**МЕДИАОБРАЗ ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

**(на примере газет «The New York Times», «КоммерсантЪ»)**

С появлением средства массовой информации как «четвертой власти» оно стало одной из важных составляющей общественной жизни современного человека. Они играют огромную роль развития массового характера аудитории, и именно от СМИ зависит, то как человек будет воспринимать ту или иную информацию. Как «четвертая власть» СМИ способны влиять на сознание человека, а с появлением интернета, средства массовой информации еще более укрепили свое влияние на массовую аудиторию. Очень часто СМИ используют свои манипулятивные способности на человека для определенных установок на какое-либо политическое событие или политическую личность.

Мнение аудитории на политическую личность очень часто складывается из определенных его поступков на событие или его образа, внешнего вида или характера. И это мнение в основном складывается из средств массовой информации, поскольку не у каждого человека есть возможность лично познакомиться с политическим лидером. Современное общество стало стереотипным в представлении какого-либо образа политического лидера, поскольку часто СМИ навязывают ему данный образ. Практически для каждого президента необходимо иметь перед своей аудитории определенный образ сильного лидера, который сможет постоять за свою страну или за свой народ. И чтобы показать данный образ для своей аудитории, данный лидеры обычно использую средства массовой информации. Но почему нужно рассматривать СМИ разных стран на определённую политическую личность, чтобы проанализировать его и сложить составить медиаобраз? Обычно СМИ, которые относятся к стране в который правит данная политическая личность являются сторонниками и помощниками в его политической компании. Даже в случае, если данные СМИ не будут его поддерживать, то негативную информацию они все равно не будут опубликовывать, за исключением оппозиционных СМИ. Но западным СМИ ничего не угрожает и поэтому они способны показывать политическую личность в полной «красе» таким каким он является. Но не смотря на все эти прерогативы, не стоит полностью доверять западным средствам массовой информации, поскольку в современном обществе постоянно ведется информационная борьба между СМИ, и часто чтобы показать определенную личность в плохом образе они прибегают к обману, дабы негативно настроить аудиторию на политическую личность.

На сегодняшний день публикуется огромное количество информации, и не все они являются достоверной, и современному читателю приходится анализировать и отбирать определенную информацию как от своих, так и от западных СМИ, и самому складывать медиаобраз политической личности, и именно от читателя будет зависеть, каким будет для него медиобраз.

Россия является одной из ведущих геополитических сил мира повсеместно представляющая колоссальный интерес для Запада. Особый интерес всегда вызывали политические лидеры Российского государства, поскольку популярность страны – это не только ее культура и традиции, но и личность, представляющая ее на мировой арене. И тут без преувеличения можно высказывать, что Владимир Владимирович Путин является самым известным и самым обсуждаемым российским лидером. Материалы о Владимире Владимировиче Путине в западной прессе выходят огромное количество, можно утверждать, что, с не меньшей частотой, чем в России.

В данной курсовой работе мы попытаемся изучить медиаобраз Владимира Владимировича Путина, создаваемый как в западных, так и в Российских СМИ, а также средства и методики, используемые для создания этого медиаобраза. Наиболее часто встречающиеся при создании медиаобраза Владимира Владимировича Путина в материалах западных СМИ и наиболее эффективные в суггестивном плане приемы – аллюзия, перифраза и метафора. Все они несут некую определенную характеристику и информацию, которую журналист присваивает описываемому им предмету или личности. Аллюзия делает "чужой" текст "своим", что означает лучшее понимание этого текста читателем, а перифраза добавляет экспрессивности.

**Сравнительный анализ подходов к освещению президентского образа в масс-медиа**

Для выяснения медиаобраза президента Российской Федерации Владимира Владимировича Путина нам пришлось проанализировать два издания, такие как «The New York Times» и «КоммерсантЪ», и в данной части, нам необходимо сделать сравнительный анализ данных изданий и сделать вывод, каково различие медиобразов, и как строится имидж президента на примере данных двух изданий.

В газете «The New York Times», основные выразительные средства, подчеркивающие медиаобраз президента, были таковы:

**-** превращает «страну вне закона», из-за отношения к Украине.

- нарушает правила, нацеленные на мир, из-за своего отношения к Сирии

- недобросовестно относится к Крыму, Украине и Сирии.

- Хочет стать конструктивным партнером в поиске мира.

- Автократ.

- пришел к власти не демократическим путем.

- Из-за него в России «избранная диктатура»

- Управляет всеми крупными СМИ

- против однополых браков

- ограничивает свободу слова

**-** Провоцирует население на определенную точку зрения которая выгодна президенту

Исходя из данных аргументов нельзя создать образ, который бы полностью подчеркивал медиобраз президента, поскольку большинство высказываний являются сугубо субъективными, однако мы попытаемся сделать. Для данного издания В. Путин не располагает доверием, и одно из ключевых высказываний — это то, что В. Путин по большей части является диктатором своей страны, который полностью сплотил власть в своих руках и пришел к власти не демократическим путем. Он ограничивает свободу слова в угоду себе контролируя большинство изданий России и создает определенное мировоззрение в обществе которая выгодна ему.

Также мы привели основные выразительные средства в газете «КоммерсантЪ» которые подчеркиваю образ президента Владимира Владимирорвича Путина:

- является личностью с которой хотят работать и взаимодействовать другие страны.

- к президенту относятся с недоверием французский народ из-за грубой внешней политики.

- патриот своей родины.

- за сохранение единой истории ради сплочения народа

- за интеграцию стран, ради сплочения единого народа и нации

- призывает к патриотическому воспитанию

- призывает бороться с вандализмом

- за создание молодежных интерактивных сайтах для приобщения молодежи к патриотизму.

- не представляет опасности для Европы

- хорошие отношения с политическими лидерами Франции

- дружелюбен

- не влезает в чужую политику

- благодаря ему Россию считают союзником многие страны

- некоторые политические лидеры не согласны с его политическим режимом

- заботится о своих граждан

- честный президент

- за повышение правовой образованности граждан, которая необходима для современного общества.

- заботится о стране.

- защитник экологической среды.

- строит благоприятную среду для будущего поколения

- защитник конституции РФ и всей страны

- глава всего российского народа

В данном случае выразительные средства полностью противоположны. Владимир Владимирович Путин является патриотом своей родины, который любит и заботится о ней, и хочет, чтобы патриотизм был в каждом человеке, поскольку считает, что именно так можно создать великую страну, с великим будущем. Также он является хорошим помощником, и лидер, с которым хотят иметь хорошие отношения, для заключения больших договоров в сфере политики, экономики и т.д. Он является человеком, который объединяет народы и нации для создания сильной державы. Он дружелюбен и не влезает в чужую политику. Благодаря Владимиру Владимировичу Путину многие страны считаю Россию хорошим союзник. Он честный президент, который заботится о своем народе и своей стране.

**Вывод**

На данный момент, исходя из анализов и вышеперечисленных примеров нам удалось выяснить что, медиаобраз это - свойства элементов действительности, как текстовых, визуальных и аудиальных, предоставляющих наиболее идеальное представление о каком-либо явлении, процессе или человеке, (в нашем случае данный человек являлся президент России Владимир Владимирович Путин), появляющихся в сознании аудитории и общества благодаря деятельности средств массовых коммуникаций.

В практической части нам удалось выяснить что, медиаобраз складывается таким образом: негативизация образа президента Владимира Владимировича Путина на Западе и позитивизация - в России. Большинство негативизации на западе вызвано неодобрением внешней политики В. Путина. На проблемно-тематическом уровне образ представлен в срезе внешней и внутренней политики. Но нельзя утверждать, что большинство складывающихся медиобразов являются достоверными.

В Российских СМИ мы проследили позитивизацию медиобраза президента России, среди которых мы выяснили что, В. Путин является гарантом свободы, защити и процветания российского народа. Его внешнюю и внутреннюю политику поддерживают большинство населения страны.

**Список используемой литературы**

1. Белоусов К.И., Галинская Т.Н., Седова Е.Н. Россия в медиа пространстве англо американских СМИ: квантитативныйанализ // Образ России в зарубежном политическом дискурсе: стереотипы, мифы и метафоры: материалы междунар. науч. конф. 13 17 сент. 2010 г.; Уральск. ГПУ. – Екб: УрГПУ, 2010.
2. Белоусов К.И., Зелянская Н.Л. Имиджевый дискурс как механизм ориентации избирателя в политическом пространстве //Вестн. Оренбург. гос. унта. – 2011. – №11. – С. 107 110.
3. Богдан Е.Н. Медиаобразроссии как понятие теории журналистики // Вестник Моск. ун та. Сер. 10: Журналистика. –2007. – №4. – С. 122 127
4. Галинская, Т. Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике / Т. Н. Галинская // Вестник ОГУ. – 2013. - №11 (160).
5. Глухов А.П. Медиаобраз России в телевизионной рекламе: модернизация и традиционализм // Известия Томск. политехн. унта. – 2009. – Т. 315. – №6. – С. 123 128
6. Ерофеева И.В. Игровая модель аксиосферы медиатекста // Вестник Тюменского государственного университета. - Тюмень: ТГУ. 2009. - №5.

**Список используемых источников**

1. Газета «The New York Times»

<https://www.nytimes.com/>?

1. Газета «КоммерсантЪ»

<http://www.kommersant.ru/>

1. Медиасобытие и медиаобраз с точки зрениямедиалингвистики и медиакритики М.Н. Черкасова

<http://siberia-expert.com/publ/satti/stati/4-1-0-221>

1. Медиаобраз и социообраз: процессывзаимоуправления в информационном обществе

<http://pravo.mgimo.ru/sites/default/files/pdf/14_balaluevai.pdf>

1. Медиаобраз России как средство консолидации общества: структурно-функциональные характеристики

<http://www.dissercat.com/content/mediaobraz-rossii-kak-sredstvo-konsolidatsii-obshchestva-strukturno-funktsionalnye-kharakter>

1. Медиаобраз современного политика

<http://www.scienceforum.ru/2016/2158/24055>

1. Медиобраз В. В. Путинав текстах англоязычных СМИ

<http://cyberleninka.ru/article/n/mediaobraz-v-v-putina-v-tekstah-angloyazychnyh-smi>

1. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике

<http://vestnik.osu.ru/2013_11/16.pdf>