринберг, Т. Э. URL:<<http://mediascope.ru/node/252>> Дата обращения: 01.02.2016
11. Дектерев, С.Б. Лингвистические средства создания образа современного российского политика западными СМИ / Дектерев, С.Б. // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2013 - Т.196 – С.62-67.
12. Деркач, А.А. Политическая имиджелогия / Деркач, А.А. - М.: Аспект-Пресс. 2006.

13. Джанталеева, М.Ш. Анализ процесса формирования современного политического лидерства в России / Джанталеева, М.Ш. // *Ars Administrandi* – 2010 - №3 – С. 26-30.
14. Дмитриев, И.В. Контент-анализ: сущность, задачи, процедуры / Дмитриев, И.В. URL: <<http://psyfactor.org/lib/k-a.htm>> Дата обращения: 19.11.2015.
15. Дунюшкина, Г.А., Нигматуллина, И.В. Типология политического лидерства / Дунюшкина, Г.А., Нигматуллина, И.В. // *Личность, общество, государство: характер и принципы взаимодействия* Всероссийская научно-практическая конференция: сборник / Уфимский филиал Финансового университета при Правительстве РФ (Уфа). 2014. С. 67-70.
16. Дурдин, Д.М. «Образ» политического лидера и возможности его изменения / Дурдин, Д.М. // *Полис. Политические исследования*. – 2000 - №2 – С. 133.
17. Егорова-Гантман, Е. В. Имидж лидера / Егорова-Гантман, Е. В. - М.: Центр. 1994.
18. Егорова-Гантман, Е.В. Как делать имидж политика / Егоровой-Гантман, Е.В. - М.: Центр политического консультирования «Никколо М». 1995.
19. Желтухина, М.Р., Омельченко, А.В. Создание политического образа России в зарубежных СМИ / Желтухина, М.Р., Омельченко, А.В. // *Образ России в зарубежном политическом дискурсе: стереотипы, мифы и метафоры: материалы Международной научной конференции (13-17 сентября 2010, Екатеринбург)*. / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2010. – С. 59-62.
20. Засурский, И. Масс-медиа второй республики / И. Засурский. – М.: Изд-во МГУ. 1999. – С. 272.
21. Карасев, В.И. Феномен политического лидерства / Карасев, В.И. - М.: Изд-во МПСИ. 2000 .
22. Кашлев, Ю.Б., Галумов, Э.А. Информация и PR в международных отношениях / Кашлев, Ю.Б., Галумов, Э.А. – М.: Известия. 2003.
23. Кнурова, В.А. Теории и типологии политического лидерства: сравнительный анализ / Кнурова, В.А // *В мире научных открытий*. – 2013 - № 11.5(47) – С. 107-115.
24. Ковлер, А.И. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт / Ковлер, А.И. – М.: Изд-во ИГиП РАН. 1995.
25. Кошелюк, М.Е. Технологии политических выборов / Кошелюк, М.Е. - СПб.: Питер. 2004.
26. Кузнецов, С. А. Большой толковый словарь русского языка / Кузнецов, С. А. – СПб.: Норинт. 1998.

27. Лебедева, Т.Ю. Паблик релейшенз. Корпоративная и политическая режиссура. Модели, система ценностей, каналы СМК / Лебедева, Т.Ю. — М.: Центр. 1999.
28. Лукашанец, А.А. Общество – язык – политика / Лукашанец, А.А. Михневич, А.З. Щербин, В.К. – Минск: Вышэйш. шк. 1988.
29. Маркин, В.Н. «Я» как личностная характеристика государственного служащего / Маркин, В.Н// Имидж госслужбы.- М.: Центр. 1996. - С.123-142.
30. Марченко, Г.И. Имидж в политике / Марченко, Г.И. - М.: Владос. 1997.
31. Мостяев, Ю.Н. Политический PR: теория и практика манипулирования в ходе избирательной кампании / Мостяев, Ю.Н. – Рязань: Рязан. гос. радиотехн. ун-т. 2013.
32. Новикова, Е.Н. Формирование имиджа политического национального лидера России / Новикова, Е.Н // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2009 - №114. – С. 363-369.
33. Ольшанский, Д. В. Политический PR / Ольшанский, Д. В. – М.: Питер. 2003.
34. Осипова, Г.В. Энциклопедический социологический словарь / Осипова Г.В. – М.: Ин-т соц.-пол. исследований РАН. 1995.
35. Панасюк, А. Ю. Имидж: определение центрального понятия имиджологии / Панасюк, А. Ю. URL:<http://academim.narod.ru/art/pan1_2.html> Дата обращения: 01.02.2016
36. Пашина, И.А. Контент-анализ как метод исследования: достоинства и ограничения / Пашина, И.А // Научная периодика: проблемы и решения – 2012 - №3 - С.13-18.
37. Перельгина, Е.Б. Психология имиджа / Перельгина, Е.Б. – М.: Аспект Пресс. 2002.
38. Петровский, А.В. Ярошевский М.Г. Психология. Словарь / Петровский, А.В. Ярошевский М.Г. - М.: Политиздат. 1990. - С. 194
39. Почепцов, Г.Г. Информационно-политические технологии / Почепцов Г.Г. – М.: Центр. 2003.
40. Почепцов, Г.Г. Имидж и выборы / Почепцов, Г.Г. - М.: Центр. 1997.
41. Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Почепцов, Г.Г. - М.: Рефл-бук. 2005.
42. Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшнз или как успешно управлять общественным мнением / Почепцов, Г.Г. – М.: Центр. 2004.

43. Ракитянский, Н.М. Теоритические аспекты политико-психологического анализа современного политического лидерства / Ракитянский Н.М. // Современная социальная психология: теоритические подходы и прикладные исследования. – 2012 - №1 – С. 54-63.
44. Семёнова, А.В., Корсунская, М.В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / Семёнова, А.В., Корсунская, М.В. - М.: Институт социологии РАН. 2010.
45. Смирнова, И.С. Образ лидера и политической элиты в прессе Великобритании / Смирнова, И.С. – СПб.: СПбГУ. 2006.
46. Соловнин, В.М. Об объективности исследования в контент-анализе / Соловнин, В.М. // Методологические и методические проблемы контент-анализа - 1973 - 1 т. - С.133-160.
47. Сорокина, О.Н. Образ как информационная модель современных СМИ / Сорокина, О.Н.– Красноярск: Научно-инновационный центр. 2011.
48. Суздальцева, В.Н. Деталь как имиджевый конструкт (образ власти в СМИ) / Суздальцева, В.Н. // Вестник Московского университета. Политические науки. – 2008 - №4 – С.25-33.
49. Трещенков, Е.Ю. Международный имидж России: состояние и перспективы / Трещенков, Е.Ю. // Новая политика России: взгляд в будущее: материалы межвузовской студенческой научной конференции (16-17 ноября 2007 г., Санкт-Петербург). / СПбГУ - СПб, 2008. - С.23-27.
50. Феофанов, О. А. Агрессия лжи / Феофанов, О. А.– М.: Политиздат. 1997.
51. Фромм, Э. Бегство от свободы / Фромм, Э. – М.: Центр. 1998.
52. Чистов, И.И. Теоретические подходы к изучению образа политической власти в СМИ / Чистов, И.И. // Вестник Московского университета. Политические науки. – 2008 - №3 – С.114-120.
53. Чумиков, А.Н., Бочаров, М.П. Связи с общественностью: теория и практика / Чумиков, А.Н., Бочаров, М.П. - М.: Дело АНХ. 2006.
54. Шалак, В.И. Современный контент-анализ: Приложения в области: политологии, психологии, социологии, культурологии, экономики, рекламы / Шалак, В.И. - М.: Омега-Л. 2004.
55. Ширин, С.С. Парадигмы исследования образа России на Украине / Ширин, С.С. // Вестник Санкт-Петербургского Университета. – 2008 – Сер.6 – Вып.1. – С. 78-85.
56. Юрий, М.Ф Политология / Юрий, М.Ф – Киев: Дакор. 2006.

57. Bawler, S., Farrell D.M. Electoral Strategies and Political Marketing / Bawler, S., Farrell D.M. – London: Palgrave Macmillan UK. 1992.
58. Boorstin, D.J. The Image: Or What Happed to the American Dream / Boorstin, D.J. – N.Y. :Athenium. 1962.
59. Boulding, K. The image. Knowledge in Life and Society / Boulding, K. – University of Michigan: Press. Ann Arbor. 1956.
60. Bruce, B. Images of Power: How the Image Makers Shape Our Leaders / Bruce, B. - London: Kogan Page. 1992.
61. Campbell, A. The American Voter / Campbell, A. Converse, P. Miller, E. Warren, E. Stokes. D. E. – N.Y.: Wiley. 1960.
62. Dowling, J. What Is a Brand Image? / J.Dowing // Advertising Quarterly. – 1964 - № 1 - P. 13-19.
63. Downs, A. An Economic Theory of Democracy / A. Downs. – N.Y.: Harper and Row. 1957.
64. Ducan, W. Political Communication Today / Ducan, W. - Manchester University Press. 1997.
65. Hseih, H.F, Shannon, S.E Three Approaches to Qualitative Content Analysis / Hseih, H.F, Shannon, S.E // Qualitative Health Research. – 2005 - №3 - P. 1277-1287.
66. Lippmann, W. Public Opinion / Lippmann, W. – N.Y.: Macmillan. 1992.
67. Lombard, M., Snyder-Duch, J., Campanella Bracken, C. Content Analysis in Mass Communication: Assessment and Reporting of Intercoder Reliability / Lombard, M., Snyder-Duch, J., Campanella Bracken, C. // Human Communication Research. – 2002 - Vol. 28 - P.587-604.
68. Richard, L. Public Relations / L. Richard // A practical guide to the winning of public office. – N.Y. :Athenium. 1960. – P. 265-276.
69. Riker, W.H. The Art of Political Manipulationon / Riker, W.H. – N.Y.:Athenium. 1986.
70. Wendy, M. Rahn A Social-Cognitive Model of Candidate Appraisal / Rahn Wendy, M. Aldrich John, H. Eugene, B. Sullivan Jhon, L. // Information and Democratic Processes. – Chicago: University of Illinois Press. – 1990 - P. 675-697.

Приложение

Таблица №1. Материалы CNN, отобранные для исследования.

№	Источник	Год публикации	Объем (количество слов)	Затронутые темы	Компонент политического образа	Оценка образа
1 ⁸⁵	CNN	2012	622	Китай, экономика	Основные	3
2 ⁸⁶	CNN	2012	817	демократия, отношения власти и народа, оппозиция	Основные	2
3 ⁸⁷	CNN	2013	2337	олимпиада в Сочи, ЛГБТ	Альтернативные	3
4 ⁸⁸	CNN	2013	532	кольцо американского Суперкубка	Альтернативные	2
5 ⁸⁹	CNN	2013	1084	оппозиция, российско-американские отношения, права человека	Основные	1
6 ⁹⁰	CNN	2013	777	экономика	Основные	3
7 ⁹¹	CNN	2013	282	военный сектор	Основные	3
8 ⁹²	CNN	2014	1033	Украина, Сирия, олимпиада в Сочи, ЛГБТ, российско-американские отношения	Основные	3
9 ⁹³	CNN	2014	800	Украина, экономика	Основные	2
10 ⁹⁴	CNN	2015	428	Украина, ЛГБТ, оппозиция, Иран	Основные	1
11 ⁹⁵	CNN	2015	333	санкции, Украина, отношения власти и народа	Основные	2

85[□]CNN.com: Russia and China to strengthen trade ties <<http://edition.cnn.com/2012/06/05/business/china-russia-economic-trade/index.html>> Accessed 27.03.2016.

86[□]CNN.com: Putin poised to retake Russian presidency <<http://edition.cnn.com/2012/03/04/world/europe/russia-election/index.html>> Accessed 27.03.2016.

87[□] CNN.com: Sochi 2014: Will social media foil Putin's grand Winter Olympics plan? <<http://edition.cnn.com/2013/09/19/sport/sochi-2014-winter-olympics-social-media/index.html>> Vladimir Putin's Accessed 27.03.2016.

88[□]CNN.com: Russian president: I did not steal Super Bowl ring <<http://edition.cnn.com/2013/06/16/world/europe/russia-putin-ring/index.html>> Accessed 27.03.2016.

89[□]CNN.com: Putin, a hypocrite on Snowden, Navalny <<http://edition.cnn.com/2013/07/19/opinion/ghitis-putin-snowden-navalny/index.html>> Accessed 27.03.2016.

90[□]CNN.com: Putin decree targets elite's foreign assets <<http://edition.cnn.com/2013/04/02/business/russia-putin-foreign-assets/index.html>> Accessed 27.03.2016.

91[□]CNN.com: Russia in largest war games since Soviet era <<http://edition.cnn.com/2013/07/16/world/asia/russia-war-games/index.html>> Accessed 27.03.2016.

92[□]CNN.com: Analysis: U.S. and Russia playing chess or blood sport? <<http://edition.cnn.com/2014/02/22/world/analysis-russia-united-states/index.html>> Accessed 27.03.2016.

93[□] CNN.com: View from Russia: How Putin shrugs off the slump <<http://edition.cnn.com/2014/12/05/opinion/putin-nekrassov/index.html>> Accessed 27.03.2016.

94[□] CNN.com: Biden blasts Putin, says U.S. debating sending weapons to Ukraine <<http://edition.cnn.com/2015/05/27/politics/biden-arms-ukraine-putin/index.html>> Accessed 27.03.2016.

95[□]CNN.com: Vladimir Putin on sanctions: They won't end soon <<http://edition.cnn.com/2015/04/16/europe/putin-qa/index.html>> Accessed 27.03.2016.

12 ⁹⁶	CNN	2015	511	демократия, отношения власти и народа, санкции, экономический кризис, Украина	Основные	2
13 ⁹⁷	CNN	2015	799	исчезновение Путина, хобби, военный сектор, личная жизнь, Украина, экономический кризис	Альтернативные	3
14 ⁹⁸	CNN	2015	673	НПО, военный сектор, Украина, российско-американские отношения, спорт	Основные, альтернативные	2
15 ⁹⁹	CNN	2015	481	Турция, Сирия	Основные	3
16 ¹⁰⁰	CNN	2015	1448	российско-американские отношения, хобби, Сирия, Украина	Основные	2
17 ¹⁰¹	CNN	2015	786	демократия, Северная Корея, российско-американские отношения, Украина	Основные	2
18 ¹⁰²	CNN	2015	1360	российско-американские отношения, права человека, военный сектор	Основные	1
19 ¹⁰³	CNN	2015	1113	санкции, экономика, отношения власти и народа, демократия	Основные	2
20 ¹⁰⁴	CNN	2015	1219	Сирия, терроризм, российско-американские отношения	Основные	2
21 ¹⁰⁵	CNN	2015	546	Украина	Альтернативные	2
22 ¹⁰⁶	CNN	2015	490	Украина	Основные	1
23 ¹⁰⁷	CNN	2016	341	спорт, Украина, Турция	Альтернативные	3
24	CNN	2016	1135	российско-американские	Основные	3

96[□] CNN.com: Vladimir Putin's Q&A session: A rare chance to question the President <<http://edition.cnn.com/2015/04/15/europe/russia-president-questions/index.html>> Accessed 27.03.2016.

97[□] CNN.com: Russia's Vladimir Putin makes first public appearance in 10 days <<http://edition.cnn.com/2015/03/16/world/russia-putin/index.html>> Accessed 27.03.2016.

98[□] CNN.com: Vladimir Putin's week of muscle-flexing <<http://edition.cnn.com/2015/05/29/europe/putin-week-muscle-flexing/index.html>> Accessed 27.03.2016.

99 CNN.com: Putin says Turkish downing of Russian plane was an 'enemy act' <<http://edition.cnn.com/2015/12/17/europe/putin-annual-press-conference/index.html>> Accessed 27.03.2016.

100 CNN.com: Donald Trump's bromance with Vladimir Putin <<http://edition.cnn.com/2015/12/18/politics/donald-trump-vladimir-putin-bromance/index.html>> Accessed 27.03.2016.

101 CNN.com: Why Putin's hosting Kim Jong Un <<http://edition.cnn.com/2015/03/20/politics/vladimir-putin-kim-jong-un-russia-north-korea/index.html>> Accessed 27.03.2016.

102 CNN.com: Putin becomes a political punching bag in White House race <<http://edition.cnn.com/2015/09/17/politics/repUBLICAN-debate-vladimir-putin-trump-fiorina/index.html>> Accessed 27.03.2016.

103 CNN.com: Russia's middle class: We don't blame Putin <<http://edition.cnn.com/2015/12/10/europe/russian-middle-class-putin/index.html>> Accessed 27.03.2016.

104 CNN.com: Russia launches first airstrikes in Syria <<http://edition.cnn.com/2015/09/30/politics/russia-syria-airstrikes-isis/index.html>> Accessed 27.03.2016.

105 CNN.com: Russia's Vladimir Putin takes dive in submersible, stirs up Ukrainian anger <<http://edition.cnn.com/2015/08/19/europe/russia-putin-crimea-dive/index.html>> Accessed 27.03.2016.

106 CNN.com: What does Russia's President Putin really want? <<http://edition.cnn.com/2015/02/11/world/chance-putin-analysis/index.html>> Accessed 27.03.2016.

4 ¹⁰⁸				отношения		
2						
5 ¹⁰⁹	CNN	2016	371	Сирия	Основные	2

Таблица №2. Материалы The FOX News, отобранные для исследования.

№	Источник	Год публикации	Объем (количество слов)	Затронутые темы	Компоненты политического имиджа	Оценка образа
1 ¹¹⁰	The FOX News	2001	223	российско-американские отношения	Основные	3
2 ¹¹¹	The FOX News	2001	456	российско-американские отношения, терроризм	Основные	5
3 ¹¹²	The FOX News	2003	518	Иран, Северная Корея, российско-американские отношения	Основные	3
4 ¹¹³	The FOX News	2004	93	отношения власти и народа	Основные	3
5 ¹¹⁴	The FOX News	2004	1182	терроризм	Основные	3
6 ¹¹⁵	The FOX	2004	1102	терроризм	Основные	4

107CNN.com: Vladimir Putin: 'Most polite President' T-shirt sparks fury at soccer game <<http://edition.cnn.com/2016/02/17/football/russian-footballer-putin-shirt/index.html>> Accessed 27.03.2016.

108CNN.com: The big stories for 2016 <<http://edition.cnn.com/2015/12/30/opinions/ghitis-2016-predictions/index.html>> Accessed 27.03.2016.

109CNN.com: Is Putin playing West for a fool in Syria? <<http://edition.cnn.com/2016/02/12/europe/syria-putin-analysis/index.html>> Accessed 27.03.2016.

110FOX NEWS.com: U.S.-Russia Move Closer to Missile Defense Plans <<http://www.foxnews.com/story/2001/11/05/us-russia-move-closer-to-missile-defense-plans.html>> Accessed 01.04.2016

111FOX NEWS.com: Putin Talks to Bush for an Hour About Terrorism, Meets Security Chiefs <<http://www.foxnews.com/story/2001/09/22/putin-talks-to-bush-for-hour-about-terrorism-meets-security-chiefs.html>> Accessed 01.04.2016.

112FOX NEWS.com: Putin: Iran Will Accept Oversight of Nuclear Program <<http://www.foxnews.com/story/2003/06/20/putin-iran-will-accept-oversight-nuclear-program.html>> Accessed 01.04.2016.

113FOX NEWS.com: Putin Wins Second Term in Russian Election <<http://www.foxnews.com/story/2004/03/14/putin-wins-second-term-in-russian-election.html>> Accessed 01.04.2016.

114FOX NEWS.com: Putin: Russia Preparing Action Against Terrorists <<http://www.foxnews.com/story/2004/09/17/putin-russia-preparing-action-against-terrorists.html>> Accessed 01.04.2016.

	News					
7 ¹¹⁶	The FOX News	2005	221	российско-американские отношения	Основные	3
8 ¹¹⁷	The FOX News	2005	544	экономика, отношения власти и народа	Основные	3
9 ¹¹⁸	The FOX News	2005	1068	российско-израильские отношения, Иран, Сирия	Основные	3
10 ¹¹⁹	The FOX News	2005	1288	Ирак, демократия, российско-американские отношения	Основные	3
11 ¹²⁰	The FOX News	2006	940	отношения власти и народа, права человека, российско-американские отношения	Основные	2
12 ¹²¹	The FOX News	2006	364	отношения власти и народа	Основные	3
13 ¹²²	The FOX News	2007	761	Иран, отношения власти и народа,	Основные	2
14 ¹²³	The FOX	2007	807	российско-американские отношения	Основные	2

115FOX NEWS.com: Putin Vows No More Weakness on Terror <<http://www.foxnews.com/story/2004/09/04/putin-vows-no-more-weakness-on-terror.html>> Accessed 01.04.2016.

116FOX NEWS.com: Bush, Putin Discuss U.N. Reforms <<http://www.foxnews.com/story/2005/06/15/bush-putin-discuss-un-reforms.html>> Accessed 01.04.2016.

117FOX NEWS.com: Putin Orders Pension Hike Amid Protests <<http://www.foxnews.com/story/2005/01/17/putin-orders-pension-hike-amid-protests.html>> Accessed 01.04.2016.

118FOX NEWS.com: Putin Defends Russian Aid to Syria, Iran <<http://www.foxnews.com/story/2005/04/28/putin-defends-russian-aid-to-syria-iran.html>> Accessed 01.04.2016.

119FOX NEWS.com: Playing Politics With Russian President Vladimir Putin <<http://www.foxnews.com/story/2005/05/10/playing-politics-with-russian-president-vladimir-putin.html>> Accessed 01.04.2016.

120FOX NEWS.com: Cheney: Russia's Putin Restricts Rights <<http://www.foxnews.com/story/2006/05/04/cheney-russia-putin-restricts-rights.html>> Accessed 01.04.2016.

121FOX NEWS.com: Putin Calls for End to Country's Drastic Population Decline <<http://www.foxnews.com/story/2006/05/10/putin-calls-for-end-to-country-drastic-population-decline.html>> Accessed 01.04.2016.

122FOX NEWS.com: Russian President Vladimir Putin Intends to Become Prime Minister <<http://www.foxnews.com/story/2007/10/19/russian-president-vladimir-putin-intends-to-become-prime-minister.html>> Accessed 01.04.2016.

123FOX NEWS.com: Putin Accuses U.S. of Sparking New Nuclear Arms Race <<http://www.foxnews.com/story/2007/02/11/putin-accuses-us-sparking-new-nuclear-arms-race.html>> Accessed 01.04.2016.

	News					
15 ¹²⁴	The FOX News	2007	914	российско-американские отношения, отношения власти и народа	Основные	2
16 ¹²⁵	The FOX News	2007	122	хобби, внешний вид	Альтернативные	3
17 ¹²⁶	The FOX News	2007	498	военный сектор	Основные	3
18 ¹²⁷	The FOX News	2013	129	Иран	Основные	3
19 ¹²⁸	The FOX News	2014	338	российско-американские отношения	Основные	2
20 ¹²⁹	The FOX News	2014	2539	Украина, российско-американские отношения	Основные	3
21 ¹³⁰	The FOX News	2015	289	российско-американские отношения, военный сектор	Основные	2
22 ¹³¹	The FOX	2015	377	российско-американские отношения, терроризм, Украина,	Основные	2

126 FOX NEWS.com: Putin: Russia Nuke Force Ready for Any Attack <<http://www.foxnews.com/story/2007/11/20/putin-russia-uke-force-ready-for-any-attack.html>> Accessed 01.04.2016.

125 FOX NEWS.com: Vladimir Putin Strips for Fishing Trip With Prince Albert <<http://www.foxnews.com/story/2007/08/15/vladimir-putin-strips-for-fishing-trip-with-prince-albert.html>> Accessed 01.04.2016.

124 FOX NEWS.com: Putin Accuses West of Meddling in Russia <<http://www.foxnews.com/story/2007/11/21/putin-accuses-west-meddling-in-russia.html>> Accessed 01.04.2016.

127 FOX NEWS.com: Putin says there is a "real chance" to negotiate an end to Iranian nuclear standoff <<http://www.foxnews.com/world/2013/11/18/putin-says-there-is-real-chance-to-negotiate-end-to-iranian-nuclear-standoff.html>> Accessed 01.04.2016.

128 FOX NEWS.com: McCain says Putin has no respect for Obama <<http://www.foxnews.com/world/2014/03/04/mccain-says-putin-simply-does-not-respect-president-obama.html>> Accessed 01.04.2016.

129 FOX NEWS.com: In Ukraine: Game, set and match for Putin <<http://www.foxnews.com/politics/2014/03/20/in-ukraine-game-set-and-match-for-putin.html>> Accessed 01.04.2016.

130 FOX NEWS.com: Take that: Putin says Russia will build weapons capable of piercing US missile shield <<http://www.foxnews.com/world/2015/11/10/take-that-putin-says-russia-will-build-weapons-capable-piercing-us-missile.html>> Accessed 01.04.2016.

131 FOX NEWS.com: Obama huddles with Putin, backs France's pursuit of deadly terrorists, on sidelines of G-20 summit <<http://www.foxnews.com/politics/2015/11/15/obama-putin-huddle-on-sidelines-g-20-summit.html>> Accessed 01.04.2016.

	News			Сирия		
23 ¹³²	The FOX News	2015	958	внешний вид	Альтернативные	3
24 ¹³³	The FOX News	2015	502	Украина, Сирия, российско-американские отношения, экономика	Основные	3
25 ¹³⁴	The FOX News	2016	207	спорт	Альтернативные	3

Таблица №3. Материалы The New York Times, отобранные для исследования.

№	Источник	Год публикации	Объем (количество слов)	Затронутые темы	Компоненты политического имиджа	Оценка образа
1 ¹³⁵	The New York Times	2000	1164	спорт, Чечня, экономика, коррупция, демократия, военный сектор	Основные	3
2 ¹³⁶	The New York Times	2000	780	биография, Чечня	Основные	2
3 ¹³⁷	The New York Times	2001	1110	терроризм, российско-американские отношения, военный сектор	Основные	5

132FOX NEWS.com: It ain't got that swing: Putin's unusual walk shaped by KGB <<http://www.foxnews.com/science/2015/12/15/it-aint-got-that-swing-putins-unusual-walk-shaped-by-kgb.html>> Accessed 01.04.2016.

133FOX NEWS.com: Surprise, surprise, Russia is a world power again <<http://www.foxnews.com/opinion/2015/09/28/surprise-surprise-russia-is-world-power-again.html>> Accessed 01.04.2016.

134FOX NEWS.com: Putin shows off by throwing members of Russia's judo team to the ground <<http://www.foxnews.com/world/2016/01/08/putin-shows-off-by-throwing-members-russias-judo-team-to-ground.html>> Accessed 01.04.2016.

135International New York Times: THE WORLD; Now, After the Battles, The Real Tests for Putin <<http://www.nytimes.com/2000/03/26/weekinreview/the-world-now-after-the-battles-the-real-tests-for-putin.html>> Accessed: 03.04.2016.

136International New York Times: The Putin Puzzle <<http://www.nytimes.com/2000/03/26/opinion/the-putin-puzzle.html>> Accessed: 03.04.2016.

137International New York Times: THE BUSH-PUTIN SUMMIT: In 2 Leaders' Words: Cordial Discord. <<http://www.nytimes.com/2001/11/16/world/the-bush-putin-summit-in-2-leaders-words-cordial-discord.html>> Accessed 03.04.2016.

4 ¹³⁸	The New York Times	2001	430	военный сектор, российско-американские отношения	Основные	3
5 ¹³⁹	The New York Times	2003	443	российско-американские отношения, экономика, Иран, оппозиция	Основные	2
6 ¹⁴⁰	The New York Times	2005	1623	демократия, российско-американские отношения, Иран, экономика, оппозиция	Основные	2
7 ¹⁴¹	The New York Times	2005	979	фамилия	Альтернативные	3
8 ¹⁴²	The New York Times	2007	111	российско-американские отношения, оппозиция	Основные	3
9 ¹⁴³	The New York Times	2012	1156	личная жизнь	Альтернативные	3
10 ¹⁴⁴	The New York Times	2012	869	оппозиция, отношения власти и народа	Основные	4
11 ¹⁴⁵	The	2012	822	оппозиция, права человека	Основные	3

138International New York Times: Putin Dismisses U.S. Reports That Russia Shipped Nuclear Weapons for Baltic Fleet <<http://www.nytimes.com/2001/01/07/world/putin-dismisses-us-reports-that-russia-shipped-nuclear-weapons-for-baltic-fleet.html>> Accessed 03.04.2016.

139International New York Times: Keeping Vladimir Putin on Track <<http://www.nytimes.com/2003/06/26/opinion/26THU2.html>> Accessed 03.04.2016.

140International New York Times: Bush and Putin Exhibit Tension Over Democracy <<http://www.nytimes.com/2005/02/25/world/europe/bush-and-putin-exhibit-tension-over-democracy.html>> Accessed 03.04.2016.

141International New York Times: Putin/Poutine <<http://www.nytimes.com/2005/04/03/magazine/putinpoutine.html?mtrref=www.google.ru&gwh=E6ACC23370C284C4E9902CCB603C1517&gwt=pay>> Accessed 03.04.2016.

142International New York Times: Putin and the Victim <<http://www.nytimes.com/2007/07/04/opinion/04putin.html>> Accessed 03.04.2016.

143International New York Times: In the Spotlight of Power, Putin Keeps His Private Life Veiled in Shadows <<http://www.nytimes.com/2012/05/06/world/europe/preparing-return-to-presidency-putin-keeps-his-private-life-off-limits.html>> Accessed 03.04.2016.

144International New York Times: Putin? Oh, What a Surprise! <<http://www.nytimes.com/2011/09/27/opinion/27iht-ederofeyev27.html?mtrref=www.google.ru&gwh=62FECA28A736DC7DF18EAEAF1D165566&gwt=pay&assetType=opinion>> Accessed 03.04.2016.

145International New York Times: Please Hold for Mr. Putin <<http://www.nytimes.com/2012/09/22/opinion/please-hold-for-mr-putin.html>> Accessed 03.04.2016.

	New York Times					
12 ¹⁴⁶	The New York Times	2012	799	Сирия, российско-американские отношения	Основные	3
13 ¹⁴⁷	The New York Times	2013	443	права человека, оппозиция	Основные	1
14 ¹⁴⁸	The New York Times	2013	363	оппозиция	Основные	1
15 ¹⁴⁹	The New York Times	2014	900	Украина	Основные	3
16 ¹⁵⁰	The New York Times	2014	591	российско-американские отношения	Основные	3
17 ¹⁵¹	The New York Times	2015	1296	Сирия, российско-американские отношения, оппозиция, Украина	Основные	3
18 ¹⁵²	The New York Times	2015	1219	Сирия, Украина, биография, демократия	Основные, альтернативные	3
19 ¹⁵³	The New	2015	1053	биография, спорт, экономический кризис	Основные, альтернатив	1

146International New York Times: Leaning on Putin. <<http://www.nytimes.com/2012/06/16/opinion/leaning-on-putin.html>> Accessed 03.04.2016.

147International New York Times: Mr. Putin's War on Gays. <<http://www.nytimes.com/2013/07/28/opinion/sunday/mr-putins-war-on-gays.html>> Accessed 03.04.2016.

148International New York Times: Mr. Putin Tries to Crush Another Rival <<http://www.nytimes.com/2013/07/19/opinion/mr-putin-tries-to-crush-another-rival.html>> Accessed 03.04.2016.

149International New York Times: What Putin Really Wants <<http://www.nytimes.com/2014/03/05/opinion/what-putin-really-wants.html>> Accessed 03.04.2016.

150International New York Times: Dealing With Russia Under Putin <<http://www.nytimes.com/2014/03/26/opinion/dealing-with-russia-under-putin.html>> Accessed 03.04.2016.

151International New York Times: The Myth of Putin's Strategic Genius <<http://www.nytimes.com/2015/10/23/opinion/the-myth-of-putins-strategic-genius.html>> Accessed 03.04.2016.

152International New York Times: 'The New Tsar: The Rise and Reign of Vladimir Putin,' by Steven Lee Myers <http://www.nytimes.com/2015/11/08/books/review/the-new-tsar-the-rise-and-reign-of-vladimir-putin-by-steven-lee-myers.html?_r=2> Accessed 03.04.2016.

153International New York Times: Putin's Credo: Never Let Them See You Sweat <<http://www.nytimes.com/2015/09/27/sunday-review/putins-credo-never-let-them-see-you-sweat.html>> Accessed 03.04.2016.

	York Times				ные	
20 ¹⁵⁴	The New York Times	2015	1030	Сирия, Украина, права человека, терроризм	Основные	2
21 ¹⁵⁵	The New York Times	2015	859	российско-американские отношения	Основные, альтернативные	3
22 ¹⁵⁶	The New York Times	2016	891	Сирия, Украина, экономический кризис, санкции	Основные	1
23 ¹⁵⁷	The New York Times	2016	850	коррупция, оппозиция	Основные	2
24 ¹⁵⁸	The New York Times	2016	314	оппозиция	Основные	1
25 ¹⁵⁹	The New York Times	2016	227	Сирия, российско-американские отношения	Основные	3

Таблица №4. Материалы The Washington Post, отобранные для исследования.

№	Источник	Год публикации	Объем (количество слов)	Затронутые темы	Компоненты политического имиджа	Оценка образа
1 ¹⁶⁰	The	2012	579	отношения власти и народа	Основные	3

154International New York Times: Vladimir Putin's Guide to World History <<http://www.nytimes.com/2015/10/01/opinion/masha-gessen-vladimir-putins-guide-to-world-history.html>> Accessed 03.04.2016.

155International New York Times: Vladimir Putin's Quotes: A Collection for the Discerning Russian Official <<http://www.nytimes.com/2015/12/30/world/europe/russian-officials-get-a-gift-from-the-kremlin-a-book-of-putin-quotes.html>> Accessed 03.04.2016.

156International New York Times: Questions Linger Over Russia's Endgame in Syria, Ukraine and Europe <<http://www.nytimes.com/2016/02/24/world/europe/russia-endgame-syria-ukraine-europe.html>> Accessed 03.04.2016.

157International New York Times: Putin's Year in Scandals <<http://www.nytimes.com/2016/01/06/opinion/putins-year-in-scandals.html>> Accessed 03.04.2016.

158International New York Times: Assassination of Putin Critic Remembered in Moscow <http://www.nytimes.com/2016/02/28/world/europe/assassination-of-putin-critic-remembered-in-moscow.html?_r=0> Accessed 03.04.2016.

159International New York Times: Putin Doesn't Rule Out Asylum in Moscow for Syria's Assad <<http://www.nytimes.com/2016/01/13/world/europe/putin-doesnt-rule-out-asylum-in-moscow-for-syrias-assad.html>> Accessed 03.04.2016.

	Washing ton Post					
2 ¹⁶¹	The Washi ngton Post	2013	1005	оппозиция, права человека, российско-американские отношения	Основные	3
3 ¹⁶²	The Washi ngton Post	2014	893	Украина, санкции, российско- американские отношения	Основные	2
4 ¹⁶³	The Washi ngton Post	2014	1425	отношения власти и народа, Украина, экономика, олимпиада в Сочи	Основные	3
5 ¹⁶⁴	The Washi ngton Post	2015	824	Сирия, Чечня, оппозиция	Основные	1
6 ¹⁶⁵	The Washi ngton Post	2015	1647	демократия, отношения власти и народа, оппозиция	Основные	1
7 ¹⁶⁶	Washi ngton Post	2015	460	НПО	Основные	2
8 ¹⁶⁷	The Washi ngton	2015	1252	российско-американские отношения, Украина, Сирия	Основные	2

160[□] The Washington Post: Putin's pledges in state-of-nation speech draw skepticism from critics <https://www.washingtonpost.com/world/europe/putin-pledges-in-state-of-nation-speech-draw-skepticism-from-critics/2012/12/12/857a9b9e-446b-11e2-8061-253bccfc7532_story.html> Accessed 07.04.2016.

161[□] The Washington Post: Putin engages critics at forum in Russia but steers clear of concessions <https://www.washingtonpost.com/world/europe/vladimir-putin-engages-critics-at-forum-in-russia-but-steers-clear-of-concessions/2013/09/19/4beb8910-2156-11e3-a358-1144dee636dd_story.html> Accessed 07.04.2016.

162[□] The Washington Post: Garry Kasparov: It's time to stop Putin <https://www.washingtonpost.com/opinions/garry-kasparov-its-time-to-stop-putin/2014/03/20/cf79d73e-b042-11e3-95e8-39bef8e9a48b_story.html> Accessed 07.04.2016.

163[□] The Washington Post: Putin was supposed to have the best year ever. It turned out to be the worst. <<https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2014/12/22/putin-was-supposed-to-have-the-best-year-ever-it-turned-out-to-be-the-worst/>> Accessed 07.04.2016.

164[□] The Washington Post: Putin's model of success <https://www.washingtonpost.com/opinions/putins-model-of-success/2015/10/11/4cb3a592-6dcd-11e5-aa5b-f78a98956699_story.html> Accessed 07.04.2016.

165[□] The Washington Post: Chess master Garry Kasparov equates Putin with Don Corleone <https://www.washingtonpost.com/opinions/chess-master-garry-kasparov-equates-putin-with-don-corleone/2015/12/18/79064a58-8c7e-11e5-baf4-bdf37355da0c_story.html> Accessed 07.04.2016.

166[□] The Washington Post: Vladimir Putin is suffocating his own nation <https://www.washingtonpost.com/opinions/vladimir-putin-is-suffocating-his-own-nation/2015/07/28/3b27ae8e-3562-11e5-adf6-7227f3b7b338_story.html> Accessed 07.04.2016.

167[□] The Washington Post: On Putin, the GOP presidential candidates' tough talk is empty rhetoric <<https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2015/09/30/on-putin-the-gop-presidential-candidates-tough-talk-is-empty-rhetoric/>> Accessed 07.04.2016.

	Post					
9 ¹⁶⁸	The Washington Post	2015	1539	Сирия	Основные	2
10 ¹⁶⁹	The Washington Post	2015	1248	Сирия, российско-американские отношения, терроризм, санкции, олимпийские игры в Сочи	Основные	3
11 ¹⁷⁰	The Washington Post	2015	1079	оппозиция, биография, Украина	Основные, альтернативные	3
12 ¹⁷¹	The Washington Post	2015	321	Сирия	Основные	3
13 ¹⁷²	The Washington Post	2015	812	исчезновение Путина, отношения власти и народа	Основные	3
14 ¹⁷³	The Washington Post	2015	996	российско-американские отношения, Украина, отношения власти и народа, Сирия, Турция, экономика, личная жизнь	Основные, альтернативные	3
15 ¹⁷⁴	The Washington Post	2015	552	Турция, Сирия, экономика, санкции	Основные	3

168The Washington Post: When he bombs Syria, Putin is sending these four messages to the world <<https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2015/10/21/when-he-bombs-syria-putin-is-sending-these-four-messages-to-the-world/>> Accessed: 07.04.2016.

169The Washington Post: Live from New York: It's Putin Speech Bingo <<https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2015/09/28/live-from-new-york-its-putin-speech-bingo/>> Accessed 07.04.2016.

170The Washington Post: We keep trying to understand Putin. Why do we keep getting him wrong? <<https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2015/02/12/we-keep-trying-to-understand-putin-why-do-we-keep-getting-him-wrong/>> Accessed 07.04.2016.

171The Washington Post: Vladimir Putin celebrates his birthday by scoring goals, firing missiles <<https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2015/10/07/vladimir-putin-celebrates-his-birthday-by-scoring-goals-firing-missiles/>> Accessed 07.04.2016.

172The Washington Post: Putin surfaces after mysterious 10-day absence <https://www.washingtonpost.com/world/europe/putin-makes-first-public-appearance-since-march-5/2015/03/16/6088ab20-cbcb-11e4-8c54-ffb5ba6f2f69_story.html> Accessed 07.04.2016.

173The Washington Post: Putin says Trump is 'absolute leader' in U.S. presidential race <https://www.washingtonpost.com/world/putin-no-major-gaps-with-washington-over-efforts-to-end-syria-conflict/2015/12/17/a178255e-a431-11e5-8318-bd8caed8c588_story.html> Accessed 07.04.2016.

174The Washington Post: Putin threatens Turkey for shooting down Russian warplane <https://www.washingtonpost.com/world/putin-issues-sharp-threats-to-turkey-for-downing-of-russian-warplane/2015/12/03/e6be85ae-9919-11e5-aca6-1ae3be6f06d2_story.html> Accessed: 07.04.2016.

16 ¹⁷⁵	The Washington Post	2015	636	Сирия, российско-американские отношения, Украина	Основные	3
17 ¹⁷⁶	The Washington Post	2015	1229	исчезновение Путина, личная жизнь, Украина, экономика, оппозиция	Основные, альтернативные	3
18 ¹⁷⁷	The Washington Post	2015	636	российско-американские отношения	Основные	4
19 ¹⁷⁸	The Washington Post	2016	859	оппозиция	Основные	1
20 ¹⁷⁹	The Washington Post	2016	499	демократия, права человека, оппозиция	Основные	1
21 ¹⁸⁰	The Washington Post	2016	1461	биография, отношения власти и народа, санкции	Основные, альтернативные	2
22 ¹⁸¹	The Washington Post	2016	547	Сирия, российско-американские отношения, Украина	Основные	2
23 ¹⁸²	The	2016	1671	отношения власти и народа,	Основные	2

175The Washington Post: Putin chides the West for fostering violence in the Middle East <https://www.washingtonpost.com/world/national-security/putin-chides-the-west-for-fostering-violence-in-the-middle-east/2015/09/28/5d7cc3ea-6602-11e5-9ef3-fde182507eac_story.html> Accessed: 07.04.2016.

176The Washington Post: This is why it's impossible for the Kremlin to lie about Putin's weird disappearance <<https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2015/03/14/this-is-why-its-impossible-for-the-kremlin-to-lie-about-putins-weird-disappearance/>> Accessed: 07.04.2016.

177The Washington Post: Donald Trump, Vladimir Putin and a budding international bromance <<https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2015/12/17/donald-trump-vladimir-putin-and-a-budding-international-bromance/>> Accessed 07.04.2016.

178The Washington Post: Russia's democratic opposition faces increasing threats <https://www.washingtonpost.com/opinions/russias-democratic-opposition-faces-increasing-threats/2016/02/26/918bab58-dbf8-11e5-891a-4ed04f4213e8_story.html> Accessed 07.04.2016.

179The Washington Post: Putin's most aggressive attack dog is unleashed <https://www.washingtonpost.com/opinions/we-will-not-be-stingy-with-injections-mr-putins-attack-dog-promises-critics/2016/01/21/ad483a2e-bfc8-11e5-bcda-62a36b394160_story.html> Accessed 07.04.2016.

180The Washington Post: The death of a former KGB operative is a reminder of Vladimir Putin's past life as a spy <<https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2016/01/23/the-death-of-a-former-kgb-operative-is-a-reminder-of-vladimir-putins-past-life-as-a-spy/>> Accessed 07.04.2016.

181The Washington Post: Mr. Putin continues to call the shots in Syria <https://www.washingtonpost.com/opinions/mr-putin-continues-to-call-the-shots-in-syria/2016/02/25/8caf61f4-dbd2-11e5-925f-1d10062cc82d_story.html> Accessed 07.04.2016.

182The Washington Post: Is Putin about to face a 'colored revolution'? <<https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/02/10/is-putin-about-to-face-a-colored-revolution/>>

	Washing ton Post			экономика, санкции, оппозиция		
24 ¹⁸³	The Washing ton Post	2016	900	российско-американские отношения	Основные	2
25 ¹⁸⁴	The Washing ton Post	2016	523	Украина, санкции, экономика,	Основные	3

Accessed 07.04.2016.

183The Washington Post: Putin's anti-Obama propaganda is ugly and desperate
<https://www.washingtonpost.com/opinions/putins-anti-obama-propaganda-is-ugly-and-desperate/2016/01/04/57647c48-b0c4-11e5-b820-eea4d64be2a1_story.html> Accessed 07.04.2016.

184The Washington Post: Is Mr. Putin serious about making peace in Ukraine?
<https://www.washingtonpost.com/opinions/is-mr-putin-serious-about-making-peace-in-ukraine/2016/02/05/23fcf56-c532-11e5-8965-0607e0e265ce_story.html> Accessed 07.04.2016.