

**Влияние политических факторов на имидж деловой России (на материале текущей периодики Германии)**

**Конкина Александра Витальевна**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Москва, Россия

*E-mail: al-vit.k@yandex.ru*

Целью данного исследования является анализ влияния политических факторов на формирование делового имиджа страны на материале современных СМИ Германии. Политические факторы оказывают как позитивное, так и негативное влияние на имидж деловой России. Данные выводы базируются на изучении текущей качественной немецкой прессы (газеты «Die Zeit» «Die Welt» «Frankfurter Allgemeine Zeitung» и журнал «Der Spiegel») [5]. К примерам позитивного влияния на имидж России можно отнести такие действия лидера государства (В.В.Путина), как консолидация страны и установление стабильности, которая, в свою очередь, является одним из основных условий экономического роста. Отмечается верность Москвы деловым обязательствам (*Vertragstreue*) [3] вне зависимости от того, каких политических взглядов придерживаются партнеры. Немецкая пресса также выделяет фактор значимости страны на мировой арене (*Fuehrungsrolle im internationalen Maaechtegleichgewicht*) и, как следствие, готовность страны принимать участие в международных экономических проектах (напр., Петербургский международный экономический форум, строительство газопровода «Северный поток», east forum Berlin).

Тревогу в публикациях немецких СМИ вызывают определенные действия руководства России, в первую очередь, силовые методы ведения политики (*gewaltsame Methode*) [1, 2]. Немецкие издания отмечают явное преобладание консервативных настроений во властной среде при ярко выраженной политической апатии общества. Неустойчивость в России демократической традиции объясняется либо наследием Российской империи, либо наследием СССР (*Erbe von Zaren und Kommissaren*) [4]. Характерным исключительно для немецких изданий является сравнение современной России и ГДР, что негативно влияет на имидж страны [6]. Главным препятствием к созданию положительного делового имиджа является отсутствие в России, с точки зрения СМИ Германии, развитого демократического общества (*deffektive Demokratie*) и свободы прессы (*gelenkte Medien*) [4]. Особое внимание уделяется имиджу российского президента. Российский лидер предстает в немецкой прессе как «кремлевский правитель» (*Kreml-Herrscher*), не признающий демократии и стремящийся к созданию новой империи.

Проведенное исследование показало, что основными политическими факторами, влияющими на имидж деловой России являются: образ и действия лидера, государственное устройство, роль страны на мировой арене, методы управления страной, уровень развития демократического общества и устойчивость демократических традиций, роль государства в экономике, защита интересов предпринимателей и свобода прессы. Из них положительное влияние оказывают: определенные действия лидера государства и роль России как мировой державы, а отрицательное – непосредственно имидж российского президента, силовые методы ведения политики, незащищенность интересов инвесторов, консервативные тенденции в обществе и особенности российской демократии («псевдодемократии» в понимании немецких СМИ). Таким образом, политические факторы формируют определенный имидж деловой России: Россия - это страна, вставшая на путь экономических реформ и способная гарантировать стабильные условия для частного капитала; в то же время жесткий внутренний контроль и вмешательство со стороны государства мешают

развитию рыночной экономики, а совокупность исторических факторов и современных тенденций препятствует становлению демократического общества, в результате чего Россия, по-прежнему, остается сложной территорией для предпринимательства.

### Источники и литература

- 1) Сайко Е. Л. Россия в медиадискурсе Германии: актуальные фреймы и механизмы их формирования// Политическая лингвистика. 2011. Вып. 2 (36). С. 157-161.
- 2) Crudopf W. Russland-Stereotypen in der deutschen Medienberichterstattung. Berlin, 2000.
- 3) Haug R. Die Kreml-AG – Putin, Rußland und die Deutschen. Stuttgart-Leipzig, 2007.
- 4) Höhmann H.-H., Schröder H.-H. (Hg.). Russland unter neuer Führung. Politik, Wirtschaft und Gesellschaft am Beginn des 21. Jahrhunderts. Bonn, 2001.
- 5) Deutsche Zeitungen und Zeitschriften: Frankfurter Allgemeine Zeitung: <http://www.faz.net>; Der Spiegel: <http://www.spiegel.de>; Die Welt: <http://www.welt.de>; Die Zeit: <http://www.zeit.de> (дата обращения: 08.03.2015).
- 6) Statista. Das Statistik-Portal: <http://de.statista.com> (дата обращения: 08.03.2015).

### Иллюстрации



Рис. 1. Таблица 1