

Секция «Журналистика»

Образ В. Путина в зарубежных качественных СМИ в предвыборной кампании 2012 г.

Оганесян Карина Суреновна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, журналистики,
Москва, Россия*

E-mail: karina_rai@mail.ru

Последняя предвыборная кампания оказалась для В. Путина самой напряженной – с развитием новых медиа общество получило доступ к информации, недоступной в традиционных СМИ. Недовольные политической и экономической ситуацией в стране вышли на митинги. Впервые за долгие годы зарубежные исследователи заговорили о расцвете российского гражданского общества.

В. Путину необходимо было избрать новые способы привлечения граждан. Но как бы ни была продумана кампания, важно добиться качественно верного отражения действий кандидата в СМИ с целью формирования его положительного образа не только среди избирателей, но и на международной политической арене.

Цель исследования – проанализировать информационное поле зарубежных качественных СМИ кандидата в президенты В. Путина по качественным и количественным показателям, сделать контент-анализ и определить, какой в целом образ сложился у В. Путина в предвыборной кампании 2012 г.

Эмпирическую базу исследования составили материалы влиятельных качественных ежедневных газет четырех стран, которые наиболее полно отражают повестку дня: СМИ США (The New York Times, The Washington Post, The Wall Street Journal), СМИ Франции (Le Monde, Le Figaro, Les Echos), СМИ Германии (Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Die Welt), СМИ Великобритании (The Guardian, Financial Times, The Independent).

Период исследования – 01.12.2011 г. – 1.04.2012 г.

Выбранный период обусловлен следующими факторами:

Во-первых, в декабре в России начались крупные массовые политические выступления граждан, которые продолжались во время кампании по выборам президента страны.

Во-вторых, этот период характеризуется усилением контроля над российскими СМИ: уволен главный редактор и генеральный директор журнала «Коммерсант Власть», главный редактор радиостанции «Эхо Москвы», проводятся проверки по факту источников финансирования трансляции декабрьских митингов на телеканале «Дождь», обыски в Национальном резервном банке, принадлежащем А. Лебедеву, акционеру «Новой газеты», вследствие которых у издания возникли серьезные финансовые проблемы.

Программные статьи В. Путина и собственно итоги выборов также вызвали большой интерес зарубежных СМИ.

В ходе работы проведен мониторинг, который выявил количество упоминаний В. Путина. Весь массив упоминаний был разбит на три тематических блока: внутриполитическая ситуация в стране, международные отношения и персональный образ политика. Отдельно выделены случайные упоминания.

Всего в качественных СМИ В. Путин упоминался 749 раз. Лидером по количеству упоминаний кандидата в президенты стали качественные СМИ Великобритании (198 статей), далее следуют СМИ Франции, США и Германии (197, 164 и 190 статей соответственно).

Более половины статей посвящены внутриполитической ситуации в стране (54 %). Исходя из этого, а также принимая во внимание, что В. Путин находился во время предвыборной кампании на посту председателя правительства и в круг его обязанностей входили в большей степени вопросы внутренней политики, контент-анализ проводился по десяти статьям каждой из стран, которые были выбраны случайным образом из двух тематических блоков: внутриполитическая ситуация в стране и персональный образ политика.

Были выявлены следующие тенденции: зарубежные СМИ довольно критично относятся к действиям В. Путина на протяжении всей предвыборной кампании. Критикуют кандидата в президенты за пренебрежительное отношение к своим избирателям и к проведению предвыборной кампании, за нежелание участвовать в теледебатах [1]. Журналисты негативно оценивают характер программных статей В. Путина, говоря, что кандидат не может предложить избирателям ничего нового, что он не смотрит в будущее, а все время апеллирует к прошлому. По оценкам иноСМИ, пропутинские митинги также напоминают времена СССР как по стилистике, так по риторике [2]. В связи с этим кандидат в президенты представляется беспомощным. Подчеркнуто негативно воспринимаются меры, которые предпринимает кандидат в президенты для усиления контроля над российскими СМИ, соцсетями и блогами [3].

Таким образом, качественный мониторинг показал, что в зарубежных СМИ преобладает негативная оценка В. Путина (более 65% публикаций). Лидер по количеству негативных оценок - Германия. Авторы английских СМИ наиболее нейтральны в оценке событий, связанных с кандидатом в президенты. Американские СМИ категоричны в оценках политика: чаще всего встречаются либо положительные, либо негативные статьи, однако негативных оценок все же больше.

В целом, можно сделать вывод, что иноСМИ продолжают испытывать большой интерес к России и к личности В. Путина в частности. Его сравнивают с М. Кутузовым, с Л. Брежневым, Х. Мубараком, Ш. Де Голлем и И. Сталиным. Однако образ «беспомощного», «пренебрежительного», «бессильно», «застрявшего в прошлом» лидера страны не очень льстит России. В связи с чем команде В. Путина следовало бы продумать образ нынешнего президента таким образом, чтобы страна на международной политической арене представлялась в лучшем свете.

Литература

1. Frank Neinhuisen. Russlands Putinismus steht vor dem Ende // Süddeutsche Zeitung. – 13.02.2012
<http://www.sueddeutsche.de/politik/premier-kaempft-um-die-macht-russlands-putinismus-steht-vor-dem-ende-1.1281513>
2. Michael Ludwig. Rebellion auf Russisch // Frankfurter Allgemeine Zeitung. – 14.02.2012
<http://m.faz.net/aktuell/politik/ausland/demonstrationen-gegen-putin-rebellion-auf-russisch-11646861.html>

3. Marie Jégo En Russie, la classe moyenne en colère défie Vladimir Poutine dans la rue
// Le Monde. – 13.12.2011

http://www.lemonde.fr/cgi-bin/ACHATS/acheter.cgi?offre=ARCHIVES&type_item=ART_A