

Г.С.Филаткина, М.И.Давлетшина

Латиноамериканские политические лидеры в зеркале российской прессы

Статья посвящена изучению репрезентации образов политических лидеров Аргентины, Боливии и Бразилии в российской печати в период с 2006 по 2016 г. Особое внимание уделяется факторам, влияющим на их формирование в прессе. Авторы прослеживают эволюцию образов президентов трех латиноамериканских стран за десятилетний период в историко-культурном, политическом и экономическом контекстах.

Ключевые слова: президент, образ политического лидера, газета, Аргентина, Боливия, Бразилия.

В период напряженной внешнеполитической обстановки активное взаимодействие России со странами Латинской Америки в ключевых сферах межгосударственного сотрудничества (политико-дипломатической, торгово-экономической, военно-технической, энергетической, культурной) уже приносит свои плоды: укрепляются связи с интеграционными объединениями региона, расширяются межбанковские контакты, создаются крупные энергетические проекты, проводятся перекрестные годы национальных культур и др. Стоит отметить и частые официальные визиты латиноамериканских лидеров в Россию, а также встречи в двустороннем и расширенном форматах на полях международных саммитов.

В этой связи исследование репрезентации образов латиноамериканских политических лидеров в российской прессе представляется особенно актуальным. Кроме того, данный вопрос пока мало изучен отечественной наукой. Между тем анализ медиаобразов президентов латиноамериканских стран позволяет определить, какие факторы влияют на их формирование, и влияет ли сам медиаобраз на развитие двусторонних отношений; какими

Геляя Сергеевна Филаткина — кандидат филологических наук, преподаватель факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова (geliafilatkina@gmail.com); Майя Ильдаровна Давлетшина — магистрант факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова (majson94@mail.ru).

видят политических деятелей Латинской Америки российские представители СМИ, а вслед за ними и российские читатели. Ведь аудитория воспринимает политика прежде всего через призму журналистского взгляда, который часто является личностным восприятием данного субъекта самими журналистами¹.

В качестве наиболее репрезентативных политических лидеров нами были выбраны три фигуры: экс-президент Аргентины Кристина Фернандес де Киршнер, президент Боливии Эво Моралес и экс-президент Бразилии Дилма Руссефф. Образы перечисленных лидеров были рассмотрены в материалах онлайн-версий «Российской газеты» (РГ), «Московского комсомольца» (МК) и «Коммерсанта». Всего в процессе исследования было проанализировано 1664 журналистских материалов. Для анализа было отобрано 855 публикаций. Остальные материалы не вошли в выборку, поскольку не содержат оценки и представляют собой короткие новостные заметки. Эмпирическая база исследования обусловлена тем, что все три газеты занимают ведущие позиции в своих тематических нишах: «Российская газета» — ведущее политическое издание России, «Московский комсомолец» — крупное издание, рассчитанное на широкую аудиторию, «Коммерсантъ» — влиятельная деловая газета.

Публикации данных периодических изданий анализировались за период с 2006 по 2016 г. Определение нижней границы обусловлено вступлением в 2006 г. на пост президента Боливии Эво Моралеса. Верхняя граница позволяет оценить актуальный образ изучаемых лидеров, а также проследить его эволюцию за десятилетний период.

Для выявления образных характеристик латиноамериканских президентов в российской прессе мы использовали метод контент-анализа, который представляется нам наиболее адекватным поставленным задачам. Учитывались следующие вербальные и невербальные составляющие публикаций: тематика, жанр, заголовок, языковые средства выразительности (лексико-семантические, морфологические, синтаксические), визуальное сопровождение материалов (фотографии, видео, шаржи, карикатуры). Эти факторы позволяют создать положительный, нейтральный либо отрицательный образ политика. Кроме того, было проведено три экспертных интервью: с послом Аргентины в РФ Пабло Ансельмо Теттаманти, со старшим научным сотрудником Института Латинской Америки РАН Татьяной Александровной Воротниковой и с корреспондентом газеты «Коммерсантъ», освещающим латиноамериканскую тематику, Павлом Тарасенко.

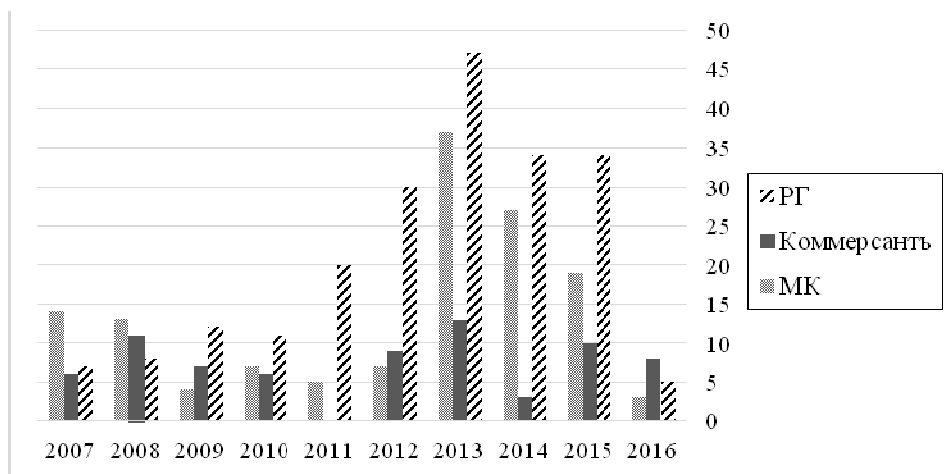
«БУНТУЮЩАЯ ДАМА» АРГЕНТИНЫ

Фигура первой в Аргентине всенародно избранной женщины-президента К.Фернандес де Киршнер привлекала внимание российской прессы на протяжении двух ее президентских сроков (график 1). Всего за 2007—2016 гг. в трех изданиях нам встретилось 422 публикаций с упоминанием этого имени, количество которых резко возросло в 2010 г. после смерти ее мужа Нестора Киршнера. Только тогда «королеву Кристину» СМИ стали воспринимать всерьез как самостоятельного политика, а не как супругу бывшего главы государства. Ее искренне полюбили простые аргентинцы, они сочувствовали ее утрате и ассоциировали Кристину с ее кумиром — Эвой Перон. По словам посла Аргентины в РФ П.А.Теттаманти, наиболее важными достижениями ее деятельности явились справедливая социальная

политика и экономический рост. Однако Кристине не удалось стать таким же популярным лидером Аргентины, как ее супругу: во время своего президентского срока рейтинг Нестора Киршнера достигал отметки 67%, тогда как рейтинг его вдовы в период ее президентства не превышал 54%².

График 1

КОЛИЧЕСТВО УПОМИНАНИЙ ИМЕНИ КРИСТИНЫ ФЕРНАНДЕС ДЕ КИРШНЕР В РОССИЙСКОЙ ПРЕССЕ



Наибольший интерес к фигуре К.Фернандес де Киршнер среди выбранных нами изданий проявила «Российская газета» (210 публикаций с упоминанием ее имени в 2007—2016 гг.). В первые годы президентства ее образ характеризовался такими определениями, как «бывшая первая леди», «жена экс-президента», «жена Нестора Киршнера». После его смерти эти определения сменились на «главу республики», «президента Аргентины» и даже на «негласного лидера латиноамериканских левых».

Несмотря на то, что «Российская газета» является общественно-политическим изданием, она уделяла внимание не только политической деятельности К.Фернандес де Киршнер (53% публикаций), но и ее личной жизни (рождение внука, здоровье, внешний вид, манеры, любовь к шопингу) (30%). Ее наиболее часто цитируемая РГ реплика «У меня в жизни только две страсти: политика и шопинг» лишний раз подчеркивает данный тезис. Его подтверждают и экспрессивные заголовки: «Бунтующая дама», «Выбор женщины», «Женское начало власти», «Красивые и влиятельные», «Семейное дело» и др.

Образ сильной и независимой женщины-президента помогают создавать и фотографии, сопровождающие материалы. В большинстве случаев лидер Аргентины предстает на них улыбающейся и жизнерадостной. Для публикаций, характеризующих российско-аргентинские отношения, авторы подбирают снимки, на которых К.Фернандес де Киршнер пожимает руку президенту России Владимиру Путину и увлеченно с ним что-то обсуждает. Другие

политические деятели, сопровождающие образ госпожи Киршнер на фотографиях «Российской газеты», — ее супруг Нестор Киршнер и Уго Чавес.

Таким образом, в «Российской газете» и визуальная, и тематическая, и стилистическая составляющие публикаций во многом способствовали формированию нейтрального, тяготеющего в позитивную сторону образа. Количество материалов, содержащих нейтральную оценку, за анализируемый период составило 57%, а содержащих позитивную оценку — 28%.

Однако следует отметить, что ряд публикаций РГ содержат и критику деятельности К.Фернандес де Киршнер (15%). Для создания негативного образа журналисты оперируют фактом продолжительного нахождения у власти в Аргентине семьи Киршнер, а также акцентируют внимание на просчетах в экономической политике, приведших к техническому дефолту, появлению черного рынка обмена валюты. В 2016 г., несмотря на проигрыш киршнеристов на президентских выборах 2015 г., РГ, тем не менее, старается ежемесячно публиковать небольшие новостные заметки с упоминанием имени бывшего политического лидера. Большинство из них, однако, характеризуют экс-президента Аргентины в значительной степени с негативной стороны. Это связано с освещением судебного процесса, инициированного в отношении К.Фернандес де Киршнер, которую заподозрили в возможных махинациях в Центробанке Аргентины и получении взяток от предпринимателей.



К.Фернандес де Киршнер и В.Путин. Фото из «Российской газеты»

АРГЕНТИНСКАЯ МОДНИЦА

«Московский комсомолец» фокусировал свое внимание не столько на политической деятельности К.Фернандес де Киршнер, сколько на ее личной жизни и увлечениях (53% и 39% соответственно). Это вполне соответствует тематической направленности издания, сочетающего на своих полосах серьезные, аналитические материалы с развлекательными. За анализируемый период МК упомянул имя К.Фернандес де Киршнер в 142 материалах, большинство из которых приходится на 2013—2015 гг.

Стоит отметить жанровую особенность материалов «Московского комсомольца»: в период обоих президентских сроков издание опубликовало развернутые статьи (77%). Однако после ухода К.Фернандес де Киршнер с президентского поста в 2016 г. газета посвятила ей лишь несколько коротких новостных заметок.

Заголовки материалов МК, посвященные бывшему аргентинскому лидеру, нередко носят ироничный и даже провокационный характер: «Президент Аргентины Кристина Киршнер танцем взорвала интернет», «БРИКС остается «пятеркой»: Кристине Киршнер не удалось обаять Владимира Путина», «Президент Аргентины крестила дочь лесбийской пары». Ирония присутствует и в самих текстах издания: «Судя по ситуации, в которой оказалась сейчас Аргентина, ходить по магазинам у первой леди в течение 8 лет президентства получалось явно лучше, чем управлять страной»³; «Владимир Путин на этот раз довольно сдержанно поприветствовал бразильянку Дилму Руссефф, с которой проводил уже четвертый день подряд. И горячо расцеловал коллегу из Аргентины Кристину Киршнер, компенсировав таким образом отказ России включить эту страну в состав БРИКС»⁴. Как видно, ирония органично сочетается с эпатажем, характерным для массовой прессы, одной из главных целей которого является привлечение внимания читателя.

В статьях МК о К.Фернандес де Киршнер присутствует разговорная и просторечная лексика, что также характерно для специфики издания: «Президент Аргентины Кристина Фернандес де Киршнер заявила, что «эпизод пахнет остатками колониализма»⁵ (о закрытии воздушного пространства несколькими европейскими государствами для пролета самолета президента Боливии Эво Моралеса); «Поэтому г-жа президент уже подписала большой пакет соглашений с Китаем и приехала в Москву, чтобы «раскрутить» на дополнительные инвестиции Владимира Путина»⁶; «На днях президент Аргентины Кристина Фернандес де Киршнер в очередной раз «наехала» на официальный Лондон по поводу Фолклендских островов»⁷. Безусловно, использование подобной лексики оказывает влияние на формирование эпатажного и эксцентричного образа экс-президента Аргентины.

Что касается иллюстративного сопровождения материалов о К.Фернандес де Киршнер, то МК подбирает преимущественно позитивные фотографии. Заметно, что журналисты издания испытывают симпатию к президенту. Показательной является история с уругвайским экс-президентом Хосе Мухикой, который при невыключенном микрофоне назвал аргентинского лидера «старой ведьмой». Издание сразу же опубликовало две размещенные рядом фотографии: на одной — выглядящая молодо и красиво президент Аргентины, на другой — Х.Мухика — старик с потухшим взглядом⁸.

Материалы «Московского комсомольца» содержат почти в равной пропорции публикации с нейтральной и позитивной оценками экс-президента Аргентины (44% и 40% соответственно). Издание всячески подчеркивает красоту женщины-президента и уделяет особое внимание ее привычкам и слабостям. Вместе с тем публикации положительно оценивают стремление К.Фернандес де Киршнер налаживать партнерские отношения с Россией. В материалах, содержащих негативную оценку (16%), журналисты подвергают критике жесткий управленческий стиль аргентинского лидера и ее политическую недалекость, что мешает ей вести переговоры с кредиторами и зарубежными инвесторами.

КОРОЛЕВА КРИСТИНА, ИЛИ САМАЯ ВЛИЯТЕЛЬНАЯ ЖЕНЩИНА АРГЕНТИНЫ

Газета «Коммерсантъ», в отличие от «Российской газеты» и «Московского комсомольца», уделяла меньше внимания фигуре аргентинского президента: за анализируемый период ей было посвящено всего 73 материала. Наибольшее количество публикаций у этого издания приходится на середину ее правления. Особый интерес для газеты представляют политические и экономические решения К.Фернандес де Киршнер (64% и 32% соответственно). Это вполне объяснимо, поскольку соответствует тематическому профилю газеты. В «Коммерсанте» крайне редко можно увидеть сухие информационные заголовки, журналисты стараются придумать образные названия и вложить в них собственную оценку, что, несомненно, влияет на формирование определенного образа политического лидера. Так, с помощью заголовков «Москва заходит в Латинскую Америку с дамы», «Взлет и падение «королевы Киршнер»», «Аргентина уходит от мужа к жене», «Как жены глав государств замещали мужей», «Аргентина рвет родственные узы» акцент делается на том, что глава Аргентины — женщина, которая была первой леди государства, а после ухода ее мужа стала президентом.

Большую роль в формировании образа бывшего аргентинского лидера играют языковые средства, которые используются «Коммерсантом» в основном для создания негативного образа К.Фернандес де Киршнер. Из наиболее ярких и выразительных средств можно выделить иронию: «Аргентинцы ликуют, иностранные инвесторы негодуют, ЕС замышляет каверзы. А президент Киршнер снова вся в белом, которое ей очень к лицу, вкушает плоды своей популистской затеи. Ее популярность, конечно, вырастет. Правда, аргентинские проблемы никуда не делись»⁹; «Кристина Киршнер пришла на избирательный участок в городе Рио-Гальегос (по месту прописки) позже всех фаворитов президентской гонки. Торопиться ей некуда: по конституции Киршнер не могла баллотироваться на третий срок подряд»¹⁰. Нередко шутливая ирония переходит в грубый сарказм: «Накачалась силиконом и ботоксом, накупила модной одежды, а вот каким она будет президентом?»¹¹.

Визуальное сопровождение материалов о «королеве Кристине» в «Коммерсанте» крайне слабое: из всего массива проанализированных публикаций только пять статей содержат иллюстративный материал, который, впрочем, изображает аргентинского лидера улыбающейся и приветствующей свой народ.

Проведенный анализ текстов показал, что «Коммерсантъ» пытается создать нейтральный, тяготеющий к негативному образ «самой влиятельной женщины Аргентины». Почти за десятилетний период издание разместило 57% публикаций с нейтральной оценкой бывшего лидера Аргентины, однако количество материалов с негативной оценкой сильно превысило число позитивных (36% и 7% соответственно). Лишь в небольшом количестве материалов журналисты «Коммерсанта» подчеркивают стремление К. К.Фернандес де Киршнер развивать отношения с нашей страной.

После завершения 12-летнего правления четы Киршнер и проигрыша кандидата от перонистского альянса «Фронт за победу» (Frente para la Victoria, FpV) Даниэля Сциоли образ некогда самой влиятельной женщины Латинской Америки в газете «Коммерсантъ» в 2016 г. стал тяготеть от нейтрального к негативному. Несмотря на то, что К.Фернандес де Киршнер

больше не является главой государства, ее имя хотя бы раз в месяц появляется на страницах «Коммерсанта». Причиной ухудшающейся оценки становятся проводимые журналистами сравнения управленческого стиля нового президента Маурисио Макри и стиля К.Фернандес де Киршнер: Макри, по мнению издания, гораздо более гибкий политик, чем Кристина, он умеет договариваться с кредиторами и зарубежными политическими партнерами на выгодных для Аргентины условиях.

ПЕРВЫЙ В ИСТОРИИ БОЛИВИИ ПРЕЗИДЕНТ-ИНДЕЕЦ

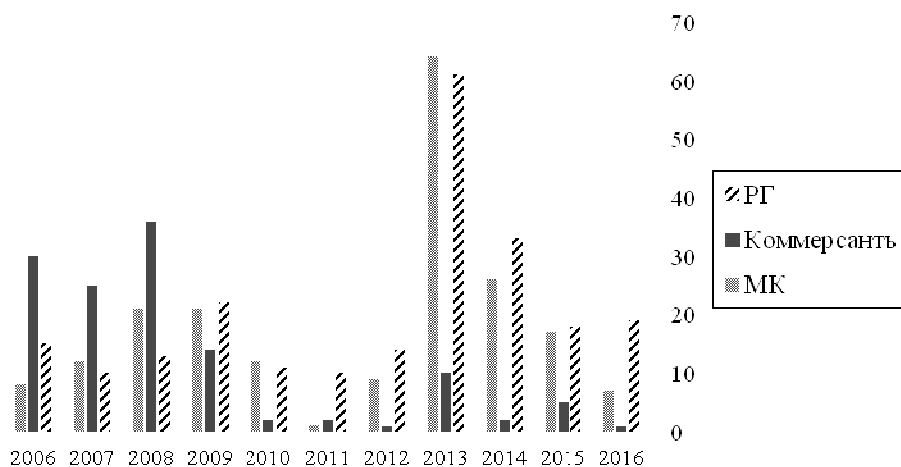
Эво Моралес является яркой фигурой в современном политическом пространстве. В январе 2016 г. он занял первое место по продолжительности нахождения у власти среди всех президентов Боливии с момента обретения ею независимости в 1825 г. С его приходом к власти в 2006 г. материалы об одной из самых бедных стран мира — Боливии — стали выходить на первых полосах многих ведущих российских газет. Однако так было не всегда. Лишь после 2014 г. российские СМИ стали воспринимать Моралеса как серьезную политическую фигуру. Во-первых, это связано с тем, что его нередко представляли как «приложение» к президенту Венесуэлы Уго Чавесу (в некоторых материалах их называли не иначе как «боливийско-венесуэльским дуэтом», «нехорошей парочкой»). Однако после смерти в 2013 г. венесуэльского лидера Моралес стал позиционироваться российскими СМИ как самостоятельная политическая единица. Во-вторых, в 2014 г. боливийского президента переизбрали на третий срок, и мировая общественность, наконец, поняла, что с индейцем, не имеющим даже среднего образования, все-таки придется считаться. По мнению Т.А.Воротниковой, высказанному в интервью автору статьи 14 апреля 2016 г., этот разворот случился даже несколько раньше: «Во время первого срока многие, действительно, не воспринимали его всерьез. Никто не ожидал, что в такой нестабильной стране, как Боливия, крестьянский лидер сможет удержаться у власти продолжительное время. Моралес родился в бедной индейской семье, прошел сложный путь к вершине власти. У него нет формального образования, диплома известного университета. Но он — яркий и харизматичный лидер. Дело в том, что традиционно в латиноамериканских странах, особенно бедных, круг политической элиты крайне замкнут, это своего рода закрытый клуб, в который очень сложно войти. По признанию самого Моралеса, ему как человеку, попавшему в президентский дворец из совершенно других социальных слоев, было сложно сразу перестроиться и принять новые правила поведения. Позже он освоился и привык к своему новому статусу».

Всего за десятилетний период три российских издания опубликовали 556 материалов с упоминанием имени Моралеса (график 2). Среди выбранных нами изданий в «Российской газете» за искомый период (2006—2016 гг.) встречается наибольшее количество публикаций, посвященных боливийскому лидеру, — 227. Большинство материалов освещают политические и экономические решения Моралеса, и лишь небольшая часть охватывает другие сферы жизни. На наш взгляд, такие тематические предпочтения связаны с тем, что «Российская газета» — это серьезное общественно-политическое издание, поэтому его публикации в первую очередь посвящаются политической тематике.

Интересным является и тот факт, что до 2014 г. в газете можно было встретить множество аналитических материалов (12%), посвященных Боливии и ее президенту. Такая тенденция, вероятно, связана с тем, что политика России в Латинской Америке переориентировалась на таких крупных партнеров, как Аргентина и Бразилия, поэтому российско-боливийским отношениям стало уделяться меньше внимания. Та же тенденция прослеживается и в заголовках материалов: до 2014 г. они были выполнены в экспрессивной манере, нередко и вовсе выражающей авторское отношение к боливийскому лидеру («Боливия осталась с газом», «Страсти по Моралесу» (о том, что для борьбы с оппозицией Моралес созвал региональный саммит), «Всю власть индейцам», «Взял измором» (о том, что боливийский лидер с помощью голодовки сумел добиться от оппозиции принятия важнейшего законопроекта), «Уго испугался за Эво» (о том, что Чавес предупредил Моралеса о готовящемся на боливийского президента покушении). Однако с 2014 г. заголовки стали выполнять исключительно информативную функцию: «Президент Боливии простил европейские страны за инцидент с самолетом», «Глава Боливии представил в Гааге бумаги по иску к Чили», «Президент Боливии пригласил Россию вступить в G77».

График 2

КОЛИЧЕСТВО УПОМИНАНИЙ ИМЕНИ ЭВО МОРАЛЕСА В РОССИЙСКОЙ ПРЕССЕ



Визуальная составляющая также играет большую роль в создании образа Моралеса. На страницах РГ фотографии боливийского президента нередко используются для создания позитивной оценки материала. Так, например, представлен фоторепортаж под названием «Эво Моралес одержал победу на выборах президента Боливии». На фотографиях боливийский лидер изображен улыбающимся и смеющимся. Большое внимание уделяется и простым боливийцам, отдавшим свой голос за Моралеса и радующимся встрече со своим президентом.



Эво Моралес. Фото из «Российской газеты»

Таким образом, в «Российской газете» до 2014 г. образ президента Моралеса был, скорее, отрицательным (11%). Однако в 2014—2016 гг. ситуация изменилась, и в газете стали преобладать материалы с нейтральной (80%) и положительной оценкой (9%). В материалах с положительной оценкой журналисты называют боливийского лидера не иначе как «первый в истории прези-

дент-индеец», «непримиримый противник Вашингтона», «представитель леворадикальных сил» и «социалист по взглядам».

ИСКРЕННИЙ ЛЕВЫЙ РЕВОЛЮЦИОНЕР

Иначе выстраивается образ Моралеса в газете «Московский комсомолец». Всего за 2006—2016 гг. в МК было 200 публикаций с упоминанием имени боливийского лидера. Однако в отличие от «Российской газеты» МК уделяет большое внимание не только политическим (47%) и экономическим решениям (23%) Моралеса, но и его личной жизни (30%). Так, например, на страницах издания можно встретить материалы, посвященные здоровью боливийского лидера («Президент Боливии Моралес рассказал, что пьет от кашля собственную мочу»), первой леди государства («Первой леди стала старшая сестра») и даже его досугу («На Ставрополье президент Боливии Эво Моралес попил чаю»). Говоря о жанровых особенностях текстов, нельзя не отметить, что в основном в издании преобладают новостные заметки (69%), однако встречается и аналитика (статья (26%), интервью (5%).

На страницах МК нередко информативные заголовки («Президент Боливии сыграл вничью с Каспаровым», «Боливия национализует предприятия энергетики», «Эво Моралес отправил в отставку главу крупнейшей нефтегазовой компании YPFB»). Но можно встретить и заголовки, нацеленные на привлечение внимания читателя, которые содержат игру слов («Мораль для Моралеса», «Боливийцы ударили кокой по «коле»), иронию («Индейца — в президенты», «Призрак Сноудена в самолете президента Боливии») и даже сарказм («Злоключения боливийского президента в Европе — выдумка?», «Моралес проявил к России нежные чувства», «Президент Боливии Эво Моралес поддержал «кусающегося» футболиста Суареса»).

В целом тональность публикаций о боливийском президенте в данном издании нейтральная с тенденцией использования негативного тона. Газета нередко подвергает действия Моралеса иронии и даже насмешке: «Главный пропагандист уринотерапии в России Геннадий Малахов может ликовать — ведь это первый случай в истории, когда глава государства признался в использовании его любимого метода»¹². Журналисты также упот-

ребляют лексику с негативной коннотацией: «После чего истребители ВВС США (!!!), поднявшиеся с легендарной авиабазы Рамштайн в Германии, посадили боливийский борт в Вене, чтобы на глазах у обалдевшего Моралеса безуспешно поискать технического ассистента в самолетном салоне»¹³.

В текстах с положительной оценкой журналисты стараются подбирать позитивные фотоматериалы, составляют положительные прогнозы относительно развития российско-боливийских отношений: «Отношения Боливии и России с победой Эво Моралеса на президентских выборах будут укрепляться, можно ожидать новых проектов в энергетике и сделок в оборонной сфере, заявил латиноамериканский эксперт в области международных отношений, доктор наук и профессор геополитики Альберто Хутченройтер»¹⁴. Используются также факты из биографии и цитаты самого Моралеса, которые характеризовали бы его как преданного своему делу политика: «Сам же Моралес, вступая первый раз в президентскую должность, заявил, что на ближайшие годы его супругой будет Боливия»¹⁵.

ТОВАРИЩ ЭВО МОРАЛЕС

В газете «Коммерсантъ» материалы о Моралесе затрагивают в основном экономические и политические вопросы. В целом за 2006—2016 гг. в газете было опубликовано 129 материалов с упоминанием имени боливийского лидера. Среди публикаций, посвященных Моралесу, превалирует жанр заметки (53%). Однако в газете можно также встретить множество аналитических статей (37%). Особенностью издания является жанр зарисовки (10%). В этом жанре для «Коммерсанта» пишет журналист Андрей Колесников, который нередко дает описания встреч российского президента с зарубежными коллегами, предлагая читателю портретные зарисовки мировых лидеров. Не стал для него исключением и боливийский президент: «Следующим был президент Боливии, культовая фигура боливийской революции, чистокровный индеец, отец двух детей и муж покинувшей его жены Эво Моралес»¹⁶.

«Коммерсантъ» известен своими яркими, привлекающими внимание заголовками, которые во многом отражают позицию журналистов по отношению к объекту материала. Большинство из них интригуют читателя: «Невзлетная полоса» (о том, что самолет Моралеса задержали для осмотра в поисках Эдварда Сноудена), «Газу не хватает твердости» (о встрече Владимира Путина с коллегами по «газовой ОПЕК»), «Ось добра» надломилась» (о смене расстановки сил на континенте после смерти Уго Чавеса). Некоторые заголовки содержат иронию («Эво Моралес спугнул две трети ВВП», «Мастер старта», «Друг Уго Чавеса против бананового олигарха»), другие и вовсе имеют саркастическую направленность («Конституция недоразвитого социализма», «Мировая экономика подсчитывает новых голодных», «Починный гость» (о первом визите президента Боливии в Москву)). Крайне редко на страницах газеты встречаются простые информативные заголовки. Важным является и тот факт, что при написании материалов в жанре заметки авторы стремятся выразить свою точку зрения именно в заголовке. Иными словами, сам материал может быть написан в нейтральной тональности, но заголовок к нему содержит некую оценку.

В целом публикации в газете «Коммерсантъ», посвященные Моралесу, написаны в нейтральной тональности (44%). Однако количество негатив-

ных материалов (34%) превышает число позитивных (22%) (все они опубликованы в период до 2014 г.). В начале карьеры Моралеса не воспринимали всерьез, и из-за этого материалам до 2014 г. (до победы на третьих президентских выборах) в большинстве случаев присуща ирония. В ранних публикациях боливийский лидер также предстает эдаким подобием Чавеса, их нередко называли «первыми лицами союза «Оси добра», «непримиримыми противниками Вашингтона». После смерти президента Венесуэлы отношение к Моралесу в «Коммерсанте», как и в «Российской газете», изменилось: его стали воспринимать как самостоятельную политическую единицу.

ПЕРВАЯ ЖЕНЩИНА-ПРЕЗИДЕНТ БРАЗИЛИИ

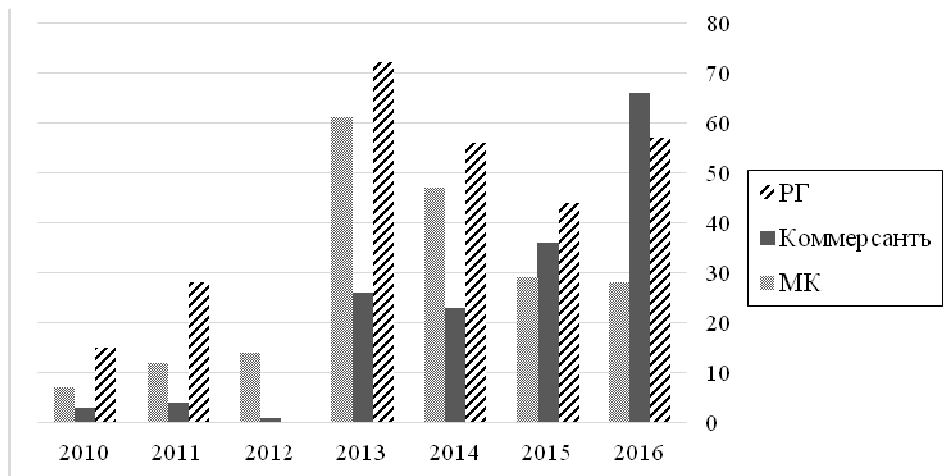
Бывший бразильский лидер Дилма Руссефф привлекает внимание российской прессы существенно больше, чем К. К.Фернандес де Киршнер и Э.Моралес. И хотя образ Д.Руссефф рассматривался нами, в отличие от двух других лидеров, за шестилетний период (2010—2016 гг.), три издания опубликовали за этот период больше материалов с упоминанием ее имени, нежели с именем К.Фернандес де Киршнер и Моралеса, а именно 686. Мы можем объяснить это несколькими причинами: во-первых, Руссефф — первая в истории своей страны женщина-президент, во-вторых, у нее славянские корни (ее отец — болгарский эмигрант Петр Русев, активный член Болгарской коммунистической партии, эмигрировавший в Бразилию в 1929 г. вследствие политических преследований), в-третьих, у нее богатое революционное прошлое, а ее политическим наставником и идейным вдохновителем является экс-президент Бразилии Лула да Силва, при котором Бразилия достигла значительных успехов в экономической и социальной сферах и стала теснее сотрудничать с Россией в рамках интеграционного объединения BRICS.

Однако, как можно заметить из графика, российская пресса не всегда уделяла особое внимание фигуре Руссефф: бразильский лидер начинает интересовать отечественные издания лишь с 2013 г. (график 3). Причину этого мы видим в значимых для Бразилии событиях этого периода: предвыборной кампании и президентских выборах 2014 г.; Чемпионате мира по футболу 2014 г.; социально-экономических неудачх правительства Руссефф и связанным с этим низким уровнем доверия президенту среди населения, а также в начавшихся расследованиях коррупционных махинаций в нефтяной компании «Petrobras», что привело к острейшему политическому кризису и в итоге к окончательному отстранению Руссефф от власти 31 августа 2016 г.

Главная общественно-политическая газета России за искомый период опубликовала 296 материалов с упоминанием имени бразильского президента. Из преобладающих тем, безусловно, выделяются политика (36%), экономика (22%), персональная жизнь Руссефф (14%), а также спорт (13%) в связи с проведением в стране крупных международных спортивных мероприятий.

Стоит отметить наличие довольно высокого процента аналитических статей, посвященных детальному рассмотрению политических и экономических реформ Руссефф, российско-бразильским отношениям, а также интервью, в том числе с самой госпожой президентом, опубликованное после ее временного отстранения 12 мая 2016 г. В этом интервью она подробно объясняет причины и последствия охватившего страну кризиса и уверенно выражает стремление бороться за власть до конца.

КОЛИЧЕСТВО УПОМИНАНИЙ ИМЕНИ ДИЛМЫ РУССЕФФ В РОССИЙСКОЙ ПРЕССЕ



Более подробно стоит остановиться на освещении «Российской газетой» внутривнутриполитической жизни Бразилии. Издание практически полностью поддерживает бразильского лидера в отношении предпринимаемых ею политических и экономических мер. С началом политического кризиса в стране РГ стала характеризовать его как «государственный переворот», сравнивать с «цветными революциями», которые происходят в странах Африки и Ближнего Востока. Газета позиционирует Руссефф как жертву «абсолютно бесчестной интриги», а настроенную против нее оппозицию как «запятнавшую себя», нацеленную на лоббирование своих конъюнктурных интересов. По мнению издания, если кто и достоин находиться на скамье подсудимых за коррупционные махинации, так это бывший вице-президент, а ныне президент Бразилии Мишел Темер. Именно он привел с собой в правительство команду «непрофессионалов», которые превратили бразильскую политику в «сюр». Несмотря на то, что РГ упоминает и о митингах противников Дилмы, шествовавших с огромными плакатами и растяжками, резко осуждающими Дилму и ее сторонников, на их фоне Руссефф предстает борцом, который намерен отстаивать свое право вернуться и сохранить власть. РГ также демонстрирует поддержку, которую оказывают Руссефф некоторые латиноамериканские страны, например, Сальвадор, Венесуэла и Эквадор, отзывая своих послов из Бразилии. Общую нейтральную и положительную тональность публикаций РГ о Руссефф поддерживают и фотографии. Издание публикует фотоотчеты с саммитов стран — участниц BRICS, пожимающая руку российского президента Руссефф намекает на тесное сотрудничество между нашими странами.

Таким образом, вербальные и визуальные компоненты становятся важными средствами создания нейтрального образа Руссефф в «Российской газете» (53% публикаций), который явно тяготеет в положительную сторону (34%). Количество материалов с позитивной и нейтральной оценкой вместе взятых в семь раз

превышает число негативных публикаций (13%). Несмотря на сложную социально-политическую обстановку в Бразилии, журналисты РГ стараются приводить позитивные мнения экспертов, подчеркивают сильные стороны Руссефф, напоминают читателям об успехах бразильского лидера в период первого президентского срока. Даже после окончательного импичмента Руссефф РГ продолжает поддерживать бразильского политика, уходящего «с поднятой головой»: решение сената сохранить за Дилмой избирательные права позиционируется газетой как ее «маленькая победа»¹⁷.

БРАЗИЛЬСКАЯ РЕВОЛЮЦИОНЕРКА

«Московский комсомолец» за шестилетий период посвятил бразильскому лидеру 227 публикаций. В отличие от позиционирования образа К.Фернандес де Киршнер, это издание в большей степени интересуется не личной жизнью и увлечениями Руссефф, а внутривластная жизнь страны (57%). Тем не менее в материалах на политическую тему журналисты не преминут напомнить читателю, во что была одета Руссефф, как она держалась с политиками-мужчинами. Кроме политики МК интересуется спортивными (17%) и экономическими (8%) новостями из Бразилии.

Следует особо отметить экспрессивные средства, которыми сопровождаются публикации о первой женщине — президенте Бразилии в «Московском комсомольце». Заголовки эпатажируют читателя, хотя этот эпатаж призван лишь привлечь внимание, а не сформировать отрицательный образ бразильского лидера: «Президент Бразилии: поражение сборной в финале — мой самый страшный кошмар», «Буйный поклонник ворвался во дворец президента Бразилии», «Бразилию ждет матриархат», «Влиятельный слабый пол». Экспрессивные языковые средства сопровождают и тексты публикаций о Руссефф. Но заголовки призваны также создать и позитивный образ. Для этих целей, например, используется лексика с положительной коннотацией, уменьшительно-ласкательные суффиксы, ирония, метафоры и др.

К сожалению, описание внешности бразильского лидера не всегда сопровождается в МК иллюстративным материалом. Однако все те фотографии, которые есть в публикациях о Руссефф, работают на формирование нейтрального образа, тяготеющего в положительную сторону, так как на фото она предстает исключительно жизнерадостным и харизматичным политиком, высоко ценящим российско-бразильские отношения.

Всего за шестилетний период МК опубликовал 59% материалов с нейтральной оценкой, 28% — с позитивной и 13% с негативной. В целом до 2016 г. риторика большинства публикаций о бразильском президенте сохранялась в нейтрально-позитивном ключе. Несмотря на тяжелую социально-политическую обстановку в Бразилии, Руссефф представляла на страницах МК как политик, который полностью контролирует ситуацию: «Как отмечает «Reuters», для президента Руссефф эти протесты выглядят особенно пугающе, учитывая то, что через год она хочет переизбрания на очередных президентских выборах. Ее рейтинг остается довольно высоким, однако, несмотря на это, ее популярность переживает некоторый спад по сравнению с предыдущими годами»¹⁸.

Однако в связи с усугублением политического кризиса, временным отстранением от власти, а в конечном итоге окончательным импичментом

президента тональность публикаций немного «похолодела», приобретя подчеркнуто нейтральный оттенок: «У меня нет ни малейшего намерения уходить в отставку. Я не сделаю им такого подарка... Меня просили, уговаривали, даже давили на меня с тем, чтобы я добровольно покинула пост. Но я никогда не сделаю этого, знаете почему? Потому что народ отдал за меня 54 миллиона голосов»¹⁹.



Д.Руссефф. Фото из газеты «Коммерсантъ»

В немногочисленных материалах МК с отрицательной оценкой подвергается сомнению правильность принимаемых Руссефф решений, делаются неутешительные прогнозы, например, о еще большем снижении рейтинга: «Протесты 13 марта стали самыми массовыми не только за время пребывания Руссефф у власти, но и за всю историю бразильской демократической системы, которая ведет отсчет с момента падения военной диктатуры в 1985 году»²⁰.

ПРЕЕМНИЦА ЛУЛЫ ДА СИЛВЫ

«Коммерсантъ» в формировании образов политиков сохраняет приверженность к объективному анализу политической и экономической ситуации. Как и в случае с К. Фернандес де Киршнер и Моралесом, в материалах, посвященные Руссефф, рассказывается о ее политических и экономических решениях (74% и 12%, соответственно). Небольшая часть публикаций посвящена спортивным событиям, вопросам здравоохранения (борьба с вирусом Зика) и личной жизни госпожи Руссефф. В 2015—2016 гг. газета публиковала материалы в основном об обострившемся в стране политическом кризисе и процессе импичмента первой женщины-президента Бразилии (10%).

Заголовки в «Коммерсанте» являются одной из важных составляющих образа Руссефф. Стоит отметить, что большинство из них ироничны и нередко переходят в сарказм: «Дилму Руссефф окружают приговорами», «Бразильский коррупционный сериал продолжается», «Два миллиона против президента», «Президенту Бразилии показали желтую карточку», «Президент Бразилии «слышит голос демократии», «На Дилму Руссефф заводят дело», «Выход из кризиса по-бразильски неповторим», «Президент Бразилии отстала от среднего класса».

Интересно отметить, что материалы, связанные с Руссефф, «Коммерсантъ» сопровождает фотографиями гораздо чаще, чем публикации о К.Фернандес де Киршнер и Моралесе. Визуальная часть посвященных ей публикаций в «Коммерсанте» всячески подчеркивает иронический тон заголовков: нередко бразильский лидер изображена на фото с гримасами или

в неловких положениях. Так, например, в материале под заголовком «Президента Бразилии склонили к борьбе с коррупцией» опубликована фотография, где Руссефф, окруженная аплодирующими людьми, кому-то кланяется. Издание также публикует и карикатурные фотографии, высмеивающие политика. Так, например, на одной из них изображена женщина, одетая в красный костюм (столь любимый бразильским лидером), а на ее руки надеты наручники, которые намекают на непростое прошлое Руссефф.

Ироничный тон сохраняется и в текстах. Его основная цель — продемонстрировать несостоятельность политических и экономических решений Руссефф, а также охарактеризовать ее внешний облик и даже манеры поведения: «Местные газеты уже назвали случившееся в Белу-Оризонти «позором позоров», напоминая, что президент Бразилии Дилма Руссефф вообще-то обещала провести «чемпионат чемпионатов»²¹. В публикациях, освещающих проблемы организации и проведения Чемпионата мира по футболу 2014 г. и Олимпийские игры в Рио-де-Жанейро, коррупционный скандал, связанный с компанией «Petrobras», непременно фигурирует имя Руссефф. Журналисты «Коммерсанта» используют и так называемый прием «впервые в истории», который подчеркивает, что Руссефф — пример далеко не самого успешного политического лидера, который войдет в историю как президент, побивший все возможные антирекорды: «Уже через несколько месяцев Дилма Руссефф может стать первым с 1992 года президентом Бразилии, ушедшим в отставку в результате импичмента»²².

Все эти факторы формируют отрицательный образ Руссефф в газете «Коммерсантъ». Количество материалов с негативной оценкой за шестилетний период ее президентства немного превышает число нейтральных публикаций (49% и 42% соответственно). Немногочисленные тексты с позитивной оценкой (9%) написаны в начале правления Руссефф (2011—2012 гг.). Тогда у журналистов была надежда на то, что преемница популярного в Бразилии экс-президента Лулы да Силвы станет не менее успешным политиком, ведь она обещала «продолжать его дело и уважать доставшееся ей наследство»²³. Спустя шесть лет правления большинство сенаторов отправили президента в отставку.

Такое кардинальное отличие образа Руссефф в газете «Коммерсантъ» от образов, создаваемых другими изданиями, по мнению корреспондента «Ъ» Павла Тарасенко, связано не с каким-то особым отношением к латиноамериканским лидерам в целом и к Руссефф, в частности, а со спецификой самого издания. В серьезном издании информационные материалы, главная цель которых — показать реальное положение дел в стране, отмечая сильные и слабые стороны двусторонних отношений, экономической и политической ситуации, четко отделены от авторских колонок, в которых журналисты высказывают свою точку зрения.

Таким образом, в ходе проведенного анализа мы установили, как формировались образы К.Фернандес де Киршнер, Э.Моралеса и Д.Руссефф в «Российской газете», «Московском комсомольце» и «Коммерсанте», какое влияние на их эволюцию оказывали заголовки статей, фотографии, жанр, тематика сообщений, языковые средства выразительности. И, соответственно, какими предстают латиноамериканские политические лидеры перед российскими читателями в настоящий момент. Так, бывший аргентинский

президент К.Фернандес де Кишнер в начале своего правления воспринималась российскими печатными СМИ как супруга экс-президента Н.Кишнера, пришедшая к власти по его протекции, однако в начале второго президентского срока (после 2011 г.) журналисты стали воспринимать ее как самостоятельную политическую единицу. Образ Моралеса эволюционировал похожим образом: до переизбрания боливийского лидера на третий срок российские издания относились к нему с большой долей иронии, однако после 2014 г. в серьезных российских газетах он стал восприниматься как влиятельный политический лидер. В связи с глубоким политическим кризисом, произошедшем в Бразилии, и окончательным импичментом Руссефф формирование ее образа в российской прессе складывается сложнее: фигуре бразильского лидера СМИ стали уделять внимание преимущественно после 2013 г., и в настоящий момент в «Российской газете» и «Московском комсомольце» ее образ выглядит нейтральным и, скорее, положительным, а «Коммерсантъ» создает на своих страницах по большей части отрицательный образ Руссефф.

В целом образ политика в СМИ имеет большое значение не только для создания определенного имиджа страны в представлении читателя, но и для развития и укрепления двусторонних отношений в самых разных областях межгосударственного сотрудничества.

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

¹ Л.М.Матвеева, М.Д.Замская. Роль журналистики в трансформации образа политика в современном мире. — Язык СМИ и политика / Под ред. Г.Я.Солганика. М., Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М.В.Ломоносова, 2012, с. 329-356. [L.M.Matveeva, M.D.Zamskaja. Rol' zhurnalistik v transformacii obraza politika v sovremennom mire] [The role of journalism in transformation of image of politician in today's world]. Jazyk SMI i politika / Pod red. G.Ja.Solganika. Moscow, Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta; Facul'tet zhurnalistik MGU imeni M.V.Lomonosova, 2012, pp. 329-356.

² Available at: <http://propaganda-journal.net/9766.html> (accessed 26.07.2016).

³ Available at: <http://www.mk.ru/politics/2015/04/23/grechskiy-scenarij-putin-i-kirshner-dogovorilis-o-strategicheskom-partnerstve.html> (accessed 01.06.2016).

⁴ Available at: <http://www.mk.ru/politics/2014/07/17/putin-ispolnil-mechtu-ugo-chavesa.html> (accessed 01.06.2016).

⁵ Available at: <http://www.mk.ru/politics/2013/07/04/879275-svistun-snouden-sidya-v-tranzitnoy-kletke-uhitrlsya-peressorit-mezhdu-soboy-ves-mir.html> (accessed 01.06.2016).

⁶ Available at: <http://www.mk.ru/politics/2015/04/23/grechskiy-scenarij-putin-i-kirshner-dogovorilis-o-strategicheskom-partnerstve.html> (accessed 01.06.2016).

⁷ Available at: <http://www.mk.ru/politics/2013/01/08/795131-arhipelag-razdora.html> (accessed 01.06.2016).

⁸ Available at: <http://www.mk.ru/politics/2013/04/05/837181-prezident-urugvaya-nazval-glavu-argentinyi-staroy-vedmoy.html> (accessed 10.04.2016).

⁹ Available at: URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1911427/> (accessed 09.04.2016).

¹⁰ Available at: URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2841274/> (accessed 11.04.2016).

¹¹ Available at: URL: <http://www.kommersant.ru/doc/819769/> (accessed 10.04.2016).

¹² Available at: URL: <http://www.mk.ru/politics/2014/07/03/prezident-bolivii-morales-rasskazal-cto-pet-ot-kashlya-sobstvennyu-mochu.html> (accessed 15.04.2016).

¹³ Available at: URL: <http://www.mk.ru/specprojects/free-theme/article/2013/10/03/925336-na-izmene.html/> (accessed 18.04.2016).

¹⁴ Available at: URL: <http://www.mk.ru/politics/2014/10/13/ekspert-s-pobedoy-moralesa-otnosheniya-rf-i-bolivii-ukrepyatsya.html> (accessed 18.04.2016),

¹⁵ Available at: URL: <http://www.mk.ru/politics/2013/06/27/875936-protokolyi-razvedennyih-prezidentov.html> (accessed 18.04.2016).

¹⁶ Available at: URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2527292> (accessed 16.04.2016).

¹⁷ Available at: URL: <https://rg.ru/2016/09/07/otstranennaia-ot-vlasti-ruseff-napravilas-v-gorod-portu-alegri.html> (accessed 10.11.2016)

¹⁸ Available at: URL: <http://www.mk.ru/politics/2013/06/18/870731-v-brazilii-buntuyut-protiv-korrupsii-nasiliya-politsii-i-trat-na-futbolnyiy-chempionat.html> (accessed 23.04.2016).

¹⁹ Available at: URL: <http://www.mk.ru/politics/2016/08/23/dilma-rouseff-ne-namerena-pokidat-post-glavy-brazilii-dobrovolno.html> (accessed 10.11.2016).

²⁰ Available at: URL: <http://www.mk.ru/politics/2016/03/14/antiprezidentskie-protesty-v-brazilii-sobrali-65-mln-chelovek.html> (accessed 20.04.2016).

²¹ Available at: URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2520215/> (accessed 20.04.2016).

²² Available at: URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2967425> (accessed 21.04.2016).

²³ Available at: URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1532717> (accessed 20.04.2016).

Guelia S.Filatkina (geliafilatkina@gmail.com)

PhD in philology, lecturer of the Chair of foreign journalism and literature of the Faculty of Journalism of Lomonosov Moscow State University

Maya I. Davletshina (majson94@mail.ru)

Master student of the Faculty of Journalism of Lomonosov Moscow State University

Latin American political leaders in the mirror of Russian press

Abstract. The article is dedicated to the representation's study of the images of political leaders of Argentina, Bolivia and Brazil in the Russian periodical press since 2006 to 2016. Special attention is paid to the factors which affect the formation of politicians' images in the press. The authors trace the evolution of the presidents' images of three Latin American countries over a ten-year period in historical, cultural, political and economic contexts.

Key words: president, image of political leader, newspaper, Argentina, Bolivia, Brazil.