

УДК 32.019.5:070.1(470+571)
DOI 10.35254/bsu/2025.74.26

*Андрейченко Л.,
Российский университет дружбы народов
им. Патриса Лумумбы
г. Москва РФ*

*Седова С. С.
Российский университет дружбы народов
им. Патриса Лумумбы
г. Москва РФ*

АНАЛИЗ СОХРАНЕНИЯ И ТРАНСФОРМАЦИИ ОБРАЗА БЛИЖНЕВОСТОЧНОГО ЛИДЕРА С ПОМОЩЬЮ АРХИВОВ РОССИЙСКИХ СМИ НА ПРИМЕРЕ ФИГУРЫ БАШАРА АСАДА

Аннотация

Политический образ лидера формируется через сложный механизм социально-психологического восприятия в массовом сознании, где ключевую роль играют современные средства массовой информации. Данное исследование анализирует динамику трансформации образа сирийского президента Башара Асада в архивах влиятельных российских онлайн-СМИ: ТАСС, РИА Новости, RT и РБК в период с 2011 по 2025 год. Проведённый контент-анализ текстовых публикаций выявил три последовательных этапа эволюции: представление авторитарного правителя, стратегического партнёра России в борьбе с международным терроризмом и политического лидера в изгнании. Трансформация образа непосредственно отражает изменения внешнеполитического контекста и редакционной политики российского медиапространства, ясно демонстрируя значительное влияние государственных интересов на формирование общественного восприятия ближневосточных политических деятелей и лидеров.

Ключевые слова: лидер, политический образ, имидж, политик, сохранение, архивы, СМИ, медиа, Ближний Восток, Башар Асад, Сирия, Россия

*Андрейченко Л.,
Патрис Лумумба атындагы,
Элдер достугу университети
Москва, Россия Федерациясы*

*Седова С. С.
Патрис Лумумба атындагы,
Элдер достугу университети
Москва, Россия Федерациясы*

ОРУСИЯНЫН МЕДИА АРХИВДЕРИН КОЛДОНУУ МЕНЕН ЖАКЫНКЫ ЧЫГЫШ ЛИДЕРИНИН ИМИДИН САКТОО ЖАНА ӨЗГӨРТҮҮНҮН ТАЛДООСУ, БАШАР АСАДДЫН МИСАЛЫНДА КАРОО

Кыскача мазмуну

Саясий лидердин образи коллективдик сознанида социо-психологиялык кабылдоонун татаал механизми аркылуу түзүлөт, мында массалык медиа негиздүү чечүүчү роль ойнойт. Бул комплекстүү изилдөө Сирия президенти Башар Асадтын образынын трансформациялык динамикасын 2011-2025 жылдар аралык Россиянын таасирдүү онлайн медиа архивинде төлө анализ кылат: ТАСС, РИА Новости, RT жана РБК. Текстүү публикациялардын детальдуу контент-анализи эволюциянын үч ырааттуу этабын ачык ачып берди: авторитардык башчы катары, терроризмге каршы Россиянын стратегиялык союздугу катары жана эч кайсы өлкөдөгү саясий лидер катары. Образтын трансформациясы геосаясий контекст жана Россиялык медиа мейкиндиктин редакциялык саясатынын өзгөрүшүнүн чагылышы болуп, өкмөттүк интересинин Чыгыш Чокусу саясий лидерлеринин жалпы талдоосуна жана кабылдоосуна таасирин туруктуу ачык көрсөтүп турат.

Түйүндүү сөздөр: лидер, саясий имидж, имидж, саясатчы, сактоо, архивдер, медиа, Жакынкы Чыгыш, Башар Асад, Сирия, Орусия

Andreichenko L.,

*Peoples' Friendship University of Russia
them. Patrice Lumumba
Moscow, Russian Federation*

Sedova S. S.

*Peoples' Friendship University of Russia
them. Patrice Lumumba
Moscow, Russian Federation*

ANALYSIS OF THE PRESERVATION AND TRANSFORMATION OF THE IMAGE OF THE MIDDLE EASTERN LEADER USING THE ARCHIVES OF THE RUSSIAN MEDIA ON THE EXAMPLE OF THE FIGURE OF BASHAR AL-ASSAD

Abstract

A political leader's image is shaped through complex socio-psychological perception in collective consciousness, where mass media plays a crucial role. This study analyzes transformation of Syrian President Bashar al-Assad's image in archives of Russian online media: TASS, RIA Novosti, RT, and RBC from 2011 to 2025. Content analysis revealed three stages of evolution: portrayal as authoritarian ruler, strategic partner of Russia against international terrorism, and political leader in exile. The image's transformation directly reflects changes in geopolitical context and editorial policy of Russian media space, demonstrating significant influence of state interests on shaping public perception of Middle Eastern political leaders.

Keywords: leader, political image, politician, preservation, archives, media, Middle East, Bashar al-Assad, Syria, Russia

На современной политической арене образ лидера в процессе коммуникации играет ключевую роль в восприятии вла-

сти той или иной страны всем международным сообществом. В данной статье мы рассмотрим процесс формирования

образа именно ближневосточного лидера. «Имидж (образ) определяется как «сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа эмоционально окрашенный образ кого-либо... Это совокупность личностных характеристик индивида, нашедших своё отражение в восприятии окружающих» [1, с. 1]. «Образ политика как общественное явление возникает и формируется как результат функционирования сложного социально-психологического механизма. Модель его создания осуществляется посредством системы призм: интересов, исторического опыта, социально-политической атмосферы и т. д.» [2, с. 8].

«Категория «имидж политического лидера» имеет длительную историю становления и является важным предметом исследования в политической науке» [3, с. 20]. Первые так называемые «архивы», сохранившие характеристику ближневосточного лидера, были созданы ещё в Древнем Египте. Величественные произведения искусства и литературные памятники несут в себе следующее описание египетского правителя: «в основу портрета властелина лёг образ сознательно возвышенный, лишённый всего случайного и несущественного, с чётко отобранными и тщательно проработанными чертами. В парадной одежде фараона каждая деталь, символ, цвет работает на создание идеи божественной власти. Золотая маска фараона, имеющая черты портретного сходства, царский плат, инкрустированный вставками из смеси голубого стекла и лазурита, нагрудное украшение в виде сокола с распростертыми крыльями и золотая диадема в виде змея - все это знаки отличия властелина, которые отождествляют его с солнечным светом, легко читаются современниками» [3, с. 9].

В нашу эпоху подобным образом, но уже более сложным по структуре, в сознании общества формируется имидж поли-

тиков. Это осуществляется посредством нескольких факторов: это и результат непосредственного восприятия конкретной личности обществом, и анализ его политической деятельности, и следствие продвижения лидера в результате PR-деятельности в СМИ. И именно медиа в условиях цифровой эпохи являются главным транслятором деятельности политика для общества. «Знание основано на истине, имидж — на вере», а «политические имиджи — это имиджи ролей» [3, с. 3]. Эти высказывания подтверждают мысль о том, что СМИ формируют в сознании аудитории конкретную ролевую модель лидера, которая со временем начинает работать сама на себя без поддержки медиа. То есть в общественной медиапамяти «образ» представляется как уже полученный, отрефлексированный стереотип через призму эмоционального и чувственного» [1, с. 2]. Подобное формирование общественного восприятия и установление эмоциональных рамок происходит через выбор средствами массовых информационных определённых тем, акцентов, цитат и визуальных образов. Это особенно ярко проявляется в международной тематике, где региональные медиа каждой страны интерпретируют события и политические фигуры в соответствии с внешнеполитическими установками государства. Так «под воздействием различных фильтров восприятия, как-то: фильтры СМИ, методы передачи информации, контринформация конкурентов, особенности мышления объектов имиджевой информации и т. д., конечный результат может быть иным, нежели был запланирован заранее» [1, с. 8]. Это объясняется «двусторонне-коммуникативной природой имиджа, когда объект воздействия влияет на начальный продукт».

Российские СМИ не являются исключением и также в соответствии с национальными интересами формируют устой-

чивое представление своей аудитории о мировых лидерах, в том числе ближневосточных. В течение последнего десятилетия, анализируя архивные данные, в публикациях о Ближнем Востоке можно проследить изменение фокуса освещения: если в начале 2000-х и в период «арабской весны» преобладали сюжеты, связанные с войнами и угрозой мировой безопасности, то сейчас акцент федеральных СМИ поставлен на дипломатии, инвестициях и региональных союзах. «Происходящие изменения требуют экспликации системности подходов к процессу формирования образа политического лидера» [2, с. 3]. *Актуальность* нашего исследования как раз состоит в том, что через анализ подобной динамики в демонстрации образов ближневосточных лидеров возможно проследить эволюцию самой информационной политики России, сделать выводы о влиянии внешнеполитического контекста на содержание и определить специфику освещения и сохранения образов ближневосточных лидеров.

Говоря о *методологии* исследования, именно использование архивов российских СМИ в качестве эмпирической базы и осуществление на их основе контент-анализа позволило нам реконструировать логику медиастратегий государства. Источниками являются ведущие российские онлайн-СМИ, обладающие высокой цитируемостью и формирующие основной внешнеполитический информационный фон отечественной аудитории: РИА Новости, ТАСС, РБК и RT (русская редакция). Сейчас «интернет и социальные сети предоставляют возможность получать информацию о политических лидерах в реальном времени. Пользователи могут просматривать видеоматериалы, читать новости и участвовать в обсуждениях, что делает эти платформы мощным инструментом формирования общественного мнения о политике» [4, с. 111].

Для выявления механизмов отображения образа политического лидера и их систематизации мы решили рассмотреть следующие факторы: тональность публикаций, связанных с лидерами, тематику материалов, тип используемой лексики, оценочность суждений и формулировку заголовков. А для объективности анализа нами использовались архивные публикации за период 2011–2025 года. Именно в течение данного временного отрезка наблюдались существенные изменения в российской внешней политике и, соответственно, в медиаполе.

Для иллюстрации процесса сохранения и трансформации медийных образов лидеров мы обратились к одной из ключевых фигур Ближнего Востока — бывшему президенту Сирии Башару Асаду. Выбор данной фигуры не случаен: она часто упоминается в российском медиапространстве, имеет значение в развитии политических отношений с Россией, а также данный медийный образ претерпел изменения в исследуемый нами период. Акцент сделан именно на тех событиях в промежутке с 2011 по 2025 года, которые спустя 13 лет привели Асада к краху режима в 2024 г.

Медиатрансформация Башара Асада изначально произошла от образа авторитарного диктатора (2011-2015г.) к союзнику нашей страны по борьбе с терроризмом (2016–2024г.), а затем уже к образу лидера в изгнании (2024-2025г.). Так, в архивной публикации РБК от 26.08.2012 г. на тему жёсткого подавления оппозиции в Сирии прослеживается риторика борьбы лидера с внешним заговором: «Башар Асад приготовился биться с оппозицией, "невзирая на цену"» [5]. Тон новостной заметки достаточно жёсткий, лексика драматизирующая («будет биться, «цена») и местами оценочная: «По утверждению оппозиционеров, речь шла именно о внесудебных расправах: по погибшим *якобы* стреляли

в упор» [5]. Данное СМИ передаёт высказывания лидера и конституирует факт его решительных авторитарных мер с применением военной силы ради сохранения власти: «Президент Сирии Башар Асад заявил 26 августа, что верные ему силы будут вести борьбу против "международного заговора" на территории страны, "чего бы это ни стоило" [5]. В публикации ТАСС (07.04.2014 г.) на тему защиты Асадом собственной легитимности используется нейтрально-репрезентативный тон повествования, подчёркивается идея полной уверенности лидера в собственной правоте: «Асад находится в великолепной спортивной форме. У него ни тени сомнения в том, что он делает» [6]. В заметке через цитаты Асада транслируется позиция политика и допускаются ассоциативные оценки через сравнения с украинским лидером: «Он попросил передать президенту России Владимиру Путину: "Я не Янукович"». Так и в статье под одним из репортажей русской редакции RT в разделе InoTV подчёркивается международная изоляция сирийца и выражается поддержка России, несмотря на противоречивые высказывания первого: «Возможно, он в чём-то прав» [7]. Тон высказываний здесь оправдательный, наша страна выступает в роли защитника, что в том числе подчёркивает заголовок «Российское телевидение дало слово Асаду».

Позднее фокус российских СМИ смещается на более позитивную ноту и уже Башар выступает в роли союзника России в борьбе с терроризмом. РИА Новости (28.10.2016 г.): «Асад поблагодарил российское руководство за помощь в борьбе с терроризмом» [3]. Позитивно-партнёрский тон повествования, соответствующая лексика: «помощь», «благодарность», «эффективная», акцент на дружественном отношении России к лидеру Сирии: «Россия с 30 сентября 2015 года по просьбе президента САР Башара Асада об ока-

зании военной помощи начала наносить авиационные удары по объектам террористов в Сирии» [3] и то же самое в ТАСС (15.09.2019 г.): «Российские представители отметили, что Москва "полна решимости продолжать работать с Дамаском над смягчением последствий войны сирийского народа с террористическими группировками» [2].

В 2024 году после падения режима в публикациях российских СМИ в контексте личности Башара Асада появляется мотив «побега» и «убежища»: «Башар Асад с членами семьи прибыл в Москву, Россия дала им убежище» (РИА Новости, 08.12.2024 г.) [7] и «Асад после переговоров с «рядом участников вооруженного конфликта на территории САР» принял решение оставить президентский пост и покинул страну» (РБК, 08.12.2024 г.) [4]. Тон в данных новостных заметках информативный, сочувственный, оценочность симпатизирующая и подчёркивающая заботу со стороны нашего государства. Образ бывшего лидера становится ещё более дискуссионным, новый политический контекст ставит его фигуру вне закона и возводит его имя в список табуированных тем для обсуждения. Так, в настоящее время новостных статей с упоминанием Башара практически нет, как и нет подробностей о его нынешнем положении: «Дмитрий Песков, отвечая на вопрос журналистов о переговорах российского лидера Владимира Путина и его сирийского коллеги Ахмеда аш-Шараа, заявил, что Кремлю нечего сообщить по судьбе бывшего президента Сирии Башара Асада» (РИА Новости, 16.10.25 г.) [8].

Таким образом, анализ демонстрирует, что в целом, Башар Асад в российских СМИ зачастую представлен как союзник нашей страны в военной сфере и объект поддержки. Можно утверждать о трансформации его образа в российских средствах массовой информации в связи

с изменением политической ситуации на Ближнем Востоке, вызванной действующим на тот момент режимом Асада, а также во многом из-за стратегических интересов самой России и меняющихся редакционных установок российских медиа. Представление лидера Сирии претерпело три ключевые фазы: изначально он изображён в качестве жёсткого и противоречивого правителя, позднее – рационального союзника России и участника в совместной борьбе с терроризмом и на данный момент – лидера в изгнании и символа изменившегося политического состояния региона. При этом при каждой метаморфозе СМИ стремятся сохранить

позитивный контекст российского участия на фоне изменений статуса союзника. Такой дискурс сводится к формированию у отечественной аудитории выгодных нашему правительству устойчивых представлений о «своих» и «чужих» сторонах на международной арене.

Именно использование архивов в ходе исследования позволяет реконструировать ход исторических событий, динамику политического процесса и эволюцию смыслов, через которые СМИ создают в общественном сознании политическую реальность и формируют образ лидера и самого Ближнего Востока.

Литература

1. Загайнов, А. В. Понятие имиджа политического лидера: сущность и подходы к определению / А. В. Загайнов // Ученые записки Казанского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2007. – Т. 149, № 3. – С. 227-240. – EDN JJTQWT.
2. Кравченко, Н. Ю. Формирование образа политического лидера в трансформационный период в России : специальность 23.00.02 "Политические институты, процессы и технологии" : диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук / Кравченко Надежда Юрьевна. – Саратов, 2005. – 175 с. – EDN NNMXTJ.
3. Пащенко, Ю. А. Имидж политического лидера: политологический анализ / Ю. А. Пащенко. – Текст: непосредственный // Studia Politologiczne. – 2013. – Т. 28. – С. 92-113.
4. Кудряшова, Е. В. Эволюция медиаобразов политических лидеров в условиях международной напряженности / Е. В. Кудряшова, М. Ш. Джанталеева. – Текст: непосредственный // Вопросы элитологии. – 2024. – Т. 5, № 4. – С. 108-122. – DOI 10.46539/elit.v5i4.221. – EDN LQGXVP.
5. Башар Асад приготовился биться с оппозицией, "невзирая на цену". – Текст: электронный // РБК. – 2012. – 26 августа. – URL: <https://www.rbc.ru/politics/26/08/2012/5703fbee9a7947ac81a6b1bb> (дата обращения: 16.10.2025).
6. Башар Асад просит не сравнивать его с Виктором Януковичем. – Текст: электронный // ТАСС. – 2014. – 20 апреля. – URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/1102723> (дата обращения: 16.10.2025).
7. Российское телевидение дало слово Асаду. – Текст: электронный // Русская редакция RT. – 2012. – 17 мая. – URL: <https://russian.rt.com/inotv/2012-05-17/Rossijskoe-televidenie-dalo-slovo-Asadu> (дата обращения: 16.10.2025).
8. Кремлю нечего сообщить по судьбе экс-президента Сирии Асада, заявил Песков. – Текст: электронный // РИА Новости. – 2025. – 16 октября. – URL: <https://ria.ru/20251016/peskov-2048589290.html> (дата обращения: 17.10.2025).