

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
( Н И У « Б е л Г У » )

ИНСТИТУТ ОБЩЕСТВЕННЫХ НАУК И МАССОВЫХ  
КОММУНИКАЦИЙ

КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ

**МЕДИАОБРАЗ В.В. ПУТИНА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ В ПЕРИОД  
ДЕЙСТВИЯ САНКЦИЙ ПРОТИВ РОССИИ (2014 - 2018 гг.)**

Выпускная квалификационная работа  
обучающегося по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика  
заочной формы обучения, группы 10001455  
Мирошниченко Юлии Эдуардовны

Научный руководитель:  
канд. филол. наук, доцент  
кафедры  
журналистики  
В.Ю. Меринов

БЕЛГОРОД 2019

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Введение.....</b>   | <b>3</b>  |
| <b>Глава I Медиаобраз персоны в печатных периодических изданиях:<br/>понятие и способы создания.....</b> | <b>6</b>  |
| 1.1 Понятие и структура медиаобраза.....   | 6         |
| 1.2 Методология исследования медиаобраза.....  | 10        |
| 1.3 Роль СМИ в создании медиаобраза. Методы и специфика<br>создания.....                                 | 16        |
| Вывод к главе I.....   | 21        |
| <b>Глава II Медиаобраз В.В. Путина на страницах англоязычных<br/>СМИ.....</b>                            | <b>22</b> |
| 2.1 Медиаобраз В.В. Путина с негативными<br>характеристиками.....  | 24        |
| 2.2 Медиаобраз В.В. Путина с нейтральными<br>характеристиками.....                                       | 41        |
| 2.3 Медиаобраз В. Путина с положительными характеристиками<br>.....                                      | 43        |
| Вывод к главе II.....  | 45        |
| Заключение.....  | 47        |
| Список использованной литературы.....  | 49        |
| Список использованных источников.....  | 52        |

## ВВЕДЕНИЕ

Данная работа посвящена исследованию медиаобраза В.В. Путина в текстах англоязычных СМИ в период действия санкций против России за 2014-2018 года.

**Актуальность исследования** обусловлена ростом интереса СМИ к личности В.В. Путина как главе государства, которое занимает одну из лидирующих позиций на мировой арене. В нашей работе рассматриваются основные черты общей картины медиаобраза Владимира Путина в период действий санкций после 2014 года.

С помощью СМИ создаются актуальные медиаобразы политических деятелей, которые в настоящее время приобретают особое значение. В медиатекстах большое внимание уделяется деятельности глав государств, внутренней и внешней политики стран. Понятие медиаобраза государства и его лидера в современном мире особенно актуально.

Распространение информации «призвано» способствовать оценке окружающего мира, определенным образом воздействуя на общественное сознание и моделируя соответствующую картину мира. Таким образом, важно проследить, какой образ Владимира Путина прослеживается на страницах зарубежных СМИ, где мы можем наблюдать характеристики его деятельности как президента Российской Федерации.

**Объектом исследования** являются материалы и публикации англоязычных СМИ в период действия санкций против России за 2014 – 2018 года.

**Предметом изучения** в настоящей работе выступает медиаобраз российского политика В.В. Путина в англоязычных медиатекстах.

**Цель** данной работы заключается в выявлении динамики медиаобраза президента РФ В.В. Путина в американских и британских СМИ.

Для достижения данной цели были поставлены следующие **задачи**:

1. Определить понятие и структуру медиаобраза;

2. Проанализировать методологию исследования медиаобраза;
3. Определить роль СМИ в создании медиаобраза, а также методы и специфику создания;
4. Выявить положительные, нейтральные и негативные характеристики медиаобраза В.В. Путина в англоязычных СМИ в период действий санкций против России за 2014-2018 года.

Для достижения поставленной цели в работе использовались традиционные **методы исследования**: контекстуальный анализ, дискурсивный анализ, стилистический анализ, лингвистический анализ, методика описания медиаобраза, элементы социокультурного описания.

С точки зрения понятия и формирования медиаобраза, была рассмотрена работа Т.Н. Галинской, Е.Н. Богдан, Л.В. Хочунской. Изучена работа А.П. Короченского, а также рассмотрена ряд научных публикаций И.А. Балалуевой, Е.Л. Вартановой. В качестве теоретической базы были использованы работы М.Ю. Кондратьева, объясняющие понятие «имидж» с психологической точки зрения.

Источниками эмпирического материала данного исследования выступают публикации из интернет-версий американских и британских СМИ за 2014-2018 года, в которых упоминается имя российского политика В.В. Путина. В основу анализа были положены публикации англоязычных изданий и массмедийных корпораций: британский англоязычный еженедельный журнал новостной направленности “The Economist”, авторитетная британская общенациональная общественная телерадиовещательная организация “BBC News”, популярная ежедневная новостная газета города Нью-Йорк “Daily News”, американская международная общественная радиокomпания “Voice of America”. Данные издания были выбраны по критериям важности, популярности и разнообразия тематики публикаций.

Хронологические рамки исследования в данной работе рассматриваются и сравниваются за период действия санкций против России в период 2014-2018 года.

Структура работы определена целями и задачами, и включает Введение, две главы (теоретическую и практическую), Заключение, Список использованной литературы, Список использованных источников.

Во введении аргументируется актуальность выбора темы и исследования, составляются цели и задачи, излагаются методы исследования.

Первая глава настоящей работы посвящена рассмотрению понятия медиаобраза, его структуре и функциям.

Во второй главе характеризуется медиаобраз российского политика В.В. Путина в англоязычных медиатекстах, а также способы формирования актуального образа, количественный и качественный контент-анализ эмпирической базы англоязычной прессы.

В заключении приводятся результаты проведенного исследования, приводятся перспективы дальнейшего изучения данной области.

Практическая значимость исследования заключается в использовании результатов исследования для подготовки журналистов, специалистов в области массовых коммуникаций, политической рекламы, а также в вузовских курсах по стилистике английского языка, межкультурной коммуникации, политическому дискурсу и медийному дискурсу, при изучении английского языка как иностранного.

# **Глава I. Медиаобраз персоны в печатных периодических изданиях: понятие и способы создания**

## **1.1 Понятие и структура медиаобраза**

Средства массовой информации, появившись вначале как технические способы фиксации, трансляции, консервации, тиражирования информации и художественной продукции, очень скоро превратились в мощнейшее средство воздействия на массовое сознание. Благодаря сети Интернет СМИ – телевидение, радио, пресса – в последнее время становятся единственным источником информации для подавляющего большинства, поэтому их роль в формировании образа реальной действительности неуклонно растет. Сегодня уже нет сомнений, что масс-медиа действительно оказывают влияние на мнения и настроения в обществе. В связи с этим появилась объективная необходимость в изучении сущности медийного образа как феномена, порожденного СМИ (Галинская, 2013: 91).

Справедливо мнение Т.Г. Добросклонской, что «механизм функционирования СМИ предполагает не только отражение окружающей действительности, но также ее интерпретацию, оценку, комментарий, способствующие созданию определенного идеологического фона». (Добросклонская, 2008: 264).

Интерпретация медиасобытия чрезвычайно важна, потому что именно под воздействием СМИ могут совершаться различные представления о событиях и процессах. При рассмотрении актуальности такого рода воздействий, важно упомянуть понятие «реципиент», то есть тот, кто воспринимает различные виды медийной продукции: телевиденье, радио, интернет и печатные СМИ (Черкасова, 2010: 250).

В данной ситуации реципиент – это ключевое звено, на которое направлено воздействие образа, ориентируюсь на субъективную оценку.

Такую оценку реципиент дает исходя из своего мировоззрения, образования и других факторов. Это также зависит от политической обстановки, уровня культурного образования, традиций страны и от степени вовлечения в социальную жизнь. В свою очередь реципиент получает некую информацию об объекте от другого субъекта коммуникации, при помощи прямого или косвенного воздействия.

Это имеет отражение в субъектно-объектных отношениях СМИ и аудитории. Проблема заключается в том, что современные СМИ теперь не только удовлетворяют информационные потребности аудитории, но и формируют целостную картину мира с адекватными человеческими ценностями. Человеку важно понимать в каком мире он живет, в каких социальных условиях, что имеет место быть, чтобы правильно выстроить свою жизнь, развиваясь и опираясь на базовые ценности, и быть уверенным, что эти ценности исповедует социальное большинство.

Сегодня функции СМИ потерпели изменения, где главным для них является не сообщение событий, а их комментирование, то есть интерпретация событий. Таким образом, в медиатексте запускается механизм создания медиобраза заданного содержания с целью воздействия на подсознание адресата.

Для того чтобы раскрыть понятие «медиаобраз» следует обратиться к понятию «образ». В литературной энциклопедии мы нашли следующее определение образа: «Образ – форма классового отражения действительности, которая, во-первых, отражает общественные отношения через показ человека в его связи с обществом и природой; во-вторых, отражает эти отношения обобщенно, типизируя, что в частности приводит к художественному вымыслу; в-третьих, дает это обобщенное отражение общественных отношений в чувственных очертаниях, индивидуализировано» (Литературная энциклопедия, 1929-1939: 87).

В психологических словарях можно найти и такое определение образа: «Образ – субъективная картина мира или его фрагментов, включающая

самого субъекта, других людей, пространственное окружение и временную последовательность событий» (Леонтьев, 1986: 133).

Учитывая специфику публицистического дискурса, необходимо подчеркнуть, что образы, создаваемые журналистами, становятся максимально приближенными к реальным. В соответствии с этим, понятие образ можно трактовать как восприятие и отражение фактов и явлений в мире, включающее инициальное отношение к данным явлениям. Важное свойство образа заключается в отражении картины мира, где образ – это некая модель действительности (Макарова, 2011: 243).

Из этого следует, что мир вокруг нас мы воспринимаем посредством образов. В этом случае важно, что восприятие субъективно. Образы на уровне мышления представляются как понятия, суждения и умозаключения. Образ необходимо рассматривать только в контексте. СМИ являются ключевым фактором формирования образа социального мира в медиапространстве.

Исходя из этого, следует рассмотреть второй компонент понятия «медиаобраза» – имидж. В социологии под имиджем подразумевается «целостный, качественно определенный образ данного 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» (Кондратьев, 2007: <http://slovari.yandex.ru>).

Современная наука выделяет несколько возможных вариантов имиджа, которые присущи функциональному подходу: зеркальный (представление о себе, которое имеет положительные характеристики и имеет минимальное воздействие со стороны), текущий (характерен для взгляда со стороны: избирателей, клиентов, журналистов на текущий момент), желаемый (тип имиджа, который отражает наше стремление; особенно важен на первых

этапах становления), корпоративный (имидж организации в целом; его составляющие: репутация и успехи) и множественный (образуется при наличии ряда независимых структур вместо единой корпорации).

Из представленных определений следует, имидж объясняется посредством образа, имидж всегда формируется целенаправленно, а образ зависит от интенций автора.

В нашем исследовании мы будем использовать эти понятия как синонимы, поскольку в публицистическом дискурсе, который является основным источником материала для выявления лингвокультурной специфики концепта «политик», сложно проследить, намеренно автор создает положительный или отрицательный образ, или в силу особенностей коммуникации (Макарова, 2011: 243).

Понятие «медиаобраз» обозначает суммарное представление о человеке или предмете, которое создается средствами массовой информации в результате отражения в журналистских материалах тех или иных его черт, а также сторон его жизни. Это представление выступает в качестве этапа формирования в общественном сознании целостного образа, который создается усилиями разных субъектов. Медиаобраз создается на основе работы СМИ, в нашем случае печатных изданий, своеобразная коллективная работа журналистов создает медийный образ человека или предмета.

После первого этапа, имидж начинает взаимодействовать с аудиторией, так появляется образ, после чего журналисты коллективно создают медиаобраз, одной из главных характеристик которого является изменчивость. Медиаобраз – это результат прогресса и развития имиджа, где без участия СМИ невозможно создать медиаобраз. Так же мы выяснили, что медиаобраз – это сложная структура, которую невозможно разрушить или создать за короткое время. Его изменчивость и характер трактовки создает автор материалов, журналист, который вносит детали в определённый устойчивый стереотип.

Вместе с тем медиаобраз является частью такого целостного образа, существуя документировано, в виде текстов СМИ, а потому обладающей известной автономностью и поддающейся исследованию.

Проблема медиаобраза характеризуется особой значимостью в силу своей сложной природы. На просторах Интернет и на страницах печатных СМИ, масс-медиа формируют образ мира с заданными характеристиками, где в то же время создается медиаобраз в сознании реципиента, оценивающего действительность.

В узком значении «медиаобраз» можно рассматривать как фрагмент реальности, который нашел свое отражение в журналистских текстах профессиональных работников СМИ. Эти тексты отражают мировоззрение и восприятие действительности самого автора, его политические предпочтения, материальные ценности, моральные ориентиры, а также психологические качества.

В широком значении «медиаобраз» – это образ реальности, конструируемый во всех текстах, созданных в медиaprостранстве (профессиональными журналистами, блоггерами, интернет-пользователями). Если в узком значении «медиаобраз» создается в процессе специального конструирования фрагментов реальности журналистом, то в широком значении «медиаобраз» предполагает спонтанное и хаотичное созидание реальности в рамках двустороннего процесса между продуцентом медиатекста и его реципиентами.

## **1.2 Методология исследования медиаобраза**

Методология исследования медиаобраза находится сегодня на стадии становления, так как работ, посвященных этой проблеме, очень мало, круг методов исследования медийного образа еще не сформирован.

А.П. Короченский подчеркивает, что «проблемы намеренного или случайного искажения знания об окружающем мире существуют всегда, пока происходит передача информации в обществе. Искажение нарастает на этапе потребления информации под влиянием коммуникационных условий её приема и индивидуальных особенностей восприятия, свойственных получателям медийных посланий» (Короченский, 2002: 272).

Медиаобраз чаще всего определяется либо как «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ» (Марущак, 2012: 93), либо как «особый образ реальности, предъявляемый массовой аудитории медиаиндустрией» (Богдан, 2007: 122). Однако для более полного описания сущности этого понятия необходимо, на наш взгляд, рассматривать его как в узком, так и широком значении.

Существует три тенденции в изучении медийного образа, в зависимости от анализируемого фактического языкового материала.

Во-первых, медиаобраз как публичных персон (политиков, религиозных деятелей, звезд шоу-бизнеса), так и актуальных социальных, политических, экономических и других проблем изучается на материале медиатекстов, созданных только профессиональными журналистами. Сегодня такого рода исследования базируются на анализе материалов прессы, где выборка осуществляется за определённый период времени. В этом случае изучаются языковые средства выражения отношения общественности к проблеме. В итоге подобного рода исследований моделируются медиаобразы отдельных фрагментов действительности, базирующиеся на мнении только профессиональных журналистов, что сопряжено, на наш взгляд, с высокой степенью субъективизма полученных результатов (Галинская, 2013: 91).

Формирование выборочной совокупности текстового материала для последующего анализа должно быть подчинено задаче обеспечения максимально возможной репрезентативности отобранных публикаций. Прежде всего анализ будет относиться к ведущим и наиболее влиятельным

изданиям с самой большой читательской аудиторией. На момент проводимого исследования временного периода следует обратиться к рейтингам ведущих СМИ. Анализ тенденции и динамики развития изменений представление об объекте в информационном потоке на протяжении некоторого отрезка времени будет ключевой функцией изучения медиаобраза. Для большей наглядности предпочтительней использовать сравнительный контент-анализ разных временных периодов, либо медиаполей, где создается медиаобраз. Важнейшим этапом работы является стадия анализа отобранного материала и выявления ключевых индикаторов, факторов, совокупное воздействие которых формирует общее направление в позиционировании образа в СМИ.

В качестве единиц контент-анализа могут выступать слова, словосочетания, лексические единицы, которые можно относить к разным категориям и темам. Для составления запросов чаще всего используются слова и лексические выражения, отражающие ту или иную тематическую категорию текстов.

Вторая группа исследований занимается изучением медийного образа социально значимого явления (субъекта) на базе речевых продуктов, полученных в результате работы фокус-групп. Методика исследования включает три этапа: беседа с общественными деятелями, анализ выборки за определенный период медиатекстов по данной тематике, работа фокус-группы, сформированной из представителей целевой аудитории различных социальных групп, пола, возраста. Цель фокус-групп заключается в выявлении уровня знаний информантов по изучаемой проблеме, вида источника, из которого они черпают эту информацию. В результате проведенного исследования ученые реконструируют коллективный образ-представление о субъекте (Галинская, 2013: 93).

Если с одной стороны задача исследователя сводится к тому, чтобы элементы контент-анализа легко и однозначно идентифицировались в текстовом массиве, то с другой – подсчёт слов и словосочетаний должен

осуществляться с учетом контекста их употребления. Как отмечает ряд исследователей, одна и та же тема может упоминаться с различной интонационной подчеркнутостью и с помощью разнообразных языковых средств и смысловых приемов. Тут слово выступает инструментом в формировании медиобраза посредством употребления определённых языковых единиц.

Многие слова или словосочетания употребляются в ироническом ключе, включая некий подтекст с юмором или сарказмом. Идентификация тематических категорий, информационных поводов и эмоционального тона публикаций происходит посредством семантического анализа текста. Огромную роль играет переводчик, так как с помощью перевода создаётся новый текст, который адаптируется под новую картину мира и восприятия языка, на который был выполнен перевод.

Третья группа исследований занимается реконструкцией медиаобразов, опираясь на материал спонтанных речевых произведений Интернет-пользователей, обсуждающих то или иное явление в социальных сетях, блогах, на сайтах медиаизданий (Галинская, 2013: 93). Моделирование медиаобразов различных фрагментов действительности на основе комментариев Интернет-пользователей, дающих свою оценку этому событию/ явлению добровольно и спонтанно, прочитав опубликованную статью или в ответ на комментарий своего Интернет-собеседника по той же проблеме в социальных сетях, блогах, на сайтах медиаизданий, является наиболее перспективным направлением в исследовании медийного образа, так как, с одной стороны, «особая коммуникативная активность Интернет-пользователей – повышенная страсть к дискуссиям, спорам, обсуждениям – превращает Интернет-пространство в арену значимой общественной коммуникации, особое сообщество активных адресатов и адресантов» (Зубанова, 2008: 7).

С другой стороны, решение проблемы реконструкции медиаобраза способствует преодолению некоторых методологических трудностей, с

которыми сталкиваются ученые в лингвоперсонологических исследованиях (выбор исследуемого объекта, сбор и анализ материала), так как медиаобраз – это сформировавшийся под воздействием массмедиа продукт сознания коллективной языковой личности массового реципиента медиаинформации, которая является одним из объектов лингвоперсонологического описания, наряду с модельной, реальной и виртуальной языковой личностью (Галинская, 2013: 93).

Не случайно в 21 веке существуют научные направления, как медиалингвистика, предлагающая системный комплексный подход к изучению языка СМИ и медиакритика, одним из направлений исследования которой является изучение процесса восприятия медийных произведений, в ходе которого у аудитории формируется обобщенный образ действительности. Взаимодействие этих направлений чрезвычайно важно, так как речь идет уже в современном информационном пространстве просто о публицистическом тексте. И данном случае возможно прогнозирование, диагностирование и предотвращение отрицательного медиаэффекта (Черкасова, 2010: 251).

Главная задача медиалингвистики – это изучение новой концепции медиа текста в СМИ, который выходит за простые рамки традиционного текста. В медиа исследованиях текст изучается как набор семиотических знаков, необязательно вербальных. Т. Добросклонская выделила несколько параметров, по которым медиа лингвистам следует разделять тексты СМИ:

- 1) Авторство (текст может быть создан как одним автором, так и журналистским коллективом)
- 2) Тип производства текста (устный или письменный)
- 3) Тип презентации текста (устная или письменная)
- 4) Информационные каналы, используемые для трансляции текста (печатная пресса, электронный текст, радио, телевидение)
- 5) Жанр текста (новости, комментарии, аналитическая статья, статья, интервью)

б) Тематика текста (политика, экономика, общество, культура, спорт)

Характеризуя параметры, Т. Добросклонская объясняет, авторство приобрело существенное значение: авторство стало в своем роде товарным знаком, по которому можно судить о стиле журналиста или самого издания. Второй и третий параметры основаны на одной и той же дихотомии. Т. Добросклонская утверждает, что необходимо понимать, в какой форме был произведен текст – в устной или письменной. Параметры позволяют изучить корреляцию текста от устной к письменной речи и наоборот. Четвертый параметр значим тем, что каждое СМИ имеет свой собственный, один или несколько, каналов вещания – это пресса, радио, телевидение и интернет. Каждый канал вещания предполагает свою форму передачи медиа текста, что приводит к формированию особенностей медиа текста. Так, в газетах текст сопровождается инфографикой и фотографиями. Разделение текстов на тематику позволяет определить особенности медиаязыка конкретной сферы (Добросклонская, 2014: 136) .

Необходимо учесть, что так называемы грани медиаобраза могут иметь неравнозначное воздействие на разные целевые аудитории. При прогнозировании возможных реакций адресата необходимо учитывать то, что «хорошо» и что «плохо» в глазах целевой аудитории, пропускающей информацию через галерею стереотипов, ментальных установок, имеющих в каждом случае свой историко-цивилизационный, лингвистический и психологический контекст. В этой связи может возникнуть ситуация, при которой сложившиеся у исследователя крайне субъективные представления об персоне в медиапространстве автоматически выдаются им за объективную действительность. Высококвалифицированные исследователи в подобных случаях призваны по мере возможности определить влияние трудноосознаваемых предпочтений аудитории на процесс измерений и последующей интерпретации полученных результатов.

### **1.3 Роль СМИ в создании медиаобраза. Методы и специфика создания**

Информационное общество – это социум, в котором бурное развитие информационных технологий в корне изменило темпы жизни и жизненные инструментари, способы и этику межличностной коммуникации и взаимодействия с социальными и властными институтами.

Это не могло не отразиться на субъектно-объектных отношениях массмедиа и аудитории.

Исследование особенностей деятельности современного журналиста выступает за рамки чистой журналистики или лингвистики, имеющей дело с текстом: речь идет о новых направлениях, течениях и векторах исследования. Как журналистика не может в 21 веке замкнуться только на своем материале, так и лингвистика переходит в эпоху «макролингвистики», периода, когда необходимо рассматривать язык как целостную структуру в его отношении к различным сферам социальной, материальной и духовной жизни (Солганик, 2005: 13).

Таким образом, при рассмотрении современных текстов англоязычной прессы необходим анализ лингвистического явления на материале текстов СМИ.

Нельзя не согласиться с Т.Г. Добросклонской, что роль СМИ как каналов активного языкового взаимодействия проявляется также в использовании и распространении определенных информационно-вещательных стилей, сталкиваются различные способы и средства формирования у читателя определенного, выгодного данному печатному изданию образа медийного события, при этом оправданным становится все, что завоевывает читателя. (Добросклонская, 2008: 264).

Подчеркнем тот факт, что происходит встреча различных способов и средств завоевания читателя и создания образа события. Но в разных источниках по-разному тактируется одно и то же, причем нередко

приводятся противоположные точки зрения, коммуникативный фон события различен, как различны и языковые средства презентации медиасобытия и медиаобраза.

Сегодня главным для журналистов является не сообщение о событии, а комментарий, интерпретация этого события исходят из интересов владельца СМИ. Более того, часто само событие, о котором сообщает СМИ, является лишь поводом для интерпретации, комментария в тех же «корпоративных» целях. Так в медиа-тексте запускается механизм создания медиаобраза заданного содержания с целью воздействия на подсознание адресата (Хочунская, 2013: 92).

Бизнес-модель СМИ определяет политику издания. Ориентируясь на целевую аудиторию, бизнес-модель отталкивается от ее запросов, но в то же время она должна быть гибкой и реагировать на изменения запросов, поэтому связь между ними двунаправленная. Личные ценности журналиста и редактора могут частично расходиться с политикой издания в вопросах, связанных с конструированием гендерных моделей, особенно если в издании не существует определенных норм и директив. У каждого автора текста – своя система ценностей, свой метод исследования объекта и создания образов, свои цели, а, возможно, и явные и скрытые рекламные или идеологические задачи (Балалуева, 2014: 26).

Существует несколько факторов, влияющие на формирование образов. К ним относятся личностные особенности тех, кто воспринимает власть – потребности граждан, которые не способны удовлетворить власть, и, будучи неудовлетворёнными властью, формируют не только отношение к власти, но и ее образ. И. Балалуева считает, что медиаобраз формируется как результат работы журналиста, политикой издания, бизнес-моделью издания, личными ценностями автора (Балуева, 2014: 86).

Однако процесс этот не линейный, так как у медиаобраза нет объекта в привычном для коммуникативистики понятии. Есть автор и адресат, но субъектов – два. Предлагаемый СМИ медиаобраз действительности,

отраженный в конкретном тексте, сам нуждается в интерпретации, так как именно интерпретирующая мысль адресата является тем инструментом, с помощью которого медиаобраз способен внедриться в сознание респондента. Исходя из этого понимания процесса интериоризации ценностного знания, можно говорить о том, что основное, ключевое звено в процессе взаимовлияния массмедиа и социума – это отдельная личность, индивидуальное сознание конкретного реципиента. (Хочунская, 2013: 92).

При рассмотрении медиаобразов актуально говорить о потребителе различных видов медийной продукции. Е. Шестопап зафиксировала среди респондентов образы власти, содержание которых проходит по трем осям:

1. Моральная ось. При вопросе, какой должна быть власть, общество отвечает «ответственной», «справедливой», «честной», и, напротив, власть не должна быть «несправедливой», «лицемерной», «жестокой».
2. Силовая ось. Власть рассматривается с позиции силы или слабости.
3. Восприятие стабильности. На фоне изменчивой и беспокойной жизни в девяностых годах респонденты оценивают власть по способности сохранять стабильность в стране.

Медиаобразы формируются под влиянием нескольких факторов. Первый фактор – это образ власти, которые транслируют реципиенты – потребители медиа образов. Вторым фактором – ценности, психологические особенности, политические предпочтения журналиста, политика СМИ, бизнес-структура СМИ, ее целевая аудитория и ее рекламная модель. Третий фактор, влияющий на восприятие реципиентом медиаобраза, – язык. Отдельным фактором, который оказывает воздействие на формирование медиа образа, можно назвать стереотипы, которые выражаются через создание бинарных оппозиций (Добросклонская, 2014: 136).

СМИ оказывает большое влияние на формирование имиджа политика. В современном обществе характерно, что СМИ в политической системе стали основным каналом трансляции информации и влияния на общественное

мнение. Уже известно, что общественность формирует свое мнение о происходящем основываясь на информацию, полученную посредством СМИ.

Медиаобраз как единица СМИ характеризуется рядом важных черт, таких как ориентация на воспроизводимость, массовость, линейность, заданность.

Медиаобразы крайне чувствительны к изменениям общественных настроений, и в этом контексте работа журналиста приобретает особую значимость: ему необходимо не только чутко реагировать на происходящие изменения, но и самому становиться таким агентом изменений (Вартанова, 2013: 78).

Специфика российской политической культуры заключается в том, что яркий личный образ кандидата работает лучше, чем его предвыборная идея. Данное условие ставит перед политиком задачу создания своего целостного образа, включающего набор представлений о политических взглядах, практике, личных качествах, который в целом был бы способен вызвать симпатии определенной части населения. Имидж публичного политика как сконструированный образ может обладать практически любыми характеристиками, соответствующими желаниям масс (Егоровой-Гантман, 2009: <http://www.nikkolom.ru>).

Аудитория может иметь весьма отдаленное представление о реальной деятельности лидера, его возможностях и личностных качествах, она будет формировать свое впечатление о нем в основном из рассказов о лидере, специально подготовленных с помощью PR-специалистов и материалов СМИ. Средства Массовой Информации формируют имидж политика-мужчины при помощи стандартного набора атрибутов нормативной мужественности: одежда, манеры, факты биографии, мужественные хобби и профессия (Кашина, 2009: 125).

Для России характерна силовая модель политики, поэтому в сознании российского народа положительными характеристиками политического лидера является сила и твердый характер. Набор нормативных черт политика

формирует в массовом сознании определенный типаж — идеального мужчину — патриота, решительного, уверенного в себе профессионала, хозяина своей судьбы (Кашина, 2009: 126).

Современные российские масс-медиа не занимаются формированием образа женщины-политика, определяя тем самым в качестве нормативной мужскую роль политического деятеля. Методом исследования был избран контент-анализ, позволяющий опираясь на количественные характеристики совокупности текстов на уровне слов, словосочетаний или предложений, сделать выводы о том, формируют ли СМИ имидж политика и если да, то какой, и соответствует ли он образу идеального политика в сознании масс (Шалак, 2004: 214).

Образ мужчины связан с такими проявлениями, как активная жизненная позиция, напористый характер, ответственность, готовность принимать серьезные решения. В России это — глава семьи, хозяин, защитник, который является прочной опорой для женщины. Во всех странах традиционно обладателями силовых ресурсов являются мужчины (хотя уже есть исключения — женщины-министры обороны, правда, не у нас, а в Европе), а за женщинами-политиками закреплена социальная сфера: решение проблем семьи, детей, молодежи, образования и здравоохранения, которая в нашей стране никогда особыми ресурсами не располагала.

И этого следует, что именно авторитет СМИ может оказывать существенное воздействие на доверие к определенной информации. По этой причине все политики стремятся расположить к себе СМИ, чтобы повысить свой авторитет и завоевать доверие аудитории. Иногда политическая позиция политического деятеля не совпадает с позицией, которую пропагандирует СМИ. На политической арене важным игроком выступает СМИ. Стоит сказать, что средства массовой информации дают тему для общественного обсуждения, порой навязывают идею или утверждение, в ходе чего у аудитории складывается определенное представление о каком-либо событии или феномене.

## ВЫВОД К ГЛАВЕ I

В нашем мире постоянно происходит получение и усвоение информации по многим каналам. Один из таких каналов – СМИ, которые являются основными «поставщиками» коллективного знания, или посредниками в его распространении. При недостаточности знания об окружающем мире обычный человек обращается к средствам массовой коммуникации. Зачастую роль коммуникатора выполняют СМИ.

Здесь важным для нас является факт, что медиаобраз политического деятеля – это часть общего образа государства, которое он представляет. Это доказывается тем, что итоговый медиаобраз складывается не только из имиджа и образа политика, но и из медиаинформации, которую накапливает аудитория, и впоследствии анализирует и даёт оценку.

Политический образ состоит из двух аспектов: характеристик объекта и ожиданий и представлений граждан, которые воспринимают данный объект. Эти оба критерия имеют место быть. Но есть и третий критерий – СМИ и журналистское сообщество, которое интерпретирует события под особым углом и даёт оценку этим событиям, а также деятельности публичных персон.

Таким образом, на медиаобраз влияют каналы передачи информации, суждения журналистов. Можно сделать вывод, что медиаобраз является результатом действий различных обстоятельств, следовательно – ненамеренно сформированная проекция объекта, в то время как имидж даёт намеренное конструирование отражения объекта исследования, в нашем случае – политического лидера России.

## Глава II. Медиаобраз В.В. Путина на страницах англоязычных СМИ

Наше мнение об определенном человеке складывается из оценки его действий, поступков, речи и внешнего облика. Но, к сожалению, у каждого из нас нет возможности лично быть знакомыми с политическими деятелями, или лидерами стран. Современная жизнь имеет ряд особенностей, одной из которых является преобладание опосредованного общения политика с аудиторией над непосредственным общением. Обычный человек, который является частью большой аудитории, вынужден получать информацию, которая помогает ему составить в своем сознании образ политика из средств массовой информации. В какой-то степени современное общество стало заложником СМИ и стереотипов, предлагаемых ему через печатные издания или с экранов телевизоров.

Язык СМИ является мощным орудием в борьбе за умы читателей. Исходя из этого, для достижения наилучшего результата воздействие должно быть косвенным, непрямым, что означает использование латентного (скрытого) речевого воздействия. Здесь речь идет о не критическом восприятии информации. Для этих целей как нельзя лучше подходят такие средства художественной выразительности. Они привлекают внимание и придают тексту эмоциональную окраску, а также помогают создать определенный образ, воздействовать на реципиента в нужном направлении. Сформированный в положительном или негативном ключе, медиаобраз государственного лидера влияет на представленность государства на международной политической арене и на отношения с союзниками.

Особое внимание всегда вызывали лидеры России, поскольку имидж страны – это не только культура и традиции, но и лицо, представляющее ее на мировой арене. Тут становится ясно, что В.В. Путин является самым известным и самым обсуждаемым российским лидером в западной прессе.

Материалы англоязычных СМИ, где упоминается В.В. Путин, выходят с такой же частотой, как и в России.

Нельзя не отметить, что отсылки на действия В.В. Путина встречаются в подавляющем большинстве новостей, касающихся международной политики России, опубликованных в зарубежных изданиях. Для журналистских текстов является нормой отождествление действий В. Путина с действиями России. В этом заключается актуальность исследования медиаобраза политического лидера в целом и Владимира Путина в частности. Говоря об исследовании иностранных СМИ, заметим, что их исследование стало более актуальным в связи с тем, что в эпоху развитых информационных технологий все большее количество людей получили доступ к иностранным СМИ, мнение иностранных журналистов отражается и в российской повестке дня, что, в свою очередь, влияет на восприятие В. Путина российскими гражданами (Огнесян, 2017: 154).

В нашей работе был изучен образ В.В. Путина, созданный в англоязычных СМИ, и средства, с помощью которых создавался этот образ в масс-медиа. При создании образа российского лидера в текстах англоязычных СМИ, были использованы такие стилистические приемы: аллюзия, перифраза, метафора. Все они несут некую predeterminedную характеристику, которую автор присваивает описываемому им предмету. Аллюзия адаптирует текст под восприятие реципиента, а перифраза добавляет экспрессивности. Наиболее удачным способом создания в сознании того или иного образа является метафора, поскольку механизм метафорического переноса основывается на ассоциативно-образной природе человеческого мышления.

Метафора является оптимальным средством манипуляции, поскольку предоставляет уже готовый образ, некий штамп. Она широко применяется как способ навязывания определенных субъективных оценок. Метафора воздействует эмоциональном и рациональном уровнях, что гарантирует получение информации реципиентом. Основная направленность метафоры

нацелена на ассоциативность, что упрощает понимание и не отпугивает читателей своей сложностью. Основа метафорической манипуляции – образ, закрепляемый в сознании и влияющий на поступки и характер мышления. Такое воздействие остается незамеченным и не вызывает отторжения, а краткость, информативность, содержательная насыщенность, имплицитный характер передачи информации привлекают и удерживают внимание читателей. Конечной целью функционирования метафоры в медиадискурсе является формирование образа, мнения, мировосприятия посредством эмоционального и рационального воздействия (Никитина, 2006: 3).

В своем исследовании медиаобраза Владимира Путина мы обозначаем наше понимание концепта «медиаобраз» в отношении политического лидера, которое мы используем в дальнейших исследованиях на данную тему. В ходе анализа медиаобраза Владимира Путина в англоязычных СМИ, нами были выделены ряд конкретных характеристик, которые мы структурировали на три категории: медиаобраз с негативными, нейтральными и положительными характеристиками.

## **2.1 Медиаобраз В.В. Путина с негативными характеристиками**

Основную часть медиатекстов англоязычных СМИ составляют материалы, в которых упоминается Владимир Путин с негативными характеристиками.

1) Одной из самых популярных характеристик в англоязычном медиадискурсе считается – **Путин-диктатор**. Практически никогда авторы англоязычных медиатекстов не называют В.В. Путина диктатором открыто, понимая, что прямолинейность в данном вопросе может сыграть против них.

a) *From the Mediterranean to the Pacific, Mr Putin is hailed as an example by nationalists, populists and dictators. “My favourite hero is Putin,” said Rodrigo Duterte, the brutal president of the Philippines.*

*(Перевод: От Средиземноморья до Тихого океана Путина называют примером националистов, популистов и диктаторов. «Путин – мой любимый герой, – сказал Родриго Дутерте, жестокий президент Филиппин») [Economist, Russian propaganda is state-of-the-art again, 2016].*

- b) *President Putin made controlling the airwaves a priority when he came to power: satirical shows mocking senior figures swiftly disappeared. Fifteen years later, the result is a monochrome landscape of state-controlled channels that mouth the same anti-Western rhetoric without a word of criticism for the president. (Перевод: Президент Путин, придя к власти, осуществил контроль над радиоволнами: сатирические шоу, высмеивающие высокопоставленных лиц, быстро исчезли. Пятнадцать лет спустя, можно наблюдать результат контролируемых государством каналов, которые транслируют ту же самую антизападную риторику без слов критики в адрес президента) [BBC News, Brand Putin: Russia's president still in fashion 15 years on, 2015] .*
- c) *In this reading, the stunts cater to a hardwired yearning for strong leadership, binding Russians to Mr Putin and helping to blind them to his regime's many failings: icons of autocracy for the entertainment age. (Перевод: В этом чтении эффектное выступление несет в себе жесткое стремление к сильному руководству, привязывая россиян к Путину и скрывая недостатки его режима: символы самодержавия для эпохи развлечений) [Economist, Vladimir Putin's macho stunts, 2015].*
- d) *But this territorial achievement may provide only temporary distraction for Russia's 140 million people who have seen their quality of life deteriorate dramatically since Putin took power in 1999. (Перевод: Но это территориальное достижение может лишь временно отвлечь внимание 140-миллионного населения России, чье*

качество жизни резко ухудшилось с тех пор, как Путин пришел к власти в 1999 году) [BBC News, Vladimir Putin: The rebuilding of 'Soviet' Russia, 2014].

- e) *Mr Putin is hoping for a deal with Mr Trump, similar to the 1945 Yalta agreement, to carve out a Russian sphere of influence. (Перевод: Путин надеется на сделку с Трампом, аналогичную Ялтинскому соглашению 1945 года, чтобы создать российскую сферу влияния) [Economist, Our American cousin, 2016].*
- f) *His domestic policy was to restore stability, to end what he called the "revolutions", that had brought Russia low. His foreign policy was to regain Russia's place in world affairs. (Перевод: Его внутренняя политика была направлена на восстановление стабильности, чтобы положить конец «революциям», которые обрушились на Россию. Его внешняя политика была нацелена на восстановление России на мировой арене) [BBC News, Vladimir Putin: The rebuilding of 'Soviet' Russia, 2014].*
- g) *SEVENTEEN years after Vladimir Putin first became president, his grip on Russia is stronger than ever. The West, which still sees Russia in post-Soviet terms, sometimes ranks him as his country's most powerful leader since Stalin. (Перевод: Семнадцать лет спустя после того, как Владимир Путин впервые стал президентом, его власть над Россией стала сильнее, чем когда-либо. Запад, который до сих пор видит Россию в постсоветских условиях, считает его самым могущественным лидером своей страны со времен Сталина) [Economist, A tsar is born, 2017].*

2) Разберем вторую негативную доминанту– **Путин-агрессор**. Данной доминанте присущи такие характеристики, как запугивание, угрозы, враждебность, попытка захвата:

- a) *For Putin, the Cold War ended "tragically. He will turn the clock back as far as intimidation through military power, economic leverage and*

*Western inaction will allow.* (Перевод: Для Путина холодная война закончилась «трагически». Он повернет время вспять, насколько позволит запугивание с помощью военной мощи, экономических рычагов и бездействия Запада) [Washington Post, Condoleezza Rice: Will America heed the wake-up call of Ukraine?, 2014].

b) *Outright civil war remains a realistic prospect. Immediate responsibility for this mayhem lies with Viktor Yanukovich, Ukraine's thuggish president. But its ultimate architect sits in the Kremlin: Vladimir Putin.* (Перевод: Прямая гражданская война остается реалистичной перспективой. Непосредственная ответственность за этот хаос лежит на Викторе Януковиче, украинском бандитском президенте. Но главный архитектор этого хауса сидит в Кремле: Владимир Путин) [Economist, Putin's inferno, 2014].

c) *"Fifty years ago the Leningrad street taught me a rule: if a fight is inevitable you have to throw the first punch," Mr Putin said in October 2015. It was better to fight "terrorists" in Syria, he explained, than to wait for them to strike in Russia.* (Перевод: «Пятьдесят лет назад улица Ленинграда научила меня правилу: если драка неизбежна, бить надо первым», – заявил Путин в октябре 2015 года. По его словам, лучше бороться с «террористами» в Сирии, чем ждать, пока они нанесут удар по России) [BBC News, Vladimir Putin: Russia's action man president, 2018].

d) *Putin's occupation and illegal annexation of Crimea, blatant violation of Ukrainian sovereignty and politically motivated arrests, detentions and trials of Ukrainian citizens in Russia all make a mockery of international legality.* (Перевод: Путинская оккупация и незаконная аннексия Крыма, вопиющее нарушение украинского суверенитета и политически мотивированные аресты, задержания и судебные разбирательства над гражданами Украины в России – все это издевательство над международной законностью) [Daily News,

Putin's bid for human rights cover: Don't dare re-elect Russia to the Human Rights Council, 2016].

- e) *Every week Vladimir Putin, Russia's president, finds new ways to scare the world. Recently he moved nuclear-capable missiles close to Poland and Lithuania. This week he sent an aircraft-carrier group down the North Sea and the English Channel. He has threatened to shoot down any American plane that attacks the forces of Syria's despot, Bashar al-Assad. (Перевод: Каждую неделю президент России Владимир Путин находит новые способы напугать мир. Недавно он приблизил ядерные ракеты к Польше и Литве. На этой неделе он отправил авианосную группу в Северное море и Ла-Манш. Он угрожал сбить любой американский самолет, который атакует силы сирийского деспота Башара Асада) [Economist, The threat from Russia, 2016].*
- f) *Russian President Vladimir Putin, a judo black belt, appears to symbolise two of the martial art's key qualities - guile and aggression. (Перевод: Российский президент Владимир Путин, черный пояс по дзюдо, символизирует два ключевых качества боевого искусства – ловкость и агрессию) [BBC News, Vladimir Putin: Russia's action man president, 2018].*
- g) *GEORGE W. BUSH looked into Vladimir Putin's eyes and thought he saw his soul. He was wrong. Barack Obama attempted to "reset" relations with Russia, but by the end of his term in office Russia had annexed Crimea, stirred up conflict elsewhere in Ukraine and filled the power vacuum that Mr Obama had left in Syria. Donald Trump appears to want to go much further and forge an entirely new strategic alignment with Russia. Can he succeed, or will he be the third American president in a row to be outfoxed by Mr Putin? (Перевод: Джордж У. Буш посмотрел в глаза Владимиру Путину и подумал, что увидел свою душу. Он ошибался. Барак Обама попытался*

«перезагрузить» отношения с Россией, но к концу срока его полномочий Россия аннексировала Крым, разожгла конфликт в других частях Украины и заполнила вакуум власти, который Обама оставил в Сирии. Дональд Трамп, похоже, хочет пойти гораздо дальше и наладить совершенно новый стратегический расклад с Россией. Может ли он быть лучшим, или он станет третьим подряд американским президентом, которого опередил Путин?) [Economist, Donald Trump seeks a grand bargain with Vladimir Putin, 2017].

- h) *"Our relationship with Russia is at dangerous low", McCain said in a tweet. "You can thank Putin for attacking our democracy, invading neighbors & threatening our allies."* (Перевод: «Наши отношения с Россией находятся на опасно низком уровне», – написал Маккейн в Твиттере. «Вы можете поблагодарить Путина за то, что он напал на нашу демократию, вторгся в соседние государства и угрожал нашим союзникам») [American Voice, Trump, Russia Agree: Relationship at Distinct Low Point, 2017].

3) Третья доминанта **Путин-тиран** несет в себе самые отрицательные характеристики. Тут под словом «тиран» понимается человек, деятельность которого вызывает страх, опасение и представляет угрозу для общества. Данная доминанта реализуется с помощью эпитетов, метафор, лексем с отрицательной коннотацией и сравнений. Журналисты эксплицитно называют Российского президента угрозой:

- a) *A dozen journalists have been killed under Putin's reign.* (Перевод: Дюжина журналистов была убита под властью Путина) [American Voice, Russian Foreign Policy Reflects Domestic Dysfunction, 2014].
- b) *Russians rarely see their president cry, though there has been plenty of tragedy during his 18 years in power.* (Перевод: Русские редко видят, как плачет их президент, хотя за 18 лет его правления произошло много трагедий) [BBC News, The day Putin cried, 2018].

c) *He also used the crude language of a street fighter when defending his military onslaught against separatist rebels in Chechnya, vowing to wipe them out "even in the toilet". It was a very personal clash with Georgia's then pro-Nato President, Mikheil Saakashvili. And it showed Mr Putin's readiness to undermine pro-Western leaders in former Soviet states. (Перевод: Он также использовал грубый язык уличного бойца, когда защищал свой военный натиск против повстанцев-сепаратистов в Чечне, пообещав замочить их «даже в туалете». Это было довольно личное столкновение с тогдашним провозглашенным президентом Грузии Михаилом Саакашвили. Это продемонстрировало готовность Путина уничтожить прозападных лидеров в бывших советских республиках) [BBC News, Vladimir Putin: Russia's action man president, 2018].*

4) Очень часто в текстах англоязычных СМИ встречается упоминание того, что **Путин – вечный правитель**. Некоторые авторы напрямую указывают точное количество лет его правления, другие критикуют такой монархический режим.

a) *His dreams of staying in office until 2024, of being the most formidable state-builder in Russian history since Peter the Great. (Перевод: Его мечты остаться на своем посту до 2024 года, стать самым грозным государственным правителем в истории России со времен Петра Великого) [American Voice, Roundup: Opinions on Ukraine From American and Foreign Media, 2014].*

b) *Vladimir Putin has dominated Russian politics as its undisputed leader for almost two decades. (Перевод: Владимир Путин доминирует в российской политике как ее бесспорный лидер на протяжении почти двух десятилетий) [BBC News, Life in Vladimir Putin's Russia explained in 10 charts, 2018].*

c) *Is barred from running for a third successive term by the Russian constitution, but instead becomes prime minister. Wins a third*

*presidential term in 2012. (Перевод: Российская конституция запрещает баллотироваться на третий срок подряд, но вместо этого Путин становится премьер-министром. Выигрывает третий президентский срок в 2012 году) [BBC News, Vladimir Putin: Russia's action man president, 2018].*

d) *Putin has effectively been in power in Russia since 2000. (Перевод: Путин фактически находится у власти в России с 2000 года) [Daily News, The Latest: Putin says he will stand for re-election, 2017].*

e) *No choice but Putin (Перевод: Нет выбора, кроме Путина) [BBC News, Brand Putin: Russia's president still in fashion 15 years on, 2015].*

f) *He was re-elected president in 2012 for a third, six-year term in the Kremlin. Even in the previous four years, as prime minister under President Dmitry Medvedev, he was clearly holding the levers of power. (Перевод: Он был переизбран президентом в 2012 году на третий, шестилетний срок в Кремле. Даже в предыдущие четыре года, будучи премьер-министром при президенте Дмитрие Медведеве, он явно держал руль правления) [BBC News, Vladimir Putin: Russia's action man president, 2018].*

5) Следующая характеристика **Путин-царь** является конкретизацией предыдущей доминанты, которая указывала на монархический строй правления. Авторы англоязычных медиатекстов прямо называют Путина князем или царем. Президент не обладает властью выбора длительности своего срока – править страной длительный период времени может только царь (король, император):

a) *Putin's imperialistic mindset has gotten more, not less, aggressive as sanctions and cratering oil prices dealt blows to the nation's economy. (Перевод: Империалистическое мышление Путина стало не менее, более агрессивным, поскольку санкции и снижение цен на нефть*

наносили удары по экономике страны) [Daily News, In Putin's Russia, crossing the czar can be fatal, 2015].

- b) *How to contain Vladimir Putin's deadly, dysfunctional empire?* (Перевод: Как сдерживать смертельную, неблагополучную империю Владимира Путина?) [Economist, The threat from Russia, 2017].
- c) *Russians are increasingly looking to an earlier period of history. Both liberal reformers and conservative traditionalists in Moscow are talking about Mr Putin as a 21st-century tsar.* (Перевод: Русские все чаще обращаются к более раннему периоду истории. И либеральные реформаторы, и консервативные традиционалисты в Москве говорят о Путине как о царе XXI века) [Economist, A tsar is born, 2017].
- d) *The Putin personality cult did not develop overnight. His rise to the presidency was accompanied by several narratives, all focused on the portrayal of Mr Putin as a young, healthy and forceful leader. The female singer of a pop song in 2002 declared she wanted "a man like Putin". The country's successes have been attributed to Mr Putin personally – whether a rise in salaries and living standards over the 2000s, or the decision to award Sochi the 2014 winter Olympics.* (Перевод: Культ личности Путина развился не сразу. Его приход к президентству сопровождался несколькими рассказами, все из которых были сосредоточены на изображении Путина молодым, здоровым и сильным лидером. Вокалистка популярной песни в 2002 году заявила, что хочет «такого человека, как Путин». Успехи страны были приписаны лично Путину – будь то повышение зарплат и уровня жизни в 2000-х годах или решение о проведении в Сочи зимних Олимпийских игр 2014 года) [Economist, The Twelve Labours of Putin, 2014].
- e) *Mr Putin is pantomiming a brave, beneficent tsar, patriotic and incorruptible.* (Перевод: Путин пантомимирует смелого,

благодетельного царя, патриотичного и неподкупного) [Economist, Vladimir Putin's macho stunts, 2015].

б) Доминанта **режим Путина** нашла своё отражение на страницах английских и американских изданиях, где авторы напрямую дали четкое название деятельности и правлению В.В. Путина:

- a) *The Putin regime presents numerous claims that General Assembly members would do well to fact-check before casting votes today. (Перевод: Режим Путина предъявляет многочисленные утверждения о том, что членам Генеральной Ассамблеи было бы полезно проверить факты перед тем, как голосовать сегодня) [Daily News, Putin's bid for human rights cover: Don't dare re-elect Russia to the Human Rights Council, 2016].*
- b) *The style of politics practised by Vladimir Putin's regime is working its way westward. (Перевод: Стиль политики, практикуемый режимом Владимира Путина, движется на запад) [Economist, Russian propaganda is state-of-the-art again, 2016].*
- c) *Putin's regime has a long record of persecuting whistleblowers who sought to expose official corruption. (Перевод: Путинский режим давно преследует информаторов, которые пытались разоблачить коррупцию чиновников) [Daily News, Putin's bid for human rights cover: Don't dare re-elect Russia to the Human Rights Council, 2016].*

7) Довольно тесно с предыдущей характеристикой образа связана доминанта **«фиктивная» демократия Путина**, акцент делается на «видимости» демократического строя страны:

- a) *There are eight candidates running in this latest election, but Putin is known as the "main candidate". Where in Russian democracy the win is always on Putin's side. (Перевод: На этих последних выборах баллотируются восемь кандидатов, но Путин известен как «главный кандидат». Как в казино, в российской демократии*

победа всегда на стороне Путина) [BBC News, The day Putin cried, 2018].

- b) *The truth is the opposite: Since Putin's return to the presidency in 2012, his government has violently cracked down on freedom of association and expression. The murder of opposition leader Boris Nemtsov near the Kremlin in 2015 followed a string of journalist deaths and beatings attributed to the regime. (Перевод: Правда противоположна: после возвращения Путина на пост президента в 2012 году его правительство жестоко расправляется со свободой ассоциации и выражения мнений. Убийство лидера оппозиции Бориса Немцова возле Кремля в 2015 году последовало за чередой смертей и избиений журналистов, приписываемых режиму) .[Daily news, Putin's bid for human rights cover: Don't dare re-elect Russia to the Human Rights Council, 2016].*
- c) *Living standards for most Russians improved. There was a new sense of stability and national pride. But the price, in the opinion of many, was the erosion of Russia's fledgling democracy. (Перевод: Уровень жизни большинства россиян улучшился. Появилось новое чувство стабильности и национальной гордости. Но ценой этого, по мнению многих, стал подрыв молодой демократии России.) [BBC News, The day Putin cried, 2018].*
- d) *Russian Orthodox Church lends weight to Putin patriotism. (Перевод: Русская Православная Церковь придает вес путинскому патриотизму) [BBC News, Russian Orthodox Church lends weight to Putin patriotism, 2015].*
- e) *The elevation of Mr Putin as a father of the nation, a man who may be elected in a nominal political process but is in fact apart from and above politics, is a symptom of Russia's "deep demodernising trend". (Перевод: Возвышение г-на Путина как отца нации, человека, который может быть избран в номинальном политическом*

процессе, является признаком «глубокой тенденции к демодернизированию» в России) [Economist, The Twelve Labours of Putin, 2014].

f) *Mr Putin's third term has been marked by conservative Russian nationalism. It has strong echoes of tsarist absolutism. (Перевод: Третий срок правления Путина был отмечен консервативным русским национализмом. В нем есть сильные отголоски царского абсолютизма)* [BBC News, Vladimir Putin: Russia's action man president, 2017].

g) *A political leader who, famously, created a system of «managed democracy» in Russia (in which the Kremlin does all the managing). (Перевод: Политический лидер, который, как известно, создал систему «управляемой демократии» в России (в которой Кремль управляет всем)* [BBC News, Putin: Voters' choices of Trump and Brexit 'disrespected', 2018].

8) В публикациях иностранных СМИ часто встречается упоминание о работе В.В. Путина в КГБ. Образ бывшего сотрудника КГБ не вызывает доверие у англоязычных читателей, а, наоборот, вызывает в них чувство настороженности. Разберем на примере характеристику **Путин – агент КГБ:**

a) *Anti-Americanism is a default position for Putin, once a mid-level KGB operative. (Перевод: Антиамериканизм – это позиция по умолчанию для Путина, когда-то бывшего сотрудника КГБ среднего звена.)* [American Voice, Russian Foreign Policy Reflects Domestic Dysfunction, 2014].

b) *President Putin, a former KGB agent, has said that the collapse of the evil empire was "the greatest geopolitical catastrophe" of the 20th century. (Перевод: Президент Путин, бывший агент КГБ, сказал, что распад империи зла было "величайшей геополитической*

катастрофой" 20-го века) [Goldberg, Pushing the reset button with Russia, 2014].

- c) Putin served with the KGB for 16 years and briefly headed the main state security agency that followed it, the Federal Security Service, or FSB, before his ascent to the presidency. (Перевод: Путин проработал в КГБ в течение 16 лет и некоторое время возглавлял главное ведомство государственной безопасности, которое следовало за ним, Федеральную службу безопасности или ФСБ, до своего восхождения на пост президента) [Daily News, Russian spy agencies prevented 60 terror attacks, Putin says, 2017].
- d) Putin is what he was. He is a KGB colonel with a specific view of the world. (Перевод: Путин – тот, кем он был. Он полковник КГБ с особым взглядом на мир) [American Voice, EU Faces Challenges as Threat of Russian Sanctions Looms, 2014].
- e) *The 65-year-old former KGB agent enjoys incredibly high approval ratings at home, with support topping 80% in recent polls.* (Перевод: 65-летний бывший агент КГБ пользуется невероятно высоким рейтингом одобрения у себя дома, при этом поддержка в последних опросах превысила 80%) [Daily news, Vladimir Putin will seek reelection as Russian president, 2017].

9) Отдельная характеристика **Путин-коррупционер**, посвященная деятельности, связанной с «кумовством» и коррупцией. Авторы англоязычных публикаций косвенно делают намек на не «очень чистую» политическую деятельность:

- a) *Of course, much of that revenue lines the pockets of officials close to Putin instead of being put to productive use.* (Перевод: Конечно, большая часть этого дохода попадает в карманы чиновников, близких к Путину, вместо того, чтобы их использовать продуктивно) [American Voice, Russian Foreign Policy Reflects Domestic Dysfunction, 2014].

- b) *United Russia won last year's parliamentary election, but is nowhere near as popular as Putin. The Russian president may want to avoid association with the party, which has been tainted with corruption scandals. (Перевод: «Единая Россия», победившая на прошлогодних парламентских выборах, далеко не так популярна, как Путин. Российский президент, возможно, захочет избежать ассоциации с партией, которая была вовлечена в коррупционные скандалы) [Daily News, Putin undecided whether to run as an independent or not, 2017].*
- c) *Feifer compares Russia's president to a mafia don who doles out favors and arbitrates between competing henchmen, making sure to target old allies occasionally to keep everyone else off balance. (Перевод: Файфер сравнивает президента России с мафиозным донем, который раздает одолжения и арбитраж между конкурирующими приспешниками, стараясь время от времени преследовать старых союзников, чтобы держать всех остальное вне баланса) [American Voice, Russian Foreign Policy Reflects Domestic Dysfunction, 2014].*
- d) *The Trump administration released a «who's who of Russian politicians and oligarchs» who have thrived under President Vladimir Putin. The U.S. Treasury unclassified the so-called "Putin list" of 114 Russian politicians and 96 business figures worth at least \$1 billion about 12 minutes before midnight in an attempt to increase pressure on the Russian leader. (Перевод: Администрация Трампа опубликовала список «кто есть кто из российских политиков и олигархов», которые процветали при президенте Владимире Путине. Казначейство США расклассифицировало так называемый «список Путина» из 114 российских политиков и 96 бизнесменов на сумму не менее 1 миллиарда долларов примерно за 12 минут до полуночи, пытаясь усилить давление на российского лидера)*

[Daile News, U.S. releases 'Putin list' of Russian politicians, oligarchs after declining to impose new sanctions, 2018].

10) Как правило, сравнение российского президента с супергероями происходит в ироничном или даже саркастическом аспекте. Исходя из этого, следует выделить следующую характеристику **Путин-мачо**:

- a) *Mr Putin appears to relish his macho image, helped by election stunts like flying into Chechnya in a fighter jet in 2000 and appearing at a Russian bikers' festival by the Black Sea in 2011. (Перевод: Похоже, Путину нравится его мачо-имидж, которому помогают трюки на выборах, такие как полет в Чечню на истребителе в 2000 году и участие в фестивале российских байкеров у Черного моря в 2011 году) [BBC News, Vladimir Putin: Russia's action man president, 2018].*
- b) *Long presented as the bare-chested, macho leader who defends Russia against the West, President Vladimir Putin now has a rather more mystical image in state media. (Перевод: Президент Владимир Путин, давно представленный как мачо-лидер с голой грудью, защищающий Россию от Запада, теперь имеет более мистический образ в государственных СМИ) [BBC News, Putin cast as national avior ahead of Russia election, 2018].*
- c) *Something similar goes for the other macho stunts that, over the 15 years of his leadership, have showcased Mr Putin's virility: shooting, the bare-chested fishing and horseriding, the encounter with a snow leopard, the aerial firefighting and serendipitous discovery of ancient amphorae while scuba-diving in the Black Sea. (Перевод: Подобное происходит и с другими трюками мачо, которые за 15 лет его руководства продемонстрировали мужественность Путина: стрельбу, ловлю на голых торсах и катание на лошадях, столкновение со снежным барсом, воздушные пожаротушения и случайные открытия древних амфор во время подводного*

плавания в Черном море) [Economist, Vladimir Putin's macho stunts, 2015].

11) Характеристика **Путин-игрок** в публикациях иностранных СМИ частотно используется с помощью метафоры карточных игр для описания международной политики:

- a) Yet in this fierce competition, Putin has managed to outdo Trump when it comes to boneheaded plays. If we conclude – as we must – that Russia’s interference in last year’s election was authorized by the Kremlin. (Перевод: Тем не менее, в этой жесткой конкуренции Путину удалось превзойти Трампа, когда дело доходит до игры в кости. Мы должны прийти к выводу, что вмешательство России в прошлогодние выборы было санкционировано Кремлем). [Daily News, Trump, Putin and the Stupids, 2017].

12) Отдельно стоит уделить внимание характеристике **Путин-двуликий**, которая в сатиричной форме высмеивает российского лидера, сравнивая его с героями художественных произведений, с цирковым комиком, с всероссийским спасителем, с мастером спорта:

- a) *At times, the news conference looked and sounded more like a circus – journalists shouting at the tops of their voices to attract the attention of the Kremlin “ringmaster” up front to get a question. At one point, President Putin had to ask everyone to calm down.* (Перевод: Время от времени пресс-конференция выглядела и походила больше на цирк – журналисты кричали, повышая голос, чтобы привлечь внимание кремлевского «мастера ринга», и задать вопрос. В какой-то момент президент Путину пришлось попросить всех успокоиться) [BBC News, Putin: Voters’ choices of Trump and Brexit ‘disrespected’, 2018].
- b) *Trump and Putin are a two-faced Janus with the same face. They both are conspiracy buffs – Putin because he once toiled for the KGB, Trump because reality is too complicated for him.* (Перевод: Трамп и

Путин – двуликий Янус с одинаковым лицом. Они оба являются любителями заговора – Путин, потому что он когда-то трудился в КГБ, Трамп, потому что реальность слишком сложна для него. [Daily News, Trump, Putin and the Stupids, 2017].

- c) *But the street protests grew and President Putin's approval rating fell, regardless. So now, as if on cue, he has ridden to the rescue – cast as Vladimir the Benevolent, stepping in to soften the blow. (Перевод: Количество уличных демонстраций выросло, и рейтинг в пользу президента Путина упал. Так что теперь, как по команде, он отправился на помощь в роли Владимира-Великодушного, вмешиваясь в происходящее, чтобы смягчить ярые намеренья людей. [BBC News, Russia's Putin embraces higher pension age but softens blow, 2018].*
- d) *Vladimir Putin's return to the presidency and vote tampering in parliamentary elections brought thousands to the streets; his approval ratings fell to 63%. But after the annexation of Crimea in 2014, those ratings soared to nearly 90% and have not come back to earth since. Mr Putin became "a charismatic leader of the Promethean type: a demigod, a Titan, who brought the people fire," says Valery Fedorov, head of the state-financed Russian Public Opinion Research Centre (VЦИОМ). Even a recession, falling real wages and rampant inflation have barely dented Mr Putin's numbers. (Перевод: Возвращение Владимира Путина к президентству и фальсификация результатов голосования на парламентских выборах вывели тысячи людей на улицы; его рейтинг поддержки упал до 63%. Но после аннексии Крыма в 2014 году эти рейтинги взлетели почти до 90% и с тех пор не снижают своих позиций. Путин стал «харизматическим лидером типа Прометей: полубог, Титан, который поджег людей», – говорит Валерий Федоров, глава финансируемого государством Российского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ).*

Даже рецессия, падение реальной заработной платы и безудержная инфляция не заметили рейтинги Путина) [Economist, Vladimir unbound, 2016].

## 2.2 Медиаобраз В.В. Путина с нейтральными характеристиками

Некоторые англоязычные издания придерживаются в своих публикациях нейтральной характеристики российского лидера. В публикациях это официальные обращения, сравнения и сопоставления. Выделим следующие ведущие доминанты.

### 1) Российский лидер – **the Russian leader**:

- a) *Trump is sure to warn the Russian leader that it is "completely unacceptable" to interfere in U.S. elections.* (Перевод: Трамп обязательно предупредит российского лидера о том, что «совершенно недопустимо» вмешиваться в выборы в США) [American Voice, EU, US Extend Sanctions Against Russia, 2017].
- b) *The Russian leader underlined that the fight against terrorism is a top priority.* (Перевод: Российский лидер подчеркнул, что борьба с терроризмом является главным приоритетом) [Daily News, Russian spy agencies prevented 60 terror attacks, Putin says, 2017].

### 2) Президент России – **Russian President**:

- a) *Russian President Vladimir Putin on Thursday reaffirmed his staunch denial that his government meddled in the 2016 U.S. presidential election despite.* (Перевод: Президент России Владимир Путин в четверг подтвердил свое решительное опровержение вмешательства российского правительства в президентские выборы США в 2016 году) [American Voice, Putin Says Russia Didn't Meddle in US Vote, Despite Evidence, 2017].

b) *Russian President Vladimir Putin has accused Ukraine's leader, Petro Poroshenko, of trying to boost his ratings. (Перевод: Президент России Владимир Путин обвинил лидера Украины Петра Порошенко в попытке повысить свой рейтинг) [BBC News, Ukraine-Russia sea clash staged, says Putin, 2018].*

3) Господин Путин – **Mr Putin:**

a) *Mr Putin said the move to raise the retirement age for men and women had been delayed for years and risked causing inflation and increasing poverty. (Перевод: Господин Путин заявил, что шаг по повышению пенсионного возраста для мужчин и женщин затянулся на годы и рискует привести к инфляции и росту бедности) [BBC News, Russia's Putin softens pension reforms after outcry, 2018].*

4) Российский коллега – **Russian counterpart:**

a) *US President Donald Trump and Russian counterpart Vladimir Putin plan to meet in Paris next month, amid a continuing dispute over a key nuclear arms treaty. (Перевод: Президент США Дональд Трамп и его российский коллега Владимир Путин планируют встретиться в Париже в следующем месяце по вопросу договора о ядерном оружии) [BBC News, Trump and Putin plan Paris meeting, 2018].*

b) *US President Donald Trump has cancelled a planned meeting with his Russian counterpart Vladimir Putin over a naval clash between Ukraine and Russia. (Перевод: Президент США Дональд Трамп отменил запланированную встречу со своим российским коллегой Владимиром Путиным в связи с военно-морским столкновением между Украиной и Россией) [BBC News, Ukraine-Russia sea clash: Trump cancels Putin talks, 2018].*

## 2.3 Медиаобраз В.В. Путина с положительными характеристиками

В некоторых англоязычных медиатекстах посредством стилистически окрашенных эпитетов с положительной коннотацией СМИ представляют позитивные стороны медиаобраза российского политического лидера. Подобные статьи формируют положительное и доверительное отношение среди иностранных граждан к президенту России. Это не только повышает авторитет президента в глазах читателей, но и улучшает их отношение к России в целом. Создание положительного образа является важной задачей для крупных государственных СМИ, особенно в том случае, когда стоит задача поддержать и укрепить отношения между странами.

1) Первая стилистическая доминанта **серьезный Путин**, дает положительную характеристику. Авторы англоязычных материалов выделяют самое главное, по их мнению, качество президента – стабильность, непоколебимость, решительность:

а) *“He added that the Russian government can't stop private citizens from expressing their views about developments in the U.S. online. “How can we ban them from doing that?” he said. “Do you have such a ban with regard to Russia?”*. (Перевод: Он добавил, что российское правительство не может помешать частным лицам высказывать свое мнение о событиях в США в Интернете. «Как мы можем запретить им это делать?» – спросил он. «Есть ли у вас такой запрет по отношению к России?») [American Voice, Putin Says Russia Didn't Meddle in US Vote, Despite Evidence, 2017].

2) Характеристика **авторитетный Путин** позиционирует российского президента как политика с общепризнанным значением и влиянием:

а) *Putin issued a stern warning about the danger of a new arms race.* (Перевод: Путин строго предупредил об опасности новой гонки

вооружений) [American Voice, Putin Says Russia Didn't Meddle in US Vote, Despite Evidence, 2017].

3) Следующая характеристика **миротворец Путин** описывает деятельность президента как гуманного политика на мировой арене, который способствует поддержанию мира:

- a) *President Putin's rational, peace-loving approach that seeks to establish a global system supporting stability and fighting... (Перевод: рациональному и миролюбивому подходу Путина, направленному на создание глобальной системы поддержки стабильности и борьбы...)* [The Independent, "Western Leaders Cannot Face a Looming War.", 2014].
- b) *Russia's president Vladimir Putin rushed to condemn a violent coup attempt against Turkey's government. (Перевод: Президент России Владимир Путин осудил попытку насильственного государственного переворота против правительства Турции. [Economist, Turkey's snuggling up to Russia is likely to hurt it, 2017].*
- c) *Finally, for long-suffering patriotic Russians, here was a man not only able to pay their pensions, but prepared to get his hands dirty to defend their homeland. By the turn of the millennium, when Yeltsin stood down, and appointed Putin acting president in his place, the unknown prime minister's public approval rating was above 70% a level it has barely dipped below ever since. (Перевод: Наконец, для многострадальных патриотов-россиян здесь оказался человек, который не только смог выплатить пенсии, но и готов был запачкать руки, чтобы защитить свою родину. К концу тысячелетия, когда Ельцин ушел в отставку и назначил Путина исполняющим обязанности президента, общественный рейтинг тогда неизвестного премьер-министра был выше 70%, и с тех пор этот уровень не опускался ниже)* [BBC News, Vladimir Putin: The rebuilding of 'Soviet' Russia, 2014].

## ВЫВОД К ГЛАВЕ II

Медиаобраз политика, в частности, президента страны, отражает взгляды и мнения журналистов на политическую деятельность не только одного представителя власти, но и всего аппарата управления государством.

Особенности формирования медиаобраза политического лидера зависят от политического контекста, в котором он действует, и, соответственно, от его деятельности, и их восприятия журналистами через собственные личностные установки с последующим отражением в материалах СМИ (Уракова, 2016: 183).

В целом проведенный анализ медиатекстов британских и американских СМИ позволяет констатировать, что формирование имиджа политического лидера во многом зависит от медиаресурсов.

В практической главе нами были проведены результаты анализа медиатекстов, опубликованных английскими и британскими изданиями СМИ в период действия санкции против России в период с 2014 по 2018 года. Мы провели исследования и составили собственную классификацию характеристик, поделив их на три основные группы: негативные, нейтральные и положительные.

Анализ лингвистических средств создания медиаобраза российского президента, позволяет выявить характеристики медиаобраза В.В. Путина в западной англоязычной прессе (от негативных до положительных): Путин-агрессор, Путин-тиран, Путин – вечный правитель, Путин-царь, режим Путина, «фактивная» демократия Путина, Путин – агент КГБ, Путин-коррупционер, Путин-мачо, Путин-игрок, Путин-двуликий; серьезный Путин, авторитетный Путин, миротворец Путин, Путин-спортсмен.

Выделенные характеристики иллюстрируют нам преобладание негативно окрашенных доминант как основных компонентов медиаобраза главы Российского государства. Анализ материалов американских и

британских СМИ за 2014-2018 гг. показывает, что В.В. Путин является одной из центральных фигур в зарубежных СМИ. Такой интерес к образу российского политика, по нашему мнению, может объясняться незаурядностью его личности, твердостью позиций, своеобразной манерой выражения своего мнения, длительным сроком пребывания на посту президента страны, а также явным противостоянием и несогласием западных лидеров и В.В. Путина в вопросах международной политики.

Основная часть публикаций направлена на негативную критику в адрес российского лидера. В равном соотношении будут публикации с нейтральной и положительной характеристикой медиаобраза В.В. Путина. Однако стоит отметить, что авторские публикации в англоязычных СМИ не всегда негативно направлены на Владимира Путина: многие журналисты призывают к сотрудничеству с Россией, так как это необходимо для экономики стран.

Также нельзя не учесть тот факт, что британские СМИ в своих публикациях придерживаются нейтрально характера медиаобраза В.В. Путина, в то время как американские СМИ в большей степени публикуют материалы с присутствующими негативными характеристиками, присущее актуальному медиаобразу. Это связано, прежде всего, с географическим положением страны, историческими и культурными особенностями, сырьевым и стратегическим потенциалом, поэтому материалы о внутренней жизни России, культуре, моде, даже современной эстраде очень популярны в англоязычном обществе.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Средства массовой информации в современном мире превратились в средство воздействия на массовое сознание. В связи с этим существует необходимость в изучении феномена медиаобраза, создаваемого СМИ.

В данной работе мы рассмотрели теоретические аспекты понятия медиаобраза и его компонентов. В результате проведенного нами исследования мы сформулировали определение понятия, изучили методы и специфику создания медиаобраза посредством СМИ, определили роль СМИ в формировании актуальных медиаобразов.

Роль СМИ в современном обществе столь велика, что их влияние на массовое сознание нельзя недооценивать. Они играют все большую роль в воздействии на общественное сознание и в формировании социальных убеждений. Данным фактом активно пользуются в своих интересах различные политические силы и не всегда их точка зрения объективна и беспристрастна. Независимо от того, являются ли СМИ «четвертой властью» или же только инструментом в руках влиятельных лиц, их главная цель остается неизменной – создать определенное мнение у читателя.

В нашей работе был рассмотрен особый раздел, посвященный СМИ как основного инструмента в создании медиаобраза политических деятелей. В результате чего мы выяснили, что медиаобраз – это сложная система многостороннего отображения объекта материального мира (в данном случае политического деятеля В.В. Путина) в СМИ, создаваемое средствами журналистики, содержащее некоторое структурное сходство с объектом и основанное на определенной мировоззренческой системе автора.

Одним из эффективных способов исследования медиаобраза является метод выделения лексических и стилистических доминант в профессиональном журналистском тексте.

Присутствующие доминанты в медиаобразе характеризуют отражение реакции на происходящие события. Язык и стилистика подачи информации

подбирается исходя из ряда идеологических, культурных и политических соображений. Исходя из этого, опираясь на анализ медиа-текстов англоязычных СМИ, можно проследить разницу в стилистической подаче информации между американскими и британскими СМИ, где в британских СМИ придерживаются нейтрального способа подачи информации, а в американских СМИ присутствует анализ и критика происходящих событий.

В практической части нашей работы были выявлены стилистические средства создания медиаобраза В.В. Путина в американских и британских СМИ за 2014-2018 года, а также выделены основные характеристики медиаобраза В.В. Путина в период действий санкций против России после событий в 2014 году.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Angela Merkel comforts sobbing refugee but says Germany can't help everyone [Электронный ресурс]. – <https://www.theguardian.com/world/2015/jul/16/angela-merkel-comforts-teenage-palestinian-asylum-seeker-germany>
2. Angela Merkel is a better leader for America than Donald Trump [Электронный ресурс]. – <https://www.washingtonpost.com/opinions/>
3. Do not received by fanatic Angela Merkel [Электронный ресурс]. – <https://www.express.co.uk/comment/columnists/frederick-forsyth/432525/Do-not-received-by-fanatic-Angela-Merkel>
4. Ажгихина, Н.И. Когда Россией будет управлять Маргарет Тэтчер? Несколько штрихов к коллективному портрету женщины-политика в российском информационном пространстве и о самом медийном пространстве. // Н.И. Ажгихина «Гендерные исследования» № 16, 2007. – 37 с.
5. Балалуева, И.А. Медиаобраз женщины и развитие гендерного дискурса в современных российских федеральных газетах // И.А. Балалуева, – Краснодар: Наука и образование, 2014. – 26-32 с.
6. Балалуева, И.А. Медиаобраз и социообраз: процессы взаимоуправления в современном обществе // И.А. Балалуева, – М.: Трибуна молодого ученого №4, 2014. – 86-91 с.
7. Балалуева, И.А. Образ женщины в современной российской прессе: ключевые характеристики и масштабы трансформации // И.А. Балалуева, – М.: Вестн. Моск. ун-та № 6. Сер. 10, Журналистика, 2013. – 122 с.
8. Богдан, Е.Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики // Е.Н. Богдан, – М.: Вестник Моск. Ун-та №4. Сер. 10: Журналистика, 2007. – 122-127 с.

9. Вартанова Е.Л., Смирнова О.В., Фролова Т. И. Женщины в российской политике: СМИ показали, откуда придет гендерное равенство // Е.Л. Вартанова, – М.: Вопросы теории и практики журналистики № 3, 2013. – 78 с.
10. Воронова, Л.А. Политика и журналистика: танго под гендерный аккомпанемент // Л.А. Воронова, Гендер и СМИ-2012. Ежегодник. М.: Факультет журналистики МГУ, 2013. – 205-220 с.
11. Галинская, Т.Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике / Т.Н. Галинская, – Оренбург: Вестник ОГУ №11, 2013. – 91 с.
12. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: уч.пособие. / Т.Г. Добросклонская, – М.: Флинта; Наука, 2008. – 264 с.
13. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: теория и методы изучения языка СМИ // Т.Г. Добросклонская, – М.: МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ № 2(5), 2014. – 136 с.
14. Зубанова, Л.Б. Современное медиапространство: подходы к исследованию и принципы интерпретации // Л.Б. Зубанова, – Челябинск: Вестн. Челябинск. гос. академии культуры и искусств №2, 2008. – 6-17 с.
15. Имидж лидера / под ред. Е. В. Егоровой-Гантман [Электронный ресурс]. – <http://www.nikkolom.ru>
16. Кашина, М.А., Дмитриков Е.В. Образ политика в Российских СМИ: гендерный аспект // М.А. Кашина, Е.В. Дмитриков, – М.: Научно-практический журнал №3, 2009. – 122-136 с.
17. Кондратьев, М. Ю. Азбука социального психолога-практика [Электронный ресурс] / М. Ю. Кондратьев, В. А. Ильин, – М., 2007. URL: <http://slovari.yandex.ru/~книги/Азбука%20психолога/>
18. Короченский, А.П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка / А.П. Короченский – Ростов н/Д.: Международный институт журналистики и филологии, 2002. – 272 с.

19. Леоньев, А.Н. К психологии образа // А.Н. Леоньев, – М.: Вестник МГУ №3. – серия 14, Психология, 1986. – 133 с.
20. Литературная энциклопедия в 11 томах, 1929-1939, М., Т5 – 87 с.
21. Макарова, А. Д. Лингвокультурный образ: сущность понятия // А.Д. Макарова, – Челябинск: Вестник Челябинского государственного университета №33 (248), 2011. – 243 с.
22. Марущак, А.В. Политико-социальный образ России в американском медиaprостранстве // А.В. Марущак, – М.: Журналистский ежегодник №1, 2012. – 93-96 с.
23. Смеюха, В.В. Гендерные технологии в СМИ // В.В. Смеюха, – Ростов-на-Дону: Учебно-методическое пособие, 2011. – 46 с.
24. Солганик, Г.Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ). // Г.Я. Солганик сб.: Язык современной публицистики: сб.статей / сост. Г.Я. Солганик. – М.: Флинта: Наука, 2005. – 13-30 с.
25. Уракова, В.А. К проблеме исследования медиаобраза политического лидера // В.А. Уракова, – М.: Вестник экономики, права и социологии №3, 2016. – 181-184 с.
26. Хочунская, Л.В. Феномен медиаобраза: социально-психологический аспект // Л.В. Хочунская, – М.: Вестник РУДН № 2, серия Литературоведение. Журналистика, 2013. – 91-95 с.
27. Черкасова, М.Н. Медиасобытие и медиаобраз с точки зрения медиалингвистики и медиакритики (на примере языка вражды) // М.Н Черкасова, – Белгород: Научные ведомости НИУ БелГУ, 2010. – 250 с.
28. Шалак, В.И. Современный контент-анализ / В.И. Шалак, – М.: Омега-Л, 2004, – 214 с.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. A hollow superpower // The Economist, 19.03.2016 [Электронный ресурс]. – <https://www.economist.com/leaders>
2. A tsar is born // The Economist, 26.10.2017 [Электронный ресурс]. – <https://www.economist.com/leaders/2017/10/26/a-tsar-is-born>
3. Brand Putin: Russia's president still in fashion 15 years on // BBC News, 27.03.2015 [Электронный ресурс]. – <https://www.bbc.com/news/world-europe-32076836>
4. Condoleezza Rice: Will America heed the wake-up call of Ukraine? // The Washington Post, 07.03.2014 [Электронный ресурс]. – <https://www.washingtonpost.com/opinions/condoleezza-rice-will-america-heed-the-wake-up-call-of-ukraine>
5. Donald Trump seeks a grand bargain with Vladimir Putin // The Economist, 11.02.2017 [Электронный ресурс]. – <https://www.economist.com/leaders/2017/02/11/donald-trump-seeks-a-grand-bargain-with-vladimir-putin>
6. EU Faces Challenges as Threat of Russian Sanctions Looms // American Voice, 27.06.2014 [Электронный ресурс]. – <https://www.voanews.com/europe/eu-faces-challenges-threat-russian-sanctions-looms>
7. EU, US Extend Sanctions Against Russia // American Voice, 29.06.2018 [Электронный ресурс]. – <https://www.voanews.com/usa/eu-us-extend-sanctions-against-russia>
8. How Putin's Russia turned humour into a weapon // BBC News, 15.12.2018 [Электронный ресурс]. – <https://www.bbc.com/news/world-europe-46567364>
9. How Russia outfoxes its enemies // BBC News, 29.01.2015 [Электронный ресурс]. – <https://www.bbc.com/news/magazine-31020283>

10. In Putin's Russia, crossing the czar can be fatal // Daily news, 03.03.2015 [Электронный ресурс]. – <https://www.nydailynews.com/opinion/editorial-putin-russia-crossing-czar-fatal>
11. Life in Vladimir Putin's Russia explained in 10 charts // BBC News, 12.03.2018 [Электронный ресурс]. – <https://www.bbc.com/news/world-europe-43210257>
12. Our American cousin // The Economist, 10.11.2016 [Электронный ресурс]. – <https://www.economist.com/europe/2016/11/10/our-american-cousin>
13. Putin cast as national avior ahead of Russia election // BBC News, 21.01.2018 [Электронный ресурс]. – <https://www.bbc.com/news/world-europe-42707957>
14. Putin looks for quick win, but voter apathy worries Kremlin // Daily News, 15.12.2017 [Электронный ресурс]. – <https://www.nydailynews.com/newswires/news/world/putin-quick-win-voter-apaty-worries-kremlin-article-1.3701279>
15. Putin Says Russia Didn't Meddle in US Vote, Despite Evidence // American Voice, 07.06.2017 [Электронный ресурс]. – <https://www.voanews.com/europe/putin-says-russia-didnt-meddle-us-vote-despite-evidence>
16. Putin Says Russia Didn't Meddle in US Vote, Despite Evidence // American Voice, 07.06.2017 [Электронный ресурс]. – <https://www.voanews.com/europe/putin-says-russia-didnt-meddle-us-vote-despite-evidence>
17. Putin Says Russia Didn't Meddle in US Vote, Despite Evidence // American Voice, 27.06.2017 [Электронный ресурс]. – <https://www.voanews.com/europe/putin-says-russia-didnt-meddle-us-vote-despite-evidence>
18. Putin undecided whether to run as an independent or not // Daily News, 07.12.2017 [Электронный ресурс]. –

- <https://www.nydailynews.com/newswires/news/world/putin-undecided-run-independent>
19. Putin: Voters' choices of Trump and Brexit 'disrespected' // BBC News, 20.12.2018 [Электронный ресурс]. – <https://www.bbc.com/news/world-europe-46630723>
  20. Putin's bid for human rights cover: Don't dare re-elect Russia to the Human Rights Council // Daily News, 28.10.2016 [Электронный ресурс]. – <https://www.nydailynews.com/opinion/hillel-neuer-putin-bid-human-rights-cover-article-1.2847890>
  21. Putin's bid for human rights cover: Don't dare re-elect Russia to the Human Rights Council // Daily news, 28.10.2016 [Электронный ресурс]. – <https://www.nydailynews.com/opinion/hillel-neuer-putin-bid-human-rights-cover-article-1.2847890>
  22. Roundup: Opinions on Ukraine From American and Foreign Media // American Voice, 10.03.2014 [Электронный ресурс]. – <https://www.voanews.com/europe/roundup-opinions-ukraine-american-and-foreign-media-march-10>
  23. Russia's Putin embraces higher pension age but softens blow // BBC News, 29.08.2018 [Электронный ресурс]. – <https://www.bbc.com/news/world-europe-45347228>
  24. Russian Foreign Policy Reflects Domestic Dysfunction // American Voice, 14.03.2014 [Электронный ресурс]. – <https://www.voanews.com/europe/russian-foreign-policy-reflects-domestic-dysfunction>
  25. Russian Orthodox Church lends weight to Putin patriotism // BBC News, 21.08.2018 [Электронный ресурс]. – <https://www.bbc.com/news/world-europe-33982267>
  26. Russian propaganda is state-of-the-art again // The Economist, 08.12.2016 [Электронный ресурс]. –

- <https://www.economist.com/europe/2016/12/08/russian-propaganda-is-state-of-the-art-again>
27. Russian spy agencies prevented 60 terror attacks, Putin says // Daily News, 20.12.2017 [Электронный ресурс]. – <https://www.nydailynews.com/newswires/news/world/russian-spy-agencies-prevented-60-terror-attacks-putin>
  28. Russian state TV channel airs new program devoted to Putin // Daily news, 03.09.2018 [Электронный ресурс]. – <https://www.nydailynews.com/news/politics/ny-pol-trump-putin-ukraine-20180720-story.html>
  29. Russia's Putin softens pension reforms after outcry // BBC News 20.12.2018 [Электронный ресурс]. – <https://www.bbc.com/news/world-europe-45342721>
  30. The day Putin cried // BBC News, 05.03.2018 [Электронный ресурс]. – <https://www.bbc.com/news/stories-43260651>
  31. The day Putin cried // BBC News, 05.03.2018 [Электронный ресурс]. – <https://www.bbc.com/news/stories-43260651>
  32. The Latest: Putin says he will stand for re-election // Daily News, 06.12.2017 [Электронный ресурс]. – <https://www.nydailynews.com/newswires/news/world/latest-putin-stand-re-election-article-1.3680699>
  33. The threat from Russia // The Economist, 22.10.2016 [Электронный ресурс]. – <https://www.economist.com/leaders/2016/10/22/the-threat-from-russia>
  34. Trump and Putin plan Paris meeting // BBC News, 23.10.2018 [Электронный ресурс]. – <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-45960585>
  35. Trump, Putin and the Stupids // Daily news, 06.11.2017 [Электронный ресурс]. – <https://www.nydailynews.com/opinion/trump-putin-stupids-article-1.3615421>

36. Trump, Russia Agree: Relationship at Distinct Low Point // American Voice, 03.08.2017 [Электронный ресурс]. – <https://www.voanews.com/usa/trump-russia-agree-relationship-distinct-low-point>
37. Turkey's snuggling up to Russia is likely to hurt it // The Economist, 16.02.2017 [Электронный ресурс]. – <https://www.economist.com>
38. U.S. releases 'Putin list' of Russian politicians, oligarchs after declining to impose new sanctions // Daily News, 30.12.2018 [Электронный ресурс]. – <https://www.nydailynews.com/news/politics/trump-administration-won-impose-new-sanctions-russia>
39. Ukraine-Russia sea clash staged, says Putin // BBC News 28.11.2018 [Электронный ресурс]. – <https://www.bbc.com/news/world-europe-46370619>
40. Vladimir Putin will seek reelection as Russian president // Daily news, 06.12.2014 [Электронный ресурс]. – <https://www.nydailynews.com/news/world/vladimir-putin-seek-reelection-russian-president>
41. Vladimir Putin: Russia's action man president // BBC News, 27.02.2018 [Электронный ресурс]. – <https://www.bbc.com/news/world-europe-15047823>
42. Vladimir Putin: Russia's action man president // BBC News, 27.02.2018 [Электронный ресурс]. – <https://www.bbc.com/news/world-europe-15047823>
43. Vladimir Putin: The rebuilding of 'Soviet' Russia // BBC News, 28.03.2014 [Электронный ресурс]. – <https://www.bbc.com/news/magazine-26769481>