

## ОТЗЫВ

официального оппонента

Гаман-Голутвиной Оксаны Викторовны

на диссертацию Оганесян Карины Суреновны «Образ В. В. Путина в качественных западных СМИ (по материалам ежедневных газет США, Франции, Германии, Великобритании в 2012-2014 гг.)», представленную на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

**Актуальность исследования** определяется ее темой и предметом исследования. Сегодня как никогда ощущается влияние СМИ на формирование международной повестки дня. СМИ обладают способностью отражать действия политиков, выделять одни качества и нивелировать другие. Качественные СМИ традиционно считаются объективным информационным ресурсом, они наименее подвержены соблазну искажения действительности, в материалах используются проверенные факты, журналистами проводятся собственные расследования.

В. В. Путин – одна из самых популярных политических фигур современности. Его внутривнутриполитические, а также внешнеполитические действия находят отражение в публикациях западных СМИ, представляя образ лидера одной из ведущих мировых держав в том или ином свете.

Проведение XXII зимних Олимпийских игр в России в 2014 г., присоединение Крыма, развитие российско-украинских отношений, отношений со странами Запада и Востока, введение санкций, нефтяной кризис и его последствия – все эти события широко освещались в западной прессе, и чаще всего особо выделялась роль лидера страны.

Исследование качественных западных СМИ актуально сегодня еще и потому, что в эпоху развитых информационных технологий все большее количество людей получили доступ к иностранным СМИ, взгляд иностранных журналистов появляется и в российской повестке дня, влияет на восприятие В. В. Путина российскими гражданами.

Данное исследование показывает сходства и различия в освещении деятельности В. В. Путина в качественных СМИ четырех стран. Работа дает представление о том, какой образ президента РФ сложился в западных СМИ в третий президентский срок с момента предвыборной кампании 2012 г. по 2014 г.

**Научная достоверность диссертации обеспечивается** использованием различных источников по истории, политологии, массовой коммуникации, имиджеологии; применением научно-теоретической методологии; обширной эмпирической базой.

**Эмпирическую базу** исследования составили онлайн-материалы сайтов влиятельных качественных ежедневных газет США, Франции, Германии, Великобритании. Для анализа были выбраны следующие издания: СМИ США – «Нью-Йорк Таймс», «Вашингтон Пост», «Уолл Стрит Джорнэл»; СМИ Франции –

«Монд», «Фигаро», «Эко»; СМИ Германии – «Зюддойче Цайтунг», «Франкфуртер Альгемайне Цайтунг», «Ди Вельт»; СМИ Великобритании – «Гардиан», «Файнэншл Таймс», «Индепендент». В общей сложности было изучено более 2800 публикаций.

Для анализа западных качественных СМИ были выбраны ключевые события 2012 – 2014 гг.

1. Период предвыборной президентской кампании 2012 г. (с 01.12.2011 г. по 01.04.2012 г.);
2. Период проведения Олимпийских игр в Сочи (с 06.12.2013 г. по 23.02.2014 г.);
3. Развитие российско-украинских отношений (с 23.02.2014 г. по 12.09.2014 г.).

Автором подробно описаны **методы исследования** всех периодов. Контент-анализ проводился по единой для всех стран схеме по количественным и качественным характеристикам. Исследование делится на три периода, в каждом из которых выделяются тематические контексты. Для определения знака отношения к действиям В. В. Путина из всего массива в каждом периоде отбирались только аналитические материалы.

Диссертация состоит из введения, заключения и двух глав.

Автор ставил целью доказать, что образ президента России в качественных зарубежных СМИ напрямую связан с событийным контекстом, который имеет значение для международной повестки дня и интересен аудитории разных стран. Одновременно на отражение образа политика в этих странах оказывают влияние сложившиеся стереотипы и текущее отношение к тому или иному событию, к стране и ее президенту.

**Первая глава** «Особенности политических образов и влияние СМИ на формирование образа политика» состоит из пяти параграфов. В ней К. С. Оганесян разграничивает понятия «образ» и «имидж», определяет конструкцию образа политика, обозначает особенности его восприятия; выделяет основные характеристики образа В. В. Путина; определяет роль качественных СМИ в освещении образа политического лидера; обозначает основные стереотипы относительно страны и политиков в прессе исследуемых стран; выделяет основные устоявшиеся черты образа В. В. Путина и особенности его политической деятельности в третий президентский срок; дает характеристику исследуемым качественным СМИ.

**Вторая глава** «Образ В. В. Путина в событийном контексте» состоит из трех параграфов согласно трем периодам исследования. К. С. Оганесян проводит контент-анализ эмпирической базы по количественным и качественным характеристикам; определяет объем внимания к В. В. Путину на тематическом и хронологическом уровнях по каждому исследуемому СМИ и выявляет отношение с точки зрения позитивного, негативного или нейтрального ракурса; наконец,

обозначает главные черты политического образа В. В. Путина, который сформировался в публикациях западных СМИ в исследуемый период.

В исследовании каждого из трех периодов автор выделяет тематические контексты. В первом параграфе «Предвыборная кампания 2012 г. и отношение к В. В. Путину в западных качественных СМИ» выделяются тематические контексты: «Персональный образ политика», «В. В. Путин в контексте предвыборной кампании», «В. В. Путин в контексте внешней политики». В аналитических статьях (всего выделено 69 публикаций) для определения знака отношения к действиям кандидата в президенты выделены четыре тематики: «Оценка СМИ В. В. Путина в связи с демонстрациями и митингами», «Оценка программных статей политика», «Закручивание гаек»: давление власти на российские СМИ» и «Оценка персонального образа политика». Как пишет К. С. Оганесян, негативнее всего оценили поведение В. В. Путина в связи с его действиями в период демонстраций и митингов СМИ Великобритании и Германии. СМИ Франции по большей части старались избегать однозначных оценок и предпочитали давать конструктивные предложения политику. СМИ США, хоть и критиковали В. В. Путина, нашли в его действиях положительные стороны. В анализе персонального образа кандидата В. В. Путина также преобладала негативная оценка. Особенно это касалось аналитических материалов СМИ Германии. В целом сложился образ пренебрежительного политика (отказ от участия в дебатах), который застрял в прошлом (предвыборная риторика отличалась национализмом и империализмом в стиле XIX в., кандидат апеллировал к прошлому) и ориентировался не на прогрессивный класс, а на старшее поколение. При этом журналисты отметили, что эти выборы дали кандидату особенно тяжело, поскольку общество захотело перемен, граждане вышли на митинги. Несмотря на то, что до выборов В. В. Путину предсказывали неудачу, по итогам голосования политика назвали сильным лидером, который способен побеждать в сложных условиях. В. В. Путина сравнивали с М. И. Кутузовым и Ш. Де Голлем. Чтобы не превращаться в «Брежнев 2.0», политику в будущем советовали заняться модернизацией и инфраструктурой. Американские журналисты говорили, что Россию непременно ждут перемены, но неясно, с какой стороны придут перемены: изнутри нынешней системы или от внесистемных сил, «В. В. Путин может стать как новым М. С. Горбачевым, так и новым Х. Мубарак». Таким образом, у политика сложился негативный образ в части ведения предвыборной кампании.

Во втором параграфе «Образ В. В. Путина в контексте подготовки и проведения Олимпиады в Сочи» было выявлено 797 упоминаний В. В. Путина, среди них 98 аналитических материалов. На первый период (до проведения Олимпийских игр) приходится 61% публикаций СМИ, на второй (после церемонии открытия) – 39%. До проведения соревнований журналисты акцентировали внимание на непростом положении российской экономики, высоких неоправданных затратах на проведение Игр, невыплате заработной платы рабочим, неподготовленности администрации города к приему гостей, на проблемах с

безопасностью, а также писали об ограничении развития гражданского общества в связи с принятием закона о запрете пропаганды гомосексуалистских отношений. В этот период складывается негативный образ В. В. Путина во всех исследуемых СМИ. После церемонии открытия образ политика меняется. «Сооружения фараоновских масштабов», которые преобразовали облик небольшого черноморского города и его окрестностей, сделали из В. В. Путина победителя в глазах россиян и гостей Игр. Немецкие и французские журналисты сравнивали политика с Петром I, который готов открыть Россию Европе и с римским императором, который дал людям хлеба и зрелищ; его спортивное тело, как писали журналисты, «укрепляет сакральный образ власти». Наибольшее количество негативных публикаций в этот период характерно для СМИ США, положительные оценки действий президента преобладают в СМИ Франции. СМИ Германии и Великобритании также сходятся во мнении, что именно в этот период В. В. Путину удалось стабилизировать и даже улучшить представление иностранных граждан о себе, своих возможностях, мощи, умении противостоять скептицизму.

Параллельно с этим американские СМИ стали называть В. В. Путина отчаянным акробатом, смертельно опасные геополитические игры которого стали самым захватывающим зрелищем на Олимпиаде. Речь шла об ухудшении российско-украинских отношений, которое произошло как раз в разгар «праздника в путинской России».

В третьем параграфе «Российско-украинские отношения и образ В. В. Путина в оценке западных СМИ» выявлено 1307 упоминаний политика, из них 231 аналитический материал: 30% публикаций носили положительный характер, 33% – нейтральный, 37% – негативный. Наибольшее количество негативных статей было выявлено в СМИ США, положительных – в СМИ Франции. Журналисты всех стран единодушно подчеркивали имперские амбиции В. В. Путина. «Крымскую речь» политика британские обозреватели сравнивали с речью А. Гитлера перед Рейхстагом после захвата части Чехословакии в 1938 году. Американские журналисты сравнили В. В. Путина с «хитрым игроком в дипломатические шахматы», германские СМИ – с игроком в покер, у которого на руках плохие карты, но он все время «повышает ставки ради запугивания своего противника». В. В. Путина обвиняли в стремлении «возродить империю», наполеоновском комплексе неполноценности; его называли агрессором, который хочет перекроить карту Европы, кукловодом, чьи шаги невозможно предсказать. Однако при этом журналисты постоянно подчеркивали, что присоединение Крыма положительно сказалось на восприятии политика в России, – его рейтинги только росли и достигли пика в 86% в июне. К. С. Оганесян приходит к выводу, что в этот период образ В. В. Путина в России и за рубежом имеет существенные отличия.

В **Заключении** диссертации подводятся итоги проведенного исследования по выполнению поставленных целей и задач. Автор утверждает, что даже качественные СМИ отражают действия политика через призму стереотипов, которые складывались на протяжении многих лет в истории взаимоотношения

государств. Так, за весь период исследования наибольшее количество негативных публикаций автор выявил в СМИ США и Германии. Наибольшее количество положительных публикаций характерно для СМИ Франции.

Автор подчеркивает, что СМИ, являясь на сегодняшний день одним из самых важных инструментов отражения образа политика и событийного контента, в котором этот образ рассматривается, не лишены некоторой субъективности, связанной как со сложившимися стереотипами, так и с текущими отношениями между Россией и другими странами.

Действия президента РФ влияют на характер публикаций ведущих качественных СМИ, его роль выделяется особо, анализируются его поступки, выделяются черты характера и очень часто демонизируется личность иногда в излишне эмоциональном плане.

К. С. Оганесян наметила пути дальнейшего исследования проблемы, важность регулярного мониторинга образа президента в западных СМИ с целью повышения эффективности международных отношений и улучшения образа российских политических деятелей за рубежом.

Таким образом, цель, поставленная в исследовании, реализована. Гипотеза исследования подтверждена.

**Научная новизна** диссертации К. С. Оганесян обеспечивается на основании следующих пунктов. Во-первых, впервые на основе большого массива эмпирического материала исследован образ президента РФ в качественных газетах США, Франции, Германии, Великобритании в период с 2012 г. по 2014 гг. Во-вторых, впервые дан подробный анализ, как качественные газеты разных стран обосновывают свои публикации по выделенным темам контекста и какую роль в этих событиях они отводят президенту России. В-третьих, автором представлена характеристика отношения к В. В. Путину со стороны качественных газет разных стран и предпринята попытка выявить взаимосвязь между политическим устройством стран, историческими политическими взаимоотношениями стран и характером публикаций о главе государства в настоящее время.

**Теоретическое и практическое значение** диссертационного исследования заключаются в том, что материалы могут быть использованы в практической деятельности политтехнологов и имиджмейкеров по направлениям построения имиджа политика в зарубежных странах, либо регулирования образа в предвыборных кампаниях. Качественный анализ СМИ дает представление, как в прессе, в том числе западной, отражаются те или иные действия президента, какими инструментами пользуются качественные СМИ для изменения представления о фактических действиях политика. Исследование образа В. В. Путина, помимо выявления его черт и особенностей в исследуемых СМИ, имеет и еще одну стратегическую значимость: на значительном эмпирическом материале разработана методика исследования журналистских текстов, относящихся к деятельности лидеров стран с целью выявления важнейших критериев контент-

анализа; изучена роль журналистов как агентов, формирующих представление о политиках и активно влияющих на общественное мнение.

В научный оборот вводятся эмпирические данные, характеризующие специфику освещения деятельности президента РФ СМИ четырех стран, а также формируется образ В. В. Путина, который сложился в третий президентский срок с 2012 г. по 2014 г.

Положения, выносимые на защиту, в диссертации доказаны.

Полученные выводы являются перспективными для дальнейшей разработки темы.

Автореферат достаточно полно отражает содержание диссертации.

Содержание представленной работы соответствует требованиям п. 9 «Положения о порядке присуждения ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства РФ №842 от 24.09.2013 г., а его автор, Оганесян Карина Суменовна, заслуживает присвоения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

**Доктор политических наук, профессор, заведующая кафедрой  
ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных  
отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской  
Федерации»,  
Президент Российской ассоциации политической науки (РАПН)  
Гаман-Голутвина Оксана Викторовна**

10.02.2017

Диплом доктора наук серия ДК № 013299

Шифр специальности 23.00.02 – Политические институты и процессы

Индекс 123022

Адрес: Нововаганьковский переулок дом 22 кв. 135

Тел.: +7 9265277681

E-mail: [ogaman@mail.ru](mailto:ogaman@mail.ru)

