УДК: 316.4 DOI: 10.22394/2071-2367-2020-15-2-110-125

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБРАЗА ГЛАВЫ ГОСУДАРСТВА В ЗАРУБЕЖНОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ: ИНТЕГРИРОВАННЫЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

***Проказина Н. В., Бобылёва Н.Ю.*[1]**

Аннотация. Цель статьи – выявить направления трансформации образа главы государства в зарубежном медиапространстве на основе интегрированного социологического подхода. Геополитическая ситуация, складывающаяся в современном мире, поддерживается на информационном уровне тем образом главы государства, который конструируется в медиапространстве. Поэтому анализ трансформации образа главы государства в зарубежном медиапространстве представляет не только научный интерес, но и позволяет определить доминирующий тон и характер отношений между государствами. Динамика образа российского главы государства в американской прессе имеет особое значение, так как в ней тем или иным образом отражены взаимоотношения между странами.

Деятельность главы государства имеет свою ярко выраженную специфику. Анализ визуальных образов и репрезентаций, требует применения в социологических исследованиях интегрированного социологического анализа, включающего как традиционные методы, так и «визуальные».

Новизна данного исследования заключается в том, что авторами на основе текстовых и визуальных материалов зарубежной прессы за 2018–2019 гг. (обложек с изображением В.В. Путина и статей, посвященных государственному управлению Российской Федерации и Президенту РФ, размещенных в данный период в журналах «Time» и «Newsweek») осуществлен анализ направлений трансформации образа главы государства в зарубежном медиапространстве.

Исследование трансформация образа главы государства в медиапространстве демонстрирует смещение фокуса внимания на определенных характерных чертах, либо привнесение новых элементов в сложившийся образ. Результаты исследований показывают, что динамика образа главы российского государства в зарубежной прессе имеет тенденцию к усилению негативных форматов.

Ключевые слова: глава государства, трансформация образа главы государства, медиапространство, интегрированный социологический анализ, общественное мнение, американская пресса.

Проказина Наталья Васильевна — доктор социологических наук, доцент, зав. кафедрой социологии и информационных технологий Среднерусского института управления — филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, адрес: 302028, Россия, г. Орёл, б-р Победы, д.5а, e-mail: nvprokazina@mail.ru

Бобылева Наталия Юрьевна — лаборант кафедры социологии и информационных технологий, преподаватель Банковского колледжа Среднерусского института управления — филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, адрес: 302028, Россия, г. Орёл, б-р Победы, д.5а, e-mail: nataliya.bobyleva24@yandex.ru

TRANSFORMATION OF THE IMAGE OF THE HEAD OF STATE IN FOREIGN MEDIA SPACE: INTEGRATED SOCIOLOGICAL ANALYSIS

PROKAZINA N.V. — Doctor of Sociological Sciences, Docent, Head of the Department of Sociology and Management, Central Russian Institute of Management — Branch of RANEPA (Russian Federation, Orel), e–mail:nvprokazina@mail.ru

BOBYLEVA N.Y. — Laboratory Assistant of the Department of Sociology and Information Technologies, Teacher of the Banking College of the Central Russian Institute of Management — Branch of RANEPA (Russian Federation, Orel), e-mail: nataliya.bobyleva24@yandex.ru

Abstract. The purpose of the article is to identify the transformation directions of the image of the head of state in foreign media space based on an integrated sociological approach. The geopolitical situation in the modern world is maintained at the information level in the manner of the head of state, which is constructed in the media space. Therefore, the analysis of the transformation of the image of the head of state in the foreign media space is not only of scientific interest, but also allows to determine the dominant tone and nature of relations between states. The dynamics of the image of the Russian head of state in the American press is of particular importance, since it in one way or another reflects the relationship between the countries.

The activity of the head of state has its own distinct specificity. The analysis of visual images and representations requires the use of integrated sociological analysis in sociological research, including both traditional and "visual" methods.

The novelty of this study is that the authors based on text and visual materials of the foreign press for 2018-2019 (covers with the image of V.V. Putin and articles on the public administration of the Russian Federation and the President of the Russian Federation, published during this period in the magazines "Time" and "Newsweek"), an analysis is made of the directions of transformation of the image of the head of state in foreign media space.

The study of the transformation of the image of the head of state in the media space shows a shift in the focus of attention to certain characteristic features, or the introduction of new elements into the existing image. The research results show that the dynamics of the image of the head of the Russian state in the foreign press tends to strengthen negative formats.

Keywords: head of state, transformation of the image of the head of state, media space, integrated sociological analysis, public opinion, American press.

Введение. На современном этапе мировому развитию присущи острейшие социально-экономические конфликты и политические противоречия.

Непростая политическая обстановка диктует свои требования к средствам массовой информации, что приводит к тому, что в каждой стране медийный образ главы государства формируется по-своему и имеет свои особенности.

Динамика образа российского главы государства в американской прессе имеет особое значение, так как в ней тем или иным образом отражены взаимоотношения между странами.

Актуальность изучения трансформации образа главы государства в зарубежном медиапространстве обусловлена следующими факторами:

— роль главы государства в управлении страной огромна; от избранного им стиля руководства, от того, какие приоритеты он будет акцентировать, в значительной мере зависит будущее страны в целом и каждого человека, проживающего в ней, в частности;

— образ главы государства страны является своего рода ее визитной карточкой, так как отображает стержневые направления в международной политике;

— данная тема носит междисциплинарный характер и представляет интерес как для управленцев, так и для социологов, журналистов, политологов, имиджмейкеров, филологов;

— взгляд зарубежных журналистов оказывает воздействие и на восприятие главы государства жителями России, поэтому чрезвычайно важно знать, как изменяется образ главы государства Российского в зарубежной медиасреде.

Теоретический обзор.

Образ главы государства является конструируемым явлением. Изучая имидж политического лидера, М.А. Пибаева отмечает, что его можно трактовать как индивидуальный образ, который создает сам объект или его окружение с целью воспроизводства определенного впечатления. «Имидж политика специально создается, конструируется на основе запросов избирателей, для которых главное значение имеет не столько политика кандидата, сколько впечатление о нем как о человеке»[1].

Образ главы государства в медиапространстве — это образ, создаваемый СМИ в сотрудничестве с различными сферами духовного творчества; образ, состоящий из совокупности рациональных и эмоциональных представлений, базирующихся на информации, полученной из СМИ; образ, выражающий общественное мнение в медиапространстве [2].

В современном обществе происходят различные трансформационные процессы, которые затрагивают в том числе и образы, которые появляются в медиапространстве. Само понятие «медиапространство» возникло в российском дискурсе относительно недавно. Смысловым предшественником этого понятия было «информационное пространство»[3].

Медиапространство — это открытая система отношений производителей и потребителей массовой информации. Ю.С. Юдина отмечает, что телепространство, радиопространство, пространство печати и интернет являются той самой структурой,

---

[1] Пибаева М.А. Имидж политического лидера как предмет социологического анализа // Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований. — 2018. — Т. 1. — С. 192.

[2] Морозова О.В. Речевые способы формирования образа России в российских и американских СМИ: дисс. … канд. филол. наук. – Саратов, 2017. — С. 17–18.

[3] Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. — М., 2013. — С.97

которая определяет социальную систему медиапространства[1].

Сложность в определении концептуальных подходов к анализу медиапространства заключается в том, что само понятие «медиапространство» — объект междисциплинарного интереса, его подвергают анализу журналисты, социологи, культурологи, политики, педагоги, психологи, экономисты и другие[2]. Соответственно поэтому дисциплинарных подходов к изучению медиапространства много: лингвистические, экономические, психологические, культурологические, социологические и другие.

Под трансформацией образа главы государства в медиапространстве можно понимать заострение внимания на наиболее характерных чертах либо привнесение новых элементов. Влияют на трансформацию образа не только СМИ, но и PR службы главы государства.

Как отмечает А.В. Торкунов, практика международных исследований подвержена влиянию идей. Данностью является рефлексия человека по поводу любой его социальной активности. Такая рефлексия ведет к формированию представлений, идей, норм, которые влияют на практическую деятельность. Но это происходит не в безвоздушном пространстве. На формирование представлений влияют идеологии, иногда открыто, прямо, непосредственно, иногда — подспудно присутствующие в виде так называемых фоновых представлений. Так же, как и политические теории, идеологии, помимо отношений и способов мышления, представляют собой совокупность концептов[3].

Глава государства как объект социологического анализа рассматривается в тесной взаимосвязи с самим государством.

При этом в сознании граждан других стран представление о государстве во многом связано с образом главы государства. Достижения и успехи, а также неудачи первого лица приравниваются обществом к успеху или неудачам самого государства[4].

Образ главы государства, являясь автономным элементом, играет особую роль в имидже государства и имеет двоякую направленность как на мировую общественность (т. е. внешняя направленность), так и на население своей страны (т. е. внутренняя направленность).

Методология и методы. Изучение трансформации образа главы государства является сложным и многомерным процессом, в связи с чем требует совмещения различных социологических подходов.

В последние годы в социологии набирает популярность использование стратегии

---

[1] Юдина Е. Н. Медиапространство как новая социологическая категория // Преподаватель XXI век. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mediaprostranstvo-kak-novaya-sotsiologicheskaya-kategoriya/viewer (дата обращения: 17.12.2019).

[2] Монастырёва О. В. Медиапространство: обзор представлений и подходов к пониманию. URL: https://vestnik.amursu.ru/wp-content/uploads/2017/12/N50_10.pdf (дата обращения: 17.12.2019).

[3] Торкунов А.В. Международные исследования: хаос или плюрализм? // Полис. Политические исследования. — 2019. — № 5. — С. 14.

[4] Захарова Е.А. О влиянии имиджа главы государства на формирование имиджа страны на примере имиджа Президента РФ В.В. Путина // Вестник современных исследований. — 2018. — № 4.2 (19). — С. 131.

«смешивания» методов[1].

Это связано не только с поиском креативных практик, но и обусловлено прежде всего динамичностью, изменчивостью, «ускользанием» современного мира, находящегося одновременно в нескольких измерениях и состояниях.

Термин «комплексные исследования» в отечественной практике появился еще в девяностые годы двадцатого века. Связано это было прежде всего с прикладными исследованиями. Этот термин использовали для того, чтобы охарактеризовать сочетание нескольких методов, которое позволяет получить более полное представление об изучаемом феномене. Специалисты, работающие в этом направлении, предостерегают о целесообразности различения понятий «многометодность» и «смешивание методов». Так, первое понятие является более широким понятием, а второе предполагает совмещение качественного и количественного подходов.

В. В. Федоров утверждает, что количественный подход к оценке влияния СМИ на выбор избирателей (а соответственно на сконструированные образы, представления и стереотипы и общественное мнение в целом) имеет множество ограничений. Рассматривая данное утверждение как базовое, считаем целесообразным в условиях определения релевантной стратегии исследования предложить использование комплекса социологических методов.

Визуальность современного мира означает символичность и образность, которые настраивают (заставляют) исследователей подбирать наиболее адекватные и комплексные методы, способные описать настоящее и заглянуть в будущее.

Отталкиваясь от идей П. Штомпки о том, что в современном мире «поток зрительных образов зачастую может быть не меньше, чем поток слов, высказываний и суждений», мы в качестве дополнительного метода исследования используем метод визуальной социологии — анализа изображений на обложке журнала.

Анализ визуальных представлений в современном мире (в эпоху постмодернизма) имеет существенный эвристический потенциал, выступая индикатором складывающихся феноменов.

Визуальный метод анализа изображений (фотографий) на обложке журнала

[1] Creswell J.W. Research design: qualitative, quantitative, and mixed approaches. — Thousand Oaks. CA: Sage, 2003. — 273 p.; Morgan D. Integrating qualitative and quantitative methods: A pragmatic approach. Sage publications, 2013. — 288 p.; Tashakkori A., Teddlie C. Mixed methodology: combining qualitative and quantitative approaches. — Thousand Oaks, CA: Sage. 1998. — Vol. 46. — 200 p.; Савинская О. Б, Истомина А. Г., Ларкина Т. Ю., Круглова К. Д. Концептуальные представления о стратегиях «смешивания методов» (mixed methods research): этапы развития и современные дискуссии // Социологические исследования. — 2016. — № 8. — С. 21–29.; Полухина Е.В., Савинская О.Б. Через исследования к доверительному глобальному сотрудничеству: перспективы качественных исследований в XXI веке // Социологические исследования. — М., 2014. — № 1. — С. 122–125; Полухина Е. В., Просянюк Д.В. Методы анализа текста в смешанном дизайне исследования // Политическая наука: Науч. журн. / РАН. ИНИОН. Центр социальных науч.-информ. исслед. Отд. полит. науки; Росс. ассоц. полит. науки; Ред кол.: Е.Ю. Мелешкина (гл. ред.) и др. — М., 2015. — № 2; Познавательные возможности политической науки / Ред. и сост. номера Е.Ю. Мелешкина. — С. 104 –117.

использован как дополнение к другим методам с целью углубления представлений об объекте исследования.

Основными критериями, позволяющими выделить изображение на обложке журналов, объектом исследования выступают:

1. Локализация образа, определяющая его доступность и распространение, с одной стороны, и характер восприятия — с другой.

2. Функция образа (изображения на обложке журнала), выполняющая в данном случае информационно-пропагандистскую роль.

3. Контекст, в котором образ получен.

Представляется весьма продуктивным в социологическом плане использовать интегрированный социологический анализ, сочетая одновременно, например, анализ документов и визуальный метод:

— анализ документов дает возможность раскрыть событийную, фактологическую сторону социальной действительности, а также позволяет фиксировать развитие всех выразительных средств, в первую очередь структуру языка;

— исследование визуальных репрезентаций позволяет изучить процесс создания визуального образа, его социальную сущность и воздействие на сознание человека. Как подчеркивает Н.В. Шалютина, очевидно, что визуальные тексты способны не только описывать события, но и формировать новые смыслы[1]. Под трансформацией образа главы государства в медиапространстве можно понимать заострение внимания на наиболее характерных чертах либо привнесение новых элементов.

Использование интегрированного социологического анализа позволит составить наиболее полное представление о трансформации образа главы государства в зарубежном медиапространсте.

Для анализа нами были выбраны американские журналы «Time» и «Newsweek», как одни из ведущих иностранных СМИ, которые уделяют повышенное внимание политическим событиям в России и российскому главе государства.

Так, нами был проведен традиционный анализ статей журнала «Time» за 2018 и 2019 гг. Всего было просмотрено 83 заголовка статей, из которых для анализа была выбрана 21 статья. Критерием отбора статей для контент-анализа послужили наличие в заголовках статей смысловых единиц, отражающих политическую тематику современной России, а также присутствие конкретных слов, идей и персонажей, касающихся политической жизни России и главы государства.

Научные результаты и дискуссия.

Результаты исследований показывают, что на современном этапе, в связи с событиями, развернувшимися на мировой арене, динамика образа главы Российского государства в зарубежной прессе имеет тенденцию к усилению степени негативизма.

По результатам проведенного традиционного анализа можно сделать следующие выводы:

1) Анализ статей «Time» за 2018 год (рис 1) показывает, что в общем массиве

[1] Шалютина Н.В. Визуальная методология: основные концептуальные подходы // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. — 2016. — №3 (43). — С. 120.

преобладают публикации с отрицательной оценкой по отношению к России и ее главе государства (73% проанализированных статей носят отрицательную оценку и 27% нейтральную).

Наиболее яркими и обсуждаемыми темами являются: выборы Президента РФ; расследования вмешательства России в американские выборы; подрыв действенности санкций США, направленных на ослабление экономики Венесуэлы; политика Д. Трампа по отношению к России; предвыборная кампания Турции; встреча Д. Трампа и В. Путина в Хельсинки; усиление военной напряжённости в мире (гонка вооружений); продолжение войны в Сирии; обострение отношений России и США, России и Украины.

Прочитав и проникнув в проблемы, отражаемые в статьях этого времени, читатель затрудняется с осознанием истинной направленности и мотивов действий российской власти.

2) Статьи политического характера, опубликованные в 2019 году в журнале «Time», представляют Россию как государство, в котором действия, совершаемые властями и государственными службами, не обязательно должны сочетаться с Конституцией и международными нормами общественного устройства. Проведенный анализ (рис. 1) показывает, что 80% статей несут отрицательный посыл по отношению к России и российскому главе государства, 10% статей имеют нейтральный окрас и ровно столько же, а именно 10%, положительный.

Самыми обсуждаемыми темами стали: ухудшение отношения европейцев к США; взаимоотношения НАТО и России; расширение зон влияния России за счет Венесуэлы, Ливии, Сирии и Судана; информационная война России против Запада; влияние России на выборы в США; коррупция в России; отношения России и Судана, России и Грузии, России и Ближнего Востока, России и Африки.

Противоречие, с которым может столкнуться читатель при прочтении статей за данный период, вероятно, может быть обусловлено тем, что в российской прессе многие события, о которых идет речь в журнале «Time», или вовсе не освещаются, или же освещаются в ином ракурсе. Поэтому вопрос о том, чья информация является истинной — российских издательств или журнала «Time», для читателей остается открытым.

Таким образом, во всех статьях за 2018 и 2019 гг., даже самых критических, которые появлялись о российском главе государства в данном журнале, говорилось о его высоком влиянии на самые разные процессы, протекающие в мире. При этом подчеркивалась его авторитарность во внутренней политике, утверждалось, что он сильный и жесткий лидер. И нужно отметить, что это далеко не единственный такой пример.

Аналогичной позиции придерживаются в журнале «Newsweek».

Журнал «Newsweek» («Новости недели») – одно из самых авторитетных изданий не только в США, но и во многих других странах мира. Главными темами публикаций журнала являются политика, международные новости и события, экономика и культура. В 2012 году журнал пережил свое второе рождение, что было связано с необходимостью пересмотра издательской политики. В настоящее время издание рассматривает преимущественно вопросы политики, отражая американский взгляд на события международного масштаба.

Так, нами был проведен традиционный анализ статей журнала «Newsweek» за 2018 и

2019 гг. Всего было просмотрено 93 заголовка статей, из которых для анализа было выбрано 36 статей. Критериями отбора статей для контент-анализа послужили наличие в заголовках статей смысловых единиц, отражающих политическую тематику современной России, а также присутствие конкретных слов, идей и персонажей, касающихся политической жизни России и главы государства.

По результатам проведенного традиционного анализа данных можно сделать следующие выводы:

1) Статьи журнала «Newsweek» за 2018 год содержат много интересной и эксклюзивной информации, отражающей наиболее «яркие» политические события того времени. В целом многие публикации (рис 1), содержащиеся в журнале, носят отрицательную окраску (63%), что имеет негативное влияние на мнение общественности относительно действий российского главы государства. Положительно окрашенными являются лишь 5% статей, и 32% имеют нейтральную позицию.

Статьи за 2018 год главным образом отражают вопросы: противостояния России и США в Сирии; взаимоотношений России и Турции, Ирана, Сирии, Венесуэлы, Грузии, Молдавии, Китая, Ливана, Африки; ядерной гонки вооружений; санкций против России; встречи Д. Трампа и В. Путина; войны на Украине и в Сирии; вмешательства России в американские выборы.

2) В анализируемом материале за 2019 год преобладают отрицательный настрой, негативная оценка происходящих событий и действий, совершаемых российскими государственными деятелями. Так, из всех проанализированных статей (рис. 1) образ России и главы государства представлен в негативном аспекте в 76%, а оставшиеся 24% статей носят нейтральный окрас.

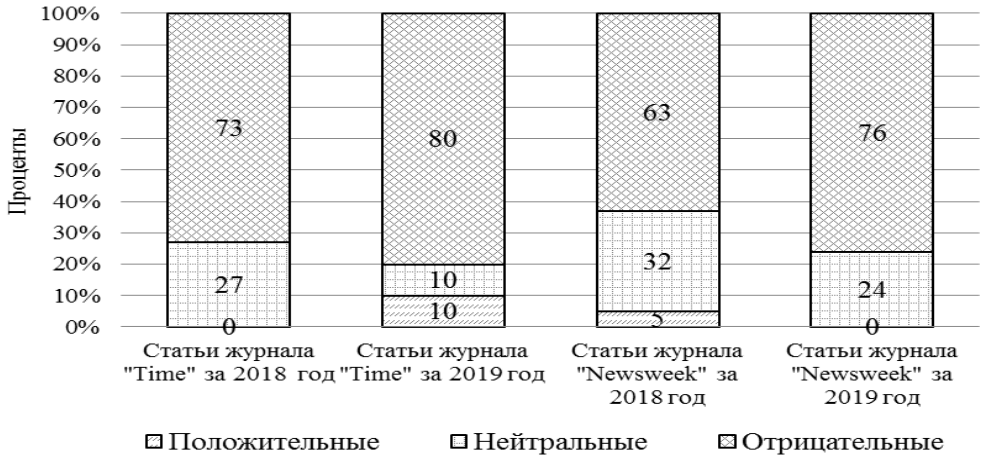


Рисунок 1 — Оценка образа главы государства в американских журналах «Time» и «Newsweek», в %

Figure 1 — Assessment of the image of the head of state in the American magazines «Time» and «Newsweek», in %

Следует отметить, что самыми обсуждаемыми вопросами за 2019 год стали: гонка

вооружений; выступление Греты Тунберг; позиция России на международной арене; вмешательство России в выборы; влияние России на Ближнем Востоке; отношения России и Турции, России и Сирии, России и Венесуэлы.

Таким образом, можно сказать, что характер и тон публикаций в журнале «Newsweek» содержит более негативную и подробную информацию по отношению к российскому главе государства, чем журнал «Time», делая главный упор на негативно-осудительные описания поведения главы нашего государстваПроведя традиционный анализ политических событий за 2018 и 2019 гг., представленных в журналах «Time» и «Newsweek», можно сделать вывод, что в публикациях, посвященных России и российскому главе государства, преобладает негативный образ России, и имидж главы государства в глазах международного сообщества и зарубежной прессы отрицательный. Главными чертам и Российского государства являются коррупция, агрессивная внешняя политика, игнорирование международных норм и договоренностей, а также вседозволенность власти. Так, 2018 год был представлен годом нового политического цикла для России, что связано в первую очередь с президентскими выборами непосредственно в России. Основная же проблема США и России заключается в контроле над ядерным вооружением, а серьезной точкой преткновения остается вопрос по Украине. 2019 год был ознаменован новой гонкой вооружений, пенсионной реформой в России, импичментом Д.Трампа, выборами президента на Украине, двоевластием в Венесуэле и другими событиями.

Далее применялся метод количественного контент-анализа для подсчета частоты встречаемости слов в материалах статей. Обработка и анализ данных производились с помощью программы семантического анализа текста Адвего. Основная единица анализа — статьи в журнале за год.

Всего для проведения контент-анализа было отобрано 57 статей из общего массива, среди которых:

— Журнал «Time»: 11 статей за 2018 год; 10 статей за 2019 год.
— Журнал «Newsweek»: 19 статей за 2018 год; 17 статей за 2019 год.

Специфика анализируемых текстов предполагала анализ ключевых слов (семантического ядра) на основе первичного выделения списка ключевых слов, которые встречались во всех типах материалов, и дальнейшего их ранжирования и подсчета с помощью SEO-анализа текста.

Полученные данные свидетельствуют о том, что даже семантический анализ текста позволяет выделить проблемные ситуации, которые описывает зарубежная пресса. Наибольший интерес представляют личность В. Путина, Д. Трампа, В. Орбана и Н. Мадуро. Большое внимание уделяется российско-американским отношениям, войне в Сирии, отношениям России с различными странами (Украиной, Турцией, Суданом, Венесуэлой, Ираном, Китаем и др.), все еще обсуждаются вопросы присоединения Крыма и последующих за этим санкций.

Далее проанализируем частоту встречаемости конкретных слов в разных зарубежных изданиях.

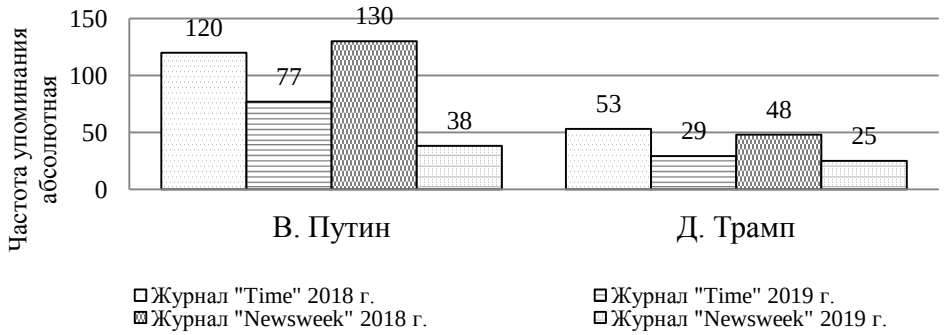


Рисунок 2 — Абсолютная частота упоминания ведущих политических лидеров в американских журналах «Time» и «Newsweek»

Figure 2 — Absolute frequency of mentioning leading political leaders in American magazines «Time» and «Newsweek»

Данные рис. 2 свидетельствует о том, что наибольшая частота встречаемости слова «Путин» приходится на 2018 год. Тогда американские журналы посвящали разбору деятельности российского главы государства в два раза больше статей, чем в 2019 году. Это связано в первую очередь с президентскими выборами, на которых победу одержал В. Путин. В то же время про американского главу государства пестрило намного меньше заголовков статей.



Рисунок 3 — Абсолютная частота упоминания различных стран в американских журналах «Time» и «Newsweek»

Figure 3 — Absolute frequency of mentioning various countries in American magazines «Time» and «Newsweek»

Интересным представлялся анализ частоты упоминаний взаимоотношений российского главы государства с различными странами (рис. 3). Подавляющее число статей посвящено российско-американским отношениям, продолжению войны в Сирии, обострению отношений России и Украины. Значительная часть статей направлена на описание отношений России и Ирана, России и Венесуэлы, России и Турции. Обсуждаются перспективы российско-китайского сотрудничества. Примечательным является факт, что журнал «Newsweek» чаще, чем «Time», публикует статьи, в которых описываются взаимоотношения России с разными странами мира и имеется более либеральный уклон.

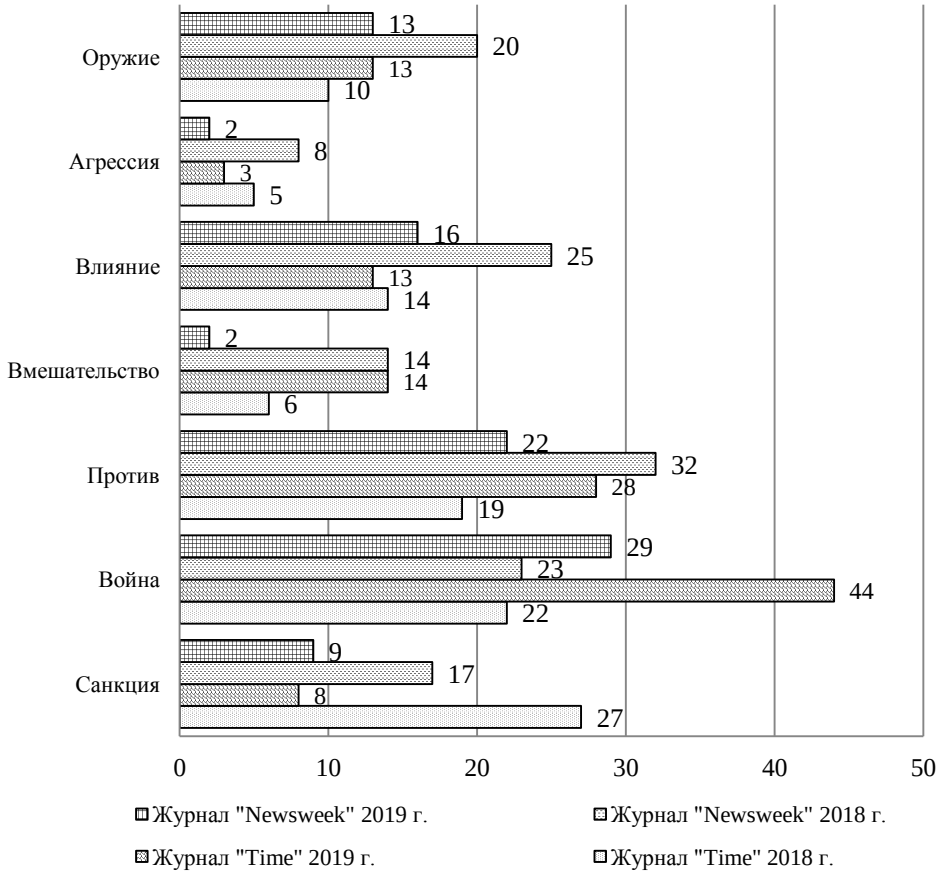


Рисунок 4 — Абсолютная частота упоминания семантических доминант, имеющих негативный окрас в американских журналах «Time» и «Newsweek»

Figure 4 — Absolute frequency of mentioning semantic dominants that have negative connotation in American magazines «Time» and «Newsweek»

Данные рис. 4 демонстрируют семантические доминанты «агрессии/агрессивности». Ранг слова «война» является самым высоким. Журнал «Time» чаще использует это слово в опубликованных статьях, зачастую обращая внимание читателей на информационную войну России против Запада. Самым популярным, негативно окрашенным словом журнала «Newsweek» является «против», за которым следует противостояние в российско-американских отношениях. Далее следует слово «влияние», которому уделялось большее значение в 2018 году, в преддверии выборов российского главы государства. Следующая позиция отводится слову «санкции», упоминание о которых можно встретить в каждой четвертой проанализированной статье журнала «Time». Пятое место занимает слово «оружие». Это обусловлено в первую очередь новой гонкой вооружений, так как основная проблема России и США заключается в контроле над ядерным вооружением.

Таким образом, количественный анализ текста является подтверждением того, что провозглашение политической линии руководства своей страны непосредственно оказывает влияние на формирование образа главы Российского государства в зарубежном медиапространстве.

Отталкиваясь от идей П. Штомпки о том, что в современном мире «поток зрительных образов зачастую может быть не меньше, чем поток слов, высказываний и суждений»[1], мы в качестве дополнительного метода исследования используем метод визуальной социологии — анализа изображений на обложке журнала.

Визуальность современного мира означает символичность и образность, которые настраивают (заставляют) исследователей подбирать наиболее адекватные и комплексные методы, способные описать настоящее и заглянуть в будущее.

Анализ визуальных представлений в современном мире (в эпоху постмодернизма) имеет существенный эвристический потенциал, выступая индикатором складывающихся феноменов.

Визуальный метод анализа изображений (фотографий) на обложках журналов «Time» и «Newsweek» использован как дополнение к другим методам с целью углубления представлений об объекте исследования.

Впервые В. Путин появился на обложке знаменитого издания «Time» в марте 2000 года. После этого он неоднократно появлялся на обложке журнала, его деятельность анализировалась различными экспертами, делались броские заголовки. Все события, с которыми связывали образ главы Российского государства, от укрепления структуры власти в России до разгона оппозиции, акцентировали внимание на том, что он достаточно жесткий, сильный и авторитарный лидер.

Можно наблюдать, как эволюционировал образ российского главы государства в публикациях «Time», где с каждым годом все больше внимания уделялось его жесткости в управлении страной. Так же постепенно смещался акцент от внутренней политики В. Путина к его внешнеполитической деятельности. Именно с ней связывались основные успехи России с точки зрения геополитики.

[1]Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник / П. Штомпка; пер. м пол. Н.В. Морозовой, авт. Вступ. ст. Н. Е. Покровский. — 2-е изд. — М.:Логос, 2010. — 168 с.: 32 с цв. ил. — (Новая универсальная библиотека)

На этом еще больший акцент стал делаться после нарастания конфронтации между западными странами и Россией. В 2017 году говорилось о том, что с подачи В. Путина было оказано сильное влияние на ход американских выборов, в результате которых к власти пришел Д. Трамп, в 2018 году была сделана очень яркая обложка, на которой российский глава государства предстал в царском образе. В 2019 году «Time» пошли еще дальше, сделав акцент на влиянии В. Путина на различные страны и регионы мира. Говорилось о поддержке различных авторитарных режимов.

Во всех статьях, даже самых критических, которые появлялись о российском главе государства в данном журнале, говорилось о его высоком влиянии на самые разные процессы, протекающие в мире.

Таким образом, анализируя все обложки журнала «Time» с В. Путиным, можно сделать следующие выводы:

— редакционная политика журнала носит негативный и предвзятый характер, которая в целом отвечает общим настроениям большинства американских масс-медиа;

— применительно к российскому главе государства редакция часто использует «клише» как в оформлении, дизайне, так и в содержании статей, что делает эти публикации похожими и достаточно однотипными.

Аналогичной позиции придерживаются в журнале «Newsweek», который, как известно, является журналом политическим. Внимание обозревателей в публикациях «Newsweek» сконцентрировано на вопросе: опасна ли Россия для Запада или она идёт в русле ценностей западного мира?

В «Newsweek» практически всегда деятельность главы государства РФ критиковалась максимально жестко и во всех аспектах. Особенно ярко это стало проявляться после начала противостояния между Россией и Западом в 2014 году. Причем касалось это не только политической сферы, где уменьшалось потенциально возможное влияние оппозиционных сил, не связанных с правительством, но и экономической. Успехи России с точки зрения внешней политики практически никак не комментировались, во многом находились разумные контраргументы.

Таким образом, проанализировав обложки журнала «Newsweek», можно сделать следующие выводы:

— на представленных обложках запечатлен образ главы государства России. Образ В. Путина является главным объединяющим началом, связывающим внешний вид журнальных выпусков. Примечательной особенностью является та, что глава Российского государства на обложках журнала «Newsweek» позиционируется в негативном свете, как враг Запада, амбициозный и агрессивный политик, мечтающий о территориальной власти над Европой;

— на всех обложках прослеживается визуальное сходство, заключающееся в технике изображения. Художники работали в фотошопе и иных графических программах. Это заметно по искажению лица Президента России, приданию его чертам неприязненного выражения. И опять-таки это следствие западной пропаганды;

— на обложках контрастируют белый и красные цвета. Красный цвет в ряде случаев используется для придания акцента отдельным словам и фразам. Однако первыми бросаются в глаза именно графические изображения, собственно, они и привлекают внимание читателей. Надписи заметны во вторую очередь.

В целом обложки журналов «Newsweek» не отличаются какой-либо эстетикой или остроумием. Внешний вид номеров журналов достаточно прост и направлен на позиционирование главной статьи публикации еженедельника. Именно этой цели и служит каждая из обложек издания.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что в процессе передачи информации изображения (обложки) приобретают определенную эмоциональную окрашенность за счет субъективного мнения данного издания либо какого-либо автора этого издания. В мировом сообществе первостепенное значение придается ориентации на лидера, на образ главы государства, формируемый СМИ, оказывает зачастую решающее значение на формирование имиджа этого политика в общественном политическом сознании.

Заключение. Современный мир характеризуется все большим количеством конфликтных ситуаций и противостояний между разными странами, особенно это заметно на примере России и США.

Россия в целом столкнулась с достаточно сильным противодействием со стороны развитых западных государств.

В рамках данной статьи проводился анализ образа российского главы государства в американских СМИ, в первую очередь в таких влиятельных журналах, как «Time» и «Newsweek». В данных журналах утверждается, что российский глава государства сильный и авторитарный лидер, который жестко руководит Россией как во внутренней политике, так и во внешней. При этом его деятельность в целом критикуется, что объясняется серьезным уровнем конфронтации между Россией и западными странами.

Существует огромное количество различных способов и методов формирования общественного мнения. Причем с каждым годом появляются все более новые и уникальные способы, которые еще раньше казались невозможными. Поэтому интегрированный социологический анализ является самым разносторонним методом при изучении трансформации образа главы государства в зарубежном медиапространстве.

Таким образом, образ главы государства, созданный в медиапространстве, является субъективным отражением представлений о политическом лидере. Посредством эмоционального воздействия он оказывает влияние на массовую аудиторию, трансформируя личные установки и мнения людей.

Библиография/References:

1. Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. – М., 2013.

2. Захарова Е.А. О влиянии имиджа главы государства на формирование имиджа страны на примере имиджа Президента РФ В.В. Путина // Вестник современных исследований. – 2018. – № 4.2 (19).

3. Монастырёва О.В. Медиапространство: обзор представлений и подходов к пониманию. – URL: https://vestnik.amursu.ru/wp-content/uploads/2017/12/N50_10.pdf (дата обращения: 17.12.2019)

4. Морозова О.В. Речевые способы формирования образа России в российских и американских СМИ: дисс. … канд. филол. наук. – Саратов, 2017.

5. Пибаева М.А. Имидж политического лидера как предмет социологического анализа // Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований. – 2018. – Т. 1.

6. Полухина Е.В., Просянюк Д.В. Методы анализа текста в смешанном дизайне исследования // Политическая наука. – 2015. – № 2: – С. 104 – 116.

7. Полухина Е.В., Савинская О.Б. Через исследования к доверительному глобальному сотрудничеству: перспективы качественных исследований в XXI веке // Социологические исследования. – 2014. – № 1. – С. 122–125.

8. Савинская О.Б, Истомина А.Г., Ларкина Т.Ю., Круглова К.Д. Концептуальные представления о стратегиях «смешивания методов» (mixed methods research): этапы развития и современные дискуссии // Социологические исследования. – 2016. – № 8. – С. 21–29.

9. Торкунов А.В. Международные исследования: хаос или плюрализм? // ПОЛИС. Политические исследования. – 2019. – № 5.

10. Шалютина Н.В. Визуальная методология: основные концептуальные подходы // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2016. – № 3 (43). – С. 120.

11. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник / П. Штомпка; пер. м пол. Н.В. Морозовой, авт. Вступ. Ст. Н. Е. Покровский. – 2-е изд. – М: Логос, 2010. – 168 с.

12. Юдина Е.Н. Медиапространство как новая социологическая категория // Преподаватель XXI век. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mediaprostranstvo-kak-novaya-sotsiologicheskaya-kategoriya/viewer (дата обращения: 17.12.2019)

13. Creswell J.W. Research design: qualitative, quantitative, and mixed approaches. – Thousand Oaks. CA: Sage, 2003. – 273 p.

14. Morgan D. Integrating qualitative and quantitative methods: A pragmatic approach. Sage publications, 2013. – 288 p.

15. Tashakkori A., Teddlie C. Mixed methodology: combining qualitative and quantitative approaches. – Thousand Oaks, CA: Sage. 1998. – Vol. 46. – 200 p.

1. Dzialoshinskii, I.M. (2013) Mediaprostranstvo Rossii: kommunikatsionnye strategii sotsial'nykh institutov [Russian media space: communication strategies of social institutions]. – M. (In Russ.)

2. Zakharova, E.A. (2018) O vliianii imidzha glavy gosudarstva na formirovanie imidzha strany na primere imidzha Prezidenta RF V.V. Putina [On the influence of the image of the head of state on the formation of the country's image on the example of the image of the President of the Russian Federation V.V. Putin] // Vestnik sovremennykh issledovanii [Bulletin of modern research]. – № 4.2 (19). (In Russ.)

3. Monastyreva, O. V. Mediaprostranstvo: obzor predstavlenii i podkhodov k ponimaniiu [Media space: a review of ideas and approaches to understanding]. – URL:

https://vestnik.amursu.ru/wp-content/uploads/2017/12/N50_10.pdf (Data obrashcheniia: 17.12.2019) (In Russ.)

4. Morozova, O.V. (2017) Rechevye sposoby formirovaniia obraza Rossii v rossiiskikh i amerikanskikh SMI [Speech methods of forming the image of Russia in the Russian and American media]: diss. … kand. filol. nauk. – Saratov. (In Russ.)

5. Pibaeva, M.A. (2018) Imidzh politicheskogo lidera kak predmet sotsiologicheskogo analiza [The image of a political leader as a subject of sociological analysis] // Sovremennoe obshchestvo: voprosy teorii, metodologii, metody sotsial'nykh issledovanii [Modern Society: theory, methodology, methods of social research]. – T. 1. (In Russ.)

6. Polukhina, E.V., Prosianiuk, D.V. (2015) Metody analiza teksta v smeshannom dizaine issledovaniia [Methods of text analysis in a mixed design study] // Politicheskaia nauka [Political science]. – № 2: – P. 104 – 116. (In Russ.)

7. Polukhina, E.V., Savinskaia, O.B. (2014) Cherez issledovaniia k doveritel'nomu global'nomu sotrudnichestvu: perspektivy kachestvennykh issledovanii v XXI veke [Through research to trusting global cooperation: prospects for quality research in the 21st century] // Sotsiologicheskie issledovaniia [Sociological research]. – № 1. – P. 122–125. (In Russ.)

8. Savinskaia, O.B, Istomina, A.G., Larkina, T.Iu., Kruglova, K.D. (2016) Kontseptual'nye predstavleniia o strategiiakh «smeshivaniia metodov» (mixed methods research): etapy razvitiia i sovremennye diskussii [Conceptual ideas about strategies of “mixed methods” (mixed methods research): stages of development and modern discussions] // Sotsiologicheskie issledovaniia [Sociological research]. – № 8. – P. 21– 29. (In Russ.)

9. Torkunov, A.V. (2019) Mezhdunarodnye issledovaniia: khaos ili pliuralizm? [International Studies: Chaos or Pluralism?] // POLIS. Politicheskie issledovaniia [Polis. Political Studies]. – № 5. (In Russ.)

10. Shaliutina, N.V. (2016) Vizual'naia metodologiia: osnovnye kontseptual'nye podkhody [Visual methodology: basic conceptual approaches] // Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Seriia: Sotsial'nye nauki [Vestnik of Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod. Series: Social Sciences]. – № 3 (43). – P. 120. (In Russ.)

11. Shtompka, P. (2010) Vizual'naia sotsiologiia. Fotografiia kak metod issledovaniia [Visual sociology. Photography as a research method]: uchebnik / P. Shtompka; per. m pol. N.V. Morozovoi, avt. Vstup. St. N. E. Pokrovskii. – 2-e izd. – M: Logos. – 168 p. (In Russ.)

12. Iudina, E.N. Mediaprostranstvo kak novaia sotsiologicheskaia kategoriia [Media space as a new sociological category] // Prepodavatel' XXI vek [Teacher of the 21st Century]. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mediaprostranstvo-kak-novaya-sotsiologicheskaya-kategoriya/viewer (data obrashcheniia: 17.12.2019) (In Russ.)