Аннотация выпускной квалификационной работы

Хорохориной Анастасии Андреевны

*«Имидж политического лидера в качественных европейских изданиях»*

Н. рук. — Филатова Ольга Георгиевна, канд. философ. наук, доцент

Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении СПбГУ

Очная форма обучения

 Данная дипломная работа включает в себя изучение специфики формирования имиджа политического лидера в европейской качественной прессе. Особый интерес представляет выявление степени трансформации имиджа российского президента на фоне политического кризиса в отношениях между странами ЕС и Россией. **Актуальность** темы исследования обусловлена важностью понимания особенностей формирования имиджа политического лидера в европейской качественной прессе. **Цель** исследования – выявить основные характеристики имиджа политического лидера В.В. Путина в европейской качественной прессе на примере «Die Welt», «Le Monde» и «La Repubblica».

Для достижения поставленной цели, перед автором были поставлены и решены следующие **задачи**:

* Проанализировать сущность понятия имидж политического лидера в современной науке.
* Рассмотреть основные способы формирования имиджа политического лидера.
* Выявить специфику восприятия имиджа лидера России в массовом сознании европейских стран.
* Дать характеристику европейских печатных изданий «Die Welt», «Le Monde», «La Repubblica».
* Определить важность влияния публикаций «Die Welt», «Le Monde» и «La Repubblica» на процесс формирования общественного мнения в своих странах.
* Провести исследование публикаций о В.В. Путине в «Die Welt», «Le Monde» и «La Repubblica».
* Проанализировать влияние политического кризиса на формирование имиджа Президента РФ в европейской качественной прессе.

 **Объект** исследования -имидж политического лидера в СМИ. **Предмет** исследования - основные характеристики имиджа Президента РФ Владимира Путина в качественной европейской прессе.

 **Теоретико-методологическую** **основу** исследования составили научные работы ведущих ученых в сфере психологии, имиджеологии, политологии, PR и массовых коммуникаций. Основой послужила научная литература следующих авторов: И.В. Алешиной, Д.В. Ольшанского, М. Вебера, Н.И. Конюхова, А.Ю. Панасюка, О.Г. Филатовой, В. Шепеля, А.Д. Кривоносова, Е.Н. Богдана. Кроме того использовались результаты ранее проведенных социологических и сравнительных исследований, ресурсы сети интернет. **Эмпирическую базу исследования** составили 150 статей, посвященных деятельности В.В. Путина в европейской качественной прессе - газетах «Die Welt», «Le Monde», «La Repubblica».

 **Структура работы** состоит из введения, двух глав, (теоретической и практической), заключения, списка использованных источников и литературы, приложений.