Образовательное частное учреждение высшего образования
«Московский университет имени А.С. Грибоедова»

На правах рукописи

МУЗЫКАНТОВ ЕГОР ТИМУРОВИЧ

СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ИМИДЖА У. ЧЕРЧИЛЛЯ КАК ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА

Специальность: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание ученой степени кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор филологических наук, профессор
Кихней Любовь Геннадьевна

Москва – 2026

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИМИДЖА ПОЛИТИКА 22

1.1. Понятие и структура имиджа 22

1.2. Специфика конструирования имиджа в политической сфере 30

1.3. Имиджевые стратегии и тактики: основные типы и методы 40

1.4. Имидж и репутация как смежные понятия: сходство и различие 52

ГЛАВА 2. СТРАТЕГИИ СОЗДАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА У. ЧЕРЧИЛЛЯ: ИМИДЖ КАК СОБСТВЕННЫЙ КОНСТРУКТ И ИМИДЖ КАК МЕДИАОБЪЕКТ 1899-1939 г. 64

2.1. Биографический контекст: ключевые этапы политической карьеры Черчилля 64

2.2. Имиджевые стратегии Черчилля в конструировании собственного медиаобраза 74

2.3. Роль СМИ и общественных институтов в формировании имиджа Черчилля как политика 85

ГЛАВА 3. ВЗЛЕТЫ И ПАДЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА У. ЧЕРЧИЛЛЯ (1939-1965 г.) 97

3.1. Медиаобраз Черчилля в годы войны: стратегия «лидера-наставника» 97

3.2. Поствоенный период: трансформация имиджа Черчилля в медийном дискурсе 107

3.3. Функции СМИ в моделировании положительного и отрицательного имиджа У. Черчилля 118

ГЛАВА 4. РЕПУТАЦИЯ ЧЕРЧИЛЛЯ В РОССИИ: МЕЖДУ ВРАЖДЕБНОСТЬЮ И ПОЧТЕНИЕМ 133

4.1. Образ У. Черчилля в медиасфере СССР 133

4.2. Поляризация репутационных оценок Черчилля в постсоветском медиапространстве 143

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 165

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 172

ПРИЛОЖЕНИЯ 195

ВВЕДЕНИЕ

Настоящее исследование посвящено рассмотрению имиджевых стратегий политика в социальном и политическом контексте на примере У. Черчилля.

Актуальность. Любое общество не может существовать и развиваться без деятельности лидеров, но и лидер зависит от мнения и предпочтения общественности. Политический лидер стремится заручиться поддержкой народа, в чём ему помогают имиджевые приёмы и технологии. В том случае, если государственный деятель не соответствует представлению общества о руководителе, его политическая карьера быстро подходит к концу. В связи с этим каждый политик стремится построить идеальный образ вождя, с помощью имиджевых стратегий сформировать политический образ, востребованный народом. Формирование имиджа политического лидера является сложным и трудоёмким процессом. Имиджелогия, изучающая этот процесс, соединяет в себе теоретические положения антропологии, социологии, психологии, политологии, философии и других наук о человеке и обществе.

Актуальность темы заключается в том, что ***медийные*** принципы формирования имиджевых стратегий государственного деятеля в социально-политическом контексте в общественном сознании еще мало разработаны, что связано с недостатком изучения проблем в данной сфере.

Одним из самых успешных лидеров XX века был британский премьер-министр У. Черчилль. Поэтому вполне закономерно провести исследование имиджевых стратегий в медийном дискурсе на примере его политической карьеры. Черчилль является уникальным общественным деятелем, политический стаж которого составляет 65 лет. Таким образом, он успешно управлял своим имиджем в течение ряда эпох, оставаясь лидером общественного на протяжении многих десятилетий.

Степень разработанности темы. Начало исследованию имиджевых технологий было положено в XIX веке, но уже в трудах античных философов, мыслителей Древней Индии и Китая были сформированы идеи по созданию

образа правителя, помогающего в общении с подчинёнными. Конкретную характеристику образа политика дал Н. Макиавелли, заявив, что основной задачей политика является создание образа, который не отражает его истинных намерений[1]. Н. Макиавелли в книге «Государь» охарактеризовал политика, который может править, поддерживая порядок в государстве. Для достижения политической цели он предпочитает силу, а не мораль. Политик не волен выбирать добро или зло, так как всегда опирается на принцип моральной целесообразности. В данном случае добро и зло тесно переплетаются: «Во всех действиях людей… кроме трудностей успеха есть еще всегда рядом с добром и зло, так тесно с ним связанное, что невозможно пользоваться одним, не подвергаясь другому»[2].

Основоположником имиджелогии можно считать американца К. Боулдинга, сформировавшего концепцию имиджа как стереотипа поведения. «Знание основано на истине, имидж – на вере» - утверждал социолог[3]. Американский историк Д. Бурстин понимает имидж как иллюзорную форму сознания: «Мы так привыкли к нашим иллюзиям, что принимаем их за реальность. Это мир, созданный нами самими, мир имиджа»[4]. По определению, содержащемуся в учебной литературе, имиджелогия — это самостоятельная научно-прикладная отрасль знаний, универсальная теоретическая и прикладная дисциплина, изучающая психологические закономерности возникновения положительного впечатления и доверительного отношения между взаимодействующими субъектами[5].

[1]Макиавелли Н. Избранные сочинения. М.: Художественная литература, 1982. С. 345.
[2] Макиавелли Н. Государь. Рассуждения о первой декаде Тита Ливия. Ростов н/Д: Феникс, 1998. С. 506.
[3] Boulding K.E. The image: knowledge in life and society, University of Michigan Press 1956. P. 75.
[4] Boorstin D.J. The Image; or, What Happened to the American Dream? New York 1962. P. 315.
[5] Овчинникова А.М., Шульга Н.В. Основы имиджелогии: Конспект лекций. Омск: Омский государственный университет путей сообщения, 2019. С. 7.

Проблеме формирования имиджа посвящены исследования таких зарубежных авторов, как Р. Бака[6], Дж. Барбера[7], Б. Брюса[8], С. Ивена[9], Р. Прайса[10], Э. Хоффера[11] и других. Например, С. Ивен выдвинул гипотезу о роли рекламы в современной стратегии формирования политического имиджа.

Среди отечественных исследователей имиджа политика можно назвать работы политологов, психологов, социологов, юристов. Психологии исследования имиджа политического лидера посвящены работы Т.В. Бендаса[12], А.И. Вишнякова и Е.Н. Рогузько[13], Р.Ф. Фурса[14]. Имиджевые технологии рассматривают политологи и социологи: Т.Э. Гринберг[15], А.В. Загайнов, Е.М. Ильиных[16], Ю.А. Селиверстова[17] и другие. Монография Е.В. Егоровой-Гантман рассматривает вопросы теории имиджа лидера[18]. Исследования А.Ю. Панасюка касаются, в основном, имиджформирующей информации[19].

Проблематике политического имиджа посвящено также значительное число диссертационных исследований. В 1990-е – начале 2000-х годов тема формируется на пересечении политической психологии, политологии и

---

[6] Buck R. Labeling on Emotion Spontaneous Communication and Persuasion San Francisco, 1989 P. 151-174.

[7] Barber J. The pulse of politics: Electing Presidents in the Media Age. N.Y., L.: Plenum, 1980.

[8] Bruce B. Images of power. How the image makers shape our leaders. London: Kogan Page, 1992. 192 p.

[9] Ewen S. All Consuming Images: The Politics of Style in Contemporary Culture New York Basic Books. 1999. 352 p.

[10] Price R. Memorandum // McGinnis J. The selling of the President, 1968. 523 p.

[11] Hoffer E. The true believer. New York, 1951. 378p.

[12] Бендас Т.В. Психология лидерства. Учебное пособие. СПб.: Питер, 2009. 448 с.

[13] Рогузько Е.Н., Вишняков А.И. Психологический имидж политических лидеров // Вестник Оренбургского государственного университета. 2008. № 82. С. 34-35.

[14] Фурс Р.Ф. Имидж политического лидера: психологическая структура и пути оптимизации // Дисс. канд. психол. наук. 1996. 256 с.

[15] Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: Учеб. Пособие для. студентов вузов. - 2-е изд., испр. - М.: Аспект Пресс, 2012. 280 с.

[16] Загайнов А.В. Понятие имиджа политического лидера: сущность и подходы к определению // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. 2007. Т. 149. №. 3. С. 227-240; Ильиных Е. М. Структура политического имиджа кандидата // Достижения науки и образования. 2019. № 9-1 (50). С. 44-45.

[17] Селиверстова Ю.А. Имидж политического лидера: создание, внедрение, актуализация // Власть. 2011. № 1. С. 71-73.

[18] Егорова-Гантман Е.В. Имидж лидера. М.: Николло-Медиа, 2010. 288 с.

[19] Панасюк А.Ю. Имидж. СПб.: Питер, 2007. 768 с.

лингвистики (А.М. Цуладзе[20], О.П. Березкина[21], О.И. Голошумова[22]). В 2000-е годы корпус заметно расширяется: появляются социологические, психологические, политологические и журналистиковедческие работы (Я.В. Бондарева[23], Е.В. Отц[24], М.Д. Замская[25], Е.А. Рожкова,[26] С.А. Костенко[27], Н.О. Автаева[28], О.В. Мякотина[29], Т.В. Федорова[30], А.Г. Блудова[31], А.В. Соколов[32]). Отдельную линию составляют исследования гендерного аспекта имиджа (Н.О. Автаева, Т.В. Федорова, Д.Р. Фатыхова), а также медийно-коммуникативной составляющей (Я.В. Бондарева, А.Г. Блудова, Н.И. Нефеденкова [33], О.В. Мякотина, А.И. Вьюгов[34]). В 2010-е годы акцент смещается к сравнительному анализу технологий формирования имиджа в западных демократических

[20] Цуладзе А. М. Формирование имиджа политического лидера в условиях становления новой политической системы в России: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.03. М., 1997. 141 с.
[21] Березкина О.П. Политический имидж в современной политической культуре: дис. ... д-ра полит. наук: 23.00.03. СПб, 1999.
[22] Голошумова О.И. Роль интонации и других языковых средств в формировании и оптимизации имиджа политического лидера: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. М., 2002. 203 с.
[23] Бондарева Я.В. Формирование и восприятие имиджа политического лидера в России: коммуникативный аспект: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04. Ростов-на-Дону, 2005. 164 с.
[24] Отц Е.В. Имидж политического лидера и социально-психологические особенности его влияния на отношения электората: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05. М., 2005. 163 с.
[25] Замская М.Д. Формирование образа политического лидера современного типа: политологический анализ: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. М., 2005. 165 с.
[26] Рожкова Е.А. Имидж и социальные роли политика : дис. ... канд. социол. наук : 23.00.02. М., 2006. 173 с.
[27] Костенко С.А. Имидж современного политика в условиях трансформации российского общества: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. Ставрополь, 2006. 183 с.
[28] Автаева Н.О. Информационные технологии формирования имиджа политика: гендерный аспект: по материалам российской центральной и региональной прессы рубежа XX–XXI вв.: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. Н. Новгород, 2006. 254 с.
[29] Мякотина О.В. Имидж политического лидера: тенденции становления и изменения: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. М., 2008. 207 с.
[30] Федорова Т.В. Гендерные стереотипы как фактор формирования имиджа политика: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. Ставрополь, 2008. 168 с.
[31] Блудова А.Г. Имидж политического лидера: роль средств массовой информации в формировании электоральных предпочтений : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. СПб., 2008. 189 с.
[32] Соколов А.В. Имидж политического лидера как фактор легитимации политической власти в современной России : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02. М., 2009. 186 с.
[33] Нефеденкова Н.И. Российские СМИ как информационно-коммуникационный институт формирования имиджа политика: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. Уфа, 2012. 159 с.
[34] Вьюгов А.И. Средства конструирования образа политического лидера в России XX века: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. М., 2016. 290 с.

системах (Д.А. Якушин [35]), социально-психологическим механизмам электорального воздействия (К.А. Аржанова [36]) и роли СМИ как института формирования имиджа (Н.И. Нефеденкова). Однако, несмотря на обилие работ, посвящённых имиджу политических лидеров в целом, комплексного исследования эволюции медиаобраза конкретного политика (У. Черчилля) в исторической динамике на материале трёх национальных медиасистем (британской, советской, российской) до настоящего времени предпринято не было.

Следует отметить, что в современное время в политологии и политической социологии проблема формирования политического имиджа рассматривается как одна из наиболее приоритетных. А.Б. Бушев предлагает многоосевую концепцию построения имиджа. По мнению автора, успешный имидж строится по следующим осям[37]:

- Визуальная - одежда (стиль и цветовая гамм), аксессуары;
- Кинестетическая - жесты, манера двигаться, поза;
- Вербальная - риторика, тембр голоса;
- Мифологическая - волшебная история, удачный случай, счастливое спасение;
- Поведенческая и этическая - поступки, принятие решений и их последствия;
- Средовая - окружение (семья, коллеги);
- Виртуальная - образ в цифровом пространстве;
- Медийная - реклама, СМИ.

[35] Якушин Д.А. Технологии формирования имиджа политического лидера в западных демократических системах: рациональный опыт для России: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. М., 2014. 168 с.

[36] Аржанова К.А. Социально-психологические механизмы формирования имиджа политического лидера в процессе избирательной кампании: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05. М., 2016. 214 с.

[37] Бушев А.Б. Концепция многоосевого построения имиджа // Этнопсихолингвистика. 2023. № 2 (13) С. 75-85.

Научных исследований по теме формирования имиджа У. Черчилля не слишком много. Секретам лидерства и методам формирования имиджа британского премьера посвящены монографии Д.Л. Медведева[38]. Специфика коммуникативной стратегии убеждения У. Черчилля рассмотрена Ф.П. Кирилловым[39]. Имиджевые тактики У. Черчилля в формировании образа лидера получили освещение в научных работах следующих авторов: Р.Ф. Кильметовой и М.В. Хохоева[40], И.Е. Эман и В.П. Шестакова[41]. Авторы отмечают, что У. Черчиллю удалось сформировать политический имидж, получивший широкое отражение в СМИ, не только благодаря своей невероятной работоспособности, природному таланту и знанию психологии, но и политической удаче: он стал нужным и незаменимым для страны в самое сложное военное время.

Освещение деятельности У. Черчилля в СМИ исследовалось в контексте проведения внешней политики Великобритании, процесса принятия решений и специфики их отражения в медиа. В этом отношении весьма значимыми представляются труды В.Л. Иващенко[42], А.Р. Морякиной и Г.В. Жигуновой[43], А.С. Фирсова[44] и других.

Ценными в свете нашей темы для нас являются исследования, посвященные языковому портрету Черчилля, лингвистическому и

---

[38]Медведев Д.Л. Черчилль. Секреты лидерства. Слагаемые успеха самого известного премьера в мировой истории. М.: РИПОЛ классик, 2012. 473 с.; Медведев Д.Л. Эффективный Черчилль: Методы, которые использовал самый известный премьер в мировой истории. М.: РИПОЛ классик, 2011. 673 с.

[39] Кириллов Ф.П. Специфика коммуникативной стратегии убеждения в политическом дискурсе Уинстона Черчилля // Слово и текст. Сборник научных статей. Под редакцией А.И. Климова. СПб: Издательство: Ассоциация научно-исследовательский центр «Пересвет», 2020. С. 27-36.

[40] Кильметова Р.Ф., Хохоев М.В. Политический портрет Уинстона Черчилля // Право и государство: теория и практика. 2018. № 8. С. 71-73.

[41]Эман И.Е. Шестаков В.П. Уинстон Черчилль: интеллектуальный портрет // Социальные и гуманитарные науки - 2013. - № 2. - С. 124-129.

[42] Иващенко В.Л. Предвыборные кампании как инструмент формирования политического имиджа кандидатов. М.: АСТ, 2020. 376 с.

[43]Морякина А.Р., Жигунова Г.В. Имидж успешного политического лидера (на примере У. Черчилля) // Молодой ученый. 2019. № 13. С. 734-740.

[44] Фирсов А.С. Государственный кризис как фактор формирования имиджа политических деятелей. М.: Наука, 2019. 410 с.

семантическому анализу языка его устных речей и письменных выступлений. Назовем в этом ряду прежде всего диссертацию Ю.А. Кричун, в которой даются дискурсивные характеристики языковой личности У. Черчилля[45]. Важными для нас стали также статьи об эволюции политической медиариторики в Великобритании Н.А. Ахреновой и С.Г. Тер-Минасовой [46], А.М. Бирюкова, рассматривающего образы Ф. Рузвельта и У. Черчилля в зеркале советской прессы периода Великой отечественной войны [47], Г.М. Нурпиесовой, Ш.К. Смагуловой, Б. Назахран и Е. Еспергенова, анализирующих речевое поведение и речевой имидж в политике[48], Е.В. Серединой, Е.В. Кислицыной и Е.Ф. Бех, исследующих антропонимические прозвища в политической карикатуре [49], И.В. Черняевой с рассмотрением силы письменного и устного слова в коммуникации У. Черчилля[50].

Подводя итоги нашему краткому обзору научной литературы, следует отметить, что при наличии исследований по проблеме формирования политического имиджа Черчилля, медиаусилия самого премьер-министра и роль СМИ в конструировании его образа на протяжении длительного исторического периода, не обобщены. Комплексного исследования, объединяющего анализ

---

[45] Кричун Ю.А. Языковая личность политического деятеля: дискурсивные характеристики: на материале речей Уинстона Черчилля: автореф. дис. … канд. филол. наук: 10.02.19. Краснодар, 2011. С. 3.

[46] Ахренова Н.А., Тер-Минасова С.Г. Эволюция политической медиариторики в Великобритании // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2025. Т. 16. № 4. С. 1090-1101.

[47] Бирюков А.М. Ф. Рузвельт и У. Черчилль в зеркале советской прессы периода Великой Отечественной войны // Актуальные проблемы изучения и преподавания всеобщей истории и международных отношений: Сборник статей Международной научно-практической конференции, Рязань, 12–13 мая 2021 года. Рязань: ИП Коняхин А.В. Book Jet, 2021. С. 135-142.

[48] Нурпеисова Г.М., Смагулова Ш.К., Назархан Б., Еспергенов Е. Речевое поведение и речевой имидж в политике // Исследователь года 2025. МЦНП «Новая наука», 2025. С. 100–105.

[49] Середина Е.В., Кислицына Е.В., Бех Е.Ф. Антропонимические прозвища Джо Байдена в политической карикатуре // Современные исследования социальных проблем. 2022. Т. 14. № 1-3. С. 83–90.

[50] Черняева И.В. Сила письменного и устного слова в коммуникации У. Черчилля // Человек и язык : Материалы II международной научно-практической конференции, посвященной 100-летию со дня рождения почётного профессора МПГУ Марка Яковлевича Блоха, Москва, 28–29 ноября 2024 года. М.: МПГУ, 2025. С. 206-212.

журналистских стратегий и тактик репрезентации образа политика в британских, советских и российских СМИ, до настоящего времени не предпринималось. Это свидетельствует о научной злободневности выбранной темы исследования.

Важным источником по исследованию имиджевых стратегий У. Черчилля и тактики самопрезентации в медиапространстве являются литературные произведения, журналистские репортажи и публичные выступления политика[51]. Благодаря журналистскому таланту У. Черчилль представляет свою биографию как приключенческую повесть, где в роли героя показывает себя. В биографии «Мои ранние годы» он рассказывает о начале политической карьеры, а сложные внутриполитические проблемы Англии передаёт с присущим ему юмором. «Моя нянюшка, миссис Эверест, ужасно боялась фениев. Как-то раз трусил я на своем ослике, и вдруг глядим — навстречу нам движется угрюмая колонна фениев. Сейчас-то я уверен, что это была стрелковая команда на марше. Но мы все до смерти перепугались, особенно ослик: он со страху взбрыкнул и сбросил меня на землю. Я получил сотрясение мозга. Таким было мое первое знакомство с ирландским вопросом»[52].

Роман «Саврола» является ценным источником по пониманию политических взглядов У. Черчилля, так как главный герой художественного произведения имеет много сходных черт с молодым Черчиллем[53].

Формирование политической карьеры У. Черчилля прослеживается в его мемуарах и исторических трудах, в которых он даёт анализ исторических событий и раскрывает свою роль в этих событиях. В работе «Мировой кризис» описываются события Первой мировой войны и причины провала внешней политики Британии, при этом У. Черчилль показывает себя в лучшем свете, отвергая обвинения в совершении политических и военных ошибок[54]. В

[51] Черчилль У. Никогда не сдаваться! Лучшие речи Черчилля / Уинстон Черчилль; Пер. с англ. - М.: Альпина нон-фикшн, 2014; Черчилль У. Как я воевал с Россией / Пер. с англ.; под ред. С. Чертопруд. М.: «Алгоритм», 2017.
[52] Мои ранние годы, 1874-1904: [пер. с англ.] / Уинстон Черчилль. – М.: Колибри, 2012. С. 14.
[53] Черчилль У.С. Саврола / У. С. Черчилль. - М.: Алгоритм, 2012.
[54] Черчилль У. Мировой кризис / Пер. с англ.; с предисл. И. Минца. М.; Л.: Государственное военное издательство, 1932.

шеститомном труде «Вторая мировая война» представлена роль У. Черчилля в самый сложный период истории Англии[55].

Гипотеза. Успешное конструирование образа У. Черчилля в СМИ и его устойчивость в общественном сознании на протяжении более чем полувека обусловлены взаимодействием двух групп факторов: с одной стороны, собственными медийными стратегиями политика (публичные речи, интервью, публицистика, творческие проекты), с другой – журналистскими тактиками репрезентации, включающими отбор и аксиологическое освещение фактов и эпизодов его деятельности, тональность публикаций и использование риторических средств оценки.

Объект исследования: медиатексты британских, советских и постсоветских (российских) СМИ (газетные и журнальные публикации, телесюжеты, радиообращения и т.п.), освещающие образ У. Черчилля, а также публичные выступления и литературные произведения политика.

Эмпирической базой исследования стали публичные выступления и речи У. Черчилля, в частности, «Кровь, тяжкий труд, слезы и пот» 13 мая 1940, «Это был их звездный час» 18 июня 1940, Фултонская речь 5 марта 1946 и др.; его литературные и исторические труды (в частности, роман «Саврола», автобиография «Мои ранние годы», биография «Жизнь Мальборо», шеститомный труд «Вторая мировая война» и др.);, газетные статьи для «Дэйли График» (Куба, 1885), репортажи из Пакистана (1887), Северной Африки (1889), Южной Африки (1899), материалы о Черчилле, опубликованные в британских, немецких, американских и советских/ российских СМИ, таких, как: «Daily Telegraph», «Daily Graphic», «New York Times», «Morning Post», «The Times», «Daily Express», «Daily Chronicle», «Westminster Gazette», «Daily Mail», «Daily News and Lieder», «The Manchester Guardian», «Daily Herald», «The Guardian», «The Observer», «Financial Times», «Daily Mirror», журнал «Punch», «Simplicissimus», «Brennessel», журнал «Vanity Fair», журнал «The Harrovian»,

[55] Черчилль У.С. Вторая мировая война: В 6 т. Т. 3: Великий союз / У.С. Черчилль. М.: ТЕРРА-Книжный клуб; «Книжная лавка – РТР», 1998.

журнал «The Nation», «Chicago Sun», «Wall Street Journal», Правда», «Известия», «Красная звезда», «Тихоокеанская Звезда», журнал «Крокодил», журнал «Огонёк», журнал «Международная жизнь», информационное агентство ТАСС, «Аргументы и факты», «РИА Новости», «Завтра» и др. Также материалом исследования стали радиовыступления У. Черчилля на BBC, его переписка с И. Сталиным и Ф. Рузвельтом, мемуары современников (К. Черчилль, Д. Колвилл, Э. Ларсон, А. Иден, Дж. Р. Коулвил, Д. Мартин), публицистика (И. Эренбург «Началось!», Г. Уэллс «Черчилль должен уйти»), художественные произведения современников, в которых затрагивался образ Черчилля (И. Эренбург «Оттепель», М.М. Попов «Москаль»), документальное кино и кинохроника СССР периода Великой Отечественной войны, политические карикатуры на У. Черчилля, а также современные интернет-площадки и социальные сети. Всего в ходе исследования было проанализировано 38 публичных выступлений, 17 литературных и журналистских трудов, 36 наименования СМИ (британских, советских, российских и зарубежных), 8 политических карикатур, а также мемуары, публицистика, художественная литература, кинохроника и интернет-ресурсы. Общий объём эмпирического материала составляет более 140 единиц.

Предмет исследования: стратегии и тактики конструирования образа У. Черчилля в медиапространстве, используемые как самим политиком, так и медиасообществом.

Цель исследования: на основании изучения теории имиджа и анализа медиатекстов выявить стратегии и тактики, используемые для конструирования образа У. Черчилля в СМИ и общественно-политической сфере.

Задачи исследования:

1. Уточнить понятие имиджа и репутации применительно к задачам медиакоммуникаций, разграничив стратегии самопрезентации лидера и стратегии его репрезентации в СМИ.

2. Выявить и систематизировать медиаресурсы (британские, советские, российские газеты, журналы, радио, телевидение, интернет-издания), которые

формировали, продвигали и транслировали образ У. Черчилля, а также те, где его имидж представлялся в негативном ключе.

3. Исследовать журналистские стратегии и тактики конструирования образа У. Черчилля в выявленных медиаресурсах, включая языковые средства (метафоры, эпитеты, прецедентные феномены) и языковые маркеры скандальности (иронию, сарказм, сниженную лексику).

4. Проанализировать динамику медиаобраза У. Черчилля в британских, советских и российских СМИ в зависимости от социально-политического контекста (периоды войны, мира, «холодной войны», постсоветского времени).

5. Определить, каким образом медиаконтент (публичные выступления самого лидера, интервью, репортажи, аналитические статьи, карикатуры) влиял на формирование репутации У. Черчилля в общественном сознании.

6. Выявить корреляцию между медийной репрезентацией образа У. Черчилля и его репутацией в СССР и современной России, проследив эволюцию языковых средств его оценки в советских и постсоветских медиаресурсах.

Методологическая основа исследования. Анализ имиджевых стратегий политика в политическом и социологическом контексте подразумевает интегративный подход исследования, основанный на общенаучных, политологических, исторических и других методах исследования.

В диссертации были использованы системно-типологический, биографический, культурно-исторический, сравнительно-исторический методы. Также в работе использованы методики дискурсивного анализа и контент-анализа.

Системно-типологический метод позволил исследовать имиджевые стратегии как сложную иерархическую систему, состоящую из взаимосвязанных компонентов, что дало возможность выявить различные типы лидерства.

На основании биографического метода были определены этапы политической карьеры У. Черчилля, необходимые для понимания формирования и динамики развития его имиджа и репутации.

Методика контент-анализа материалов СМИ позволила выявить качественные изменения имиджа У. Черчилля как в Великобритании, так и в СССР, современной России. С помощью дискурсивной методики удалось определить особенности общественно-политической ситуации, оказывающей влияние на медиаобраз У. Черчилля и определить границы и функции того или иного медиадисурса в исторической ретроспективе. Современные исследования подтверждают продуктивность применения указанных методов для анализа имиджевых стратегий и медиаобразов.

Методологические подходы к изучению дискурсивных практик разрабатываются в работах А.Б. Бушева, рассматривающего цели сетевого дискурса и стратегии коммуникации в медиасреде[56], а также в исследованиях Е.Н. Брызгаловой и Л.В. Исаевой, анализирующей механизмы создания персуазивного эффекта в поликодовых текстах[57]. Проблематика формирования имиджа и репрезентации образа в медиапространстве получает развитие в исследованиях А.М. Шестериной, посвящённых image-building и анализу экранной коммуникативной личности[58], а также в трудах В.Л. Музыканта, анализирующего механизмы конструирования образа в инокультурной медиасреде[59]. Методологические подходы к разграничению понятий «образ» и

[56] Бушев А.Б. Исследование сетевых дискурсов // Восточнославянская филология. Языкознание. 2023. № 16 (42). С. 3-13; Бушев А.Б. Цели сетевого дискурса как основание его классификации // Человек: образ и сущность. Гуманитарные аспекты. 2022. № 2 (50). С. 86-102; Бушев А.Б. Предвыборная коммуникация: эффекты обратной связи и поддержки // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2025. № 1 (84). С. 130-135.

[57] Исаева Л.В., Брызгалова Е.Н. Референция в поликодовом рекламном тексте: к реальности иллюзий через иллюзию реальности // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2024. № 2 (81). С. 124–130.

[58] Шестерина А.М., Зверева Е.А., Каминская Т.Л. Image-Building and Educational Policy of a University in the Context of Broadcasting of Core Values // Mediaobrazovanie-Media Education. 2025. Т. 21. № 3. С. 477-487; Шестерина А.М., Копылова О.Ю. Особенности формирования экранной коммуникативной личности педагога высшей школы // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2024. Т. 1. 29. № 5. С. 1353-1361.

[59] Кунич З., Музыкант В.Л., Панасенко Н. Особенности формирования имиджа России на медиаплатформах Сербии // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2022. Т. 27. № 1. С. 171-188; Кунич З., Музыкант В.Л. Имидж Сербии в российских СМИ с точки зрения языковых приемов и его влияние на

«имидж» разрабатывались в научной школе Ю.П. Буданцева и его учеников — В.Л. Музыканта, В.В. Барабаша и др. В рамках этой школы сформировалось понимание имиджа как целенаправленно конструируемого представления, которое может не соответствовать реальному положению дел, в отличие от стихийно складывающегося образа. Как отмечают исследователи, «имидж — это не просто образ, а специально моделируемое целенаправленное представление о человеке, организации или явлении, внедряемое в массовое сознание с помощью медиа и коммуникативных технологий» [60] . Данный подход стал методологическим ориентиром для анализа медиаобраза У. Черчилля в настоящей диссертации. Важным методологическим ориентиром для нас стала работа Е.В. Мартыненко и Е.М. Колотило, в которой проанализирована роль историзма в формировании политического содержания британских печатных СМИ[61].

Филологическая составляющая исследования включает анализ языка печатных текстов СМИ, языковые средства формирования оценок, воздействующих на восприятие читателей. Вместе с тем использование методики когнитивного моделирования позволило представить структуру имиджа и имиджевые роли политического лидера. И наконец, филологическая составляющая стала основой рассмотрения речевых механизмов

двусторонние отношения между двумя государствами в эпоху пандемии COVID-19 (2020–2022 гг.) // Litera. 2022. № 3. С. 12-20.

[60] См.: Системность массовых коммуникаций: образы «свой-чужой» в инфодемии / Г.А. Бордюгов, В.Л. Музыкант, Е.А. Котеленец и др.; ред. В.Л. Музыкант, В.В. Барабаш. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2021. С. 109-113, 115-119; Системность массовых коммуникаций: фейк-ньюс как современный медиафеномен / В.Л. Музыкант, В.В. Барабаш, Ю.П. Буданцев и др.; под ред. В.Л. Музыканта, В.В. Барабаша. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2023. 316 с.; Буданцев Ю.П. Очерки ноокоммуникологии (массовая коммуникация в ноосфере). М.: Издательство МНЭПУ, 1995. 180 с.; Буданцев Ю.П. В контексте жизни: Системный подход и массовая коммуникация. М.: Мысль, 1979. 262 с.; Буданцев Ю.П. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие. М.: Издательство МНЭПУ, 1995. 112 с.; Буданцев Ю.П. Парадигма массовой коммуникации: монография. М.: Издательство МГСУ «Союз», 2001. 102 с.

[61] Martynenko E.V., Kolotilo E.M. historicism principle in the formation of political content of British print media // Modern Pedagogical Education. 2020. № 4. С. 199-202.

самопрезентации У. Черчилля в публичных выступлениях и интервью, а также в его публицистических эссе и художественных произведениях.

Мы исходим из позиции, что цель публичных и печатных выступлений и литературных трудов У. Черчилля — не столько «информировать», сколько сформировать оценку к предмету его обсужден я – как положительную, так и негативную изменить мировоззрение адресата, повлиять на его восприятие и образ мыслей. Поэтому в его медийном дискурсе всегда присутствует функция воздействия на аудиторию.

Вот почему в настоящем исследовании язык и речь выступают важными категориями анализа. Языковые средства (лексические, стилистические, риторические) рассматриваются как значимый инструмент конструирования образа как самим лидером (в публичных выступлениях, интервью, публицистике), так и журналистами (в газетных статьях, телесюжетах, радиообращениях). Именно через отбор этих средств реализуется функция воздействия: в работе анализируются языковые маркеры оценочности (эпитеты, метафоры, сравнения, перифразы, прецедентные феномены) и языковые маркеры скандальности (ирония, сарказм, сниженная лексика, оксюморонные конструкции), с помощью которых формируется как положительное, так и отрицательное отношение аудитории.

Научная новизна исследования связана с тем, что впервые:

- с учетом современных исследований как российских, так и зарубежных ученых уточнены понятия имидж и репутация, выявлена специфика политического имиджа;

- на примере У. Черчилля обстоятельно рассмотрены имиджевые стратегии политика в социально-политическом контексте XX века;

- на основе комплексного анализа политической биографии У. Черчилля выявлены закономерности взаимодействия имиджа политика с медиасредой, социально-политической обстановкой;

- доказано, что главным фактором формирования репутации У. Черчилля были нестандартные политические решения, нашедшие отраженные в его

собственных пиар-проектах (включая интервью, публичные выступления, публицистику и литературные труды);

- выявлены причинно-следственные связи дифференциации восприятия данного политического лидера в разных социально-политических контекстах;

- на примере формирования имиджа У. Черчилля рассмотрены тактики самопрезентации в медиапространстве (написание книг, концептуальных интервью, участие в Ялтинской, Потсдамской и др. конференциях и т.д.) и стратегии политического скандала как способ манипулирования общественным мнением;

- показана рецепция медиаобраза У. Черчилля в общественно-политическом и медийном пространстве СССР и современной России.

Теоретическая значимость. Результаты проведенного исследования позволяют развить медиатехнологии создания положительного имиджа политического лидера в разных социально-политических контекстах. При этом представленный в работе анализ формирования имиджа в условиях медиатизации политики на основе перцепции и апперцепции, текста, контекста и интертекста в массовом сознании способен выступить практическим пособием в процессе формирования имиджа лидера государства с целью выстраивания доверительных отношений с внутренней и внешней аудиторией.

Практическая значимость заключается в возможности использования результатов и материалов диссертации в курсах «Связи с общественностью», «История медиа и журналистики», «Теория медиа», «Политология», спецкурса «Имидж и репутация» на факультетах журналистики, культурологии, государственного управления в гуманитарных вузах.

Положения, выносимые на защиту:

1. Имидж государственного деятеля формируется, продвигается и транслируется через систему медиаресурсов, включающих как традиционные СМИ (газеты, журналы, радио, телевидение), так и цифровые платформы. В случае У. Черчилля такими ресурсами выступали британская пресса (1899–

1965), советские и российские издания (1939–2026), которые не только отражали, но и конструировали его образ.

2. Медиаресурсы выполняют двойную функцию в формировании имиджа лидера: с одной стороны, они продвигают позитивный образ (стратегия героизации, «спасителя нации»), с другой, — конструируют негативный образ (стратегия скандала, **«авантюрист», «империалист**»). В британской прессе эти две стратегии сменяли друг друга в зависимости от социально-политического контекста.

3. Языковые средства (метафоры, эпитеты, сравнения, прецедентные феномены) выступают значимым инструментом конструирования образа лидера в медиаресурсах. В случае У. Черчилля ключевыми концептуальными метафорами стали «бульдог» (сила, упорство), «воин» (борьба), «спаситель» (герой), «империалист» (колониализм), «холодный воин» (антикоммунизм).

4. Языковые маркеры скандальности (ирония, сарказм, сниженная лексика, оксюморонные конструкции) являются основным инструментом журналистского конструирования негативного образа лидера в медиаресурсах. В британской и советской прессе отрицательный резонанс выступал не только способом привлечения внимания, но и механизмом управления общественным мнением.

5. Динамика медиаобраза У. Черчилля напрямую коррелирует с социально-политическим контекстом. В годы Второй мировой войны британские медиаресурсы конструировали образ «лидера-наставника», в послевоенный период активизировалась стратегия критического переосмысления, а в советских СМИ образ колебался между «союзником» и «империалистом».

6. Образ У. Черчилля в советских и постсоветских медиаресурсах демонстрирует устойчивую биполярность, отраженную в динамичных маркерах: «союзник» и «империалист», «мудрый лидер» и «холодный воин», «оратор» и «демагог». Контент-анализ публикаций (1939–2026) показывает, что выбор языковых средств репрезентации зависел от актуальной политической повестки, а журналистика выступала активным конструктором образа.

7. Репутация У. Черчилля в общественном сознании формировалась не столько его реальными действиями, сколько их медийной интерпретацией. Именно медиаресурсы (британские, советские, российские) определяли, какие аспекты его деятельности акцентировать, а какие — нивелировать, создавая тем самым устойчивые, но амбивалентные образы лидера.

Личный вклад состоит в сборе, анализе, систематизации обширного корпуса медиатекстов, в отборе, изучении теоретических источников, в разработке алгоритма исследования, формулировании цели, задач, гипотезы исследования, в написании и оформлении текста работы, в публикации статей по теме диссертации (авторский вклад – 100 %), в выступлениях на научных конференциях с докладами о результатах исследования.

Достоверность положений и выводов диссертационного исследования достигается, во-первых, системным анализом большого корпуса медиатекстов: мемуарно-биографических источников, стенограмм выступлений, политической публицистики и художественных произведений У. Черчилля, публикаций в отечественных и зарубежных СМИ; учетом официальных документов и архивных материалов. Во-вторых, комплексный методологический подход, реализованный в диссертации, корректное использование результатов исследований современных российских и зарубежных ученых по проблемам имиджелогии и политической коммуникации позволили прийти к достоверным и выверенным выводам. В-третьих, результаты работы были **апробированы** в научных докладах и в опубликованных статьях.

По теме диссертации были прочитаны доклады на следующих международных конференциях:

1. Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере: XIV Международная научно-практическая конференция. Москва - Пенза, апрель, 2022;

2. Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере: XVI Международная научно-практическая конференция. Москва - Пенза, ноябрь, 2023;
3. Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере: XVIII Международная научно-практическая конференция. Москва - Пенза, ноябрь, 2024;
4. Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере: XX Международная научно-практическая конференция. Москва - Пенза, ноябрь, 2025.

Результаты исследования были опубликованы в следующих научных статьях, из которых 5 входят в список ВАК РФ (2 К):

1. Музыкантов Е.Т. Политический имидж: инструменты и приёмы воздействия на широкую аудиторию // Казанская наука. 2024. № 2. С. 245-251.

2. Музыкантов Е.Т. Влияние имиджа на политическую активность и карьеру политика // Казанская наука. 2024. № 3. С. 497-499.

3. Музыкантов Е.Т. К имиджевой стратегии У. Черчилля как политического лидера: габаритные и речевые тактики // Казанская наука. 2024. № 4. С. 445-447.

4. Музыкантов Е.Т. Стратегии создания положительного образа политика на примере У. Черчилля // Казанская наука. 2024. № 10. С. 549-551.

5. Музыкантов Е.Т. Политический образ в исторической перспективе: У. Черчилль и его наследие // Казанская наука. 2025. № 2. С. 571-573.

6. Музыкантов Е.Т. Специфика формирования имиджа политического деятеля (на примере У. Черчилля) // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере: материалы XIV Международной научно-практической конференции. М. - Пенза: ПГТУ, 2022. С. 250-265.

7. Музыкантов Е.Т. Имиджевые тактики У. Черчилля в выстраивании политической карьеры // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере: материалы XVI Международной научно-практической конференции. М. - Пенза: ПГТУ, 2023. С. 245-251.

8. Музыкантов Е.Т. К вопросу об аутентичности бренда У. Черчилля: стратегия его формирования в социокультурном контексте эпохи // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере: материалы XVIII Международной научно-практической конференции. М. - Пенза: ПГТУ, 2024. С. 152-157.

9. Музыкантов Е.Т. Самоконструирование медиаобраза политика: Уинстон Черчилль и его имиджевые стратегии (1899-1939) // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере: материалы XX Международной научно-практической конференции. М. - Пенза: ПГТУ, 2025. С. 328-335.

Структура работы. Данное диссертационное исследование состоит из введения, четырёх глав, заключения, списка литературы, приложений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИМИДЖА ПОЛИТИКА

1.1. Понятие и структура имиджа

Термин «имидж» вошёл в обращение в российский политический лексикон в середине 1990-х годов. Однако единого мнения в научном мире о понятии политического имиджа нет до сегодняшнего дня. К.И. Черёмушкина считает, что определение понятия имиджа усложняется тем, что у термина нет «бытийных корней», он играет «периферийные маргинальные роли» [62]. Для раскрытия понятия имидж следует обратиться к энциклопедическим словарям. В толковом словаре Ожегова дано следующее определение термина «имидж» [63]:

1. Образ человека - его внешность, манера поведения, общения;

2. Сознательно формируемый образ с целью произвести благоприятное впечатление.

В новейшем толковом словаре русского языка XXI века понятие термина «имидж» трактуется как «сложившийся в массовом сознании эмоционально окрашенный образ кого - или чего-либо» [64].

В политологической энциклопедии понятие имидж неразрывно связано с образом политика и определяется как образ «целенаправленно и активно формируемый с использованием всех возможных средств и призванный эмоционально и психологически воздействовать на определенных лиц с целью популяризации, политической рекламы и т.д.» [65].

Как видим, во всех словарях понятие имиджа определяется как образ кого-либо, чего-либо. Связано это с историей возникновения термина «имидж».

---

[62] Черемушкина И.К. Имидж в смысловом пространстве культуры: дисс. … д. культур. н. Волгоград, 2011. С. 11.

[63] Толковый словарь Ожегова // Энциклопедии & Словари. [Электронный ресурс]. URL: http://enc-dic.com/ozhegov/Obraz-19448/ (Дата обращения: 14.04.2025).

[64] Шагалова Е.Н. Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века: ок. 1500 слов / Е.Н. Шагалова. М.: АСТ: Астрель, 2011. С.116.

[65] Политическая энциклопедия: В 2 т. / Национальный общественно-научный фонд; рук. проекта Г.Ю. Семигин; науч. ред. совет: пред. совета Г.Ю. Семигин. - М.: Мысль, 1999. Т. 1. С. 427.

Корни слова «имидж» следует искать в латинском языке, где слово «imago» имело несколько значений: «икона», «образ», «идол». Из латинского языка слово трансформировалось в английский язык («image»), где имеет значение «образ»[66]. Именно в данном значении слово имидж употребляется в русском языке. **К. Боулдинг** рассматривал имидж с практической позиции, считая, что в его основе лежит три основных компонента[67]:

1) образ - внешний вид человека;

2) значение - как видит человека окружение;

3) эмоциональный отклик - какие чувства человек вызывает у общественности.

Д. Бурстин в работе «Имидж. Путеводитель по псевдособытиям в Америке» уделяет внимание решающей роли технологии манипуляции общественным сознанием в процессе формирования имиджа политика. «Наша национальная политика - скорее борьба за имидж и между имиджами, соревнование идей» - утверждал американский исследователь[68]. В данном соревновании выиграет тот политик, у кого будут наиболее выигрышными визуальные аспекты (внешний вид, манеры поведения) и психологические (профессионализм, репутация).

Сегодня подходов к пониманию имиджа в отечественной литературе много. Рассмотрим основные из них:

1. **А.Ю. Панасюк, В.М. Шепель, Ф.А. Кузин** понимают имидж как общее впечатление или мнение о человеке (объекте), формируемое в психике[69].

2. **П.С. Гуревич, Е.В. Егорова-Гантман, И.Г. Касаткин** считали, что имидж - это целенаправленно сформированный образ для реализации какой-

---

[66] Панасюк А.Ю. Имидж: энциклопедический словарь. М.: РИПОЛклассик, 2007. [Электронный ресурс]. URL: http://filegiver.com/free-download/imidzh-a-yu-panasyuk.doc (дата обращения: 18.04.2025).

[67] Boulding K.E. The image: knowledge in life and society, University of Michigan Press 1956. P. 147.

[68] Boorstin D. J. The Image: A Guide to Pseudo-Events in America. New York: VintageBooks, 1971. 319 p.

[69] Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. М., 2007.

либо цели. По мнению П.С. Гуревича понятие «имидж» включает как естественные свойства человека, так и специально выработанные и «связано как с внешним обликом, так и с внутренним содержанием человека, его психологическим типом, черты которого отвечают запросам времени и общества»[70].

3. **И.Д. Ладанов, Д.А. Левчик, С.В. Устименко, Н.П. Старых** определяют имидж через социальный образ или социальный статус[71].

4. Особый подход к определению термина «имидж» можно найти у **И. Гофмана,** считающего, что имидж — это своего рода спектакль, который человек в жизни постоянно разыгрывает, чтобы создать нужное впечатление и добиться определённой цели. Человек сознательно предстаёт перед обществом таким человеком, которого общество желает видеть. «И только в «закулисье» или «на заднем дворе» он может расслабиться, «сбросить маску», и «выйти из роли»[72].

Это не что иное, как манипуляция, которая является важной чертой имиджа, что отмечалось многими авторами. Например:

- **О.А. Феофанов**: «Имидж - такое отражение воспринимаемого явления, при котором ракурс восприятия умышленно смещается, умышленно акцентируется восприятие определенных сторон явления»[73];
- **Е.Н. Богданов и В.Г. Зазыкин:** «Имидж - психический образ, хотя и специально сконструированный, манипулятивный, имеющий характер стереотипа»[74].

[70]Гуревич П.С. Культурология. М.: Проект, 2005. С. 59.
[71] Старых Н.П. Формирование имиджа органов местного самоуправления: диссертация ... кандидата социологических наук: 22.00.08. Орел, 2011. С. 12-19 с.
[72]Дагаева Е.А. Имидж: от манипуляции к самовыражению // Исследователь / Researcher. 2018. № 1-2. С. 107.
[73] Цит. по: Новикова Т.Б. К вопросу имиджа образовательного учреждения // Научное обозрение. Педагогические науки. 2016. №6. С. 116.
[74]Богданов, Е.Н., Зазыкин, В.Г. Психологические основы «Паблик рилейшнз»: Учеб. пособие для вузов. - СПб.: Питер, 2007. С.40.

▪**В.М. Шепель** под имиджем понимает «индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания»[75].

▪**А.Ш. Санатулова** предлагает следующее определение имиджа: «это некий синтетический образ, который складывается в сознании людей в отношении конкретного лица, организации или иного социального объекта, содержит в себе значительный объём эмоционально окрашенной информации об объекте восприятия и побуждает к определённому социальному поведению»[76].

▪**Д.В. Ольшанский** предлагает определение именно политического имиджа: «воображаемый образ… создаваемый профессиональными имиджмейкерами в сознании аудитории… Имидж – не просто психический образ сознания как отражение реальности. Это специально моделируемое… отражение отражения, т. е. отражение уже созданного… образа…»[77].

Анализ подходов учёных, представителей различных научных дисциплин, позволяет выделить ещё одну важную черту политического имиджа – стереотипность. **Е.В. Отц** в своем исследовании имиджа указывает: «…политический имидж отличается стереотипностью. Следовательно, он не должен содержать много характеристик или параметров, быть сложным и многогранным. Он должен быть простым, доступным, соответствующим сложившимся у большинства населения позитивным представлениям о лидере»[78]. С данной точкой зрения согласен А.В. Загайнов, отмечающий особую роль эффекта стереотипизации – «приписывание желаемых черт политическим лидерам без достаточных на то оснований»[79]. И.Г. Касаткин обращает внимание

[75]Цит. по: Санатулова А.Ш. Имидж как научное понятие // Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям. М.: Народное образование, 2002. С. 172.
[76]Санатулова А.Ш. Имидж как научное понятие // Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям. М.: Народное образование, 2002. С. 172.
[77]Ольшанский Д.В. Политический PR. М.: Питер, 2003. С. 286.
[78]Отц Е.В. Имидж политического лидера и социально-психологические особенности его влияния на отношения электората. М.: ПроСофт. М, 2005. С. 26.
[79]Загайнов А.В. Понятие имиджа политического лидера: сущность и подходы к определению // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. 2007. Т. 149. № 3. С. 234.

на тот факт, что целенаправленная деятельность по формированию политического имиджа должна проводиться комплексно, силами политиков, «бизнес-элит, научного сообщества и масс-медиа на основе использования комплекса соответствующих информационно-коммуникативных технологий с целью его отражения и обеспечения устойчивого присутствия в информационном пространстве»[80]. Исходя из всех представленных научных взглядов, можно сформулировать понятие политического имиджа -это определённый образ «лидера, который складывается в массовом сознании людей, оказывая влияние на авторитет и рейтинг политика»[81].

В зависимости от подхода к пониманию политического имиджа определяется и его структура. Впервые наиболее точное структурное деление имиджа было представлено в монографии «Имидж политика», вышедшей в 1994 году под редакцией **Е.В. Егоровой-Гантман**[82]**,** в которой предложена структура имиджа, включающая персональные, социальные и символические группы характеристик. Ведущими являются социальные характеристики в силу того, что это самая подвижная часть имиджа кандидата, тесно связанная с политической реальностью. Они меняются при каждой новой ситуации, подстраиваясь под текущие политические задачи и требования политической реальности. Символические характеристики, наоборот, являются самыми устойчивыми, так как определенный набор постоянных «лидерских» черт становится привычным для избирателей. В сознании электората сложились конкретные представления о политическом лидере, наборе постоянных культурных архетипов, связанных в сознании избирателей с лидерскими позициями и ролями. Персональные характеристики могут меняться, что связано, прежде всего, с возрастными

[80]Скляренко К.В. Политический имидж: к исследованию понятий // Экономика и социум. 2020. № 11 (78). С. 1300.
[81] Иванова А.А., Семеренко А.С. Специфика формирования политического имиджа // Электронный вестник Ростовского социально-экономического института. 2016. № 2. С. 77.
[82]Егорова-Гантман Е.В. Имидж лидера. М.: Николло-Медиа, 2010. 288 с.

особенностями политического лидера, его способностью поддерживать физическую форму. Представим данную структуру в форме таблицы.

Таблица 1

Структура политического имиджа **Е.В. Егоровой-Гантман**

Группа	Основные характеристики	Их проявление
Персональные характеристики	Физические особенности	Внешние черты, возраст
	Психофизиологические особенности	Характер, темперамент, сила, ум, степень активности, решительности, и т.д.
	Профессиональные особенности	Индивидуальный стиль, опыт, интеллект, умение убеждать, принимать решения
	Харизматичность	Способность воздействовать на людей. Привлекать и мотивировать их на поступки
Социальные характеристики	Объединяющие и мобилизирующие качества	Умение общаться с аудиторией, способность привлечь массы на свою сторону
	Социальные связи	Связи с семьёй, единомышленниками, оппонентами
	Авторитет и известность	Влияние на различные социальные группы
	Статус	Происхождение, образование, профессия или занимаемые должности, величина состояния
	Социальная принадлежность	нормы и ценности, которых придерживается лидер
Символические характеристики	Биография	Семья, предки, место рождения и т.д.
	Мировоззрение, идеология	Взгляды на мироустройство, видение внутренней и внешней политики
	Программа	Задачи, которые ставит политик и планы их реализации
	Постоянные культурные архетипы	Черты, которые постоянно в сознании масс ассоциируются с лидером

Структура, предложенная исследователями Центра политического консультирования «Николо-Медиа», была взята за основу многими отечественными учёными. Сходный структурный подход, но применительно к корпоративному имиджу, предлагают Д.В. Ильяшенко и А.С. Воробьёва, выделяя внутренние, внешние и промежуточные составляющие имиджа, что свидетельствует об универсальности подобной трёхуровневой модели для различных типов имиджа[83]. Например, **Е.М. Ильиных** предлагает следующую структуру политического имиджа[84]:

1. Габитарный имидж — это фундаментальная основа имиджа политика, его морально-этические качества. Можно выделить два уровня в габитарном имидже:

1) природные данные: внешность, телосложение, мимика, голос;

2) внешний вид: одежда, причёска, аксессуары, стиль и общая опрятность внешнего облика.

Габитарный имидж легко и довольно часто корректируется в соответствие со сложившейся политической ситуацией.

2. Характер, темперамент — это наиболее устойчивые элементы структуры политического имиджа. Характер, так же как и темперамент, невозможно быстро скорректировать, здесь необходима планомерная и длительная работа с профессиональными психологами и имиджмейкерами. Для политического имиджа данный компонент структуры важен, так как он формирует поведение политика, от которого зависит доверие к нему избирателей. Поведение политического лидера должно быть уверенным, энергичным, чтобы потенциальные избиратели были уверены в том, что он способен решить проблемы, справиться с кризисами и угрозами в различных областях общественной жизни.

---

[83] Ильяшенко Д.В., Воробьёва А.С. Особенности формирования корпоративного имиджа медиахолдинга // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2023. № 1 (76). С. 137–141.

[84] Ильиных Е.М. Структура политического имиджа кандидата // Достижения науки и образования. 2019. № 9-1 (50). С. 45.

3. Биография, легенда - это первоначальная информация, которую получает электорат, как правило, заочно. Через информационные бюллетени СМИ общественности становится доступной информация о личной жизни, образовании, профессиональных успехах политика. Значимость этого структурного компонента состоит в том, что на основании полученной первоначально информации у избирателей «формируется определённое мнение, которое в дальнейшем оставит отпечаток на весь имидж»[85].

4. Политические заявления, программы, установки — это центр имиджа политика. На основании заявлений, программных установок избиратели получают представление о перспективе дальнейшего развития, что конкретно политик может сделать для благосостояния избирателей и благополучия общества в целом.

Следует отметить, что конструирование имиджа должно быть направлено на удовлетворение ожиданий электората, выгодно отличаться от политических конкурентов и соответствовать физическим, психологическим и интеллектуальным способностям политика. Такой подход к определению структуры имиджа можно найти в работах А.В. Загайнова. Автор представляет четырёхуровневую структуру политического имиджа[86].

Первый уровень - основа или база, которая подготовлена имиджмейкерами на основании всестороннего анализа слабых и сильных сторон политика. Главная задача: минимизировать негативные и максимизировать позитивные черты в соответствие с разработанной моделью имиджа.

Второй уровень - готовая модель имиджа, наложенная на подготовленную базу, исходный материал первого уровня.

Третий уровень - анализ тех искажений, которые вносятся в готовую политическую модель извне, прежде всего, средствами массовой информации.

---

[85] Ильиных Е.М. Структура политического имиджа кандидата // Достижения науки и образования. 2019. № 9-1 (50). С. 45.

[86] Загайнов А.В. Понятие имиджа политического лидера: сущность и подходы к определению // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. 2007. Т. 149. № 3. С. 238.

Четвёртый уровень - усвоение готовой модели политического имиджа аудиторией, когда образ политика получает одобрение электоратом, его политический имидж принимается и становится эталоном собственного представления о политическом лидере.

В итоге электорат специально сформированную модель политического имиджа воспринимает как желаемую, соответствующую его собственным внутренним представлениям.

На сегодняшний день в российской науке нет единого понимания политического имиджа. Понятие и структура политического имиджа является сложной в силу разных подходов, имеющихся в различных научных дисциплинах. Поэтому сложно дать одно комплексное определение, позволяющее раскрыть понятие имиджа. В политическом контексте имидж понимается как целенаправленно сформированный образ политика, внедрённый в сознание электората. Политический имидж имеет две важнейшие черты: манипулирование общественным сознанием и стереотипность.

Структура политического имиджа является многоуровневой и включает три основных характеристики: персональные, социальные и символические. В современное время имидж воспринимается как необходимое условие для успешной профессиональной деятельности в любой профессиональной сфере, так как большинство профессий связано с категорией «человек-человек». Тем более разработка имиджа важна для политиков, карьера которых зависит как от конкретных результатов их работы, так и от степени доверия электората.

1.2. Специфика конструирования имиджа в политической сфере

Проблема формирования политического имиджа актуальна на сегодняшний день, так как современный избиратель стал политически грамотным, а возможности информационного пространства позволяют быстро

раскрыть обман или явное несоответствие политического имиджа реальному образу политика. В связи с этим следует остановиться на соотнесении понятий «имидж» и «образ». Как показало теоретическое исследование термина «имидж», большинство авторов отождествляют понятия «имидж» и «образ». Понятие «образ» связано с представлением о натуральном, естественном предмете, это представление, основанное на психических актах отражения реальности высшего биологического организма. Образ реализуется в понятие, а имидж реализуется в понимание. Но существует и другая точка зрения, например, Е.Б. Шестопал отмечал различие между имиджем и образом. Суть различия состоит в том, что образ формируется спонтанно, а имидж целенаправленно конструируется [87] . Политический имидж формируется и раскрывается постепенно, а сам процесс работы над имиджем не прекращается никогда [88] . На формирование политического имиджа влияют **различные факторы**, американские специалисты выделяют три основных фактора[89]:

1. Личность политика;

2. Роль СМИ в представлении политика аудитории;

3. Исторические события или трудности, с которыми сталкивается политик в процессе своей деятельности.

«Определяющими являются первых два, потому что поведение в конкретных исторических ситуациях может преподноситься по-разному, таких примеров мы знаем очень много» - считает профессор психологии В.Г. Зазыкин[90].

Филолог О.В. Пономарёва также определяет **три фактора формирования политического имиджа**[91]:

---

[87] Шестопал Е.Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования // Образы государств, наций, лидеров. М.: Наука, 2008. С.13.

[88]Пономарёва О.В. Этапы формирования политического имиджа // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2007. С. 51.

[89]Зазыкин В.Г. Психологические аспекты избирательного процесса. М., РЦОИТ, 2002. С.43.

[90]Там же.

[91]Пономарёва О.В. Этапы формирования политического имиджа // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2007. С. 51.

1. Персональный брендинг;

2. Непосредственное общение;

3. Взаимодействие со СМИ.

Можно заметить, что первая группа факторов у исследователей политического имиджа совпадает, но есть и отличия. Так, В.Г. Зазыкин выделяет третьим фактором исторические события, что на наш взгляд, вполне оправдано, так как электорат примет имидж политика, только оценив его в практической деятельности. В то же время важным фактором является личное общение политика с аудиторией, но в условиях современного времени общение может быть онлайн, что делает его не таким наглядным для населения. Рассмотрим основные факторы, влияющие на формирование имиджа политика более детально.

Во-первых, **личность политика, личный бренд или персональный брендинг является основным фактором для формирования имиджа политика.** Личный бренд - «уникальный и запоминающийся образ политика с присущими ему чертами»[92], может быть основан только на личных качествах политика, иначе формируемый имидж не будет достоверным. В современное время формирование личного бренда или персонального брендинга является сложной задачей, так как в информационном обществе электорат имеет возможность получать информацию о политическом лидере круглосуточно. Поэтому сложно поддерживать стереотипный образ, как было в XX веке, когда народ практически ничего не знал о политиках. Это было время стереотипных образов, например, в СССР были следующие стереотипы: «преданный делу», «несгибаемый», «верный ленинец» и другие[93]. Сегодня общественность может непосредственно увидеть и понять состояние личных качеств политика: ум, находчивость, умение держаться, остроумие - внутренний и внешний образ человека. Американцы имеют возможность видеть как и когда президент улетает

[92] Сафиуллин И.Ф. Личный бренд политика и социальные сети // Вопросы российской юстиции. 2024. № 30. С.25.

[93] Зазыкин В.Г. Психологические аспекты избирательного процесса. М., РЦОИТ, 2002. С.32.

на выходные в загородную резиденцию, россияне - как президент проводит отпуск. Интересы политика, его семейное положение, отношение в семье - всё становится достоянием общественности. В связи с этим политик должен соответствовать тому образу, который выработан имиджмейкерами, иначе возможен крах политической карьеры. Пример такого несоответствия можно было наблюдать совсем недавно, когда Д. Байден был президентом США. Так как в основе имиджа лежит «формальная система ролей, которые человек играет в своей жизни, дополняющаяся особенностями, чертами характера, внешними данными, одеждой», то важно правильно подобрать эти роли[94]. Д. Байден в начале своей политической карьеры выбрал образ парня из народа, удачливого лихого ковбоя. И этот образ был удачным, уже в 29 лет Джо Байден был избран в Сенат. Этот имидж остался неизменным на протяжении всей политической карьеры американского лидера. Хотя The Nation в 2021 году писала: «Попытка Байдена отождествлять себя с рабочим классом всегда была скорее стремлением, чем реальностью» [95] . Тем не менее, надо признать, что долгое время политический имидж Байдена играл в его пользу, он стремительно продвигался вверх по карьерной лестнице. Но в настоящее время выбранный имидж только вредит американскому президенту. На сегодняшний день Д. Байден не ассоциируется с ковбоем и «своим парнем», имидж работает против президента Америки, потому что ковбои не падают с коня, а рабочие парни не отдыхают по несколько месяцев в году на пляже[96].

В зависимости от личных качеств политика ставятся задачи скрыть или завуалировать недостатки и минусы, сделав акцент на сильных сторонах личности политика. В связи с этим именно от личности политика будет зависеть

[94] Яковлева Е.Л. Имидж и социальные роли // Социальные технологии, исследования. 2005. № 1. С. 76.

[95] Джо из Скрэнтона. Нация. 20 апреля 2021. [Электронный ресурс]. URL: https://www.thenation.com/article/politics/evan-osnos-biden/ (дата обращения: 21.04.2025).

[96] Музыкантов Е.Т. Влияние имиджа на политическую активность и карьеру политика // Казанская наука. 2024. № 3. С. 498.

метод формирования политического имиджа, как будут проецироваться личностные характеристики и преподносится обществу.

Вторым фактором формирования политического имиджа являются средства массовой информации, которые транслируют имидж политика в общество. Во все времена политик мог приобрести известность благодаря средствам массовой информации. «Медиаобраз возникает на стадии декодирования и формирования стереотипов как суммы коллективных представлений о фрагменте действительности, которые определяются содержанием и оценочностью, заложенными в медиаобразе на стадии кодирования»[97].

В XX веке основными средствами информации были периодическая печать, радио, телевидение, в XXI веке – интернет, онлайн-СМИ, мессенджеры, так называемые нью-медиа. Современные медиаресурсы обладают «широкими возможностями интерактивного, игрового контакта с аудиторией»[98]. «Имидж формируется путем личного взаимодействия» [99] , именно в процессе непосредственного общения общественность получает информацию о политическом лидере, его личностных качествах и политической программе. Выступление политика на митинге и на телевидении решают одну задачу - трансляцию политического имиджа, но эффект и соответственно итоговый результат получается различный. Безусловно, телевидение даёт лучший результат, так как имеет обширную аудиторию - всю страну, поэтому яркое выступление в телевизионной передаче, намного эффективнее, чем десятки выступлений на митингах. Нью-медиа «изменили привычный информационный поток, неизменно следующий от коммуникатора к реципиенту»[100]. Сегодня

[97] Трофимова Г.Н., Савастенко Р.А. Проблемы когнитивного дисбаланса в новостных сообщениях сетевых СМИ // Неофилология. 2023. Т. 9. № 2. С. 367.
[98]Музыкант В.Л., Музыкант П.В. Социальные измерения современного медиапространства и его контента // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: социология. 2014. № 1. С. 115.
[99]Пономарёва О.В. Этапы формирования политического имиджа // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2007. С. 51.
[100]Музыкант В.Л., Музыкант П.В. Социальные измерения современного медиапространства и его контента. С. 115.

можно вести открытый диалог в онлайн пространстве. Для многих политиков СМИ открыли дорогу в политику, успех Б.Н. Ельцина на выборах 1996 года - полностью заслуга СМИ. Поэтому для каждого политика важным условием успеха его карьеры является организация взаимодействия со СМИ. Средства массовой информации не только освещают жизнь и деятельность политика, но и транслируют отношение к нему. Это отношение проявляется в подборе материалов, акцентах, планах показа, которые даже без лишних комментариев создают те или иные установки на восприятие. Но сегодня «традиционные СМИ уже не имеют прежнего авторитета, воспринимаются гражданами, и особенно молодежью, как формальные»[101]. Одним из основных механизмов формирования имиджа является интернет: интернет-платформы, блоги, интернет-издания[102]. Следует отметить особую роль социальных сетей в формировании политического имиджа, благодаря которым политик может создать свой личный бренд[103].

1. С помощью логотипа или аватарки создать запоминающийся визуальный образ;

2. Путём непосредственного общения передавать свои идеи, установки, ценности;

3. Привлечь на свою сторону симпатии пользователей через использование своего индивидуального стиля общения;

4. Установить контакт с аудиторией, используя обратную связь, комментируя и отвечая на вопросы пользователей.

В итоге следует отметить, что фактор личного бренда и роли СМИ в представлении его аудитории являются решающими в формировании политического имиджа. Однако при формировании полноценного имиджевого

[101] Мирошниченко О.Н., Василенко О.В. Факторы воздействия на формирование имиджа регионального лидера // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. 2025. Т. 9. Вып. 1. С. 21.

[102] Муртазин Р.А. Особенности политического имиджа России в массмедийном пространстве современности // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2025. Вып. 1. С. 23.

[103] Сафиуллин И. Ф. Личный бренд политика и социальные сети // Вопросы российской юстиции. 2024. № 30. С.26.

образа политика **необходимо учитывать текущие исторические условия.** Исторические события, с которыми сталкивается политик в процессе деятельности, и его реакция на них, его поведение наглядно показывает, соответствует ли имидж ожиданиям электората. Поэтому имидж должен быть «дуально конгруэнтен, т.е. чтобы он отражал реальные качества и возможности индивида и при этом не разочаровывал свою целевую аудиторию»[104]. Сегодня существует термин «управление восприятием», который применяется для «создания и поддержания определенных имиджей и репутаций в глазах мировой общественности»[105].

Факторы формирования имиджа политика называют **«коридором возможностей»**, который задаётся личными качествами политика и реально существующим социально-политическим контекстом. Эту особенность отмечал Г.В. Плеханов: «... личности, благодаря особенностям своего характера, могут влиять на судьбу общества. Иногда их влияние бывает даже очень значительно, но как сама возможность подобного влияния, так и размеры его определяются организацией общества, соотношением его сил. Характер личности является «фактором» общественного развития лишь там, лишь тогда и лишь постольку, где, когда и поскольку ей позволяют это общественные отношения»[106]. На сами общественные отношения решающее влияние оказывают средства массовой информации, сегодня это преимущественно интернет-пространство, где формируется нужный исторический контекст. Освещать события в Чечне в конце XX века можно, как сказать «наведение конституционного порядка в Чечне» и можно, как «кровавая бойня», «война против собственного народа». То есть многое будет зависеть от того, как это событие преподносится СМИ, какие даются оценки, а главное, какие оценки звучат громче и убедительнее.

[104]Нейматова А.Я. Проблема имиджа в политике и политической науке // Вестник МГИМО-Университета. 2011. № 2 (17). С. 269.
[105]Начарова Л.И. Управление восприятием как подход к оптимизации имиджа социальной сети «ВКонтакте» // Неофилология. 2024. Т. 10, № 3. С. 714.
[106]Цит. по: Нейматова А.Я. Указ. соч. С. 269-270.

Политический имидж в современное время является важной составляющей геополитического пространства, на имидж лидера страны оказывает влияние различные субъекты глобального политического процесса. Особенно, если другие страны, «заинтересованы в изменении позиции страны на международной арене»[107]. Поэтому внешнее воздействие также может быть важным фактором при формировании имиджа политика.

В итоге, можно сделать вывод, что первая, вторая и третья группа факторов формирования политического имиджа тесно взаимосвязаны. Для полного понимания пути формирования имиджа политика, следует рассмотреть как через СМИ и в соответствие с исторической обстановкой происходит формирование имиджа на основании личных качеств политика. В данном процессе следует принимать во внимание следующие компоненты личности:

1. Основные навыки и умения успешного лидера в качестве целеустремленной и многопрофильной личности, активные жизненные установки и механизм гибкого реагирования на внешнюю среду.

2. Визуальные средства: образ жизни, стиль одежды, прическа.

3. Конгруэнтность – соответствие внешнего имиджа внутреннему содержанию человека.

Особенно важно для понимания выбора модели политического имиджа наличие конкретных навыков и умений политика. Основными из них являются[108]:

1. Постановка целей, формулирование своего видения будущего;

2. Вербальная коммуникация (слова и умение слушать);

3. Способность принимать решения на основе анализа и синтеза;

4. Управление временем, стрессом, конфликтами;

5. Выявление, определение и решение проблем;

6. Создание команды и делегирование полномочий;

---

[107]Муртазин Р.А. Особенности политического имиджа России в массмедийном пространстве современности // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2025. Вып. 1. С. 23.

[108]Кузин Ф. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика. М.: Изд-во «Ось-89», 2002. С. 90.

7. Стимулирование и мотивация коллектива.

Для эффективного действия в определённой политической ситуации особенно важными качествами личности политика являются[109]:

1. Проактивность. Не быть рабом обстоятельств, самому творить судьбу;

2. Начинать, представляя конечную цель;

3. Сначала делать то, что необходимо делать сначала. Важные дела в первую очередь;

4. Думать в духе «выиграл/выиграл». Стремиться к взаимовыгодности;

5. Сначала стремиться понять, потом - быть понятым;

6. Достигать синергии. Стремиться к творческому взаимодействию;

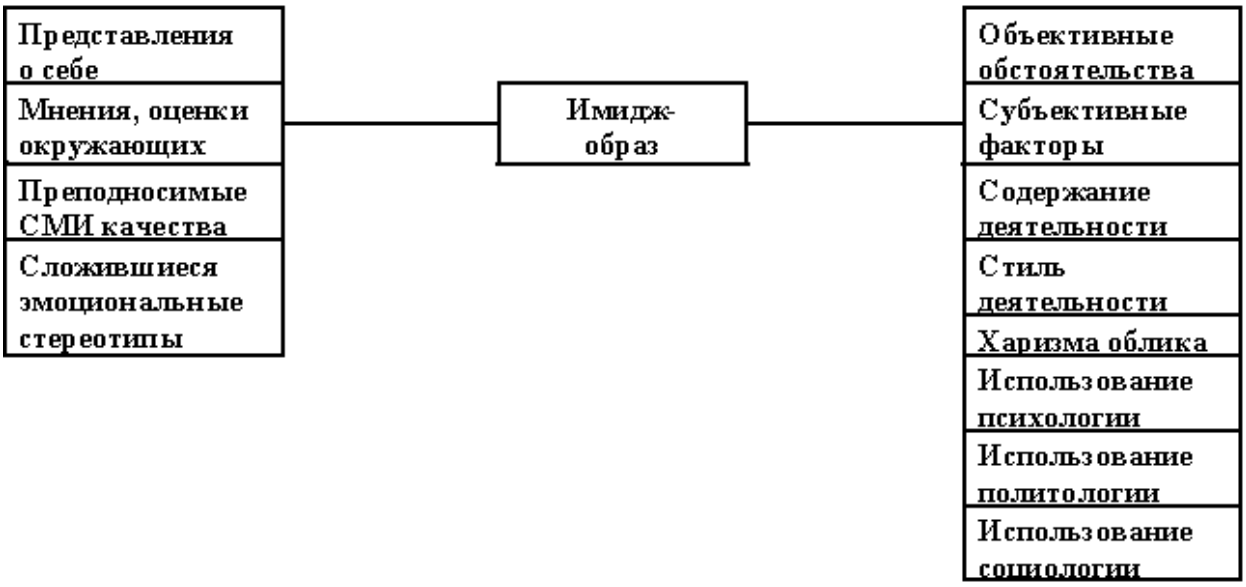
7. Затачивать пилу. Постоянно совершенствоваться.

Важна каждая деталь в облике политика для формирования имиджа, так как она является своего рода символом, «который легко считывается аудиторией»[110].Разрушить имидж политика может любой промах, например, речь политика, идущая вразрез с транслируемым образом. Для аудитории важен целостный образ, все противоречия воспринимаются с трудом и могут навредить имиджу. «Даже если политик в действительности хороший управленец, но при этом низкорослый, узкоплечий и худощавый, то велика вероятность, что люди не воспримут его (особенно поначалу) как истинного лидера, так как его внешность не будет соответствовать такому стереотипу» - утверждает А.Я. Нейматова[111]. Все детали политического имиджа должны гармонировать между собой. Личностные качества должны гармонировать с качествами, транслируемыми в общество, все вместе они должны вписываться в окружающий мир. Народ должен видеть общую красивую и внушающее доверие картину, «на которой каждая деталь находится на своем месте и не вызывает никаких вопросов»[112]. Специалист по созданию имиджа и личный имиджмейкер

[109]Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000. С. 43.
[110]Нейматова А.Я. Проблема имиджа в политике и политической науке // Вестник МГИМО-Университета. 2011. № 2 (17). С. 272.
[111]Там же.
[112]Там же.

американского президента Р. Никсона Р. Прайс утверждал: «...Избиратель реагирует на образ, а не на человека. Значение имеет не то, что есть, а то, что проецируется, и не столько то, что проецируется, сколько то, как избиратель воспринимает. Потому мы должны менять не человека, а производимое им впечатление»[113]. Сегодня это возможно сделать через управление восприятием, существенно улучшив имидж политика[114]. В формировании политического имиджа необходимо соотнести компоненты и факторы имиджа, которые можно представить в виде схемы 1.

Компоненты политического имиджа и факторы его формирования[115]



В представленной схеме следует обратить внимание на важный компонент политического имиджа – представление о себе. Только при чётком понимании политиком своих сильных и слабых сторон, можно реально оценить свои возможности и скорректировать личностные качества, нивелировав слабые и сделав акцент на сильные стороны. Важным фактором формирования политического имиджа является **использование совокупности технологий политологии, психологии и социологии.** Формирование политического

[113]Зазыкин В.Г. Психологические аспекты избирательного процесса. М., РЦОИТ, 2002. С. 30-31.
[114]Начарова Л.И. Указ. соч. С. 720.
[115]Общая и прикладная политология: Учебное пособие / Под общей редакцией В.И. Жукова, Б.И. Краснова. М.: МГСУ, Издательство «Союз», 1997. С. 913.

имиджа является сложным процессом, без учёта всех нюансов, имидж может оказаться невостребованным, а политическая карьера провальной.

Таким образом, можно выделить следующие факторы формирования политического имиджа:

- Личностные качества (личный бренд);
- Непосредственное общение;
- Роль СМИ в представлении политика аудитории;
- Исторические события.
- Выбор технологий формирования имиджа.

1.3. Имиджевые стратегии и тактики: основные типы и методы

В современное время имидж воспринимается как необходимое условие успешного развития бизнеса, творческой деятельности и политической карьеры. Формирование имиджа включает три основных компонента: технологическое развитие, методы и приёмы, исследуемые социальные явления[116]. Существуют различные подходы к определению имиджевых стратегий. Например, Д.А. Якушин определяет следующий механизм формирования имиджа политика[117]:

1. **Индивидуализация** – создание индивидуального имиджа, отличного от других и легкоузнаваемого. Через СМИ передаётся информация каждая мелочь о личности политика: семейное положение, марки одежды, увлечения и другая информация. «Чем более цельным и точным, предсказуемым и

[116]Муртазин Р.А. Особенности политического имиджа России в массмедийном пространстве современности // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2025. Вып. 1. С. 24.
[117] Якушин Д.А. Механизм формирования и продвижения имиджа политического лидера в западных демократических системах // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2014. № 1 (1). С. 151.

последовательным является образ, тем легче массовому сознанию его декодировать и с ним идентифицироваться»[118].

2. **Акцентуация** - наиболее эффективные имиджевые черты подчёркиваются, развиваются и акцентируются. Идёт корректировка образа в соответствие с политической ситуацией, менее значимые черты заменяются другими более значимыми.

3. **Продвижение** – утверждение политического имиджа в массовом сознании. Утверждаются и проецируются те качества, которые наиболее выгодно характеризуют политика перед конкурентами.

Стратегия формирования имиджа будет зависеть от типа имиджа, который следует создать, изменить, подкорректировать. Имиджмейкеры могут работать со следующими типами имиджей[119]:

1) зазеркальный (субъективный) - как видит себя политик;

2) моделируемый - какой образ стремятся закрепить в сознании общественности;

3) текущий положительный или отрицательный - образ, сложившийся в сознании общественных масс;

4) негативный - имидж создаваемый оппонентами.

Точек зрения по вопросу имиджевых стратегий много, например, А.В. Хаванов выделял два пути формирования имиджа: стихийный и целенаправленный. С.И. Некрасов и У.С. Некрасова не согласны с данным мнением, утверждая, что стихийного имиджа не может быть, так как имидж - это целенаправленно формируемый образ[120]. Исследователи выделяют две стратегии формирования имиджа в зависимости от типа имиджа. Для индивидуального имиджа характерна стратегия изменения «совокупности визажных и

[118] Там же.

[119] Удникова О.И. Формирование имиджа политического лидера и властных структур // Вестник государственного и муниципального управления. 2011. №1. С.83.

[120] Некрасов С.И., Некрасова У.С. Основные модели создания имиджа // Фундаментальные исследования. 2007. № 10. С. 32.

поведенческих характеристик конкретного человека»[121]. При непосредственном тесном общении с политиком анализируется его поведение, и вносятся необходимые корректировки в формируемый имидж. Для социального имиджа характерна стратегия имиджа-мифа - эта стратегия «не предполагает изменений в самом владельце имиджа, а изменяет только представление о нём»[122]. Данная стратегия основана на том, что общество видит не самого человека, а созданный образ, как правило, оторванный от реальности. Электорат не может проверить подаваемый СМИ образ, так как не имеет контактов с политиком, не может судить о его поведенческих качествах.

На сегодняшний день известно большое количество политических мифов, которые призваны выполнять различные функции - «одни украшают политический имидж, другие призваны дискредитировать политика» [123] . Мифологический образ подбирается в зависимости от выбранного подхода к формированию имиджа и тех функций, которые образ должен выполнять. Могут быть востребованы следующие образы-мифы: «герой», «кумир», «отец», «мудрец», «хозяин», «рыцарь» и другие.

Общая технология формирования имиджа политика основывается:

1) на понимании природы явления образа;

2) на принятии во внимание особенностей политических лидеров;

3) на принятии во внимание определенной социальной группы, для которой формируется конкретный образ. В условиях избирательной кампании (в рамках активной работы политика) специалисты по связям с общественностью учитывают «обратную связь», позволяющую им оперативно корректировать образ политика и менять особенности его восприятия.[124]

Существуют определённые правила, которые следует соблюдать при выборе стратегии формировании имиджа и её реализации. Можно выделить

---

[121]Там же.

[122]Некрасов С.И., Некрасова У.С. Указ. соч. С. 32.

[123]Зазыкин В.Г. Психологические аспекты избирательного процесса. М., РЦОИТ, 2002. С. 53.

[124]Hjarvard S. The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change // Nordicom Review. 2008. Vol. 29. No. 2. P. 120.

восемь требований, которые следует выполнять для формирования успешного имиджа:

1. В политическом имидже должны обязательно присутствовать **черты победителя.** Поэтому достаточно часто имиджмейкеры берут образ «героя», делая акцент на победах и достижениях политика, а затем с помощью приёма мифологизации героизируют образ. Для этого существуют конкретные приёмы, которые можно разделить на два этапа[125]:

1) Описание биографии политика и его героических поступков;

2) Процесс героизации образа, который включает следующие элементы:

- формирование загадки, наличие недосказанности, то, что только подразумевается (без загадки пропадает ореол героизации);

- подчёркивается особенная черта политика (уверенность, стальная воля, выдержка и другие);

- амбивалентность (строгий, но справедливый);

- эмоциональная насыщенность (черты образа должны быть яркими, удивляющими);

- ориентация на мифологическую нишу массового сознания (какого героя хотят видеть).

2. В политическом имидже должны присутствовать **черты «отца».** По утверждению З. Фрейда «масса просто нуждается в лидере, как семейство нуждается в авторитетном отце» [126] . С данным утверждением сложно не согласиться, особенно применительно для России, где всегда была вера в «хорошего царя-батюшку». Лидер-«отец» является для электората гарантией стабильности, так как он всегда защитит, не даст в обиду.

3. **Стереотипность имиджа**, но стереотипность многоплановая, чтобы удовлетворять запросы различных социальных групп.

4. В политическом имидже должна **быть «открытость», которая является видимой доступностью.** К такому лидеру можно обратиться,

[125]Зазыкин В.Г. Указ. соч. С. 39-42.
[126]Зазыкин В.Г. Указ. соч. С. 39.

написать о своих проблемах. Главное, чтобы после обращения был ответ лидера, не просто выслушал, а услышал и решил проблему. При такой открытости, освещаемой СМИ, создаётся эффект обратной связи электората и политика.

5. **Продуманность эффективных коммуникаций**. Так как имидж транслируется в процессе многочисленных выступлений политика, дебатов, интервью, поэтому необходимы коммуникативные умения политика, способность убеждать, доносить свою точку зрения. При этом политик должен быть доброжелательным, уверенным, искренним.

6. Так как «короля делает свита», необходимо **уделить внимание окружению политика.** Люди авторитетные, известные, деятельные принесут пользу имиджу политика, часть их успеха автоматически переносится на политического лидера.

7. В политическом имидже **должны обыгрываться личные нравственные качества политика,** его обаяние, чувство юмора, решительность, умение действовать эффективно и нестандартно.

8. **Необходимо выбрать определённый архетип имиджа**, который востребован общественностью и соответствует личным качествам и возможностям политика – «отец нации», «настоящий лев», «знаменосец». Но в современное время успешный политик должен играть несколько ролей, сегодня роль «героя», а завтра «отца нации», чтобы имидж был актуальным, убедительным и востребованным. Поэтому сегодня политический имидж должен строиться не на одном, а на нескольких образах-мифах[127].

Приведём несколько групп политического имиджа, основанных на сочетании нескольких архетипах.

Группа 1:

«Хозяин» - опытный руководитель, управленец-профессионал;

«Борец за справедливость» - непримиримый борец с коррупцией;

«Рыцарь» - защитник слабых и обездоленных.

[127]Гершевич О.С. Особенности формирования имиджа политического лидера в современной России // Власть. 2007. № 3. С. 27.

Группа 2:

«Воин-Защитник» - защитник Отечества;

«Творец» - Талантливый организатор;

«Реформатор» - прогрессивный, смелый реформатор.

В данном контексте интересна типология имиджей профессора политической психологии М. Дж. Херманн. Американская исследовательница выделила четыре типа имиджей, формирование которых основано на личных качествах политика, его взаимоотношения с общественностью, деятельности в конкретной ситуации. Рассмотрим их детальнее[128].

▪ **«Лидер-знаменосец»** - политический имидж достаточно привлекательный, предполагает наличие способности политика возглавить массы, находиться на переднем фронте и увлекать народ за собой. Имидж «лидера-знаменосца» подойдёт только политику, имеющему лидерские качества, целеустремлённому и имевшему опыт, например, возглавлял успешно политическое течение.

▪ **«Лидер-служитель»** - имидж хорош для политика, готового выражать интересы своего политического блока, служить и отстаивать его интересам, действовать от имени своих политических соратников.

▪ **«Лидер-торговец»** - политик, способный убедить массы в важности своих идей, заставить поверить в свои идеалы и принять выдвигаемые им цели. Такой имидж подойдёт только такому политику, который наделён способностью привлекать на свою сторону людей.

▪ **«Лидер-пожарный»** - политический имидж, направленный на спасение ситуации, востребуемый в период кризисов. Требует от политика умения решать острые проблемы, действовать в экстремальных условиях, принимать оптимальные решения.

Данная типология политических имиджей достаточно условная, как правило, политический имидж многогранен и включает черты каждого образа в

[128]Бозаджиев В.Л. Политическая психология. М.: Издательский дом Академии, 2015. С. 10.

соответствие с конкретной исторической ситуацией[129]. Важнейшим условием формирования политического имиджа является выбор наиболее правильного способа, чтобы сделать его понятным для общественности и завоевания ее доверия. Следовательно, нужно первоначально правильно оценить ситуацию, а затем проанализировать индивидуальные качества политика. Рассматривать качества политического лидера следует с трёх позиций[130]:

1. Личностные характеристики - психологические, физиологические, психотип личности, способность принимать решения и другие;

2. Социальные характеристики - связь лидера с различными социальными группами, официальную позицию политика и его статус;

3. Символические характеристики - символы образа политика, выражающие его идеологию, определяющие будущий политический курс.

Главное при выборе имиджевой стратегии — это ориентация на потребности общественности и учёт индивидуальных качеств политика. Исследователи признают, что «разработка стратегии формирования имиджа политического лидера — это сложный процесс»[131]. Например, М. А. Куроедова и М. В. Назарова выделяют **три этапа формирования политического имиджа**[132]:

1. Поиск и определение целевой аудитории, на которую будет направлено внимание политика;

2. На основании целей и задач, соответствующих запросу электората, формируется политический имидж;

3. Поиск каналов коммуникаций и трансляция сформированного имиджа политика с помощью СМИ.

---

[129]Никифоров С.В. Роль личности в истории. Междисциплинарность метода Л. Н. Гумилева // Ученые записки Орловского гос. ун-та. 2015. № 6 (69). С. 345.
[130]Потемкина О.Ф. Имидж политического лидера. М.: МГУКИ, 2006. С. 77.
[131]Мельниченко Д.В. Стратегии формирования имиджа политического лидера // Бюллетень науки и практики. 2016. № 5. С. 249.
[132]Там же. С. 249-250.

В условиях современного информационного общества имиджевые стратегии меняются качественно, так как появляются новые коммуникационные каналы, и формирование политического имиджа переносится в информационное пространство [133] . Сегодня существуют две стратегии формирования политического имиджа с использованием возможностей Интернета:

1. Стратегия преимущественного использования Интернета для формирования имиджа политика;

2. Система вспомогательного использования Интернета для формирования политического имиджа.

Первая стратегия предусматривает возможность сформировать политический имидж посредством Интернета, в связи с отсутствием других возможностей. Например, политик только входит в политическую борьбу или находится в оппозиции и не имеет доступа к традиционным средствам коммуникации. Отсутствие материальных средств оплаты информационных публикаций в газетах или участия в телепрограммах. Так же использование данной стратегии может быть обусловлено «особенностями аудитории, на которую ориентирован политический деятель» [134], например, если политики ориентирован на молодёжь.

Вторая стратегия - вспомогательного использования Интернета для формирования имиджа политика может применяться в случае наличия полноценного доступа к традиционным СМИ. Возможности для популяризации политического имиджа достаточно обширные, поэтому Интернет рассматривается как дополнительное средство коммуникации. Следует отметить, что современные политики понимают преимущества информационного пространства в формировании политического имиджа регистрируются на интернет-платформах, заводят страницы в социальной сети. Профессор О. Карпович справедливо отмечает: «использование

[133]Куркемова Э.Т. Стратегии формирования и трансляция имиджа политиков в сети интернет // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2021. № 1 (66). С. 85.
[134]Куркемова Э.Т. Указ. соч. С. 86.

коммуникативных технологий… позволяет, с одной стороны, решить насущные проблемы политической коммуникации, а с другой - обеспечить соответствующее восприятие политиков через социальные сети и способствовать формированию позитивного имиджа политической власти»[135].

Обращаясь к сути имиджа, как искусственно формируемого образа, можно выделить два основных стратегических метода по формированию политического имиджа: манипуляционный и частично манипуляционный[136]. Наиболее приемлемой стратегией для формирования образа политика является манипуляционная. Формируется она через конкретные приёмы: позиционирование, манипулирование, мифологизация, эмоционализация, детализация, вербализация и внедрение моделей восприятия.

Позиционирование — это формирование образа в соответствие с требованиями среды, чтобы образ был благоприятный для восприятия[137].

Манипулирование - переключение внимание с главного на второстепенное, создание эмоционального накала при ограниченной информации.

Мифологизация - формирование выбранного архетипа. Направлен приём на воздействие на уровне сознания и подсознания[138]. Эффективность мифологизации усиливается за счёт внедрения в имиджевый нарратив «случайных», не несущих прямой смысловой нагрузки деталей, которые создают иллюзию подлинности и повышают доверие аудитории[139].

---

[135] Карпович О. Политический имидж в условиях развития цифрового пространства // Международная жизнь. 06.02.2021. [Электронный ресурс]. URL: https://interaffairs.ru/news/show/28985 (дата обращения: 23.04.2025).

[136] Елагина Ю. Стратегии конструирования имиджа современного государства // Стратегия развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы II международной научно-практической конференции. Екатеринбург, 18-20 апреля 2016: в 2-х т. Екатеринбург: издательство Уральского университета. Т.2. С.15.

[137] Некрасов С.И., Некрасова У.С. Основные модели создания имиджа // Фундаментальные исследования. 2007. № 10 С. 33.

[138] Там же.

[139] Исаева Л.В., Брызгалова Е.Н. Референция в поликодовом рекламном тексте: к реальности иллюзий через иллюзию реальности // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2024. № 2 (81). С. 124–130.

Стереотипизация – «создание упрощенно-схематизированного образа, обладающего устойчивостью и традиционной привычностью»[140].

«Вербализация - закрепление имиджа в слоганах, лозунгах и девизах»[141].

Методы детализация и внедрения модели восприятия направлены на подгонку имиджа под уровень общественности, от толпы до известных и авторитетных лиц[142].

В настоящее время широкое распространение получили маркетинговые стратегии формирования политического имиджа[143]:

1. Продажа политического продукта;
2. Усовершенствование политического продукта;
3. Удовлетворение потребностей политического рынка.

Первая стратегия состоит в том, что определяется политический продукт, который необходимо продать. Для этого выделяются его положительные стороны, способные привлечь электорат (покупателя продукта). Под положительными сторонами подразумеваются выигрышные качества политика, интересные электорату. Вторая стратегия – это требование усовершенствовать качества продукта, то есть улучшить характеристики политика, возможно даже изменить некоторые из них. Данная стратегия подразумевает обучение политика, его учат правильно одеваться, говорить, вести себя на публике. Суть третьей стратегии состоит в создании имиджа, который будет пользоваться поддержкой и популярностью. Поэтому стратегия удовлетворения потребностей политического рынка заключается в анализе потребностей населения и поиске кандидатуры политика, подходящего к данным запросам. Активную роль играют консалтинговые компании, которые «проводят социологические исследования с целью выявить электоральные потребности населения»[144]. Благодаря этому

[140]Там же. С. 34.
[141]Елагина Ю. Указ. соч. С.15.
[142]Там же.
[143]Мельниченко Д.В. Стратегии формирования имиджа политического лидера // Бюллетень науки и практики. 2016. № 5. С. 249.
[144]Мельниченко Д.В. Указ. соч. С. 250.

политический лидер получает преимущества, он хорошо ориентируется на политическом рынке и имеет преимущество перед конкурентами. «Выбор верной стратегии позволяет политику получить долговременный успех, не зависящий от внешних обстоятельств» - утверждает Д.В. Мельниченко [145]. Однако выбрав стратегию, её следует проанализировать и проработать, особенно соотнести с личностными качествами политика.

Для эффективного формирования политического имиджа любая имиджевая стратегия должна учитывать репутацию политика, которая складывается из двух составляющих[146]:

1. Устные и письменные выступления политика;

2. Печатные и устные высказывания других о политике.

Подобно литературной репутации для политической репутации важно учитывать социальную политическую и гуманитарную позицию автора выступлений, так как она указывает на приверженность политика определённому кругу общества и соответственно, определяет политический курс по выражения их интересов и реализации задач. Через литературу, выступления, журналистские репортажи создаётся самоимидж - представление политика о самом себе [147]. О коммуникативной сущности имиджа размышляет А.Н. Жмыриков, вводя понятия первичного, вторичного и идеального имиджа. «Первичный имидж - комплексное представление о конкретном политическом лидере как индивиде, личности, субъекте политической деятельности, отраженное в сознании избирателей по результатам первичного знакомства. Идеальный имидж — это усредненное представление электората о качествах желаемого лидера. Идеальный имидж никогда не может быть реализован наяву. Вторичный имидж возникает только в процессе конкурентной борьбы

[145]Там же.

[146]Рейтблат А.И. Как Пушкин вышел в гении. Историко-социологические очерки о книжной культуре пушкинской эпохи. М.: Новое литературное обозрение. 1997. С. 52.

[147] Фадеева Л.А. Политическое лидерство в современном мире: учебное пособие / Л.А. Фадеева, М.А. Старков. Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2020. С. 79.

нескольких политических лидеров. Это отражение в сознании электоральной группы компромисса между стремлением обрести лидера, образ которого зеркально повторяет идеал, и желанием избежать лидера, образ которого в наибольшей степени противоречит идеальному представлению»[148].

Формирование политического имиджа находится в плоскости нескольких научных дисциплин: социологии, политологии, культурологи, психологии. Имиджевые стратегии основываются на соотношении психологических и социологических характеристик. «На психологическом уровне образ кандидата, как правило, соответствует одному из распространенных образов-архетипов»[149], определяющем конкретную схему поведения. При этом общественность также принимает соответствующие архетипу правила поведения. Например, у архетипа «доброго царя» всегда есть недобрые противники, с которыми он борется. Обязательно должны появиться «добрые силы», которые помогают правителю победить на радость народу. При реализации данного архетипа имиджевая стратегия подразумевает эмоциональную сопричастность народа к победе политика, «в одиночку повергающему номенклатурные твердыни»[150]. Совершенно другая стратегия должна использоваться при выборе архетипа «добрый молодец» или «богатырь», который борется со злом «со товарищи» (с партийцами-единомышленниками). Соответственно каждая стратегия учитывает индивидуальные личностные качества политика, предлагает соответствующую биографию. «Основная проблема состоит в том, чтобы сам политик, безусловно, верил в предложенную им интерпретацию событий и своей роли в ней»[151]. Так как от этого будет зависеть успешность политического имиджа, народ должен поверить политику, а он верить, что от поддержки его людьми и собственной активной деятельности зависит судьба социума. Так, в

[148]Жмыриков А.Н. Психология политического лидерства в современной России. -Н. Новгород: Нижегородский гуманитарный центр, 1999. С. 43-44.
[149]Общая и прикладная политология: Учебное пособие / Под общей редакцией В.И. Жукова, Б.И. Краснова. М.: МГСУ, Издательство «Союз», 1997. С. 914.
[150]Общая и прикладная политология: Учебное пособие. С. 420.
[151]Там же. С. 915.

результате комбинации социальных характеристик и психологических архетипов, формируется политический имидж.

Подводя итог, следует отметить, что сложность процесса формирования политического имиджа приводит к поиску наиболее эффективных стратегий формирования имиджа политика. Имиджевые стратегии зависят от выбора типов имиджа. На сегодняшний день существуют различные стратегии формирования политического имиджа.

▪ В зависимости от выбранного имиджа имиджевая стратегия может быть индивидуальной или социальной.

▪ В зависимости от этапов формирования имиджа: стратегия индивидуализации, стратегия акцентуации, стратегия продвижения.

▪ В зависимости от использования возможностей Интернета: стратегия преимущественного использования Интернета и вспомогательного использования Интернета для формирования политического имиджа.

▪ Маркетинговые стратегии:

1. Продажа политического продукта;
2. Усовершенствование политического продукта;
3. Удовлетворение потребностей политического рынка.

1.4. Имидж и репутация как смежные понятия: сходство и различие

Имидж и репутация направлены на формирование уровня доверия и общего отношения общества к политику. Несмотря на то, что эти два понятия тесно связаны друг с другом, отождествлять их нельзя. Понятие имиджа было рассмотрено в предыдущих параграфах и сделан вывод, что ключевыми в определении «имиджа» являются слова «образ» и «портрет». Для понимания общих черт сходства и различия понятий имиджа и репутации, необходимо остановится на характеристики термина «репутация».

Слово «репутация» появилась в России в петровскую эпоху, но в постоянное употребление вошло только в начале XIX века[152]. Интересно, что изначально слово «репутация» не получила широкого распространения, чаще употреблялись такие иностранные слова, как «авторитет», «ранг», «инструкция». В ряде административных терминов, по наблюдению составителя словаря иностранных слов, вошедших в русский язык в эпоху Петра I, Н.А. Смирнова, нет слова «репутация»[153].

Определение термина репутация дано во многих словарях, включая современные, и имеет достаточно широкое толкование. Для понимания сути определения термина «репутация» представим определения, данные в словарях в виде таблицы.

Таблица 2

Определение термина «репутация», данное в словарях

Год	Автор	Определение понятия репутация
1865	А.Д. Михельсон	«честь, доброе имя»[154]
1894	А.Н. Чудинов	«добрая или худая слава о человеке; общественное мнение о человеке, об учреждении»[155] С. 654.
1907	М. Попов	«мнение, сложившееся в обществе о данном лице, молва, слава»[156]
1907	Ф. Павленко	«то же, что реноме, но в применении преимущественно к частному лицу, именно к достоинствам (хорошая репутация) или недостаткам (дурная

[152] Крюкова Ю.Е. Репутация: этимология понятия и поиск социально-философских оснований анализа. К постановке проблемы // Пространство и Время. 2015. № 3 (21). С. 135.
[153] Там же.
[154] Михельсон, А.Д. Объяснение 25 000 иностранных слов, вошедших в употребление в русский язык, с означением их корней / Сост. по словарям: Гейзе, Бешереля, Брокгауза, Александра, Рейфа и др. Михельсон. М.: А.И. Манухин, 1865. 718 с.
[155] Чудинов А.Н. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка. М.: Издание В.И. Губинского, 1894. С. 654.
[156] Попов М. Полный словарь иностранных слов, вошедших в употребление в русском языке. М., 1907. С. 240.

		репутация) личным и профессиональным»[157]
1949	С.И. Ожегов	«общественная оценка, общее мнение о качествах, достоинствах и недостатках кого-чего-нибудь»[158]
1999	П.Я. Черных	«Установившееся общественное мнение о ком-либо, о чьей-либо деятельности»[159]
2000	Т. Лоурсон, Д. Гэррод	«термин, отражающий положение индивида в обществе, а также обозначающий субъективное чувство уважения, возникающее в связи с таким положением»[160]

Как видно из приведённых энциклопедических определений, репутация — это понятие, отражающее общественное мнение в отношении конкретного субъекта. В современное время появился целый ряд понятий, отвечающий особенностям применения слова «репутация». Например, «деловая репутация» или «корпоративная репутация» - понятия, применяемые в бизнесе[161]. По определению С.В. Горина, деловая репутация — это «общее сложившееся мнение о качествах, достоинствах и недостатках организации в сфере делового оборота, которое определяет отношение к ней внешней среды и может приносить сверхнормативную прибыль»[162].

Деловая репутация политика заключается в его профессиональных качествах, уровне ответственности и успехах в выполнении задач и обещаний, данных гражданам страны. Имидж и репутация - понятия, определяющие успех

[157] Павленков Ф. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка / Составлен по Энциклопедическому Словарю Ф. Павленкова, с соответствующими сокращениями в объяснении слов и добавлениями в их числе. 2-е изд. СПб., 1907. С. 160.
[158] Толковый словарь Ожегова // Энциклопедии & Словари. [Электронный ресурс]. URL: http://enc-dic.com/ozhegov/Obraz-19448/ (Дата обращения: 14.04.2025).
[159] Черных П.Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: В 2 т. Т. 2. М.: Русский язык, 1999. С. 464.
[160] Лоусон Т., Гэррод Д. Социология. А-Я: Словарь-справочник. Пер. с англ. К.С. Ткаченко. М.: Фаир-Пресс, 2000. С. 393.
[161] Крюкова Ю.Е. Репутация: этимология понятия и поиск социально-философских оснований анализа. К постановке проблемы // Пространство и Время. 2015. № 3 (21). С. 134.
[162] Горин С.В. Деловая репутация организации. Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. С. 25.

карьеры политического деятеля. При этом невозможно наверняка сказать, что из них важнее, так как на различных этапах деятельности политика имидж и репутация играют определяющую роль. Для понимания различий данных терминов необходимо обратиться к научным исследованиям. А. Серов утверждает, что имидж — это продукт, создаваемый самим политиком или компанией, который нравится им и общественности. Репутация представляет собой отклик общества на данные действия[163]. С данной точкой зрения согласны многие отечественные исследователи: А.Е. Богоявленский, А. Чумиков, Е. Бочаров[164]. Суммировав их рассуждения, можно сделать вывод, что имидж — это внешняя коммуникация, основанная на эмоциональном воздействии. «Репутация – это рассудочное восприятие, приобретенное оценочное знание путем многосторонней (опосредованной и прямой) коммуникации»[165].

Таким образом, явное отличие, на которое указывают отечественные исследователи - особенность восприятия:

- Эмоциональное восприятие - основа имиджа;
- Рациональное восприятие - основа репутации.

Второе отличие состоит в самом процессе формирования имиджа и репутации. Репутация складывается годами, а имидж создаётся и изменяется относительно быстро, особенно в современное время, когда можно задействовать цифровые технологии и искусственный интеллект. Отличается и последовательность формирования имиджа и репутации. Е.А. Дагаева отмечает: «…имидж первичен - именно он закладывает фундамент для формирования репутации организации»[166]. Образное сравнение имиджа и репутации дают Ф. Кошмарова и Г. Кузнецова: «Репутация вмещает в себя имидж - как крупная

[163] Серов А. Страшные тайны PR. Записки PR-консультанта. М.: Питер, 2004. С.66.
[164] Чумиков А.Н. Имидж - репутация - бренд: традиционные подходы и новые технологии: сборник статей / А.Н. Чумиков – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015. 106 с.; Богоявленский А.Е. Понятия «имидж», «репутация» и «образ» в контексте «Критики чистого разума» И. Канта // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2004. № 5-6 (48-49) С. 57-62.
[165] Дагаева Е.А. Сравнительный анализ понятий «имидж», «деловая репутация» и «бренд» // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2008. № 1. С.93.
[166] Дагаева Е.А. Указ. соч. С. 93.

матрёшка вмещает в себя более мелкую»[167]. А.Е. Богоявленский считает, что различие имиджа и репутации демонстрирует пословицы «Встречают по одёжке, а провожают по уму»[168]. Первая часть пословицы («встречают по одёжке») демонстрирует суть имиджа, представляющую собой внешнее восприятие. Вторая часть пословицы («провожают по уму») свидетельствует о целом восприятии человека, включая его внешность, поведение, речь, что и составляет репутацию. Для характеристики имиджа и понимания его отличия от репутации подходит и другая пословица - «Внешность обманчива». Даже при удачном имидже, поступки политика приводили к негативным последствиям и формированию отрицательной репутации.

Таким образом, имидж надо приводить в соответствие, а репутацию улучшать. Другими словами, управлять репутацией можно после того как сконструирован имидж: «управление репутацией — это вторичный процесс управления уже раскрученных отдельных, но пересекающихся информационных потоков, управление имиджем — это первичная настройка массового сознания путем семиотического кодирования информации в единичном объекте»[169]. Различия терминов «имидж» и «репутация» представлены в таблице 3.

Таблица 3

Различия между репутацией и имиджем

Критерии	Имидж	Репутация
Ключевые слова	«Образ», «Портрет»	«Оценка», «Мнение»
Источник формирования	Внешнее воздействие – СМИ, имиджмейкеры. Внутреннее воздействие (собственные усилия) - речи, манеры, одежда, привычки и др.	Общественное мнение, основанное на конкретных поступках политика

[167] Кошмаров Ю.Ф., Кузнецов Г.С. Новые подходы к избирательным технологиям. СПб.: Питер, 1999. С. 6.

[168] Богоявленский А.Е. Понятия «имидж», «репутация» и «образ» в контексте «Критики чистого разума» И. Канта // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2004. № (48-49). С. 57.

[169] Татаринова Н.В. О понятии «имидж» и его отличии от сходных с ним понятий «образ», «репутация», «стереотип» // Филологические науки: Вопросы теории и практики (Тамбов). 2009. № 2. С. 253.

Сроки формирования	Быстрое создание, но может быть недолговечен	Длительный период формирования, но устойчива
Характер	Искусственный характер	Отражает реальную картину событий
Сфера воздействия	Эмоции	Разум, логическое восприятие
Задача	Выделится из массы, заинтересовать электорат	Создать доверие к политику и его деятельности
Особенности	Легко создаётся и корректируется	Длительно формируется и трудно меняется

Таким образом, можно выстроить последовательность формирования имиджа и репутации. В обществе укореняются определённые стереотипы, под воздействием устойчивых стереотипов формируется образ. Имидж формируется целенаправленно, в отличие от образа, который складывается стихийно. Имидж и образ — разные сущности. Как справедливо отмечается в монографии под редакцией В.Л. Музыканта, образ представляет собой реально существующее положение дел со всеми его достоинствами и недостатками, тогда как имидж — это целенаправленно конструируемое представление, которое может быть как правдивым, так и ложным[170]. Сходные подходы к разграничению этих понятий разрабатывались и в трудах Ю.П. Буданцева, в частности в монографии «Системность массовых коммуникаций: фейк-ньюс как современный медиафеномен»[171]. Именно с этим феноменом и работает имиджмейкер[172]. Благодаря искусственным целенаправленным манипуляциям на основании стереотипов и сложившихся образов, формируется имидж. И уже затем формируется репутация «как следствие образа, имиджа и представляет собой сложившееся мнение в сознании людей, их реакцию на данный объект»[173].

Связь понятий имиджа, образа, мнения и репутации можно проследить в определённой причинно-следственной последовательности: сначала на основании эмоционально-эстетических установок складывается образ, затем формируется мнение на основании оценочных суждений, что становится

[170] Системность массовых коммуникаций: образы «свой-чужой» в инфодемии / Г.А. Бордюгов, В.Л. Музыкант, Е.А. Котеленец и др.; ред. В.Л. Музыкант, В.В. Барабаш. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2021. С. 109-113, 115-119.

[171] Системность массовых коммуникаций: фейк-ньюс как современный медиафеномен / В.Л. Музыкант, В.В. Барабаш, Ю.П. Буданцев и др.; под ред. В.Л. Музыканта, В.В. Барабаша. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2023. 316 с.

[172] Музыкантов Е.Т. Специфика формирования имиджа политического деятеля (на примере У. Черчилля) // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере: материалы XIV Международной научно-практической конференции. М. - Пенза: ПГТУ, 2022. С. 252.

[173] Там же. С. 254.

основой имиджа. С течением времени на подготовленном «фундаменте» формируется репутация[174].

Репутация также как и имидж формируется с помощью технологий. Профессор А.Ю. Трубецкой исследовал репутацию политика до и после применения репутационных технологий. В итоге репутация политика изменилась[175]:

▪До применения репутационных технологий избиратели характеризовали политика как ответственного и надёжного человека, крепкого хозяйственника;

▪После - как компетентного и убедительного руководителя.

Для любого политика важно поддерживать позитивную репутацию, которая базируется на следующих факторах[176]:

1) ценностные ориентации - придерживаться основных ценностных установок общества, которые являются постоянными для человека;

2) корректировка имиджа - для сохранения положительной репутации необходимо своевременно менять имидж;

3) сохранение репутации - репутация легко разрушается, но восстанавливается сложно, а иногда это практически невозможно.

Имидж и репутация политического деятеля имеют и схожие черты. Во-первых, с помощью имиджа и репутации формируется целостный образ политика. Создание имиджа и репутации используются специальные технологии, основанные на общих принципах[177]:

1) соответствие ожиданиям и требованиям электората;

---

[174] Спичева Д.И. Имидж как коммуникативно-управленческий феномен: социально-философский анализ: автореферат….. кандидата философских наук: 09.00.11. Томск, 2014. С. 11.

[175] Трубецкой А.Ю. Категория репутации в социально-политической коммуникации: дис… д-ра психол. наук. М.: МГУ, 2006. С. 99-100.

[176] Шишканова А.Ю. Репутация политического лидера: особенности и технологии формирования [Электронный ресурс]. // Огарёв-Online. 2016. № 7 (72). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/reputatsiya-politicheskogo-lidera-osobennosti-i-tehnologii-formirovaniya/viewer (дата обращения: 16.02.2026).

[177] Ачкасова В.А., Корнеева К.В. Репутация и имидж власти. Медиастратегии формирования // Управленческое консультирование. 2017. № 1. С.164.

2) постоянная корректировка имиджа и поддержание положительной репутации.

Во-вторых, имидж и репутация имеют общую цель: сформировать узнаваемый, положительный образ политика, которому доверяет электорат. В-третьих, формирование и поддержание имиджа и репутации поддерживается с помощью общих PR-инструментов и медиастратегий. Подводя итог, можно сказать, что имидж и репутация тесно взаимосвязаны. Их можно рассматривать как переход от «желания» к «реальности», «имидж и репутация призваны дополнять и усиливать друг друга, но ни в коем случае противоречить друг другу»[178].

Австралийский эксперт по управлению имиджем и корпоративной репутаций Грэм Даулинг представил взаимосвязь репутации и имиджа в виде пирамиды «Имидж и Репутация» (см. рис. 1).

Рисунок 1 – Формирование имиджа и репутации[179]

[178] Коньков А.Т., Сарбаа Л.Н. Соотношение понятий «репутация», «имидж», «бренд» и «паблисити» // Гуманитарный научный вестник. 2020. № 10. С. 246.
[179] Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. Пер. с англ. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2003. С. 173.

На представленном рисунке наглядно показано как имидж перерастает в репутацию. Началом формирования имиджа является стадия «узнавания». Вершина пирамиды – «утверждение» и «рекомендация» являются стадией утверждения репутации. Однако надо понимать, что всякий узнаваемый имидж политика может обеспечить ему положительную репутацию. Вопрос формирования репутации достаточно хорошо исследован в отечественной литературе, особенно технологии формирования политической репутации. По мнению Л.Я. Сухотерина и И.В. Юдинцева для быстрого создания позитивного образа политика необходимо показать населению эффективность его деятельности, особенно в решении проблем и устранении конфликтов[180]. В основе данного подхода формирования репутации политика лежит технология манипуляции общественным сознанием. Зачастую на формирование необходимого имиджа уходят значительные ресурсы, но успех будет только при условии учёта личных качеств политика. В контексте доминирующих личностных качеств политика может быть сформирован один из типов репутации. Самой быстрой является мифическая репутация, созданная искусственно и чаще всего используемая во время выборов. Реальная репутация формируется на протяжении всего периода политической карьеры и отражает положительные и отрицательные качества личности политика. Так же можно выделить одномерную и многомерную репутацию. Самой сложной является многомерная репутация, так как она строится на основании учёта мнения различных групп электората. При этом учесть мнения всех сложно, политик будет вызывать симпатию или антипатию у большинства, поэтому репутация получится неоднозначной. Одномерный тип репутации не предполагает двойных трактовок, поэтому она самая простая[181]. В современных условиях при выборе

[180] Сухотерин Л.Я., Юдинцев И.В. Информационная работа в государственном аппарате. М.: Европа, 2007. С. 209.

[181] Шишканова А.Ю. Репутация политического лидера: особенности и технологии формирования // Огарёв-Online. 2016. №7 (72). [Электронный ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/reputatsiya-politicheskogo-lidera-osobennosti-i-tehnologii-formirovaniya/viewer (дата обращения: 16.02.2026).

технологии построения политической репутации важно учитывать современную глобализацию и возможности информационных технологий.

Таким образом, следует отметить, что имидж и репутация - взаимосвязанные понятия, но имеют и отличительные черты. В определении имиджа ключевым является слово «образ», в репутации - «оценка» и «мнение». В качестве отличий можно выделить следующие аспекты:

- особенности, источники и сроки формирования;
- эмоциональное воздействие;
- поставленные цели и решаемые задачи.

Имидж позволяет политику выделиться из массы, стать узнаваемым, а репутация - сформировать доверие к деятельности политика. В целом, у имиджа и репутации общая задача – помочь успешной политической карьере.

Имидж и репутация – необходимые показатели для политика, определяющие его политическую карьеру.

Подводя **итоги первой главы**, отметим.

1. Единого понимания термина «политический имидж» в научном мире сегодня нет. Существуют разные подходы к определению понятия и структуры политического имиджа, имеющиеся в различных научных дисциплинах. В связи с этим сложно дать одно комплексное определение, позволяющее раскрыть понятие имиджа. В политическом контексте имидж понимается как целенаправленно сформированное представление о политике, внедренное в сознание электората. Политический имидж имеет две важнейшие черты: манипулирование общественным сознанием и стереотипность.

2. Структура политического имиджа является многоуровневой и включает три основных характеристики: персональные, социальные и символические. В современное время имидж воспринимается как необходимое условие для успешной профессиональной деятельности в любой профессиональной сфере,

так как большинство профессий связано с категорией «человек-человек». Тем более разработка имиджа важна для политиков, карьера которых зависит как от конкретных результатов их работы, так и от степени доверия электората. Важно, чтобы электорат специально сформированную модель политического имиджа воспринимал как желаемую, соответствующую его собственным внутренним представлениям.

3. Понятия «имидж» и «образ» часто отождествляются, но отличия есть: образ реализуется в понятие, а имидж реализуется в понимание. Политический имидж в современное время является важной составляющей геополитического пространства. На имидж лидера страны оказывает влияние различные субъекты глобального политического процесса. Поэтому внешнее воздействие также может быть важным фактором при формировании имиджа политика.

4. Выделены следующие факторы формирования политического имиджа:

1) Личностные качества (личный бренд);

2) Непосредственное общение;

3) Роль СМИ в представлении политика аудитории;

4) Исторические события;

5) Выбор технологий формирования имиджа.

5. Анализируя пути формирования имиджа политика, следует особо учитывать роль СМИ, особенности международной обстановки и личные качества политика.

6. Выделены три этапа формирования политического имиджа:

1) Поиск и определение целевой аудитории, на которую будет направлено внимание политика;

2) На основании целей и задач, соответствующих запросу электората, формируется политический имидж;

3) Поиск каналов коммуникаций и трансляция сформированного имиджа политика с помощью СМИ.

7. Сложность процесса формирования политического имиджа приводит к поиску наиболее эффективных стратегий формирования имиджа политика.

Имиджевые стратегии зависят от выбора типов имиджа. На сегодняшний день существуют различные стратегии формирования политического имиджа.

1. В зависимости от выбранного имиджа имиджевая стратегия может быть индивидуальной или социальной.

2. В зависимости от этапов формирования имиджа: стратегия идивидуализации, стратегия акцентуации, стратегия продвижения.

3. В зависимости от использования возможностей Интернета: стратегия преимущественного использования Интернета и вспомогательного использования Интернета для формирования политического имиджа.

4. Маркетинговые стратегии: продажа политического продукта; усовершенствование политического продукта; удовлетворение потребностей политического рынка.

ГЛАВА 2. СТРАТЕГИИ СОЗДАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА У. ЧЕРЧИЛЛЯ: ИМИДЖ КАК СОБСТВЕННЫЙ КОНСТРУКТ И ИМИДЖ КАК МЕДИАОБЪЕКТ 1899-1939 г.

2.1. Биографический контекст: ключевые этапы политической карьеры Черчилля

Самый знаменитый англичанин XX века Уинстон Черчилль, начав политическую карьеру в возрасте 25 лет, не сходил с политической арены до конца жизни, полвека определяя политическую жизнь Британского Королевства. Его карьера не была безоблачной, то стремительно взлетала вверх, то столь же молниеносно шла вниз. Но сам факт прихода его в политику был удивительным и являлся заслугой лично У. Черчилля, сумевшего создать к самому сложному периоду в истории XX века - началу Второй мировой войны, имидж успешного политика. Он сам говорил, что успех – *«это бесконечный переход от одного поражения к другому без утраты энтузиазма»*[182].

У. Черчилль родился в аристократической семье герцогов Мальборо в 1874 г. и, как было принято в то время, отдан на попечение няни, которая занималась воспитанием подвижного и чрезвычайно упрямого маленького Черчилля. Последующее обучение в школе только усилило его бунтарские качества и желание отстаивать своё мнение: Черчилль-ученик занимался исключительно тем, что ему нравилось, не признавал классические языки (латинский и греческий), не любил математику. Даже будучи министром финансов, он с неохотой производил необходимые расчеты. У. Черчилль за саботаж школьных порядков часто подвергался наказанию розгами, что в итоге сформировало у него глубокое убеждение в том, что власть школьных учителей не сравниться с властью ни одного премьер-министра.[183]

Дальнейшее обучение будущего политика было продолжено в военном училище Сэндхерст, после окончания которого, У. Черчилль начал военную

[182]Шестаков В.П. Уинстон Черчилль: интеллектуальный портрет. - М.: Форум, 2011. С. 5.
[183] Якушин Д.А. Механизм формирования и продвижения имиджа политического лидера в западных демократических системах // Экономические и социально-гуманитарные исследования № 1 (1). 2014. С. 153.

службу в 4-м гусарском полку. С 1895 по 1898 гг. он служил военным на Кубе, в Египте, Индии, при этом он исполнял долг военного и был корреспондентом «London Daily Telegraph», для которой сделал за два месяца полторы дюжины репортажей. Благодаря содействию матери У. Черчилля в Англии был опубликован двухтомник статей об этом периоде службы. Книги и публикации в газете принесли У. Черчиллю триста фунтов[184].

По возвращению в Лондон, У. Черчилль начинает свою политическую карьеру, деньги на которую он заработал сам благодаря своему литературному труду. Но следует отметить, что будущий политик за 4 года военной службы сумел создать и легенду, которая играет большую роль в политической карьере каждого политика и помогает ему уверенней держаться «на плаву»[185]. Для легенды чаще всего берут яркий факт из биографии политика или придумывают. Этот момент отражён в нашей статье «Специфика формирования имиджа политического деятеля (на примере У. Черчилля)». Для У. Черчилля ярким фактом в биографии была служба корреспондентом на англо-бурской войне, когда он попал в плен, сумел сбежать и буквально чудом спастись, вернувшись на родину настоящим героем. Легенда У. Черчилля - солдат своего народа, именно так его воспринимали соотечественники. Данный факт, безусловно, помог двадцатишестилетнему Черчиллю стать депутатом от консервативной партии в 1900 году[186]. Вот какую информацию 10 июля 1900 г. опубликовал журнал Vanity Fair после возвращения его из Южной Африки: «Он умный человек и имеет мужество отстаивать свои убеждения. Он умеет писать и умеет воевать. Он с юных лет стремился в политику, и, вероятно, поэтому все его достижения - военные или литературные - имеют политическую подоплеку. Он порядочен и гордится тем, что он, скорее прагматик, нежели денди; он

[184] Блэк С. PR: международная практика. М.: Издательский дом «Довгань», 1997. С. 138.
[185] Иванова А.А., Семеренко А.С. Специфика формирования политического имиджа // Электронный вестник Ростовского социально-экономического института. 2016. № 2. С. 79.
[186] Музыкантов Е.Т. Специфика формирования имиджа политического деятеля (на примере У. Черчилля) // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере: материалы XIV Международной научно-практической конференции. М. – Пенза: ПГТУ, 2022. С. 252.

амбициозен и намерен добиться своих целей. Он любит свою страну, но вряд ли станет рабом какой-нибудь партии»[187].

У. Черчилль начинал политическую карьеру в рядах партии консерваторов, но в 1904 г. он перешёл к либералам. Это был осознанный поступок, в целях продвижения по политической лестнице. У. Черчилль сделал ставку на необходимость экономии средств, не тратить их на армию, а обратить на нужды трудящихся. Это не значит, что политик придерживался левых взглядов, У. Черчилль всегда был убеждённым консерватором, но с целью завоевания авторитета в массах, он выступал поборником народных интересов. В политике У. Черчилль считал возможным лгать и лицемерить. Одно из первых выступлений У. Черчилля против реформы армии с позиций защиты интересов народа было чистейшим лицемерием. Более того, оно было глубоко противоречиво. [188] Делая ставку на флот и отказываясь создавать сильную сухопутную армию, политик ошибался, что показали дальнейшие события. Но в то же время У. Черчилль высоко оценил роль авиации, содействовал созданию танка, по его приказу в 1930-е гг. применялась алюминиевая фольга для ослепления немецких радаров[189]. Самоуверенность была одной из основных черт политика, он считал, что рожден творить историю, что его призвание - править английским народом. Его восхождение к высшим государственным должностям успешно продвигалось: в 1908 году У. Черчилль возглавил совет по внутренней торговле и внутренним делам государства, в 1911 году стал Первым Лордом Адмиралтейства и возглавил британский флот. «Это время было периодом расцвета Черчилля он смог достичь огромных успехов, прилагая для этого колоссальные усилия»[190].

---

[187]Гилберт М. Черчилль: Биография / Пер. с англ. С. Бавина, В. Левина. М.: КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2018. С.12.

[188] Past Prime Ministers. Sir Winston Churchill // The UK Government. (May 2, 2022). [Электронный ресурс]. URL: https://www.gov.uk/government/history/past-prime-ministers/winston-churchill (дата обращения: 02.08.2025).

[189]Бедарида Ф. Черчилль. 7-е изд. М.: Молодая гвардия, 2018.

[190] Кильметова Р.Р., Хохоев К.Л. Политический портрет Уинстона Черчилля // Право и государство: право и практика. 2018. № 8 (164). С. 72.

С началом Первой мировой войны продвижение по карьерной лестнице У. Черчилля было приостановлено. У политика было своё видение начала военных действий, У. Черчилль считал, что для Германии было бы более выгодно напасть не на Францию, а на Россию: «Тогда Германия могла бы обратиться за помощью к Англии, чтобы локализовать борьбу, и, вероятно, Англией были бы сделаны доброжелательные усилия к этому… Ни Бельгия, ни Англия не вступили бы в войну» [191]. Но в процессе боевых действий У. Черчилль активно продвигал союзнические идеи, отстаивая активную роль Великобритании в борьбе с Германией. Такой идеей стал, разработанный им, Дарданелльский проект: английский флот захватывает Константинополь, устанавливая контроль над черноморскими проливами. «Но операция в Дарданеллах провалилась, и У. Черчилль принял на себя основной удар обвинений, который выбил его с политической арены на длительное время» - пишет историк А. О. Плешко[192]. В правительство он смог вернуться только в 1917 году. Следует обратить внимание, что уйдя в отставку, Черчилль не отказался от карьеры политика. С 1915 года в течение двух лет он сражался на Западном фронте, командовал батальоном Королевских шотландских стрелков. Каждый день он находился на самой линии огня, так как всегда стремился к власти любой ценой, для чего был готов завоевать славу и достичь успеха любыми средствами, в том числе рисковать на полях сражений, поскольку он знал, что это предоставит ему шанс продолжить политическую карьеру.

Вернувшись в британское правительство, У. Черчилль занимал следующие посты:

1917-1918 – министр военного снабжения;

1918-1921 – военный министр и министр авиации;

1921-1922 – министр колоний.

---

[191]Штейн Б.Е. «Русский вопрос» на Парижской мирной конференции (1919–20 гг.). М., 1949. С. 279.

[192]Плешко А.О. Влияние внешнеполитических взглядов и деятельности Уинстона С. Черчилля на отношения между Великобританией и Россией в период 1914-1921 гг.: дисс…. канд. истор. наук: 5.6.2. / Андрей Олегович Плешко. Тюмень, 2021. С. 17.

В этот период он активно занимался подавлением национально-освободительного движения в колониях и организацией борьбы с Советской Россией, показав себя, как непримиримый противник большевизма. У. Черчилль в 1919 году на конференции союзных государств потребовал от США предпринять конкретные действия против России и представить свою стратегию в отношении советского правительства. Однако никаких предложений не последовало, Вудро Вильсон предпочитал наблюдать за развитием ситуации со стороны[193]. Для Черчилля такая ситуация была неприемлема, так как Англия несла большую нагрузку финансовую по оказании помощи антибольшевистским силам. В письме премьер-министру он указывал, что чёткой политику у союзников в отношении России нет, а также нет «какого-нибудь центрального органа для рассмотрения и согласования русского вопроса», что приводит к бессмысленной растрате средств страны[194].

Таким образом, несмотря на то, что У. Черчилль как военный министр отвечал за организацию материальной помощи Белому движению, направлению инструкторов для обучения белогвардейцев, он чётко отстаивал интересы Британии, которая несла значительную финансовую нагрузку. Ненависть к Советской России и убеждения, что с большевизмом следует бороться и уничтожить, У. Черчилль не скрывал, но действовать предлагал, исходя из интересов своей страны. Свои интересы политик также не забывал и действовал в соответствие с ними. Как только У. Черчилль понял, что Либеральная партия сходит с политической арены и проиграет предстоящие выборы в силу того, что полностью провалила внутреннюю и внешнюю политику, он порвал с либералами и вернулся к консерваторам. В 1922 году У. Черчилль оказался вне парламента, победа была отдана его сопернику лейбористу Д. Морелю[195]. В 1924

[193]Черчилль У. Мировой кризис / Пер. с англ.; с предисл. И. Минца. М.; Л.: Государственное военное издательство, 1932. С. 209.
[194] Черчилль У. Как я воевал с Россией / Пер. с англ.; под ред. С. Чертопруд. М.: «Алгоритм», 2017. С. 70-72.
[195]Парапанова М.Н. Уинстон Черчилль о политическом курсе Великобритании в условиях послевоенного кризиса (1919-1922 гг.) // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2023. № 2 (47). С. 114.

году он вернулся к консерваторам, идеология и политика которых всегда были близки Черчиллю. *«Черчилль не либерал. Он не воспринимает либеральных взглядов»*, - говорил лидер партии виги Дэвид Ллойд Джордж[196]. На выборах в 1924 году он сумел обыграть всех конкурентов и вошёл в состав правительства от партии тори. Следует отметить, что У. Черчилль два года не бездействовал, он продолжал укреплять свой политический имидж путём литературного творчества. Черчилль ставил задачу реабилитировать свою деятельность по реализации компании в Черноморских проливах в 1915 году[197]. Он пишет шеститомный исторический и автобиографический труд **«Мировой кризис»**, о событиях Первой мировой войны, первые два тома которого увидели свет уже в 1923 году. М.Н. Парапанова отмечает: «Можно подумать, что автор стремился написать серьезный труд по всемирной истории, но вышла скорее повесть об активном или пассивном участии У. Черчилля в политике внешней и внутренней первой половины XX в.»[198].

После проигрыша на выборах в 1922 году, он стремился остановить критику в свой адрес, восстановить своё имя и репутацию, чтобы продолжить политическую карьеру в будущем. Так и получилось, попав в новый состав правительства от партии консерваторов, У. Черчилль получил должность министра финансов, занимая его с 1924 по 1929 год. Черчилль был человеком действия, любую ситуацию, даже неприятную, он старался обратить в свою пользу. В Америке в 1931 году У. Черчилль едва не погиб, попав под машину. Оказавшись в больнице с 15 переломами, он не расстраивался и не унывал, а работал. В итоге в журнале «Кольерз» была напечатана статья **«Мои нью-йоркские неприятные приключения»**, которое перепечатали почти все американские газеты. В итоге У. Черчилль получил гонорар в размере двух с половиной тысяч долларов, что позволило полностью оплатить три недели

[196] Там же. С. 112.
[197] Пономарев Д.О. «Мировой кризис» У. Черчилля в оценке зарубежной и отечественной историографии (интерпретация событий галлиполийской кампании) // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 32 (170). История. Вып. 35. С. 127.
[198] Парапанова М.Н. Указ. соч. С. 114.

восстановления после больницы на Багамских островах самого политика и его семьи – жены и дочери. И конечно «Черчилль получил отличный промоушн»[199].

В должности министра финансов У. Черчилль провёл ряд важных, по его мнению, реформ, например, в 1925 году финансовая реформа - введение золотого фунта стерлингов. Сотрудники министерства считали министра непрофессионалом, Н. Чемберлену сообщали, что Черчилль «сумасшедший... безответственный ребенок, а не взрослый человек», так как сформированный им бюджет исполнить невозможно [200] . В целом реформы, проводимые правительством, оказались неудачными, и У. Черчилль вместе с правительством ушёл в отставку. На целых десять лет Черчилль был вне правительства, не занимал государственных постов, но продолжал строить свою политическую карьеру. Он много писал, в этот период были созданы такие труды, как шесть томов жизнеописания герцога Мальборо, сборники собственных выступлений **«Шаг за шагом»** и **«Пока Англия спала»** и другие литературные произведения. Так же У. Черчилль продолжал оставаться в политической жизни страны, он активно критиковал политику умиротворения нацистской Германии, которую активно проводил Чемберлен. В 1930-е годы Великобритания столкнулась с серьёзным экономическим кризисом, ослабление финансовой системы и промышленности сказывалось на обороноспособности страны, которая требовала усиления в связи с наращиванием силы нацистской Германии, не скрывавшей своих внешнеполитических амбиций. В этих условиях Невилл Чемберлен провозгласил политику умиротворения Германии, что было ошибкой, которую осознали слишком поздно, когда Вторая мировая война была развязана[201]. В противовес политики Чемберлена У. Черчилль на протяжении всего предвоенного периода 1930-х годов предупреждал о серьёзной угрозе

---

[199] Выдающийся лентяй Великобритании. [Электронный ресурс]. URL: https://platinummag.net/2012/01/vydajushhijsja-lentjaj-velikobritanii/ (дата обращения: 29.07.2025).

[200] Али Т. Уинстон Черчилль: Его эпоха, его преступления / Тарик Али; пер. с англ. Максима Коробова. М.: Альпина нон-фикшн, 2023.

[201] Канун С.Б., Набока Д.Ю. От поражений к триумфу: исторические примеры для современного лидерства // In The World Of Science and Education. 2025. № 15. С. 22.

Британии со стороны агрессивной Германии. У. Черчилль призывал правительство приступить к перевооружению армии и флота, однако его не слышали и не хотели слушать, но события 1939 года показали правоту Черчилля[202]. После Мюнхенского сговора 1938 года общественность стала обращать внимания на предупреждения У. Черчилля. Критика политики Чемберлена на мюнхенском саммите «обеспечила Черчиллю репутацию бесстрашного защитника» интересов Британии[203]. Убеждения Черчилля о «необходимости создания могущественного союза, готового защищать общую свободу» стали разделять многие политики[204]. И в итоге Черчилль вернулся в 1939 году в правительство, в очередной раз став военным министром. Это был очередной успех в политической карьере политика, который он понимал, как «умение двигаться от одной неудачи к другой, не теряя энтузиазма»[205]. После заключения пакта Риббентропа-Молотова Черчилль выразил мнение, что это большая ошибка советского правительства, которая не предотвратит войну. Таким образом, утвердив за собой и признание политической прозорливости. Поведение У. Черчилля всегда было непредсказуемым и непонятным для его окружения. Например, когда в 1939 году все консерваторы игнорировали Россию, Черчилль не отказывался от общения советским послом И. Майским. Американский историк и политолог Стивен Коткин в книге «Сталин: В ожидании Гитлера, 1929–1941» даёт следующую информацию:

▪ Октябрь 1939 г. - У. Черчилль говорит послу И. Майскому, что «очень рад», что прибалтийские республики находятся в сфере влияния СССР, а не Германии[206].

---

[202]Фадеева Т.М. Робертс Э. Черчилль и Гитлер. Тайны лидерства / Пер. с англ. Сергеевой О.И. – М.: АСТ, 2015. – 320 с. // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 5. История. 2017. № 1. С. 126.

[203] Алмонд М. Черчилль и дипломатия саммитов модели военного времени для поддержания послевоенного мира // Ялта-1945: уроки истории. Материалы международной конференции / Сост. Е.А. Бондарева. М.: Астрея, 2020. С. 110.

[204] Фадеева Т.М. Робертс Э. Указ. соч. С. 127.

[205] Канун С.Б., Набока Д.Ю. Указ. соч. С. 21.

[206]Kotkin S. Stalin: Waiting for Hitler, 1929–1941. London: Allen Lane, 2017. P.710.

▪ Ноябрь 1939 г. - У. Черчилль на обеде с советским послом замечает, что британцы не одобряют военные действия СССР против Финляндии, в отличие от него: «Я нахожу ваши требования к Финляндии совершенно естественными и нормальными»[207].

▪ В начале 1940 г. - «Множество иллюзий относительно Советской России рассеялись в эти несколько недель жестоких боев близ Полярного круга», весь мир увидел «на что способен свободный человек…»[208]. В это время Британия готовилась оказать военную помощь Финляндии, высадив войска на севере Норвегии. У. Черчилля не смущали противоречия в своих словах, он всегда действовал в соответствие со сложившимися обстоятельствами. Будучи ярым противником большевизма, он уже в 1938 году отказывается от провозглашённого им антисоветизма перед лицом военной угрозы со стороны Германии, взяв курс на сотрудничество с СССР[209].

У. Черчилль всегда был представителем консервативных кругов Британии, «реакционером» по сути, но он был способен на компромисс, «не замыкаться в рамках антикоммунистического мышления»[210]. Его особенность менять мнение в зависимости от обстоятельства, всегда помогала политику оставаться на вершине политической власти. В сущности, все, что делал У. Черчилль, в той или иной степени служило средством целенаправленного формирования им собственного положительного имиджа внутри своей страны и за рубежом. Для этой цели служили и внешние атрибуты, которые делали узнаваемым политика и напоминали о его величии и успехе. Например, трость, которую всегда носил политик, была подарена ему на свадьбу королём Эдуардом VII и свидетельствовала о признании его заслуг на самом высоком уровне[211]. В его рабочем кабинете в рамке под стеклом висела старая листовка - объявление о

---

[207] Ibid. P.719.
[208] Ibid. P.740.
[209] Эман И.Е. Шестаков В.П. Уинстон Черчилль: интеллектуальный портрет. - М.: Форум, 2011. – 207 с. // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 5. История. 2013. № 2. С. 126.
[210] Алмонд М. Указ. соч. С. 112.
[211] Woodward B. The Choice. How Churchill Won. New York, 1996. P. 314.

вознаграждении за его поимку в размере 25 фунтов. Это было наглядное напоминание об удачном побеге из плена в период работы корреспондентом в Южной Африке во время англо-бурской войны. Именно с этого момента за ним закрепилась слава храбреца и удачливого человека, национального героя[212]. Для этой же цели служили и кубинские сигары, которые навсегда заменили мундштук и сигареты заядлого курильщика.

Итогом политической карьеры У. Черчилля году стал пост премьер-министра, который Британия ему доверила в мае 1940 г. За 39 лет У. Черчилль прошёл путь от члена парламента, представлявшего маленький провинциальный городок до премьер-министра Британского королевства. Проделанный путь был сложным и являлся заслугой самого политика, который всегда был человеком действия, решительным и уверенным в своей избранности. «Уинстон по складу ума очень скоро не сможет быть в кабинете никем иным кроме премьер-министра» - заметил сэр Эдвард Грей[213]. В конце 1930-х годов это было признано Британией.

Таким образом, за 40 лет политической деятельности У. Черчилль достиг вершины политической карьеры, возглавив Великобританию в самый тяжёлый период – Второй мировой войны. Можно выделить следующие этапы становления политика и формирования его политического имиджа:

1. 1895-1899 - период подготовки к политической карьере;
2. 1900-1907– начало карьеры и переход в либеральную партию;
3. 1908-1915 - министерские посты и Первая мировая война;
4. 1917-1929 – возвращение в консервативную партию;
5. 1929-1939 – период оппозиции и возвращения в правительство.

На протяжении всего периода У. Черчилль занимался творческой деятельностью: рисовал, писал статьи, исторические очерки и мемуары. К 1939 году он создал имидж успешного и храброго политика, человека действия. Не

[212] Горчакова В.Г. Имидж. Искусство и реальность. М.: ЮНИТИ, 2012. С. 189-190.
[213] Фадеева Т.М. Робертс Э. Черчилль и Гитлер. Тайны лидерства / Пер. с англ. Сергеевой О.И. – М.: АСТ, 2015. – 320 с. // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 5. История. 2017. № 1. С. 126.

малую роль в этом сыграли его ораторские способности, умения влиять на публику.

2.2. Имиджевые стратегии Черчилля в конструировании собственного медиаобраза

Одной из сильных сторон Черчилль-политика было ораторское искусство, которое было освоено им самостоятельно. Вершиной его ораторства стали 1940 годы, а речь в Фултоне считается вершиной мастерства, положившей начало «холодной войны»[214]. Но становление его ораторского мастерства происходило в период формирования политического лидерства, с 1899 по 1939 год. У. Черчилль разработал свой уникальный стиль ораторского искусства, который генерал де Голль назвал «божественным, демоническим даром политического оратора»[215]. Началом можно считать обучение в Сандхерсте, когда Черчилль развивал навыки письма, записывая свои впечатления в дневник. В 1897 году в журнале «**The Harrovian**» было опубликовано эссе У. Черчилля, в котором он определяет особенности успешного выступления: правильный выбор слов и фраз в речи, ритмичность произнесения речи, наличие убедительной аргументации, использование аналогии и экспрессивность языка оратора[216]. У. Черчилль ещё в юности понял, что для политика важно нравиться публике, поэтому его речь должна соответствовать запросу аудитории. Если проанализировать речи политика, то становится очевидным, что он использовал разные стили, выступая

[214]Humes J. Churchill: Speaker of the Century / J. Humes. - New York: Stein and Day, 1984. P. 64.
[215] Русецкая О.Н., Ямов Н.В. Функционально-стилистические особенности публичной речи. // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. № 48. С. 144.
[216]The Scaffolding of Rhetoric. November 1897 By Winston S. Churchill. [Электронный ресурс]. URL: https://winstonchurchill.org/wpcontent/uploads/2016/06/THE_SCAFFOLDING_OF_RHETORIC.pdf (дата обращения: 30.07.2025).

в парламенте и на радио. Речи в парламенте были более детальными и формальными, выступления на радио – эмоциональными с акцентом на юмор. Рэндольф Черчилль, сын политика вспоминал: «Черчилль допускал голословные обвинения лишь в выступлениях на публике; его речи в палате общин всегда были самым тщательным образом продуманы и аргументированы»[217]. Но все выступления политика запоминались аудиторией и способствовали укреплению политической карьеры У. Черчилля.

Первое публичное выступление было не политика, а военного офицера, когда в 1897 году У. Черчилль возвратился из Индии в отпуск. Но уже тогда речь была тщательно составлена, выучена наизусть и отрепетирована. Анализируя первое выступление **«Пересохшая канава радикализма»,** отмечаем, что У. Черчилль стремился понравиться, заслужить одобрение слушателей. О реакции публики сообщают ремарки в статье[218]:

Аплодисменты - 2

Смех - 2

Одобрительные возгласы и смех - 2

Одобрительные возгласы - 6

Одобрительные восклицания -2

Смех и аплодисменты - 1

Смех и одобрительные восклицания - 1

Громкие одобрительные восклицания - 1

Началом становления политической риторики можно считать первое выступление У. Черчилля в парламенте 18 февраля 1901 год, когда он произнёс речь **«В знак уважения к светлой памяти одного человека».** Выступление было успешным, политик подчеркнул, что представляет народ, а не отдельную партию (тогда он был в рядах консерваторов). Следует отметить, что речь У. Черчилля привлекла внимание как тори, так и оппозиции. На его заявление:

[217]Черчилль У. Никогда не сдаваться! Лучшие речи Черчилля / Уинстон Черчилль; Пер. с англ. - М.: Альпина нон-фикшн, 2014. С. 48.
[218]Там же. С. 27-29.

«Будь я буром, я бы тоже сражался с оружием в руках», ирландские националисты ответили активным одобрением, а консерватор Н. Чемберлен заметил: «Вот так теряют места в парламенте»[219]. Однако, У. Черчилль не собирался покидать парламент, он быстро охладил восторги ирландцев, поддерживающих буров. Политик удивился, что *«уважаемые члены ирландской партии так относятся к войне, которая завершилась победой во многом именно благодаря мужеству, самоотверженности и воинской доблести ирландцев. Война привела к потерям, которые вызывают самое глубокое сожаление. Я сам лишился многих друзей. Но нам нет оснований стыдиться того, что произошло, и мы не имеем права скорбеть и печалиться»*[220]. Первое выступление У. Черчилль завершил благодарностью в адрес отца, что вызвало симпатию у консервативной части членов парламента, приверженных добропорядочным английским традициям.

Во втором выступлении **«Вновь поднимая "истрепанный флаг"»** 13 мая 1901 года, молодой парламентарий подверг критике политику британского правительства, не уделяющего должного внимания развитию военного флота. У. Черчилль заявил, что он поднимает *«истрепанный флаг бережливости и экономии»… так как «материальное благополучие Британии полностью зависит от экономического доминирования наших товаров на мировых рынках и военного господства нашего флота на море»*[221].

В этом выступлении Черчилль впервые не побоялся пойти против собственной партии, что стало началом его оппозиционных настроений и подготовкой перехода в партию виги.

Формирование политического стиля и риторики У. Черчилля за первые 20 лет политической карьеры можно разделить на три периода, которым внук Черчилля, подготовивший сборник его статей, дал яркие и точные названия:

1. 1899-1915 гг. - «Молодой политик»;

---

[219]Гилберт М. Черчилль: Биография / Пер. с англ. С. Бавина, В. Левина. М.: КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2018. С. 12.
[220] Там же.
[221] Черчилль У. Никогда не сдаваться! Лучшие речи Черчилля С. 36.

2. 1916-1929 гг. – «Забвение и искупление»;

3. 1930-1939 гг. - «Годы пустынного одиночества».

Многие исследователи ораторского искусства У. Черчилля отмечали его кропотливую работу по составлению своих речей. Политик сам писал текст выступления, тщательно продумывая все моменты и нюансы, даже в каком месте его могут перебить. На это у него была заготовлена эффектная реплика или шутка. Однажды при выступлении утратив нить повествования, он всегда заучивал текст речи, поэтому его выступления были эффектными и логичными[222]. Благодаря шуткам и использованию литературных примеров слушатели запоминали его речи. Обращает внимание тот факт, что У. Черчилль продолжает критиковать правительство консерваторов в последующих речах в 1902-1903 гг., например, в речи **«Наш военно-морской флот должен быть сильным ради мира во всем мире»** 17 января 1903 года. Черчилль продолжает настаивать на том, что военная реформа потерпела крах и её следует пересмотреть: *«…составленный план реформы совершенно не соответствовал нашим насущным потребностям, а потому не должен был и даже просто-напросто не мог увенчаться успехом! С самого начала он не выдерживал никакой критики, и его провал казался неизбежным»*[223]. Выступления Черчилля находило отклик у парламентариев, оно прерывалось одобрительными возгласами и смехом 11 раз. Такой успех объясняется, скорее всего, справедливостью критики реформы, а также точными фактами и замечаниями, приводимыми выступающим. Например, в речи от 13 мая 1901 года У. Черчилль приводил конкретные цифры расходов на военный бюджет:

1894 - 17 миллионов;

1897 - 18 миллионов;

1899 - 19 миллионов;

1900 - 24 миллиона;

---

[222] Кильметова Р.Р., Хохоев К.Л. Политический портрет Уинстона Черчилля // Право и государство: право и практика. 2018. № 8 (164). С. 71.

[223] Черчилль У. Никогда не сдаваться! Лучшие речи Черчилля С. 39-40.

1901 - 29 миллионов[224].

Призыв оратора развивать военно-морской флот, чтобы он оставался *«сильным ради мира во всем мире»* находил отклик у слушателей, о чём говорят одобрительные восклицания, сопровождавшие речь[225].

31 мая 1904 года У. Черчилль перешёл в либеральную партию, заняв место в оппозиции к своим бывшим соратникам-консерваторам. При рассмотрении его речей становится понятно, что данное решение было не спонтанным, а закономерным и продуманным. Сам политик в речи «**Марионетка плутократии»** 4 июня 1904 года во Дворце Александры заявил, что консерваторы выбрали ошибочный реакционный курс, поэтому в будущем *«консервативную партию ждёт сокрушительное и… абсолютно заслуженное поражение на выборах»* [226]. У. Черчилль оказался прав, сделав ставку на либералов, в правительстве либералов он смог получить первую в своей карьере министерскую должность: заместителя министра по делам колоний. В последующем будут меняться министерства, возглавляемые У. Черчиллем и совершенствоваться его политическая риторика. В нашей статье «К имиджевой стратегии У. Черчилля как политического лидера: габаритные и речевые тактики» отражены особенности его риторики[227]:

- Использование метафор и эпитетов;
- Включение в речь стихотворных отрывков;
- Особое строение речи: повторы, вопросы публике;
- Обращение к истории, античному искусству.

Анализ языковых средств У. Черчилля представлен в работах ряда исследователей. Так, в статье Н.А. Ахреновой и С.Г. Тер-Минасовой, посвящённой эволюции британской политической медиариторики, подробно разбираются метафоры и эпитеты в речах политика. Авторы приходят к выводу,

[224]Черчилль У. Никогда не сдаваться! Лучшие речи Черчилля С. 37.
[225] Там же. С. 42.
[226]Там же. С. 43.
[227] Музыкантов Е.Т. К имиджевой стратегии У. Черчилля как политического лидера: габаритные и речевые тактики // Казанская наука. 2024. № 4. С. 446.

что стилистика выступлений Черчилля строится на преобладании метафор войны и апокалиптических образов, а также на обилии возвышенных, драматичных эпитетов [228] . Особое внимание исследовательницы уделяют синтаксису: сложные развёрнутые предложения и высокий процент сложноподчинённых конструкций создавали эффект основательности и непреложности сказанного [229] . Эти наблюдения дополняются выводами И.В. Черняевой, которая акцентирует внимание на образных сравнениях Черчилля, в частности на метафоре «британского бульдога», которую политик использовал для характеристики политической ситуации в послевоенной Британии[230]. Кроме того, в коллективной статье Г.М. Нурпеисовой, Ш.К. Смагуловой, Б. Назархана и Е. Еспергенова подчёркивается, что многие выражения Черчилля стали прецедентными феноменами, вошли в мировой политический лексикон и до сих пор используются в медиа[231].

Например, очень образно и иронично У. Черчилль охарактеризовал, исходя из своего империалистического мировоззрения, две системы: фашизм и коммунизм. Политик проводит параллель между противоположными полюсами: *«На одном мы видим пингвинов, а на другом - белых медведей» и заключает: «Лично я предпочитаю умеренный климат»*. Тем самым У. Черчилль образно характеризует, как он сам полагал, антидемократичные и авторитарные системы показывая, что для него они не приемлемы. Но в условиях усиления военной мощи и внешнеполитических амбиций Германии, он понимает, что приходит время компромиссов и готов к сотрудничеству с коммунистическим правительством Советского Союза. Речи периода «пустынного одиночества»

---

[228] Ахренова Н.А., Тер-Минасова С.Г. Эволюция политической медиариторики в Великобритании // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2025. Т. 16. № 4. С. 5.

[229] Там же. С. 6.

[230] Черняева И.В. Сила письменного и устного слова в коммуникации У. Черчилля // Человек и язык : Материалы II международной научно-практической конференции, посвященной 100-летию со дня рождения почётного профессора МПГУ Марка Яковлевича Блоха, Москва, 28–29 ноября 2024 года. М.: МПГУ, 2025. С. 5.

[231] Нурпеисова Г.М., Смагулова Ш.К., Назархан Б., Еспергенов Е. Речевое поведение и речевой имидж в политике // Исследователь года 2025. МЦНП «Новая наука», 2025. С. 4–5.

(1930-1939 гг.) были эмоциональны и убедительны, в противовес политики правительства У. Черчилль предупреждал об опасности германского нацизма. Чемберлен и правительство было уверено, что политика умиротворения Гитлера сослужит роль по обеспечении безопасности Великобритании. У. Черчилль считал эту позицию ошибочной, о чём он говорил в выступлениях в парламенте и очень редко на радио, будучи ограниченным в выступлении в эфире. Основные выступления этого периода отражены в таблице 3.

Таблица 4

Хронология выступлений У. Черчилля в 1932-1939гг.

Наименование речи	Дата	Место
«Банды коренастых тевтонских молодчиков»	23 ноября 1932	Палата общин
«Англия»	24 апреля 1933	Королевское общество святого Георгия, Лондон
«Войны начинаются внезапно»	7 февраля 1934	Палата общин
«Германия вооружается»	8 марта 1934	Палата общин
«Вражеские самолеты могут долететь до нас за несколько минут…»	16 ноября 1934	Выступление на радио, Лондон
«Перед нами - путь полный опасностей и невзгод»	31 мая 1035	Палата общин
«Безопасность на море»	25 июля 1935	Харлоу
«Германия… никого и ничего не боится»	март 1936	Заседание комитета консерваторов заднескамеечников, палата общин
«День и ночь в Германии бьют тяжелые молоты…»	26 марта 1936	Палата общин
«Гитлер разорвал все соглашения и занял Рейнскую область»	6 апреля 1936	
Годы, пожранные саранчой»	12 ноября 1936	Палата общин
«Близится самый опасный момент в истории Европы…»	26 ноября 1936	Официальный обед в Новом обществе стран Содружества, отель «Дорчестер», Лондон
Аннексия Австрии	14 марта 1938	Палата общин

«Я наблюдал за тем, как наш славный остров… катится в тартарары»	24 марта 1938	Палата общин
«Спасите человечество от мук»	26 сентября 1938	Лондон
«Полное и безоговорочное поражение»	5 октября 1938	Палата общин
«Тьма сгущается»	16 октября 1938	Выступление по радио для Соединенных Штатов Лондон
«Над Европой воцарилась тишина»	8 августа 1939	

Таблица составлена автором

На протяжении шести лет У. Черчилль отстаивал очень непопулярную в британских политических кругах точку зрения в отношении нацистской Германии. Ещё до прихода Гитлера к власти он увидел опасность от внешнеполитических амбиций Германии, доказывая, что проводимая Чемберленом политика умиротворения является ошибкой. Вот лишь некоторые комментарии У. Черчилля из выступлений разных лет:

1932 - Нельзя допустить усиления военной мощи Германии, разрешить ей перевооружиться. У. Черчилль видит и угрозу со стороны России и предлагает «действовать обдуманно и осторожно».

1933 - Черчилль с большой иронией критикует правительство, которое старается сохранить мир с Германией и придерживается политики умиротворения. Германия представлена в речи как дракон, от которого исходит угроза «старой доброй Англии».

1934 - *«…если мы сами не обеспечим свою безопасность должным образом, то вполне вероятно, что в обозримом будущем … на Лондон обрушатся бомбы, на улицах заполыхают пожары, прольется кровь. Оглушительный грохот орудий и черный дым пепелищ в кратчайшие сроки*

помогут нам оценить все несовершенство нашей системы противовоздушной обороны. Сегодня мы уязвимы так, как никогда прежде»[232].

1935 - *«Чтобы обеспечить национальную безопасность, нам необходимо принять самые срочные серьезные меры по повышению боевой готовности как нашей авиации, так и флота»*[233].

1936 - Находясь в полной политической изоляции, У. Черчилль продолжал доказывать, что правительство консерваторов недостаточно уделяет внимания вопросу обеспечения безопасности страны, особенно указывая на уязвимость Британии перед вражеской авиацией.

1938 - Черчилль поднимает вопрос важности коллективной безопасности перед угрозой фашистской германии: *«Разве коллективная система безопасности — это глупость? Ее отсутствие — вот подлинная глупость». У. Черчилль осудил решения Мюнхенской конференции: «во внешней политике мы потерпели полное и безоговорочное поражение»*[234].

1939 - Ради мира необходимо срочно выработать политику сдерживанию агрессора.

У. Черчилль использовал самые разные ораторские приёмы для убеждения слушателей в своей правоте. Он был эмоционален, прибегал к драматизации, описывая опасность, которая угрожает Англии со стороны нацистской Германии. В статье **«Войны начинаются внезапно»** в 1934 году он говорил: *«…если мы сами не обеспечим свою безопасность должным образом, то вполне вероятно, что в обозримом будущем … на Лондон обрушатся бомбы, на улицах заполыхают пожары, прольется кровь. Оглушительный грохот орудий и черный дым пепелищ в кратчайшие сроки помогут нам оценить все несовершенство нашей системы противовоздушной обороны. Сегодня мы уязвимы так, как никогда прежде»*[235].

---

[232]Черчилль У. Никогда не сдаваться! Лучшие речи Черчилля. С. 154.
[233]Черчилль У. Никогда не сдаваться! Лучшие речи Черчилля. С. 172.
[234]Там же. С. 225-229.
[235]Там же. С. 154.

Надо отметить, что У. Черчилль всегда знал, что он делает, отвечал за каждое своё слово, о чём свидетельствует его письмо накануне Мюнхенской конференции Л. Джорджу в 1938г., в котором есть такие строки: *«Я думаю, что в ближайшие несколько недель нам придётся сделать выбор между войной и позором, и я почти не сомневаюсь, каким будет этот выбор»*[236].

В выступлениях У. Черчилль настойчиво указывал, «что экспансионистская внешняя политика Гитлера должна, в конце концов, привести к войне»[237], поэтому призывал к реализации программы масштабного перевооружения армии и флота. Надо отдать должное упорству Черчилля, умению отстаивать своё мнение, даже в условиях практически полной политической изоляции. «Только 15 марта 1939 г., после того как нацисты вошли на территорию оставшихся в составе Чехословакии земель и оккупировали их, до британского народа стало постепенно доходить, что Черчилль, возможно, был прав в отношении истинных намерений Гитлера»[238]. Только тогда к словам политика стали прислушиваться, у него появились сторонники, разделяющие убеждения о необходимости создания сильного союза против германской агрессии.

Таким образом, в период 1930-1939 гг. политический стиль и риторика У. Черчилля формировалась на фоне осознаваемой им опасности и в корне неверной политики правительства в отношении к Германии. В изменившейся внешнеполитической ситуации Черчилль сумел скорректировать своё отношение к СССР, призывая принять предложение советского правительства о создании системы коллективной безопасности. *«Я никак не могу понять – каковы возражения против заключения соглашения с Россией,…предложенной русским Советским правительством?... Единственная цель союза – оказать*

---

[236] Quotes Falsely Attributed to Winston Churchill. [Электронный ресурс]. URL: https://winstonchurchill.org/resources/quotes/quotes-falsely-attributed/ (дата обращения: 25.05.2023).

[237] Фадеева Т.М. Робертс Э. Черчилль и Гитлер. Тайны лидерства / Пер. с англ. Сергеевой О.И. – М.: АСТ, 2015. – 320 с. // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 5. История. 2017. № 1. С. 126.

[238] Там же. С. 127.

сопротивление дальнейшим актам агрессии и защитить жертвы агрессии. Я не вижу, что в этом предосудительного» - говорит У. Черчилль в выступлении в Палате общин Британского парламента. 19 мая 1939 г[239].

Анализируя выступления в период 1930-1939 гг., отмечаем, что У. Черчилль никогда не терял уверенности, был убеждён в своей правоте и отстаивал свою точку зрения. Эта черта Черчилля была отмечена уже в первые дни его вхождения в парламент. «Не прошло и пяти минут с момента появления Уинстона, как мы увидели, что он сидит, развалившись, надвинув на лоб цилиндр, скрестив вытянутые ноги, глубоко засунув руки в карманы, и оглядывается вокруг так, как будто он был не самым молодым, а старейшим депутатом» - отмечал один из политиков начала XX века[240].

Вся его тактика политической борьбы была направлена на достижения лидерства в партии и правительстве. Для этого он выбирал самый выигрышный способ, так, в самом начале политической карьеры У. Черчилль перешёл из партии тори в либеральную партию. Сделано это было с целью формирования будущей политической карьеры. У. Черчилль говорил, что существуют лишь два способа, как заднескамеечник может сделать себе репутацию: «Первый – выступить на стороне партии с защитой явно провального предложения, второй – атаковать собственную партию» [241]. Следует отметить, что молодой У. Черчилль в своих речах всегда подчёркивал свою решимость взять ответственность за политические решения на себя, что характеризовала его как лидера.

Выступления периода 1900-1939 гг. показывают не только лидерские качества У. Черчилля, но и бесстрашие, он не боялся критиковать своих

[239] Из выступления У. Черчилля в Палате общин Британского парламента. 19 мая 1939 г. [Электронный ресурс]. URL: https://docs.historyrussia.org/ru/nodes/194828-iz-vystupleniya-u-cherchillya-v-palate-obschin-britanskogo-parlamenta-19-maya-1939-g (дата обращения: 02.08.2025).

[240] Медведев Д.Л. 120 лет дебюта Черчилля в парламенте. [Электронный ресурс]. URL: https://dlmedvedev.ru/blogdlm/churchill/120-let-debjuta-cherchillja-v-parlamente/ (дата обращения: 02.08.2025).

[241] Там же.

политических противников. У. Черчилль не стеснялся авторитета своих оппонентов, используя резкие и порой оскорбительные выражения. Несмотря на сформированное общественное мнение, он не боялся отстаивать свою правоту, не страшась оказаться в одиночестве, так как видел в этом первую ступеньку к подъёму на политический пьедестал. Если говорить о политическом стиле и риторике У. Черчилля в этот период, то следует отметить его патриотизм, он всегда апеллировал к национальным чувствам англичан. Особенно когда речь шла о вопросах национальной безопасности и обороноспособности страны.

Таким образом, уже в конце 1939 года У. Черчилль подошёл вплотную к достижению политической вершины. Его стремление к лидерству было реализовано, в мае 1940 года он стал премьер-министром, а общественность восприняла его как лидера способного спасти Британию.

2.3. Роль СМИ и общественных институтов в формировании имиджа Черчилля как политика

Политическая карьера У. Черчилля была тесно связана со средствами массовой информации. Именно СМИ формировали образ Черчилля, как воина, политика и оратора. Под влиянием СМИ было сформировано общественное мнение о политике - настоящем патриоте и борце за свободу и процветание Британии.

Считаем, что следует рассматривать влияние СМИ на формирование имиджа Черчилля в двух направлениях:

1. Журналистская деятельность и публикации статей и репортажей, литературные труды У. Черчилля;

2. Освещение политической деятельности У. Черчилля на страницах газет.

Первые публикации Черчилля-журналиста появились в 1885 году, когда он был военным корреспондентом на Кубе и освещал восстание местного населения

против испанцев. Его репортажи печатались в таких крупных изданиях, как **«Дэйли Телеграф», «Дэйли График», «Нью-Йорк Таймс», «Морнинг Пост»** в течение четырёх лет до 1999 года и послужили трамплином для начала политической карьеры. По журналистским статьям можно проследить путь военного журналиста У. Черчилля:

1885 – Куба: в «Дэйли График» появилась его первая статья: *«Силы повстанцев состоят из лучших представителей островитян, хотя могут без малейшего искажения истины быть названы просто бандой»*[242];

1887 – Пакистан, репортажи о восстании пуштунских племён в Малаканде;

1889 – Северная Африка, статьи о махдистском восстании в Судане;

1899 – Южная Африка, репортажи об Англо-бурской войне.

Публикации У. Черчилля были интересны и профессиональны, поэтому были одобрительно встречены публикой. Читатели оценили его статьи, так как Черчилль писал о том, что видел сам и рассказывал о боях, в которых участвовал. Один из боевых офицеров отмечал: «Уинстон Черчилль -единственное исключение из многих. Он все видит своими глазами и слышит своими ушами»[243]. После побега из бурского плена в 1899 году, «его имя долгое время не сходило с первых страниц газет. Это дало молодому человеку возможность при почти полном отсутствии денег начать политическую карьеру» - пишет внук У. Черчилля[244]. Газеты в 1899 году выходили с заголовками **«Уинстон Черчилль - герой»**, что было лучшей рекламой для будущего политика[245].

В его литературных трудах, которые он начал писать на основании своих репортажей**: «История Малакандской полевой армии»** (1898г), **«Речная война»** (1899 г) – прослеживается литературный талант, который был оценён современниками. Первая книга «История Малакандской полевой армии» была

[242] Николаев Н. Как острое журналистское перо сделало карьеру Уинстону Черчиллю. [Электронный ресурс]. URL: https://londoncult.co.uk/kak-ostroe-zhurnalistskoe-pero-sdelalo-kareru-uinstonu-cherchillyu/ (дата обращения: 04.08.2025).
[243] Гилберт М. Черчилль: Биография / Пер. с англ. С. Бавина, В. Левина. М.: КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2018. С. 141.
[244] Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 25.
[245] Николаев Н. Как острое журналистское перо сделало карьеру Уинстону Черчиллю

издана в количестве девяти тысяч экземпляров, раскупленных в течение года. «Удача улыбнулась дерзкому юноше. Он с удовольствием обнаружил, что деньги и слава могут так удачно сочетаться» [246]. Но особого внимания заслуживает роман У. **Черчилля «Саврола, или Революция в Лаурании»**, вышедший в 1900 году. В романе рассказано о вымышленной стране Лаурании, где народ свергает диктатора, но завоеваниям масс угрожает заговор анархистов. На помощь приходит флот Британии и ликвидирует опасность, спасая страну[247]. Отрывок из произведения дан в Приложении 1.

Биографы Черчилля отмечают, что в образе главного героя автор показал самого себя, свои представления о жизни [248]. Д.Л. Медведев подчёркивал сходство Савролы и Черчилля: «Работа над романом совпала с пробуждением в Черчилле огромной силы, давно дремавшей в его личности и оказавшей впоследствии огромное влияние на его поступки. Речь идет о силе, которая определит его будущие успехи и поражения. Эта сила – амбиции. На страницах романа представлено описание мотивов и стремлений будущего политика: *«Саврола опустился в кресло. Да, это был долгий день, и день унылый. Он был молод – всего тридцать два года, – но уже ощущал на себе печать трудов и забот. Стоит ли это того? Борьба, работа, бесконечная череда дел, жертва столь многим, что делает жизнь легкой, приятной – ради чего? Амбиция - вот главная сила, и он не мог устоять перед ней»* [249].

Роман «Саврола» совершенно очевидно показывает, что 26-летний У. Черчилль был одержим политикой, «даже сегодня этот роман может читаться как... своеобразное пособие по политической борьбе» [250]. Безусловно, У. Черчилль был талантливым писателем, и этот талант он заставил служить своему

[246]Бедарида Ф. Черчилль. 7-е изд. М.: Молодая гвардия, 2018. С. 45.
[247] Черчилль У.С. Саврола / У. С. Черчилль. – М.: Алгоритм, 2012. 361 с.
[248] Мащенко А.П. Большое искусство и большая политика: почему Уинстон Черчилль получил Нобелевскую премию по литературе раньше, чем Эрнест Хемингуэй? // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал. 2020. Том 6 (72). № 3. С. 166.
[249]Медведев Д.Л. Черчилль. Биография. Оратор. Историк. Публицист. Амбициозное начало 1874–1929. / Д.Л. Медведев. – М.: РИПОЛ классик, 2016. С. 308.
[250]Мащенко А.П. Указ. соч. С. 169.

продвижению к политической вершине. Эту задачу выполняли биографические издания: биография отца и биография знаменитого предка «**Жизнь Мальборо»**. В исторических трудах **«Мировой кризис» (The World Crisis) и «Вторая мировая война» (The Second World War)** Черчилль формирует выгодный для него взгляд на описываемые события и свою собственную роль в них.

Таким образом, литературные труды и журналистские репортажи помогли сформировать общественное мнение об У. Черчилле:

- опытный военный;
- удачливый человек;
- проницательный и дальновидный политик;
- человек, способный к решительным действиям.

Популярность литературных трудов У. Черчилля привлекала внимание газет к личности молодого политика. Британская пресса освещала его выступления, начиная с самого первого и до окончания политической карьеры. Ни одного из политиков пресса не удостоила такого внимания, как У. Черчилля. Целый ряд британских газет посвятили свои репортажи первому выступлению У. Черчилля в парламенте. Полностью выступление приведено в Приложении 2.

▪ Газета Morning Post подробно описала аудиторию, которая присутствовала на выступлении молодого парламентария: *«ветераны Либеральной партии Кэмпбелл-Баннерман и Асквит. На дамской галерее находились мать и четыре сестры отца - леди Уимборн, леди Твидмаус, леди Хоу и леди де Ремси – его тетушки Корнелия, Фанни, Джорджиана и Розамунда»*[251].

▪ «Тори Дейли Телеграф»: *«У него была великолепная возможность проявить себя, и он в полной мере сумел ею воспользоваться»*[252]. В репортаже отмечалось, что У. Черчилль говорил *«совершенно свободно, с оживленной*

[251]Гилберт М. Указ соч. С. 12.
[252] Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 27.

жестикуляцией, подчеркивающей его искрометные фразы, он мгновенно овладел вниманием заполненной палаты»[253].

▪ «Дейли Экспресс», говорилось: *«Битком набитый зал палаты общин слушал его речь затаив дыхание»*[254].

▪ Журнал «Punch» посвятил выступлению У. Черчилля весь свой парламентский репортаж: *«Хотя ничто ни в голосе, ни в манере поведения Черчилля не напоминает лорда Рэндольфа, он обладает той же способностью строить отточенные фразы, тем же самообладанием, граничащим, возможно, с самоуверенностью, тем же даром видеть привычные вещи с новой точки зрения и той же проницательностью и уверенностью»*[255].

Надо отметить, что У. Черчилль часто подвергался критике в прессе, так как обычно критиковал общепринятую точку зрения, отстаивал своё видение решения политической проблемы. Первое выступление в парламенте не стало исключением. В репортаже «Daily Chronicle» была подмечена *«шепелявость оратора», но высоко оценена «его яркость и независимость»*[256].

После первой речи в парламенте во многих репортажах печатались протесты консерваторов по поводу слов У. Черчилля: «будь я буром, я бы тоже сражался с оружием в руках». У Черчилля не смутили критические замечания однопартийцев, и в «Westminster Gazette» он ответил: *«Ни одна из сторон не имеет монополии на истину. На основании этого я утверждаю: если дело буров безусловно неправое, то бур, который сражается за него, безусловно прав. И еще более прав тот бур, который проявляет мужество в этой борьбе. Если бы мне, к несчастью, довелось оказаться буром, я бы, безусловно, предпочел быть лучшим из них»* [257] . Эти слова Черчилля очень хорошо характеризуют его, он всегда стремился оказаться в гуще событий, так как финал этих событий мог вынести его на очередную ступеньку политической карьеры.

---

[253] Гилберт М. Указ. соч. С. 12.
[254] Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 27.
[255] Гилберт М. Указ. соч. С. 12.
[256] Там же.
[257]Гилберт М. Указ. соч. С. 12.

Генерал Александер охарактеризовал У. Черчилля как азартного игрока, не имея военного таланта, он стремился быть активным участником военных действий[258]. Каждая из военных кампаний влияла на его политическую карьеру, правда не всегда положительно. У. Черчилль знал и периоды поражений, как, например, провал его Дарданелльского проекта. Газеты активно обсуждали предстоящее наступление, были публикации, в которых Черчилль назывался «провидцем, способным переломить ход войны» [259]. Провал операции в Галлиполии в газетных репортажах охарактеризовали как национальную трагедию, за которую возложили ответственность на У. Черчилля, как инициатора этой операции. Его также называли лично ответственным за огромные человеческие жертвы[260]. В Османской империи в газете **«Эмброс»** писали о *«британском льве, превратившемся в дохлого пса», а в качестве новогоднего подарка предлагали «английскому флоту бумажный кораблик в подкрепление»*[261].

Поражение на фронте отразилось на политической карьере У. Черчилля, он подал в отставку. Его жена Клементина вспоминала: «Я думала, он никогда не оправится от Дарданелл; думала, он умрет от горя» [262]. Черчилль тяжело переживал политический провал, иронично именовал себя «отпущенным на волю козлом отпущения», но в силу своего характера не опускал руки. В этот период у него возникли мысли о возвращении в ряды консерваторов, так как либералы, всё больше сближались с лейбористами, что не соответствовало взглядам У. Черчилля[263].

Вернувшись в правительство, он начал новую компанию критики действий либерального правительства. Противоречия У. Черчилля и Д. Ллойд Джорджа

[258] Тененбаум Б. Великий Черчилль. М.: Яуза, Эксмо, 2011. С. 481.
[259] Плешко А. О. Указ соч. С.18.
[260] Там же.
[261] Петрунина О.Е. Образы европейских государств в пропагандистской кампании в Османской империи в начале Первой мировой войны (по материалам газеты «Эмброс») // Государственное управление. Электронный вестник. Выпуск № 57. Август 2016 г. С. 254.
[262] Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 106.
[263] Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 107.

показаны в периодической печати того времени. Основной темой репортажей были революционные события в России:

▪ газеты **«Times»** от 12 ноября 1917 г. - Ленин начинает терять контроль над ситуацией в стране[264];

▪ газета консерваторов **«Daily Mail»** обещала, что традиционные, буржуазные основы России будут восстановлены[265];

▪ либеральные **«Daily News and Lieder»** и **«The Manchester Guardian»** соглашались с данным утверждением[266].

У. Черчилль вместе с консерваторами был активным сторонником военных действий против правительства большевиков, считали, что нельзя допустить заключения сепаратного мира Советской России и Германии. Репортаж в газете «Daily Chronicle» раскрывает британскую позицию по Брест-Литовскому мирному договору: срыв переговоров заставит Россию воевать с Германией дальше[267].

На парижской мирной конференции У. Черчилль настаивал на открытой военной интервенции против большевистской России, хотя он и опасался, что собрать большую армию будет сложно. Д. Ллойд Джордж был против отправки армии в Россию, он считал, что достаточно поддерживать Белую армию оружием и боеприпасами. Но У. Черчилль настаивал на отправке вооруженного корпуса в Россию: *«Моя точка зрения заключается в следующем: …с момента отправки войск, и пока они находятся там, ответственность за их надлежащее*

---

[264] The Times, 1917, 12 Nov. [Электронный ресурс]. URL: https://www.thetimes.com/tto/archive/article/1917-11-12/8/1.html (дата обращения: 05.08.2025).

[265] Daily Mail, 1917, 9 Nov. [Электронный ресурс]. URL: https://trove.nla.gov.au/newspaper/article/213752596 (дата обращения: 05.08.2025).

[266] Daily News and Lieder, 1917, 12 Nov. [Электронный ресурс]. URL: https://trove.nla.gov.au/newspaper/article/90301989 (дата обращения: 05.08.2025); The Manchester Guardian, 1917, 12 Nov. [Электронный ресурс]. URL: https://en.wikisource.org/wiki/Index:Skyes_Picot,_The_Manchester_Guardian,_Monday,_November_26,_1917,_p5.jpg (дата обращения: 05.08.2025).

[267] Daily Chronicle 1918 4 Jan. [Электронный ресурс]. URL: https://www.britishnewspaperarchive.co.uk/search/results/1918-01-04?retrievecountrycounts=false&mostspecificlocation=angus%2C%20scotland&sortorder=2&page=1 (дата обращения: 05.08.2025).

техническое обслуживание, питание и поддержку лежит на Военном министерстве, и я обязан принять любые меры, которые одобряет военный совет, чтобы убедиться, что наши войска не подвергаются жестокому обращению и не разбиты… я прошу, чтобы решение правительства Великобритании против посылки большего количества людей в Россию было изменено…»[268].

У. Черчилль опять проиграл, большевиков победить не удалось, а английские газеты стали писать статьи с осуждением военной интервенции в Россию. Газета **«Daily Herald»** в 1918 году призвала понять цели русской революции, а в 1919 году - прекратить политику милитаризма[269].

Отмечаем, что в период 1900-1939 гг. газеты по-разному оценивали деятельность У. Черчилля, но сам он всегда старался сотрудничать с прессой, если не как политик, то как журналист. Именно Черчилль-журналист принёс политическую власть Черчиллю-политику в 1940 году. Когда У. Черчилль стал в оппозицию к правительству, указывая на растущую опасность со стороны Германии, только одна газета - «Дэйли Телеграф» печатала его статьи. Другие газеты отказывались его печатать, отражая точку зрения правительства, даже хвалили Гитлера, а особенно политику умиротворения Чемберлена. Причина сотрудничества Черчилля с «Дэйли Телеграф» в 1930-е годы состоит в общности взглядов: отстаивание британских имперских традиций, консерватизм и дружеские отношения Черчилля с владельцем газеты лордом Кэмроузом. Именно в «Дэйли Телеграф» впервые напечатали о наводящих страх маршах светловолосых мужчин и женщин, улицах, пестрящих черно-красными флагами со свастикой, которые лично видел Черчилль во время поездки в Германию.

14 апреля 1938 года на страницах «Дэйли Телеграф» была опубликована его статья о новом бездействующем правительстве Франции, которое не видит опасности и ведёт «*захватывающую политическую игру», а «министры*

[268] Логинов Е.И. Позиция консервативных и либерально-лейбористских кругов Великобритании в отношении Гражданской войны в России. // Viaintempore. История. Политология. 2023. № 50 (3). С.630.
[269] Там же.

сменяются в департаментах, как отдыхающие на пляже Ле Туке»[270]. *«Если падет Франция, падут все, и захват нацистами Европы, а возможно, и большей части мира, покажется неизбежным»* - предостерегал У. Черчилль[271].

Не случайно У. Черчилль стал заметной фигурой на страницах нацистских журналов. Данные визуально-вербальные комплексы представляют собой креолизованные (поликодовые) тексты, в которых вербальный и изобразительный компоненты, взаимодействуя, порождают единый смысл и усиливают воздействие на аудиторию [272] . В 1933 году в номере 41 юмористического журнала Brennessel была напечатана карикатура **«Черчилль и Чемберлен уходят. Рушатся два последние столпа агитации против Германии»** (Приложение 3)[273]. Тогда в нацистской Германии ещё не знали, что позиции Черчилля и Чемберлена разойдутся. В следующем году в том же журнале была напечатана карикатура на У. Черчилля, жонглирующего цифрами о численности немецких самолётов **«Бросьте мне еще нолик. Ноликом больше, ноликом меньше - какая разница?»** (Приложение 4)[274]. В это время Черчилль поднял в британском парламенте вопрос о противостоянии перевооружению Германии и в нацистском правительстве поняли какая опасность исходила от настойчивости У. Черчилля. В ноябре 1939 года немецкий журнал Simplicissimus изобразил Черчилля в виде побеждённого боксёра **«Черчилль получил много ударов. Но первый раунд за нами»** (Приложение 5)[275].

Карикатуры в нацистских СМИ свидетельствуют о понимании германскими властями какую угрозу представляет У. Черчилль, что

---

[270] Как работа Черчилля для «Дэйли Телеграф» помогла победить Гитлера. [Электронный ресурс]. URL: https://www.livelib.ru/translations/post/15382-kak-rabota-cherchillya-dlya-dejli-telegraf-pomogla-pobedit-gitlera (дата обращения: 05.08.2025).

[271] Там же.

[272] Брызгалова Е.Н., Иванова И.Е. Креолизованный текст в сатирических журналах начала XX в. // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2022. № 3 (74). С. 171–178.

[273] У. Черчилль в нацистских карикатурах. [Электронный ресурс]. URL: https://mihalchuk-1974.livejournal.com/205837.html?es=1 (дата обращения: 05.08.2025).

[274] Там же.

[275] Там же.

свидетельствует о правильности принципиальной позиции политика. Разумеется, карикатуры во вражеской печати сыграли в пользу популярности У. Черчилля. Чем больше его ненавидели и критиковали противники, тем сильнее ему верили и почитали в Англии.

Таким образом, через СМИ У. Черчилль сумел достичь политической власти, создав имидж самого надёжного, дальновидного, смелого политика, настоящего борца за независимость и процветание Великобритании.

Динамика образа Черчилля в британских СМИ на протяжении 1900–1939 годов менялась в зависимости от внешнеполитического контекста. Как отмечают Н.А. Ахренова и С.Г. Тер-Минасова, исследуя эволюцию британской политической медиариторики, в этот период доминировала эпоха монолога, когда политические выступления транслировались через радио и прессу без возможности интерактивного взаимодействия с аудиторией[276]. Черчилль, чей стиль формировался именно в эту эпоху, использовал сложные синтаксические конструкции, литературные метафоры и драматичные эпитеты, что соответствовало ожиданиям аудитории того времени. Однако, как подчёркивают исследователи, уже к концу 1930-х годов наметился переход к более диалогичным форматам, что отражало изменения в медиасреде и запросах публики[277]. Таким образом, медиаобраз Черчилля в британской прессе формировался под влиянием как его собственных риторических стратегий, так и технологических и социальных трансформаций эпохи.

Подводя **итоги второй главы**, отметим.

1. Самый знаменитый англичанин XX века Уинстон Черчилль, начав политическую карьеру в возрасте 25 лет, не сходил с политической арены до конца жизни, полвека определяя политическую жизнь Британского Королевства. За 40 лет политической деятельности У. Черчилль достиг вершины

[276] Ахренова Н.А., Тер-Минасова С.Г. Эволюция политической медиариторики в Великобритании // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2025. Т. 16. № 4. С. 4–5.
[277] Там же. С. 5–6.

политической карьеры, возглавив Великобританию в самый тяжёлый период – Второй мировой войны. Можно выделить следующие этапы становления политика и формирования его политического имиджа:

1895-1899 – период подготовки к политической карьере;

1900-1907– начало карьеры и переход в либеральную партию;

1908-1915 – министерские посты и Первая мировая война;

1917-1929 – возвращение в консервативную партию;

1929-1939 – период оппозиции и возвращения в правительство.

2. На протяжении всего периода политической карьеры У. Черчилль занимался творческой деятельностью: рисовал, писал статьи, исторические очерки и мемуары. К 1939 году он создал имидж успешного и храброго политика, человека действия. Не малую роль в этом сыграли его ораторские способности, умения влиять на публику. У. Черчилль всегда отстаивал интересы Великобритании и действовал в соответствие с ними.

3. В период 1930-1939 гг. политический стиль и риторика У. Черчилля формировалась на фоне осознаваемой им опасности и в корне неверной политики правительства в отношении к Германии. В изменившейся внешнеполитической ситуации Черчилль сумел скорректировать своё отношение к СССР, призывая принять предложение советского правительства о создании системы коллективной безопасности.

4. Выступления периода 1900-1939 гг. демонстрируют лидерские качества У. Черчилля, бесстрашие, он не стеснялся авторитета своих оппонентов. Несмотря на сформированное общественное мнение, У. Черчилль не боялся отстаивать свою правоту, не страшась оказаться в одиночестве, так как видел в этом первую ступеньку к подъёму на политический пьедестал.

5. Политический стиль и риторика У. Черчилля в этот период отличается патриотизмом. Он всегда апеллировал к национальным чувствам англичан, особенно когда речь шла о вопросах национальной безопасности и обороноспособности страны.

6. Вся его тактика политической борьбы была направлена на достижения лидерства в партии и правительстве. Для этого он выбирал самый выигрышный способ и к 1939 году подошёл к высшей ступеньке политической лестнице. В мае 1940 года он стал премьер-министром, а общественность восприняла его как лидера и спасителя Британии.

7. Благодаря СМИ У. Черчилль сумел достичь политической власти, создав имидж самого надёжного, дальновидного, смелого политика, настоящего борца за независимость и процветание Великобритании. Его литературные труды и журналистские репортажи помогли сформировать общественное мнение об У. Черчилле: опытный военный, удачливый человек, проницательный и дальновидный политик, человек, способный к решительным действиям.

ГЛАВА 3. ВЗЛЕТЫ И ПАДЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА У. ЧЕРЧИЛЛЯ (1939-1965 г.)

3.1. Медиаобраз Черчилля в годы войны: стратегия «лидера-наставника»

После оккупации Германией Чехословакии и нападения на Польшу 1 сентября 1939 года Уинстон Черчилль сменил «репутацию военного авантюриста» на «спасителя Европы от Гитлера» [278]. К окончанию Второй мировой войны его называли «последним великим политиком Запада»[279].Возвращение У. Черчилля состоялось в день вступления Британии в войну с Германией. 3 сентября 1939 года У. Черчилль был назначен на должность первого лорда адмиралтейства, и флоту был передан сигнал: «Уинстон вернулся!»[280]. После долгих лет забвения это был настоящий триумф, так как Черчилль возвращался победителем, человеком, который предвидел и предупреждал о войне. В этот же день он произнёс свою последнюю речь в парламенте в качестве заднескамеечника, в которой с уверенностью говорил о победе Британии в предстоящей войне. *«Мы не просто хотим отвоевать у Германии Данциг или освободить Польшу. Наша задача – спасти весь мир от эпидемии нацизма и защитить общечеловеческие ценности. В ходе нынешней войны мы будем бороться за незыблемость прав личности, за возрождение и утверждение человеческого достоинства»*[281]. Сам У. Черчилль вспоминал, что, ожидая своей очереди выступать, он «чувствовал ясность ума и осознавал своего

[278] Цветков Ю.А. Уинстон Черчилль: выдающийся стратег или военный авантюрист? // Военно-исторический журнал. 2025. [Электронный ресурс]. URL: https://history.milportal.ru/uinston-cherchill-vydayushhijsya-strateg-ili-voennyj-avantyurist/ (дата обращения: 24.09.2025).
[279] Уткин А.И. Уинстон Черчилль. М.: Эксмо, 2002. С. 6.
[280] Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 270.
[281] Там же. С. 276.

рода возвышающую отстраненность от общечеловеческих и личных проблем»[282]. И ему удалось эти чувства уверенности передать парламентариям.

Окончательная победа в политической борьбе состоялась 10 мая 1940 года, когда король Британии Георг VI назначил У. Черчилля премьер-министром. Черчилль с удовольствием и радостью принял высокий пост, который, по его словам, был «самым привлекательным»: *«Наконец-то я получил право отдавать указания по всем вопросам. Я чувствовал себя избранником судьбы, и мне казалось, что вся моя прошлая жизнь была лишь подготовкой к этому часу и к этим испытаниям»*[283].

К 1941 году власть У. Черчилля была всеобъемлющей, ему верили, и население готово было терпеливо переносить военные тяготы в ожидании победы[284]. Однако, эту власть премьер-министру надо было завоевать, так как в начале его правления не все верили в его возможности. Кандидатура У. Черчилля не всех устраивала, политический истеблишмент придерживался мнения, что консерватор лорд Галифакс был бы более уместным на посту премьер-министра. Но история доказала, что это было заблуждением, так как в суровые военные годы Британии требовался уверенный и энергичный руководитель. Именно уверенность Черчилля в своей избранности и неизбежной победе сделала его героем и спасителем Англии. Прежде всего, следует отметить решительность нового премьер-министра. Едва получив должность, он назначил себя министром обороны, что позволило ему координировать и контролировать все военные действия. «В кабинет, где принимались важнейшие государственные решения, Черчилль принёс энергию и решимость, которых доселе там не было» - подчёркивает Э. Ларсон[285].

---

[282] Рикс Т. Черчилль и Оруэлл: Битва за свободу / Томас Рикс; Пер. с англ. [Натальи Колпаковой] - М.: Альпина нон-фикшн, 2019. С. 111.
[283] Черчилль У. Вторая мировая война: В 3-х кн. – М.: Воениздат, 1991. Кн.1. Т. I-II. С. 336.
[284] Потапов С.А. Уинстон Черчилль и Франклин Рузвельт во Второй мировой войне: эволюция стратегического мышления и планирования вооружённой борьбы: автореферат диссер…. канд. истор. наук: 07.00.03. – Екатеринбург, 2002. С.14.
[285] Ларсон Э. Указ. соч. Гл.1.

Уверенность в победе над Германией У. Черчилля была основой его стратегии в формировании имиджа наставника и победителя. Свою уверенность политик передавал парламентариям и соотечественникам. С началом войны У. Черчилль воспрянул, что отмечали многие современники[286]:

▪ Помощник премьер-министра Д. Колвилл в 1940 году записал в дневнике: *«Неутомимое рвение Уинстона впечатляет»;*

▪ Политик-консерватор М. Макдональд отмечал, что У. Черчилль *«не был в такой хорошей форме 20 лет».*

А.И. Уткин характеризовал У. Черчилля как неисправимого оптимиста: «когда все вокруг опускали руки, он излучал энергию вопреки всему»[287]. В сборнике «Никогда не сдаваться! Лучшие речи Черчилля» с 1939 по 1945 год приведены 56 выступлений У. Черчилля, которые дают понимание как формировался имидж спасителя Англии.

13 мая 1940 года выступление У. Черчилля в Палате **общин «Кровь, тяжкий труд, слезы и пот»**, которое транслировалось по радио, поэтому стало достоянием всего мира. Нация и парламентарии были потрясены словами политика*: «Все, что я могу вам предложить, – это кровь, тяжкий труд, слезы и пот. Нам предстоят тяжелейшие испытания. Нас ждут многие месяцы затяжных боев и жестоких страданий*»[288]. У. Черчилль определял задачу на ближайшее время: *«вести войну на море, на суше и в воздухе, собрав в кулак всю мощь и всю силу, которой наделил нас Господь, самоотверженно бороться против чудовищной тирании...»*[289]. У. Черчилль уверенно заявил, что перед страной стоит цель: *«победа, победа любой ценой, победа, несмотря на страх и страдания, победа, какой бы длинной и трудной ни была дорога к ней; потому что любой иной исход сулит нам неминуемую гибель»*[290].

[286]Рикс Т. Черчилль и Оруэлл: Битва за свободу. - М. : Альпина нон-фикшн, 2019. С. 110-131.
[287] Уткин А. И. Уинстон Черчилль. Полная биография. «Я легко довольствуюсь самым лучшим». М.: Родина, 2022. С. 504.
[288]Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 285.
[289]Там же.
[290]Там же.

В первом выступлении премьер-министра по радио 15 мая 1940 года У. Черчилль призывал: *«Отныне я призываю каждого, кто вступает в борьбу с врагами, будь то офицер или солдат, бригада или дивизия, постараться сделать все, чтобы внести достойный вклад в наше общее дело, на каких бы рубежах вам ни пришлось сражаться; «Опояшьтесь и будьте мужественны!»; «… наша главная задача заключается не в том, чтобы выиграть одно сражение, а в том, чтобы победить в этой войне»*[291].

У. Черчилль сумел в первых же выступлениях внушить слушателям их значимость, заставил почувствовать себя сильными и храбрыми. Личный секретарь премьера Д. Мартин вспоминал, что Черчилль «излучал уверенность и непоколебимую волю, которые заставляли людей проявлять силу и отвагу»[292]. Министр Хью Дальтон заявлял: «Он был прямо-таки великолепен. Самый подходящий человек для этого времени, другого такого у нас нет»[293]. Следует отметить, что У. Черчилль не только уповал на силу ораторского искусства и красоту слова, но проявил себя здравомыслящим политиком. 4 июня 1940 года в выступлении в Палате общин У. Черчилль утверждал: «Одними эвакуациями войну не выиграть». Но при этом он был уверен в победе, в конце речи заявив: *«Мы будем биться до конца и на континенте, защищая Францию, и на просторах морей и океанов, и даже в воздухе, где вскоре, я уверен, мы тоже достигнем значительных успехов, – мы будем воевать решительно и напористо и обязательно отстоим свой остров, чего бы нам это ни стоило. Мы будем драться с врагом и на наших берегах, если ему хватит наглости тут высадиться, и на полях и лугах, и среди холмов и гор, и в тесноте городских улиц – мы всюду дадим противнику достойный отпор. Мы ни за что не сдадимся!»*[294].

Уверенность политика передавалась публике, так как У. Черчилль понимал, что ему важно передать настрой и веру в победу всем: соотечественникам, политикам, армии, правителям других стран. Как блестящий

[291]Черчилль У. Никогда не сдаваться С. 286-289.
[292]Ларсон Э. Указ. соч. Гл. 8.
[293]Там же.
[294]Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 301.

оратор он эту задачу вполне выполнил. Будущий знаменитый журналист и телеведущий Людовик Кеннеди, служивший в годы войны в морфлоте, говорил: «Когда мы это услышали, мы тут же поняли - всё будет в порядке»[295]. Дипломат, политик и историк Гарольд Никольсон в письме к жене писал: «Я исполнился духом этой великой речи Уинстона и мог бы сейчас сразиться с целым миром врагов»[296].

Но не стоит считать, что Черчиллю удалось вселить уверенность в победу сразу всем британцам, положение в стране было тяжёлое, а война стояла на пороге дома, затем стали падать и разрываться бомбы. Поэтому следует привести и другие воспоминания соотечественников премьер-министра. Речь «**Эвакуациями войну не выиграть»** 4 июня 1940 года по воспоминаниям жены премьера Клементины не всеми была принята, «значительная часть тори» встретили её без энтузиазма, а некоторые слушали У. Черчилля с «мрачным молчанием»[297]. Эвелин Сондерс писала в дневнике: «Вчерашняя речь Черчилля пока не вызвала во мне душевный подъём, мне по-прежнему дурно»[298].

Но У. Черчилль недаром считался великим политиком, он продолжал внушать британцам мысль о грядущей победе. *«Врагам не будет пощады!* – говорил он 18 июня 1940 года в речи **«Это был их звездный час»,** - *Британцы никогда не сдадутся и будут продолжать борьбу, несмотря ни на что»; «Так давайте же засучим рукава и примемся за работу для того, чтобы, даже если Британская империя и Содружество просуществуют еще тысячу лет, люди все равно продолжали помнить нас и говорить об этом времени: «То был их звездный час!»*[299]. 17 сентября 1940 года на Закрытом заседании Палаты общин У. Черчилль убеждал парламентариев: *«Мы будем драться до конца. Я верю в*

[295]Ларсон Э. Указ. соч. Гл. 8.
[296]Там же.
[297]Там же.
[298]Там же.
[299]Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 302-314.

нашу победу так же, как в то, что завтра утром обязательно снова взойдет солнце»[300].

Выступления У. Черчилля «были практически единственным, что позволяло народу Британии выстоять». Э. Робертс справедливо отмечал: «Говоря о своей уверенности в конечной победе, Черчилль не мог обращаться к разуму своих слушателей и потому взывал к их сердцам… Он без колебаний перенёс сложившуюся ситуацию на суровую почву борьбы добра и зла, правды и лжи, света и тьмы. Это было именно то, что страстно желали слышать британцы» [301]. В итоге, к концу 1940 года большинство англичан верили в грядущую победу и стали воспринимать себя как «героев гораздо более масштабного действа, борцов за правое дело, которое непременно восторжествует, потому что за него сражаются даже звёзды на своих небесных путях»[302].

Труднее У. Черчиллю было заставить парламентариев и оппозиционных политиков поверить в гениальность премьер-министра. Многие продолжали видеть в политике авантюриста, а в действиях У. Черчилля - хаотичность и отсутствие плана спасения Британии. Однако такой план у него был. Благодаря уму и аналитическим способностям, Черчилль понимал, что одной Британии войну не выиграть, поэтому с самого начала он призывал страны объединиться для совместных действий против немцев. На вопрос своего сына, как он собирается выигрывать в войне, политик ответил: «Я втяну в неё Соединённые Штаты» [303]. У. Черчилль был уверен, что Британия будет стойко сдерживать натиск Германии, но борьба предстоит жестокая и длительная: *«Никто не может предсказать и даже представить, насколько жестокой и страшной будет борьба с нацистской агрессией и как долго она продолжится»*[304]. Поэтому

[300]Там же. С. 347.
[301]Робертс Э. Черчилль и Гитлер. Тайны лидерства / Пер. с англ. Сергеевой О.И. – М.: АСТ, 2015. С. 18.
[302]Ларсон Э. Указ. соч. Гл. 8.
[303]Цветков Ю.А. Уинстон Черчилль: выдающийся стратег или военный авантюрист?
[304]Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 348.

промышленная мощь и армия США будут необходимы, чтобы окончательно одержать победу и уничтожить нацистскую Германию[305].

На это было направлены всё красноречие Черчилля, яростный призыв к организованной совместной борьбе и личная храбрость премьера. Он следил за бомбардировкой Лондона, находясь на крыше, чем пугал и восхищал личное окружение и горожан. Но при этом все его действия в 1940-1941 годах не выходили из рамок консервативного стратегического мышления, в основе которого были положены четыре основных принципа[306]:

1) не следует спешить, нужно экономить материальные и человеческие ресурсы;

2) приоритетность политических целей над соображениями военной целесообразности;

3) необходимость добиться заокеанской поддержки, без которой невозможно одержать победу;

4) два направления военной стратегии:

- приоритетность «битвы за Атлантику», что позволит сохранить боеспособность Англии;

- усиленное внимание на средиземноморский театр военных действий — это позволит сохранить Британскую империю.

Британский генералитет не всегда соглашался с тактикой Черчилля, иногда возникали конфликты, например в 1940-1941 годах были существенные разногласия по регионам распределению военных сил (Англия, Средиземноморье и Дальний Восток). Несмотря на инициирование У. Черчиллем стратегии ответных бомбардировок и реализации блокады Германии, он проявлял, по мнению военного историка **Ю.А. Цветкова,** медлительность, неуверенность, непростительную осторожность, «которые, возможно, стоили

[305]Ларсон Э. Указ. соч. Гл. 1.

[306]Потапов С.А. Уинстон Черчилль и Франклин Рузвельт во Второй мировой войне: эволюция стратегического мышления и планирования вооружённой борьбы: автореферат диссер…. канд. истор. наук: 07.00.03. – Екатеринбург, 2002. С. 14-15.

одного лишнего года войны»[307]. Однако, несмотря на ошибки и просчёты У. Черчилля, к его слову прислушивались военные, «его роль как военного лидера нации… полностью признавался британским генералитетом» и гражданами Великобритании[308].

У. Черчилль в годы Второй мировой войны проявил свои лучшие черты ума и хитрость, что позволило ему взойти на вершину политического пьедестала. Во-первых, он сразу же стал создавать коалицию внутри Британской империи, собирая все силы империи для борьбы с Германией. В речи «Это был их звездный час» 18 июня 1940 года премьер-министр сообщал, что доминионы империи готовы вступить в борьбу с Германией: *«Я провел совещания с премьер-министром Канады господином Макензи Кингом, премьер-министром Австралии господином Мензисом, премьер-министром Новой Зеландии господином Фрейзером и премьер-министром Южно-Африканской Республики генералом Сматсом… От всех этих высокопоставленных лиц, поддерживаемых народными правительствами и представляющих интересы своих сограждан, я получил самые искренние заверения в том, что они разделяют нашу решимость продолжать борьбу и готовы следовать за нами. Мы будем вместе до конца - так тому и быть!»*[309]. Эта речь была произнесена в самый ответственный момент, когда Франция пала, и Британия оказалась один на один с Германией, завоевавшей Европу. Многие были уверены, что Великобритания будет также завоёвана Гитлером. Но У. Черчилль сумел внушить парламентариям (зал был переполнен) веру в победу. Он показал решимость и готовность сражаться до победного конца.

Во-вторых, У. Черчилль, втягивая США в войну, не просил помощи, он делал акцент на том, что храбрые английские солдаты будут сражаться до последнего вздоха, но если битву выиграть не удастся, то Америку ждут тяжёлые и опасные времена[310]. У. Черчилль предупреждал: *«Если мы сдержим его напор,*

[307]Цветков Ю.А. Уинстон Черчилль: выдающийся стратег или военный авантюрист?..
[308]Потапов С. А. Указ. соч. С. 16.
[309]Черчилль У. Никогда не сдаваться! Лучшие речи Черчилля… С. 305.
[310]Ларсон Э. Указ. соч. Гл. 7.

Европа сможет обрести свободу, а у человечества появится надежда на светлое будущее. Но если мы проиграем, тогда весь мир, включая Соединенные Штаты, и вообще все, что было нам мило и дорого, погрузится во тьму нового средневековья, только на этот раз оно будет куда более мрачным благодаря извращенной нацистской науке и, возможно, гораздо более продолжительным»[311].

В-третьих, У. Черчилль, несмотря на крайне негативное отношение к СССР и Сталину, сразу же после вторжения Германии на территорию Советского Союза заявил, что готов оказывать помощь русским. В выступлении по радио 22 июня 1941 года премьер-министр говорил: *«…нависшая над Россией угроза - это угроза и нам, и Соединенным Штатам, а дело каждого русского, вставшего на защиту своего очага, – это дело всех свободных людей и народов повсюду на земном шаре. Давайте усвоим уроки, преподанные нам жестоким прошлым. Давайте теснее сомкнем наши ряды и ударим по врагу все вместе, пока мы живы и у нас есть еще силы»*[312]. Секретарь Черчилля Дж. Р. Коулвил накануне выступления «не без иронии заметил, что Черчилль вступает в союз с тем самым большевизмом, который он когда-то старался «задушить в зародыше», политик резко возразил*: «Если бы Гитлер вторгся в ад, то, выступая в палате общин, я бы по меньшей мере выразил свое сочувствие дьяволу!»*[313]. Тот факт, что У. Черчилль в нужный момент пошёл на компромисс ради победы и спасения страны оценили современники, а также политики и писатели-историки последующих времён. Э. Робертс отмечал: «Эта готовность к компромиссам ради высшей цели является одним из качеств настоящего лидера»[314].

Следует отметить, что объявленная помощь СССР была в первые годы небольшой. В.П. Титов пишет, что в 1941 году СССР получил только 0,1%

[311]Черчилль У. Никогда не сдаваться! Лучшие речи Черчилля. С. 314.
[312]Там же С. 399.
[313]Там же. С. 394.
[314]Робертс Э. Указ. соч. С. 194.

помощи, обещанной в рамках подписанного документа о сотрудничестве[315]. Но в глазах всего мира и Британии У. Черчилль был инициатором и организатором коалиции для борьбы с фашистской Германией, навсегда приобрёл имидж отважного «спасителя» и мудрого «наставника».

Военный период стал вершиной формирования медиаобраза Черчилля как «спасителя нации». Как отмечают Н.А. Ахренова и С.Г. Тер-Минасова, исследуя эволюцию британской политической медиариторики, именно в годы войны сложился тот тип политической коммуникации, который они определяют как эпоху монолога, когда авторитет лидера не подвергался сомнению, а его слово транслировалось через радио и прессу как единственно верное[316]. Черчилль, чьи радиовыступления слушала вся страна, стал олицетворением национального сопротивления. Исследователи подчёркивают, что именно в этот период сформировались ключевые риторические приёмы, которые затем тиражировались СМИ: анафора, военные метафоры, драматичные эпитеты[317]. Однако, как только военная угроза миновала, этот монологический стиль перестал быть востребованным, что привело к поражению Черчилля на выборах 1945 года.

Таким образом, У. Черчилль планомерно и последовательно формировал политический имидж, и в годы Второй мировой войны ему удалось подняться на политическую вершину. Черчилль возглавил Великобританию, заняв пост премьер-министра, в самый ответственный момент, когда страна вступила в войну с фашистской Германией. Благодаря своей уверенности в победе, личной храбрости, уму и умело реализуемой стратегии «лидера-наставника», У. Черчилль вошёл в историю как самый известный политик и лидер государства в мировой истории XX века.

Исследователи политической риторики единогласны в оценке военных выступлений Черчилля как вершины его ораторского мастерства, во многом

[315] Титов В.П. Уинстон Черчилль: дипломатия Великобритании в период Второй мировой войны // Вестник РУДН. 2005. № 1. С. 154.
[316] Ахренова, Тер-Минасова. Указ. соч. С. 4.
[317] Там же. С. 5–6.

определившей его медиаобраз «спасителя нации». В частности, Н.А. Ахренова и С.Г. Тер-Минасова, анализируя речь «Их звёздный час» (18 июня 1940 г.), выделяют ключевой риторический приём Черчилля — анафору «We shall fight...» («Мы будем сражаться...»), которая создавала эффект неминуемой и решительной победы [318] . Этот приём, многократно повторённый в радиовыступлениях, транслировался на всю страну и за её пределы, формируя у британцев и международной общественности образ непоколебимого лидера, готового вести нацию к победе любой ценой. Г.М. Нурпеисова с соавторами дополняют этот вывод, подчёркивая, что Черчилль целенаправленно создавал образ решительного лидера, способного в кризисной ситуации вселить уверенность и предложить чёткий план действий [319] . Именно эта стратегия «лидера-наставника», зафиксированная в медиаресурсах того времени (радиотрансляции, газетные отчёты, кинохроника), обеспечила Черчиллю не только всенародную поддержку в годы войны, но и устойчивый, транслируемый десятилетиями медиаобраз «спасителя нации».

3.2. Поствоенный период: трансформация имиджа Черчилля в медийном дискурсе

На протяжении практически всего периода Второй мировой войны выборы в парламент в Великобритании не проводились. Поэтому к окончанию военных действий в Европе вопрос о выборах в стране стал актуальным. У. Черчилль как несменяемый и успешный лидер военного времени, не сомневался в победе консерваторов на предстоящих выборах. Но итоги выборов летом 1945 года и последующий подсчёт голосов принёс разочарование У. Черчиллю,

[318] Ахренова, Тер-Минасова. Указ. соч. С. 6.
[319] Нурпеисова и др. Указ. соч. С. 4.

консервативная партия проиграла и правительство формировали победившие лейбористы.

Причины провала консерваторов и У. Черчилля были вполне закономерны и объяснимы. Чтобы оставаться у власти политику важно уловить общественное мнение и в соответствии с ним сформировать свою программу, план действий, обеспечивающий избирателям получение максимальных выгод [320] . После тяжёлой войны, долгих лет страданий и лишений британцы стремились к миру, благополучию, материальному достатку и моральному удовлетворению. Стране нужен был лидер мира, а Черчилль ассоциировался с борьбой и военными невзгодами. К тому же сам У. Черчилль не смог выйти из роли военного лидера, продолжая призывать к борьбе с тоталитаризмом. Начав предвыборную кампанию, он активно пошёл в наступление на лейбористов[321]:

- *«лейбористская партия является опасным вызовом свободе и авторитету английского народа»*, так как приведёт к установлению жёсткого контроля и ограничения свободы;

- *«Если лейбористы победят на выборах, в Англии будет гестапо».*

У. Черчилль в первой же предвыборной трансляции обвинил главу лейбористов Эттли в склонности к социалистическим диктаторским амбициям и даже сравнил его с нацистами. Но он не учёл, что отношение англичан к социалистической идее за время войны изменилось. Победа СССР, социалистической страны, над фашистской Германий заставила европейцев по-новому воспринимать социализм. В Англии симпатии к социалистическим идеям были особенно заметны, поэтому обвинение лейбористов в том, что они представляют социалистическую партию, было большой ошибкой консерваторов[322].

Глава лейбористов Эттли в ответ заявил, что У. Черчилль не способен руководить страной в мирное время, и это спровоцировало волну критики и

[320]Потапов С.А. указ. соч. С. 13.
[321]Трухановский В.Г. Уинстон Черчилль 3-еизд. - М.: Международные отношения, 1982. С. 525.
[322]Там же. С. 411.

недоверия в адрес У. Черчилля, поскольку ожидания британских избирателей были прямо противоположными, а Эттли показал себя политиком, понимающим как привести страну к процветанию в новых послевоенных реалиях. [323] Консерваторы через средства массовой информации пытались повлиять на избирателей, опираясь на авторитет У. Черчилля. «Неужели вы не были поражены, узнав от Черчилля, что государственный контроль ведет к фашизму?» - вопрошали в газетных публикациях консервативной прессы[324]. Но в Британии больше не склонны были видеть в премьер-министре непререкаемый авторитет. В партии консерваторов осознали проблему, лорд Ротермир после выступления Черчилля по радио 5 июня 1945 года заявил: «Если он будет продолжать в том же духе, можно считать, что выборы проиграны» [325]. Его жена Клементина почувствовала опасность политического провала, обращая внимание на то, что «Уинстон всегда смотрел на мир как бы в шорах… Он ничего не знает о жизни простых людей. Он никогда не ездил в автобусе и только один раз был в метро»[326]. Но сам У. Черчилль не желал менять позицию и риторику, он слишком верил в свою популярность и мудрость государственного деятеля.

Однако результаты выборов показали, как ошибся У. Черчилль, консерваторы проиграли выборы. Идеи лейбористов оказались более привлекательными и убедительными для британцев. Они говорили о восстановлении мирной жизни, необходимости государственной поддержки обеспечения полной занятости населения, введения бесплатного национального здравоохранения и национализации многих ключевых отраслей, таких как сталелитейная, угольная и железнодорожная. Жилье, полная занятость, социальное обеспечение и система здравоохранения составляли базовые потребности большинства избирателей в послевоенное время. Иностранные дела

[323]Pelling H. The British Labour Governmentsof 1945–1951. New York: St Martin's Press, 2018. P. 30.
[324]Трухановский В.Г. Указ. соч. С. 411.
[325]Трухановский В.Г. Указ. соч. С. 411.
[326]Там же. С. 526.

и политика национальной безопасности, которую подчеркивал У. Черчилль, воспринимались британцами как менее существенные.[327]

На прощальном заседании правительства на Даунинг-стрит 26 июня 1945 года У. Черчилль говорил сдержанно: *«Мне же остается лишь выразить народу Британии, ради которого я работал все эти полные невзгод и опасностей годы, свою глубокую признательность за постоянную и всестороннюю поддержку, которую он оказывал мне во время моей службы, а также за многочисленные проявления благосклонности с его стороны к своему преданному слуге»*[328]. Но сила удара по самолюбию амбициозного политика была очень велика, ведь чуть больше месяца назад, 8 мая в день капитуляции Германии народ оказывал ему доверие и признательность. Когда У. Черчилль обратился к ликующей публике: «Это ваша победа», толпа тут же проревела ему в ответ: «Нет – ваша!» По словам историка Роберта Родс Джеймса, «это был незабываемый момент взаимной любви и благодарности»[329].

В воспоминаниях об этом провале У. Черчилль рассказывает о том, как ему было трудно и обидно, что его заслуги и беззаветное служение Великобритании было в одночасье забыто. В Книге **«Триумф и трагедия он пишет**: *«Я внезапно проснулся перед самым рассветом, ощутив острый приступ боли, близкой к физической. Затаившаяся в глубинах подсознания уверенность в том, что мы проиграли, вырвалась на поверхность и полностью завладела моим сознанием… К полудню стало понятно, что социалисты получат большинство»*[330].

А. Иден вспоминал, что У. Черчилль был очень расстроен и после прощальной речи в парламенте сказал, что не может примириться со случившимся, и боль от поражения становится только сильнее, «как боль от раны, которая становится невыносимой после первого шока*». «Тридцать лет*

[327]Franklin M., Ladner M. The Undoing of Winston Churchill: Mobilization and Conversion in the 1945 Realignment of British Voters // British Journal of Political Science, Vol. 25, Issue 4. 23-24 pp.
[328]Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 516.
[329]Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 503.
[330]Черчилль У. Триумф и трагедия / Уинстон Черчилль; Сокр. перевод с англ. под редакцией д. ист. н. А.С. Орлова. – М.: Олма-пресс, 2004.

моей жизни связаны с этой комнатой, - сказал он. - Я никогда больше не буду здесь сидеть. Вы будете, а я нет»[331]. Однако отличительной особенностью У. Черчилля как политика и человека была жажда деятельности, поэтому он недолго предавался унынию, а стал выстраивать новый политический имидж – борца за единство и безопасность мира от коммунистической («красной») угрозы.

В очередной раз У. Черчилль сменил политическое амплуа в целях получения политической власти. Он легко переходил от консерваторов к лейбористам и возвращался к тори вновь. Затем Черчилль перешёл от критики советского режима к поддержке СССР и созданию единой коалиции в борьбе с Германией. При этом не скрывал причин, побуждающих его принимать определённые политические решения. В 1954г. в речи **«Мир благодаря силе» (Peace Through Strength)** он откровенно говорил: *«Сталин был нашим союзником в борьбе против Гитлера, когда Россия подверглась агрессии, но когда Гитлер был уничтожен, Сталин превратился в главную угрозу для нас» («Stalin was our ally against Hitler when Russia was invaded but when Hitler was destroyed Stalin made himself our principal object of dread»)*[332].

В мемуарах о Второй мировой войне У. Черчилль критиковал советское руководство во главе с И.В. Сталиным, отмечая их недальновидность и называя «простаками», не способными предвидеть угрозу своей стране[333]. Угроза была вполне реальной, так как в июне 1945 года бывшие союзники готовились нанести Советскому Союзу удар в рамках разработанной в английском военном штабе операции «Немыслимое - 1945» (Приложение 6). Инициатором этого плана был У. Черчилль, который 8 мая 1945 года 15:00 в радиообращении к соотечественникам произнёс: *«Мы можем позволить себе на короткое время*

[331]Трухановский В.Г. Указ. соч. С. 411.

[332]Уинстон Черчилль речь 1954 г. Перед Консервативной партией Peace Through Strength (Мир благодаря силе). [Электронный ресурс]. URL: https://lingvotech.com/churchill (дата обращения: 28.09.2025).

[333]Черчилль У. Вторая мировая война: В 3-х кн. Кн. 2. Т. 3: Великий союз; Т. 4: Поворот судьбы / Уинстон Черчилль; Сокр. пер. с англ. - М.: Альпина нонфикшн, 2010. - С. 173-193.

забыть обо всем и отпраздновать это событие. Но давайте не будем ни на секунду забывать о той тяжелой работе, которую нам еще предстоит сделать»[334]. Если анализировать текст выступления, то можно предположить, что премьер-министр имеет в виду борьбу с Японией, так как дальше он говорил о необходимости наказать Японию за причинённые ею беды. Но именно в это время он отдаёт приказ о разработке плана военной операции против СССР (план был готов 22 мая). Если посмотреть на итоги Второй мировой войны, то становится понятно, что стремление развязать борьбу Запада с Советской страной было продиктовано не только нелюбовью Черчилля к коммунизму. Из трёх лидеров «большой тройки» в конце войны он стал «младшим», получившим наименьшие дивиденды. СССР - страна, которая внесла самый большой вклад в разгром нацистской Германии, США вышла из войны с огромным приростом капитала и моральным удовлетворением победителя. Великобритания же переживала крах Британской империи, становясь «младшим», а не равным союзником США[335]. У. Черчилль не мог смириться с тем, что он может оказаться на вторых ролях, поэтому происходит трансформация имиджа из военного лидера в провозвестника борьбы с коммунистической угрозой, исходящей от СССР.

Общеизвестно, что основным выступлением У. Черчилля, положившим начало «холодной войне», а также нового политического имиджа была речь в Фултоне 5 марта 1946 года. В историю это выступление вошло как «Фултонская речь», в который СССР был объявлен «красной угрозой» западному миру. *«Тень упала на сцену, ещё недавно освещённую победой Альянса. Никто не знает, что Советская Россия и её международная коммунистическая организация*

[334]Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 504.

[335]Операция «Немыслимое-1945». Как союзники готовились напасть на СССР [Электронный ресурс]. // Аргументы и факты. № 13. 25 марта 2020. URL: https://aif.ru/society/75_victory/operaciya_nemyslimoe-1945_kak_soyuzniki_gotovilis_napast_na_sssr (дата обращения: 28.09.2025).

намерены делать в ближайшем будущем и есть ли какие-то границы их экспансии» - говорил У. Черчилль[336]. (см. Приложение 7).

Для характеристики опасности, которую, по оценкам Черчилля, представлял Советский Союз, У. Черчилль использовал яркие эпитеты и крылатые выражения, которые вошли в лексикон западных политиков на весь период «холодной войны». Вот несколько примеров:

- *«железный занавес»,* как синоним «советской тирании» и зла;
- *«тоталитарный контроль», «полное послушание»* - характеристика советского тоталитаризма;
- *«тень, опустившаяся на континент», «безусловное расширение власти», «пятые колонны»* - предупреждение об опасности для стран Европы от агрессии СССР.

Следует отметить, что многие из этих терминов ранее применялись к фашистской Германии. Термин «железный занавес» и вовсе У. Черчилль позаимствовал у нацистского пропагандиста Геббельса. Но У. Черчилль всегда умел подбирать правильные слова и яркие аргументы для достижения своих политических целей. Из Фултона У. Черчилль уезжал победителем, демонстрируя свой фирменный знак «V». На прощание он сказал американскому президенту: *«Надеюсь, что я дал старт размышлениям, которые повлияют на ход истории»*[337].

Для того чтобы противостоять экономическому могуществу США, чтобы нейтрализовать авторитет и гегемонию СССР, У. Черчилль предлагает идею формирования единой Европы. Ещё в Фултонской речи он заявлял: «Человечество не может чувствовать себя в безопасности, пока Европа ослаблена и разобщена, пока в ней есть страны-диктаторы и страны-изгои». 19

[336]Текст речи Уинстона Черчилля в Вестминстерском колледже, г. Фултон, штат Миссури, США, 5 марта 1946 г. [Электронный ресурс]. URL: https://historyrussia.org/tsekh-istorikov/archives/fultonskaya-rech-uinstona-cherchillya-1946-goda.html (дата обращения: 28.09.2025).

[337]Кто разжёг «холодную войну»? Фултонская речь Черчилля. [Электронный ресурс]. URL: https://histrf.ru/read/articles/kto-razzhiegh-kholodnuiu-voinu-fultonskaia-riech-chierchillia (дата обращения: 28.09.2025).

сентября 1946 года У. Черчилль, выступая в Цюрихском университете, призвал создать единую Европу. В таблице представлены основные идеи У. Черчилля, заключающиеся в речи «Соединённые Штаты Европы».

Таблица 5.

Основные идеи речи У. Черчилля «Соединённые Штаты Европы» 19 сентября 1946 года[338]

Цитата У. Черчилля	Основная идея
«Почему не должна существовать европейская группа, которая дала бы чувство повышенного патриотизма и общего гражданства обезумевшим народам этого бурлящего и мощного континента?»	С помощью объединения европейцев ликвидировать социалистические завоевания народов Восточной Европы
«Бои прекратились. Но опасность по-прежнему угрожает всем нам. Если мы хотим объединиться в рамках одной организации, как бы она ни называлась – Соединенные Штаты Европы или как-то иначе, – мы должны начинать уже сейчас»	Объединенная Европа — это антисоветский бастион
В Западном полушарии уже есть одна такая общность: у нас, британцев, есть свое собственное Содружество наций. И мы готовы с уверенность заявить, что такие связи не ослабляют, а, наоборот, усиливают всемирную организацию.	Великобритания, опираясь на поддержку объединённой Европы и Британское содружество, смогла бы сравняться с США и чувствовать себя на равных.

Таблица сделана автором

Для возвращения былого величия Великобритании, по мнению У. Черчилля, необходима была особая внешняя политика, которая была сформулирована им в концепции «трёх великих сфер». Первая сфера - страны Британского содружества и сама Британская империя. Вторая сфера - «страны, говорящие на английском языке, среди которых Англия, Канада и другие английские доминионы играют такую важную роль»[339]. Центром этой сферы были Соединённые Штаты. Третья сфера — это объединённая Европа, где

[338]Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 547-552.
[339]Трухановский В.Г. Указ. соч. С. 412.

Англия играла важную роль как страна, обеспечивающая морские и воздушные пути, являясь гегемоном европейского континента. Исходя из концепции У. Черчилля, Великобритания восстанавливала имперские позиции. *«Теперь, если вы подумаете о трех связанных между собой сферах, вы убедитесь, что мы являемся единственной страной, которая играет великую роль в каждой из них. Фактически мы являемся главным центром связи, и здесь, на наших островах, являющихся узлом морских, а возможно, и воздушных путей, мы имеем возможность объединить все три сферы»* - говорил У. Черчилль[340].

У. Черчилль навсегда остался консерватором и идеологом политики английского империализма, он всеми силами стремился заставить США занять более жёсткую политику в отношении СССР. В итоге американо-советского столкновения Великобритания получила бы возможность занять первое место, оттеснив США[341]. Такие идеи политика не могли не быть оценены соратниками по консервативной партии, а затем и избирателями. Ведь У. Черчилль в каждой речи говорил о благосостоянии, о праве Англии на свободу и материальное благополучие, жёстко критикуя правительство лейбористов:

▪ Речь **«Права британцев»** 4 октября 1947 года на съезде Консервативной партии в Брайтоне: *«Складывается впечатление, что правительство вполне устраивает тяжелое экономическое положение нашей страны, которое оно к тому же заметно усугубило своим неумелым управлением: ведь трудности могут служить предлогом для введения еще большего количества ограничений и дальнейшего роста бюрократии»*[342];

▪ Речь **«Социализм – философия неудачников»** 28 мая 1948 года на съезде Шотландской юнионистской партии в Перте: У. Черчилль защищал право на приобретение частниками домов в рассрочку, не только построенных частными предприятиями, но и муниципальное жильё. *«Это полезная мера, и она должна быть реализована, хотя, разумеется, она встретит яростное*

[340]Там же.
[341]Там же. С. 413.
[342]Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 571.

сопротивление со стороны Социалистической партии, которая хочет, чтобы все арендовали жилье у государства»[343].

▪ Речь **«Наши хозяева – социалисты»** в кинотеатре «Форум» Девонпорта 9 февраля 1950 года: политик критикует правительство за бедность англичан, за уравнительную политику распределения благ: *«Они бы предпочли, чтобы у каждого была половина нормы, нежели чтобы кто-нибудь получил вторую порцию». У. Черчилль обращает внимание на то, что когда у власти стояли «нехорошие тори», беднейшие слои населения «потребляли в 1,5 раза больше мяса и более чем в два раза больше сахара, чем доктор Саммерскилл выделяет нам всем сегодня»*[344].

Партия консерваторов, руководимая Черчиллем, набирала популярность благодаря упорной работе политика, его правильной тактике защитника права собственности, свободы и объединения против тоталитаризма в лице Советского Союза. В 1950 году лейбористы, имевшие подавляющее большинство на выборах 1945 года, сохранили преимущество только в семь мест[345]. Политик не желал мириться с тем, что он не наверху политической власти, поэтому «его главной целью в те годы было вернуть власть себе и своей партии, изменить приговор избирателей, вынесенный в 1945 г.»[346].

Для достижения этой цели У. Черчилль, понимая желание англичан жить в мире и учитывая симпатии к СССР, во время избирательной кампании выдвинул «идею новых переговоров с Советской Россией на самом высоком уровне»[347]. В своих выступлениях он всегда вспоминал о роли СССР в победе над нацизмом, говорил о желании совместно с Советской Россией восстанавливать разрушенную Европу. У. Черчилль заявлял, что его основная задача:

---

[343]Там же. С. 573.
[344]Там же. С. 585.
[345]Там же. С. 581.
[346]Трухановский В.Г. Указ. соч. С. 417.
[347]Там же. С. 416.

▪ «*Помочь нашему родному острову вернуть былую славу»* - речь 21 июля 1951 года в Вудфорде[348];

▪ *«Вернуть себе финансовую, экономическую и духовную независимость»* - речь 23 октября 1951 года в Плимуте[349];

▪ Добиться, того, что *«Британия, невозмутимая, решительная и независимая, снова твердо стоит на ногах, верно служа делу мира, отважно защищая свободу и занимая почетное место в рядах всемирной организации, являющейся инструментом сохранения и того, и другого»* - речь «Отважный поборник свободы» 9 ноября 1951 года в Лондоне в честь победы на выборах [350].

Таким образом, У. Черчилль в 1951 году второй раз стал премьер-министром. Благодаря своему трудолюбию и веры в свои возможности политика, ему удалось вновь завоевать доверие британцев. Ещё раз следует отметить уверенность, работоспособность У. Черчилля. Он верил в своё предназначение: спасать и служить Великобритании. В итоге смог добиться очередной победы. У. Черчиллю вновь верили и надеялись, что он сумеет вывести Великобританию из сложной ситуации противостояния с СССР. Так британскому политику вновь удалось стать провозвестником новых мировых политических потрясений. Трансформировав имидж, У. Черчилль одержал политическую победу в стране и стал ключевым игроком в новых международных отношениях в период «холодной войны».

Трансформация медиаобраза Черчилля в послевоенный период отражала более широкие изменения в британской политической коммуникации. Как отмечают Н.А. Ахренова и С.Г. Тер-Минасова, период с 1945 года характеризовался постепенным переходом от эпохи монолога к диалогическим форматам, что было связано с развитием телевидения и новых медиаформатов[351]. Если в годы войны Черчилль оставался «лидером-наставником», чьи радиовыступления воспринимались как единственно верная линия, то в

[348]Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 593.
[349]Там же. С. 597.
[350]Там же. С. 603.
[351] Ахренова, Тер-Минасова. Указ. соч. С. 7–8.

послевоенный период его риторика вынужденно адаптировалась к новым условиям. Дело в том, что победа лейбористов на выборах 1945 года во многом была связана с тем, что лейбористы лучше ориентировались в текущей ситуации и учитывали запросы и установки избирателей на мирную жизнь и социальные гарантии, тогда как Черчилль продолжал использовать военную риторику, которая перестала быть востребованной. Поражение на выборах, тем не менее, подтолкнуло Черчилля к трансформации имиджа: в Фултонской речи 1946 года он предстал уже не как военный лидер, а как провозвестник борьбы с коммунистической угрозой, что соответствовало новым геополитическим реалиям начала холодной войны.

3.3. Функции СМИ в моделировании положительного и отрицательного имиджа У. Черчилля

Жизнь и профессиональная деятельность У. Черчилля всегда была тесно связана со средствами массовой информации. Именно журналистская деятельность помогла ему начать политическую карьеру, а в последствие публикации в газетах, выступления на радио формировали образ уверенного, деятельного и целеустремлённого политика. Как показывают исследования экранных образов исторических деятелей, СМИ не просто транслируют информацию о публичной персоне, но и конструируют ее образ в соответствии с доминирующими социокультурными установками и авторскими стратегиями[352]. Однако в жизни У. Черчилля были периоды, когда СМИ негативно высказывались о политике и его деятельности, но даже негативные публикации в итоге шли на пользу политическому имиджу У. Черчилля.

[352] Шестерина А.М., Копылова О.Ю. Образ М. В. Ломоносова в отечественном игровом и неигровом кинематографе // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2026 Т. 1. № 60. С. 10-24. ВАК.

Основным периодом, когда пресса активно формировала образ **«Спасителя»** страны, образ знающего, решительного и мудрого наставника, был период Второй мировой войны. Не сразу СМИ смогли перестроиться после долгих лет забвения и сдержанности в отношении У. Черчилля. Например, речь «Эвакуациями войну не выиграть» от 4 июня 1940 года была практически полностью проигнорирована прессой. Лишь две газеты «сочли нужным посвятить заголовки выступлению Черчилля»[353]. Но с нарастанием опасности для Великобритании и видимым эффектом деятельности премьер-министра, СМИ активно печатали материалы, посвящённые У. Черчиллю, отмечая его заслуги в отстаивании свободы Британии и организации коллективной борьбы против германского фашизма. Следует отметить важную роль СМИ в создании мировой популярности британского премьер-министра. Выборка информационного материала с 1941 по 1944 годы представленная в табл.6. отражена в нашей статье «Специфика формирования имиджа политического деятеля (на примере У. Черчилля)»[354].

Таблица 6.

Формирование имиджа У. Черчилля в СМИ 1941-1944гг.

Название СМИ	Дата	Название статьи	Автор	Образ политика
«Times»	13.01.41	Уинстон Черчилль на передовой	Н. Роджерс	положительный
	21.08.41	Великобритания спасает Европу	У. Сандерс	положительный
«Guardian»	12.04.42	Великобритания в огне	И. Мартин	сбалансированный
	30.05.42	Наши союзники	Н. Грант	сбалансированный
«Daily Telegraph»	30.02.43	Позиции Великобритании в современном мире	А. Дэвис	положительный

[353]Ларсон Э. Указ. соч. Гл. 8.

[354]Музыкантов Е.Т. Специфика формирования имиджа политического деятеля (на примере У. Черчилля) // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере: материалы XIV Международной научно-практической конференции. М. – Пенза: ПГТУ, 2022. С. 252.

	07.06.43	Вперед, Уинстон!	О. Джордан	положительный
«Observer»	10.08.43	Успешные переговоры Уинстона Черчилля в США	Е. Джексон	положительный
	19.10.43	Великобритания и СССР провели сегодня сложные переговоры	А. Коллинз	сбалансированный
«Financial Times»	14.07.43	Популистская политика Уинстона Черчилля	В. Уильямс	отрицательный
	23.11.43	Британцы окажутся в числе государств-победителей	Г. Барлоу	положительный
«Daily Mail»	12.05.44	Политический рейтинг Уинстона Черчилля устремился вверх	В. Аддамс	сбалансированный
	17.09.44	Уинстон Черчилль: головокружение от успехов	К. Бэлл	отрицательный
«Daily Mirror»	18.08.44	Уинстон Черчилль популярен во многих странах	Д. Миллз	нейтральный
	24.04.44	Внешнеполитический курс Уинстона Черчилля	Л. Флоренс	сбалансированный

Анализ материала таблицы показывает, как формировался имидж У. Черчилля - образ спасителя человечества и собственного народа. Конечно, как и любого политика у Черчилля были недоброжелатели и враги, но большинство англичан воспринимали премьер-министра именно как спасителя. Благодаря своим личным качествам, главным из которых было стремиться к победе любой ценой, он смог провести очень сложные международные переговоры и принести Британии победу. Из приведённых нами 14 публикаций, только две являются отрицательными и одна нейтрального характера [355]. СМИ транслировали британскому обществу величие У. Черчилля и Великобритании, которую он представлял на международной арене. Но, ни один политик не может быть застрахован от ошибок, а, следовательно, от негатива в газетных публикациях.

[355]Музыкантов Е.Т. Специфика формирования имиджа политического деятеля (на примере У. Черчилля) С. 253.

СМИ не только формируют общественное мнение, но и быстро улавливает настроения публики, меняющуюся политическую ситуацию и должны с этим считаться. Настроения британцев очень точно обрисовал **Себастьян Хаффнер**, публицист и историк, работающий в это время в английской газете «The Observer». *«Черчилль был нужен Англии, чтобы вести войну против Германии. Однако при всем восхищении и всей благодарности за то, что он сделал в войне против Германии, Англия не захотела его услуг для развязывания войны против Советского Союза»* - писал журналист[356]. Не удивительно, что в конце 1944 года **Герберт Уэллс опубликовал статью «Черчилль должен уйти»**, в которой критиковал премьер-министра за неспособность широко мыслить, отсутствие научного подхода и за авантюризм. Писатель считал, что У. Черчилль в будущем превратится в английского фюрера. *«Когда английский народ был сыт унижением в связи с неумной политикой находившейся у власти старой консервативной шайки, задиристость Уинстона выдвинула его на первый план. Страна хотела бороться, а он любил драку. Из-за отсутствия лучших оснований он стал символом нашей воли к борьбе. Эта роль уже изжила себя... Черчилль выполнил свою задачу, и уже давно пришло время для того, чтобы он ушел в отставку и почил на лаврах, пока мы не забыли, чем ему обязаны»* - писал Г. Уэллс[357].

Провал на выборах и отстранение от власти не привело к отсутствию внимания к персоне политика со стороны СМИ. Он по-прежнему давал интервью, выступал на различных собраниях и праздничных мероприятиях. В конце 1945 года газеты в Британии и США дружно анонсировали визит У. Черчилля в Соединённые Штаты: «Уинстон Черчилль в начале нового года отбудет в Соединенные Штаты с визитом, кульминацией которого станет речь в маленьком Вестминстерском колледже и Фултоне, Миссури. Президент Трумэн не только присоединился к приглашению для бывшего премьер-министра Британии выступить в

[356]Цит. по: Трухановский В.Г. Уинстон Черчилль 3-е изд. - М.: Международные отношения, 1982. С. 410.
[357]Там же. Гл. 10. Против течения.

родном штате президента, но согласился представить его аудитории»[358]. Выступление У. Черчилля, известное как Фултонская речь, было опубликовано всеми газетами в мире, так как именно этой речью был дан старт «холодной войны». Внимание к британскому политику с этого момента вновь было повышенным. Сам Черчилль считал, что он сделал великое и благое дело, в письме премьер-министру К. Этлли после выступления, ещё находясь в британском посольстве, он писал*: «Я убеждён, что некоторая демонстрация мощи и силы сопротивления необходима в целях положительного урегулирования отношений с Россией»* [359]. Но совершенно по-другому восприняли это выступление в самой Британии, где не были готовы к открытому противостоянию с СССР. На следующий день после выступления в Фултоне в британской газете **The Times** была опубликована критическая статья, осуждающая разжигание противостояния между западными странами и социалистическим лагерем. В статье отмечалось, что оба блока могут и должны сотрудничать и им есть чему поучиться друг у друга: *«коммунистам - работе политических институтов и соблюдению гражданских прав, а западным демократиям – развитию экономического и социального планирования»* [360]. Критический тон был и у американских СМИ. Вот несколько примеров[361]:

▪ **Chicago Sun** - если до выступления в Фултоне газета изъявляла желание публиковать на своих страницах речи Черчилля военного времени, то после на её страницах вышла практически разгромная статья, *осуждающая «отравляющие доктрины» британского политика*. В статье отмечалось, что американцы не поддерживают идею *«обеспечить посредством оружия мировое господство США и Британской империи»;*

[358]Злобин Н.В. Неизвестные американские архивные материалы о выступлении У. Черчилля 5.III.1946 // Новая и новейшая история. 2000. № 2. С. 150.
[359]Там же. С. 157.
[360]Речь в Фултоне - замысел, реакция, исправление // По материалам книги: Медведев Д. Уинстон Черчилль. Личность и власть. 1939-1965. [Электронный ресурс]. URL: https://dlmedvedev.ru/essays/wchurchill/fultonskaja-rech-zamysel-reakcija-ispravlenie/ (дата обращения: 30.09.2025).
[361]Там же.

▪ **Nation** - в статье содержались критические замечания в отношении взглядов и идей У. Черчилля: *«добавил значительную дозу яда в и без того испорченные отношения между Россией и западными странами»*;

▪ **Wall Street Journal** - критика У. Черчилля в разжигании военных конфликтов. В статье было заявлено, что «Соединенные Штаты не хотят никакого союза и всего того, что связано с любым союзом с какой-либо страной».

Общий смысл статей в периодике западной печати был критический, У. Черчилля обвинили в пренебрежении к Уставу ООН, и за *«стремление вернуть своей стране прежнюю значимость за счет объединения сил с влиятельным союзником»*[362]. В британской консервативной партии царило смятение, и ещё популярнее становилась мысль, что *«Уинстон должен уйти»*.

С ещё большим недоумением и тревогой встретили Фултонскую речь У. Черчилля в Советском Союзе. В советской газете «Правда» 14 марта 1946 года вышло интервью И.В. Сталина, в котором лидер СССР, комментируя Фултонскую речь, сказал: «…По сути дела, господин Черчилль стоит теперь на позиции поджигателя войны»[363]. (Приложение 8). Постепенно британский политик всё более превращался в идеолога противостояния коллективного Запада и коммунистического Востока. Речь в Фултоне стала спусковым механизмом для творчества карикатуристов. В СМИ стали появляться карикатуры на У. Черчилля, провозглашающего опасность, исходящую от СССР для западных стран. Именно такие карикатуры заполнили страницы британских журналов и газет. В британской прессе большой популярностью пользовалась карикатура, на которой У. Черчилль с 1917 по 1941 год предупреждает об опасности для Великобритании, исходящей от русского медведя, затем в период

[362] Речь в Фултоне - замысел, реакция, исправление // По материалам книги: Медведев Д. Уинстон Черчилль. Личность и власть. 1939-1965. [Электронный ресурс]. URL: https://dlmedvedev.ru/essays/wchurchill/fultonskaja-rech-zamysel-reakcija-ispravlenie/ (дата обращения: 30.09.2025).

[363] Экштут С. Иосиф Сталин: Черчилль и его друзья поразительно напоминают Гитлера. [Электронный ресурс]. URL: https://rodina-history.ru/2021/03/05/fultonskaia-rech-byvshego-premer-ministra-velikobritanii-stala-spuskovym-kriuchkom-k-nachalu-holodnoj-vojny.html (дата обращения: 30.09.2025).

1941 по 1945 год обнимается с медведем и наконец, на третьей картинке повторяется первый сюжет кроме надписи, здесь указа был 1946 год. (Приложение 9). С 1947 года карикатуры массово печатались в советских газетах. Первая из них вышла в 1947 году в газете «Правда» и была посвящена Фултонской речи У. Черчилля. Автором её был советский карикатурист Борис Ершов. (Приложение 10). Следует отметить, что сам У. Черчилль воспринимал карикатуры на себя достаточно спокойно, справедливо считая, что они позволяют населению не забывать политика. У. Черчилль писал: *«Как угри, по всей видимости, привыкли, что с них сдирают кожу, так и политики привыкли к тому, что с них рисуют карикатуры»; «они даже оскорблены и подавлены, когда карикатуры прекращаются»*[364].

Такую же роль для политика играют скандалы и слухи, которые с удовольствие печатают СМИ. Скандалы сопровождали У. Черчилля на протяжении всей политической карьеры. В период его первого премьерства основными темами для СМИ были: внешняя политика, оборона и военные действия, скандалы. В 1950-1955 годах темы газетных публикаций располагались следующим образом: внутренняя политика, внешняя политика и скандалы. Общая характеристика распределения тем в британских СМИ по указанным периодам дана в таблице 7 и 8.

Таблица 7.

Распределение материалов британских СМИ о У. Черчилле по новостным темам (1940-1945)

Темы	1940	1941	1942	1943	1944	1945	Итого
Внешняя политика	5	4	4	3	2	3	21

[364] Персональный сайт Медведева Д.Л. [Электронный ресурс]. URL: https://dlmedvedev.ru/blogdlm/churchill/wsc-cartoon/ (дата обращения: 30.09.2025).

Оборона и военные действия	1	3	2	2	3	1	12
Скандалы	1	1	2	2	2	5	13

Обращает внимание, что тема «скандалы» вышла на первый план в 1945 году, когда обострилась борьба за британский парламент. В целом, в оба периода нахождения У. Черчилля у власти, тема «скандалы» стабильно занимала второе место.

Таблица 8.

Распределение материалов британских СМИ
о У. Черчилле по новостным темам (1950-1955)

Темы	1950	1951	1952	1953	1954	1955	Итого
Внутренняя политика	5	4	4	3	3	4	23
Внешняя политика	2	3	3	2	3	3	16
Скандалы	3	4	3	3	4	3	20

Данные в табл. 7 указывают на то, что в британских СМИ в 1950-1955 гг. для продвижения имиджа У. Черчилля, прежде всего, использовались темы: «внутренняя политика» и «скандалы»; при этом «внешняя политика», являясь популярной медийной темой, значительно отставала от первых двух информационных поводов. Представляется, что британские СМИ учитывали в своей информационной политике ожидания общества в послевоенный период, когда было необходимо сконцентрироваться на решении внутренних задач развития и одновременно привлечь внимание к одиозной фигуре У. Черчилля посредством придания огласки скандалов, в которых участвовал политик, и разных курьезных ситуаций, которые он сам же и создавал. Примечательно, что внешние атрибуты имиджа У. Черчилля, такие как шляпа, сигара и демонстрируемый пальцами символ победы - V, упоминались в СМИ

преимущественно в контексте описания личных качеств политика и его достижений на посту премьер-министра в 1940-1945 гг. и 1950-1955 гг., когда он во второй раз занял этот пост. Это придавало дополнительный колорит персоне и способствовало закреплению представлений о нем, как о выдающемся политическом лидере, самостоятельно формирующим актуальные тренды и искусно управляющем ими.

В период 1950-1955 года в британских СМИ регулярно подавалась информация о деятельности премьер-министра исключительно в положительном ключе. Британцы со страниц газет получали информацию о планах Черчилля вывести страну в лидеры европейского континента. Сообщалось об успешном управлении страной У. Черчиллем, который совершает настоящее чудо, стремясь преодолеть экономические трудности и сделать жизнь британцев стабильной. Мы подготовили выборку 13 статей за 1950 по 1955 год, в заглавии которых вынесено имя У. Черчилля.

Таблица 9.

Статьи в британских СМИ, где в заголовке стоит имя
У. Черчилля (1950-1955)

Название статьи	Автор	СМИ	Дата
Уинстон Черчилль взялся за внешнюю политику	М. Сандерс	BBC	08.03.1950
Уинстон Черчилль успешно правит страной много лет	Л. Льюис	BBC	15.04.1950
Политические планы Черчилля	В. Браун	Times	12.03.1951
Британцы ждут чуда от Черчилля	К. Джонсон	Times	20.05.1951
Британский премьер выводит страну в лидеры Европы	А. Волш	Guardian	17.05.1952
Деловая хватка Черчилля нравится США	Л. Браун	Guardian	28.06.1952
Авторитет Уинстона Черчилля в мире несёт британцам дивиденды	Г. Грэй	Daily Telegraph	11.07.1952
Может нам взять пример с Уинстона Черчилля?	И. Смит	Daily Telegraph	03.08.1953

Сильный переговорщик Черчилль и восстановление Европы	Д. Лейк	Observer	18.09.1953
Какой он, Уинстон Черчилль?	В. Ботт	Observer	15.10.1953
Черчилль знает как поднять экономику Британии	И. Миллард	Daily Mirror	16.05.1954
Стабильная Британия Черчилля	В. Ньюбери	Daily Mirror	19.09.1954
Черчилль как кризисный менеджер	Б. Клоуз	Daily Express	15.08.1955

Исходя из данных таблицы, можем сделать вывод, что **СМИ активно культивировали имидж У. Черчилля - спасителя и наставника.** В заглавиях статей подчёркивалось, что У. Черчилль - «сильный переговорщик», успешный менеджер, обладающий деловой хваткой и способный творить чудо.

Даже после завершения политической карьеры, СМИ продолжали оказывать внимание У. Черчиллю. Например, широко освещались его заслуги перед Великобританией и другими странами мира посредством информирования общественности о большом количестве у него государственных наград. В связи с тем, что список наград политика очень велик, приведем в качестве примера только некоторые из них: Индийская медаль с планкой «Punjab Frontier» 1897-1898» (1898 г.), Королевская Суданская медаль 1896-1898 (1899 г.), Британская Военная медаль 1914-1918 (1919г.), Медаль Победы (1920г.), Орден Кавалеров Почета (1922, посвящен 1923 г.), Серебряная юбилейная медаль короля Георга V (1935 г.), Коронационная медаль короля Георга VI (1937 г.), Медаль Обороны 1939-1945 (1945 г.), Орден Заслуг (1946 г.), Военная медаль 1939-1945 (1946 г.), Коронационная медаль королевы Елизаветы II (1953 г.), Рыцарь ордена Подвязки (1954 г.), Воинская медаль (Франция, 1947 г.), Медаль Свободы (Дания, 1946 г.), Золотая медаль Конгресса (США, 1969 г.), Большой крест ордена Белого льва (Чехия, 2014, посмертно) и многие другие.

Так как У. Черчилль уделял много внимания рисованию картин (им написано более 500 картин), в газетах регулярно выходила информация об успехах Черчилля-художника. Сообщалось о получении У. Черчиллем звание Почетного члена Королевской академии художеств, о художественных выставках его картин. Была напечатана его книга под названием «Живопись как

приятное времяпрепровождение», где У. Черчилль описал весь свой опыт живописи. [365] Следует отметить и издание его мемуаров, исторических и биографических произведений. В 1923-1939 гг. он описал события Первой мировой войны в произведении «Мировой кризис», изданном в четырех томах, в то же время вышла в свет, написанная им биография его предка под названием «Жизнь Мальборо». В период с 1948 по 1953 гг. У. Черчилль издал мемуары о Второй мировой войне, а его последняя книга «История народов, говорящих на английском языке», опубликованная в 1956-1958 гг., была написана уже после отставки политика с поста премьер-министра Великобритании. Последним литературным трудом, ставшим достоянием публики, стала написанная У. Черчиллем «Похоронная книга», в которой он подробно представил сценарий собственных будущих похорон. По разработанному им сценарию под кодовым названием **«Операция "Надеюсь, что нет"»** и проходили похороны самого известного английского политика. Организацией похорон занималась лично Королева Елизавета II и службы Букингемского дворца, согласовывая все действия с Даунинг-стрит и семьей У. Черчилля. Похороны политика получили государственный статус, которого до него были удостоены только десять выдающихся британцев, не принадлежащих к королевской фамилии, таких как, физик И. Ньютон, адмирал Нельсон, герцог Веллингтон, политик Гладстон и другие. Вместе с тем именно похороны У. Черчилля оказались крупнейшими по масштабам за всю историю Великобритании. В траурной церемонии принимали участие представители 112 государств на высшем и высоком уровнях, включая президента Франции де Голля, западногерманского канцлера Эрхарда, заместителя Председателя Совета Министров СССР К.Н. Руднева и маршала СССР И.С. Конева, только КНР не направила своего представителя. Советский Союз представляла делегация в составе. Прямую трансляцию похорон У. Черчилля смогли посмотреть 350 миллионов человек, включая 25 миллионов

[365] Ramsden, J. Man of the Century: Winston Churchill and His Legend Since 1945. Columbia University Press, 2002. 16-17 pp.

британцев. В 1965 г. в Вестминстерском аббатстве был возведен памятник У. Черчиллю скульптора Р. Стоуна[366].

Следует отметить, что СМИ в последние годы жизни У. Черчилля целенаправленно формировали положительный имидж бывшего премьер-министра страны У. Черчилля. Правительство Великобритании было заинтересовано в этих публикациях и стремилось увековечить его заслуги перед Родиной, так как это позволяло дополнительно укрепить свои позиции в мире путем популяризации деятельности политика не только внутри страны, но и за рубежом.

Подводя итог, следует сказать, что СМИ сыграли большую роль в формировании политического имиджа У. Черчилля. Телевидение (телеканал BBC[367], британские газеты («Times», «Guardian», «Daily Telegraph», «Observer» и «Financial Times») уделяли большое внимание персоне политика. В информации СМИ присутствовали материалы различной направленности, как белый, так и чёрный пиар. Скорее всего, материалы негативного характера имели политический заказ или готовились авторами, которые не принимали во внимание совокупность факторов, влияющих на политику У. Черчилля и его деятельность на посту премьер-министра Великобритании. Были статьи нейтрального характера, но в большей степени СМИ печатали материалы, способствующие созданию положительного имиджа политика. Регулярно печатались портреты У. Черчилля, обыгрывались внешние атрибуты имиджа политика: шляпа, сигара и символ победы – V. При описании личных качеств политика и его достижений на посту премьер-министра обязательно помещался узнаваемый читателями портрет политика. В итоге в сознании людей закреплялось представление о политике как о человеке, который сам создает актуальные тренды и искусно ими управляет. Даже скандалы, карикатуры и

[366] Ларсон Э. указ. соч. С. 729-730.

[367] Телевидение (телеканал BBC, на момент описываемых событий являвшийся основным британским вещателем, в настоящее время признанный в РФ иноагентом; его материалы используются в диссертации исключительно в историко-аналитических целях).

различные курьёзные ситуации, в которых не раз оказывался У. Черчилль, привлекали внимание к одиозной фигуре британского политика, делая его ещё популярнее не только в Великобритании, но и в мировом масштабе.

Подводя **итоги третьей главы**, отметим.

1. Уверенность Черчилля в своей избранности и неизбежной победе сделала его героем и спасителем Англии. Но при этом все его действия в 1940-1941 годах не выходили из рамок консервативного стратегического мышления, в основе которого были положены четыре основных принципа:

1) не следует спешить, нужно экономить материальные и человеческие ресурсы;

2) приоритетность политических целей над соображениями военной целесообразности;

3) необходимость добиться поддержки США, без которой невозможно одержать победу;

4) продвижение собственных военных стратегий:

- приоритетность «битвы за Атлантику», что позволит сохранить боеспособность Англии;

- усиленное внимание на средиземноморский театр военных действий — это позволит сохранить Британскую империю

2. У. Черчилль возглавил Великобританию, заняв пост премьер-министра, в самый ответственный момент, когда страна вступила в войну с фашистской Германией. Благодаря своей уверенности в победе, личной храбрости, уму и умело реализуемой стратегии «лидера-наставника», У. Черчилль вошёл в историю как самый известный политик и лидер государства в мировой истории XX века.

3. После окончания войны У. Черчилль проиграл выборы, так как не смог сразу перестроить свою политическую программу с войны на мир. Но сумел трансформировать имидж и одержать политическую победу в 1951 году, второй раз став премьер-министром. Ему удалось вновь завоевать доверие британцев и

стать ключевым игроком в новых международных отношениях в период «холодной войны». У. Черчиллю вновь верили и надеялись, что он сумеет вывести Великобританию из сложной ситуации противостояния с СССР.

4. Жизнь и профессиональная деятельность У. Черчилля всегда была тесно связана со средствами массовой информации. Телевидение (телеканал BBC), британские газеты («Times», «Guardian», «Daily Telegraph», «Observer» и «Financial Times») уделяли большое внимание персоне политика. В информации СМИ присутствовали материалы различной направленности, как белый, так и чёрный пиар. Скорее всего, материалы негативного характера имели политический заказ или готовились авторами, которые не принимали во внимание совокупность факторов, влияющих на политику У. Черчилля и его деятельность на посту премьер-министра Великобритании. Были статьи нейтрального характера, но в большей степени СМИ печатали материалы, способствующие созданию положительного имиджа политика. Регулярно печатались портреты У. Черчилля, обыгрывались внешние атрибуты имиджа политика: шляпа, сигара и символ победы - V. При описании личных качеств политика и его достижений на посту премьер-министра обязательно помещался узнаваемый читателями портрет политика.

5. Собственный журналистский опыт и литературные произведения способствовали созданию привлекательного образа У. Черчилля. Благодаря своим мемуарам, историческим запискам и очеркам Черчилль смог создать наиболее выигрышный образ. К политику относились не всегда доброжелательно, но его имя всегда было на слуху публики.

6. СМИ в последние годы жизни У. Черчилля целенаправленно формировали положительный имидж бывшего премьер-министра страны У. Черчилля. Правительство Великобритании было заинтересовано в этих публикациях и стремилось увековечить его заслуги перед Родиной, так как это позволяло дополнительно укрепить свои позиции в мире путем популяризации деятельности политика не только внутри страны, но и за рубежом.

7. СМИ сыграли большую роль в формировании политического имиджа У. Черчилля. Благодаря СМИ, в сознании людей закрепилось представление о политике как о человеке, который сам создает актуальные тренды и искусно ими управляет. Даже скандалы, карикатуры и различные курьёзные ситуации, в которых не раз оказывался У. Черчилль, привлекали внимание к одиозной фигуре британского политика, делая его ещё популярнее не только в Великобритании, но и в мире.

ГЛАВА 4. РЕПУТАЦИЯ ЧЕРЧИЛЛЯ В РОССИИ: МЕЖДУ ВРАЖДЕБНОСТЬЮ И ПОЧТЕНИЕМ

4.1. Образ У. Черчилля в медиасфере СССР

Британский премьер-министр У. Черчилль вполне справедливо может быть признан самым популярным западным политиком в СССР. Его образ был узнаваем в Советском Союзе всеми, но и сегодня, пожалуй, не найдётся человека, который, посмотрев на фотографию, не назовёт имя Черчилля. Конечно, здесь большую роль сыграло его участие в составе Большой тройки. И.В. Сталин, У.С. Черчилль и Ф.Д. Рузвельт смогли наладить сотрудничество для совместной борьбы с Гитлером [368]. Однако Франклин Делано Рузвельт не меньше британского премьера сделал для организации Второго фронта и материальной помощи СССР в годы Великой Отечественной войны, но его популярность значительно меньше. Ю.А. Цветков считает, что популярность У. Черчилля объясняется не только масштабом тех событий, в которых он принимал участие, но благодаря культивируемому им самим мифу о своей значимости и величии[369]. Но никаким мифом невозможно объяснить добродушное отношение советских граждан к человеку, так ненавидевшему коммунизм и советский строй. «…Погибла империя Петра Великого и либеральная Россия, о которой так долго мечтали и Дума, и только что созванное Учредительное собрание. Вместе с царскими министрами канули во тьму кромешную либеральные и радикальные политики и реформаторы» - так оценил Октябрьскую революцию 1917 года У. Черчилль [370]. Между тем даже в оценках советских политических лидеров и дипломатов нет ярко выраженного негатива в отношении У. Черчилля. Вот

[368]Назаров О. О сэре Уинстоне Черчилле и «телячьем восторге». [Электронный ресурс]. URL: https://ria.ru/20150707/1118695142.html (дата обращения: 12.12.2025).
[369]Цветков Ю.А. Черчилль как государственный деятель: мифы и реальность (к 150-летию со дня рождения) // Вестник государственного и муниципального управления. 2025. Том 14. № 3. С. 154.
[370]Черчилль У. Мировой кризис: 1918–1925. М., 2010. С. 43.

какую характеристику давали британскому политику советские государственные деятели:

▪ В.И. Ленин: *«величайший ненавистник Советской России»*[371];

▪ И.В. Сталин: *«старая боевая лошадка», «поджигатель войны»*[372];

▪ В.М. Молотов (министр иностранных дел СССР): *«самый сильный из них (капиталистов), самый умный. Конечно, он стопроцентный империалист»*[373];

▪ Ф.Т. Гусев (советский посол в Лондоне): *«авантюрист, для которого война является его родной стихией»*[374].

Руководители Советского государства, давая характеристику У. Черчиллю, прежде всего, оценивали его политическую и государственную деятельность, которая всегда проводилась в интересах Великобритании. Для полного понимания приведём цитаты В.И. Ленина и И.В. Сталина, из которых взяты приведённые характеристики (см. табл. 10).

Таблица 10.

Характеристика У. Черчилля советскими руководителями

ФИО	Цитата	Источник
В.И. Ленин	«Английский военный министр Черчилль уже несколько лет употребляет все средства, и законные, и еще более незаконные с точки зрения английских законов, чтобы поддерживать всех белогвардейцев против России, чтобы снабжать их военным снаряжением. Это - *величайший ненавистник Советской России*»[375]	Речь на совещании председателей исполкомов
И.В. Сталин	«По сути дела г-н Черчилль стоит теперь на позиции *поджигателей войны*. И г-н Черчилль здесь не одинок - у него	Ответ корреспонденту «Правды» (на

[371] Ленин В.И. Полное собрание сочинений. 5-е издание. М.: Издательство Политической литературы. 1981. Т.41. С. 350.
[372] Экштут С. Иосиф Сталин: Черчилль и его друзья поразительно напоминают Гитлера // Родина: исторический научно-популярный журнал / гл. редактор В.Ф. Фронин. М.: Издательство «Российская газета». 2021. № 3. С. 24.
[373] Чуев Ф. Сто сорок бесед с Молотовым: Из дневника Ф. Чуева. М.: ТЕРРА, 1991. С. 65.
[374] Экштут С. Указ. соч. С. 23.
[375] Ленин В.И. Указ. соч. С. 350-351.

	имеются друзья не только в Англии, но и в Соединенных Штатах Америки. Следует отметить, что *г-н Черчилль и его друзья поразительно напоминают в этом отношении Гитлера и его друзей*. <...> Несомненно, что установка г-на Черчилля есть установка на войну, призыв к войне с СССР»[376]	Фултонскую речь У. Черчилля)

Таблица сделана автором

Приведённые цитаты показывают реакцию руководителей Советского Союза на недружественные действия британского политика в отношении страны. В годы Гражданской войны У. Черчилль был убеждённым сторонником английской интервенции на территорию молодой Советской Республики. Так, на судебном процессе в 1924 году Борис Савенков вспоминал: *«Черчилль мне показал карту юга России, где были указаны флажками войска деникинские и ваши войска. <...> Он показал мне деникинские флажки, и вдруг сказал: «Вот это моя армия»*[377]. У. Черчилль имел право на эти слова, так как финансирование и вооружение Белой армии было полностью осуществлено на английские деньги. Поэтому слова Ленина о «величайшем ненавистнике» являются сущей правдой, У. Черчилль всегда ненавидел коммунизм как идею и не испытывал симпатии к советскому государству.

Разумеется, первые труды, анализирующие деятельность У. Черчилля, появились в СССР и были крайне негативными. В тот период, когда британский политик был только на подходе к вершине политической лестнице, его деятельность получила освещение в издании, посвящённом взаимоотношениям СССР и Великобритании. В это время У. Черчилль занимал должность канцлера казначейства. Автор книги И. Тайгин освещал его деятельность по отношению к СССР как *«резко-враждебную»,* подчеркивал, что он не устает *«выступать по различным поводам с крикливыми речами»* [378] .Первый советский биограф У.

[376]Экштут С. Указ. соч. С.23-25.
[377] Сейерс М., Кан А. Тайная война против Советской России. М.: Государственное издательство иностранной литературы, 1947. С. 283.
[378]Тайгин И. Англия и СССР. Л.: Прибой, 1926. С. 93.

Черчилля В.Г. Трухановский характеризовал его как *«заклятого врага коммунизма и русского народа»*[379]. Не стоит считать данные высказывания чересчур резкими и предвзятыми. Так, после свершившейся Октябрьской революции У. Черчилль, выступая в Палате общин, сказал: *«Ленин был послан в Россию немцами, так же, как вы могли бы отправить флакон с культурой тифа или холеры в водопровод большого города, и это сработало с удивительной точностью»*[380]. А в августе 1942 года, будучи союзником СССР и находясь в Москве, заявил: *«Мне говорили, что русские не являются человеческими существами. В шкале природы они стоят ниже орангутангов»*[381].

Хотя в советской научной литературе были отличные от общепринятых взгляды на политическую деятельность У. Черчилля. Например, в книге, вышедшей в 1923 году, автора А.В. Шталя дана информация о деятельности Первого лорда Адмиралтейства в период мирового кризиса 1911-1915 годов без всякой идеологической оценки[382]. Зная об отношении В.И. Ленина к Черчиллю и его роли в английской интервенции, это удивительный факт. Автор характеризует британского политика как выдающегося государственного деятеля, отмечая его яркий талант оратора (*«сжатая последовательность мысли»),* способного уважать врага, но «*не всегда выдержан в стили эпического бесстрастия*»[383].

Финалом истинного отношения У. Черчилля к СССР является его речь в Фултоне. В СССР хорошо видели двуличность премьер-министра Великобритании. После публикации хвалебной речи Черчилля в адрес страны и её руководителя 10 ноября 1945 года, И.В. Сталин отреагировал крайне негативно: *«Считаю ошибкой опубликование речи Черчилля с восхвалением*

[379]Трухановский В.Г. Уинстон Черчилль: Политическая биография. 2-е издание. М.: Мысль, 1968. 480 с.
[380] Робертс Э. Черчилль и Россия. [Электронный ресурс]. URL: https://winstonchurchill.org/publications/proceedings/churchill-and-russia (дата обращения: 15.12.2025).
[381]Трухановский В.Г. Уинстон Черчилль. 1982. С. 338.
[382]Шталь А.В. У. Черчилль - Первый лорд Адмиралтейства в мировой кризис 1911–1915 годов Петроград: Редакционно-Издательский Отдел Морведа. 1923. 42 с.
[383]Шталь А.В. Указ. соч. С. 8.

России и Сталина. Считаю восхваление это нужно Черчиллю, чтобы успокоить свою нечистую совесть и замаскировать свое враждебное отношение к СССР, в частности, замаскировать тот факт, что Черчилль и его ученики из партии лейбористов являются организаторами англо-американо-французского блока против СССР»[384].

После Фултонской речи ответ И.В. Сталина и данная им характеристика У. Черчилля также выглядит вполне закономерной. Британский политик призвал «опустить железный занавес», отгородившись от СССР, в ответ И. Сталин охарактеризовал его действия как *«поджигателя войны»*, проведя параллели с Гитлером. Но в словах советских лидеров нет ненависти, неприкрытой грубости, они дают характеристику не политика У. Черчилля, а его действий, направленных против Советской страны. Более того Сталин, называя Черчилля «старой боевой лошадкой», отмечал работоспособность, деловую хватку и опыт политика. Это положительная и вполне добродушная оценка одного политического лидера в отношении другого. Советские политические деятели относились к У. Черчиллю как к талантливому, достойному противнику, игравшему в другой команде против нашей страны.

Советскому правительству, как и советскому народу не за что было с почтением относиться к Черчиллю, но транслируемый в СССР облик британского премьера был симпатичен. «Даже политические карикатуры 1950-1960-х годов на него, которыми изобиловали советские газеты и журналы, только способствовали популяризации образа этого человека. Спросили бы мы любого в нашей стране в то время: «Как выглядит классический буржуй?». И нам бы описали в точности до мелочей облик Черчилля»[385].

В советских карикатурах на британского политика акцент делался на внешних данных политика, неизбежных атрибутах имиджа У. Черчилля: шляпа-котелок, сигара, галстук-бабочка. Советские граждане на страницах газет и

---

[384] Фонд Александра Н. Яковлева. [Электронный ресурс]. URL: https://www.alexanderyakovlev.org/fond/issues-doc/69271 (дата обращения: 13.12.2025).

[385] У. Черчилль: proetcontra, антология / Сост., вступ. статья, коммент. С.Н. Полторака, А.В. Зотовой. СПб.: РХГА, 2015. С. 7.

журнала «Крокодил» видели смешного толстяка с сигарой и неизменной шляпой, и этот облик был не отталкивающим, а вполне безобидным и смешным. Однако в иллюстрациях Ю. Рейнера к «Сказке о военной тайне, о мальчише-кибальчише и его твёрдом слове» А. Гайдара главный буржуин поразительно похожий на портрет У. Черчилля (массивная фигура в чёрном фраке, бабочка, шляпа), был изображен гротескно-злым, с хищным оскалом и горящими глазами – как типичный «враг» советской пропаганды, а не безобидный персонаж [386] (см. Приложение 11).

На наш взгляд, устойчивые симпатии советских людей к британскому политику объясняются той поддержкой, которая была оказана У. Черчиллем в годы Второй мировой войны и освещалась в советской печати. Так, в газете «Тихоокеанская Звезда» № 158 от 7 июля 1942 года было напечатано выступление У. Черчилля в Палате общин 2 июля, в котором он с симпатией говорит о героической борьбе СССР против фашистской Германии [387] . Безусловно, эта информация была воспринята в Советском Союзе с благодарностью. Ведь в газетах не писали о том, как затягивал У. Черчилль открытие Второго фронта. О том, что именно благодаря британскому премьеру Второй фронт не был открыт в конце 1942 - начале 1943 гг. пишет советский посол в США М. Литвинов: *«Президент признает необходимость высадки на европейском континенте, но этому противятся англичане и его собственные военные советники. Не подлежит сомнению, что он в этом вопросе взят на буксир Черчиллем»[388]. Об этих фактах советские граждане, конечно же, не знали, но правительство страны прекрасно всё понимали, поэтому и не доверяли британцам, относясь к их предложениям сдержанно. Благодаря разведывательным данным в Москве были информированы о*

[386] Главный буржуин и буржуины. Иллюстрация Ю. Рейнера к «Сказке о военной тайне, о мальчише-кибальчише и его твёрдом слове» А. Гайдара. [Электронный ресурс]. URL: https://xn----7sbb5adknde1cb0dyd.xn--p1ai/img/show/3526.htm (дата обращения: 13.12.2025).
[387] Выступление Черчилля в Палате общин // Тихоокеанская Звезда № 158 (5145). 7 июля 1942. С. 4.
[388] Назаров О. Указ. соч.

тяжёлом положении «британских войск на всем театре военных действий, личную заинтересованность У. Черчилля во втягивании СССР в войну с Германией» [389] . Советские граждане, не знавшие всех тонкостей внешней политики, воспринимали У. Черчилля как своего человека. В нём действительно было много похожего на них человека, например, любовью к спиртному и к полноценной, насыщенной событиями и приключениями, жизни. «Все чаще и чаще мы обнаруживаем странное родство душ далекого зарубежного политика и наших самых простых, самых что ни на есть российских» - отмечают С.Н. Полторак и А.В. Зотова[390]. Однако советский народ видел созданный имидж политика, не зная самого У. Черчилля. Отдельно следует сказать о радиорепортажах, которые постоянно рассказывали о делах на фронте, в том числе и о помощи стран-союзников СССР. Разумеется, на радио постоянно упоминали британского премьера, акцентировали внимание на его роли в организации союзников на борьбу с фашистской Германией. Визуальный образ У. Черчилля был знаком советскому народу благодаря документальному кино, которое в годы Великой Отечественной войны «стало одним из действенных информационных каналов, освещавших ход военных действий»[391].

О факте популярности У. Черчилля в СССР и современной России говорят художественные и публицистические произведения, в которых присутствует упоминание о нём в самых разных контекстах. Например, в самом начале Великой Отечественной войны Е.П. Петров, знаменитый соавтор таких произведений, как «Двенадцать стульев» и «Золотой Телёнок», в одной из заметок с фронта писал: *«Очень часто я встречаю людей, которых не видел с начала войны. И, обсудив предварительно все военные вопросы, включая последнюю речь Черчилля, и не забыв о положении на острове Гуам, мы*

[389]Звонарев А.В., Пашенцев Д.А. Сталин и Черчилль: от установления личных контактов к созданию военного союза // Вестник МГПУ. Серия: Юридические науки. 2025. № 2 (58). С. 14.
[390]У. Черчилль: proetcontra, антология… С. 15.
[391]Грабельников А.А. Экранная коммуникация и визуализация журналистики: монография/ А.А. Грабельников, Н.С. Гегелова. Тверь: Издательство Тверского государственного университета, 2019. С. 61.

начинаем вспоминать, где встречались в последний раз»[392]. На тот момент ещё не состоялась встреча Большой тройки, не был открыт Второй фронт, но в простой беседе советские люди обсуждают выступления У. Черчилля, что свидетельствует о высоком уровне популярности британского политика. На наш взгляд, такой эффект был достигнут благодаря самому У. Черчиллю, выразившему поддержку СССР в самые первые дни войны, и советским СМИ, публиковавшим речи Черчилля. Дальнейшая политика лавирования британского премьера, затягивания открытия Второго фронта, не могла способствовать росту симпатий к У. Черчиллю граждан СССР. Карикатура Б. Ефимова «Под метёлку... Гитлер собирает, Черчилль наблюдает» один из примеров критики английского премьера за затягивание открытия Второго фронта в Европе[393]. Но даже в изображённом сюжете: Черчилль сидит, положив ноги на своё «торжественное обещание открыть второй фронт в Европе в 1942 году» просматриваются симпатии к политику. Сам У. Черчилль показан таким добреньким толстячком с хитрой улыбкой и неизменной сигарой и шляпой (см. Приложение 12). В другой карикатуре этого же автора «Черчилль и его генералы. Обсуждение вопроса об открытии второго фронта» Черчилль также симпатичен и добродушен[394]. Толстенькая фигура премьер-министра облачена в военную форму, но на шее галстук-бабочка. С указкой в руках у карты советско-германского фронта он объясняет почему нет возможности открыть второй фронт в Европе. Объяснение понятно зрителям, так как на спинах генералов, внимающих У. Черчиллю, написано: «Воеватьчужимируками», «Какбычегоневышло», «Стоитлирисковать», «Давайтеподождём», «Небудемспешить» (см. Приложение 13).

Все ожидания и разочарования советских людей выразил И. Эренбург в статье «Началось!», напечатанной в газете «Красная звезда» 8 июля 1944 года: *«Мы столько раз повторяли: «Если бы!»... Мы столько раз слышали: «Накануне*

[392]Цит. по: У. Черчилль: proetcontra, антология… С. 8.
[393] День в истории. Черчилль. [Электронный ресурс]. URL: https://maysuryan.livejournal.com/1530322.html (дата обращения: 13.12.2025).
[394]Там же.

решающих боев»… Как хорошо, что это позади! Как хорошо, что решающие бои начались! Забудем о сослагательном наклонении. Нам больше не придется прибегать к глаголам в будущем времени. То, чего мы ждали, совершилось: начато наступление на Германию с Запада»[395]. Статья приведена в Приложении 14. Однако есть мнение, что «к концу войны в советском обществе сложилась устойчивая симпатия к этому хитрому добродушному толстяку с железобетонным характером» [396] .Объяснить это можно тем, что человек с сильным характером и убеждениями, каким был У. Черчилль, закономерно вызывает уважение. Но каждый советский человек был уверен в силе воли и характера Сталина и считали, что он выигрывает у Черчилля. «Всегда приятнее дружить с сильным врагом, особенно когда осознаешь, что у тебя сила - еще больше»[397].

О популярности У. Черчилля в Советском Союзе свидетельствует значимое произведение И. Эренбурга «Оттепель», напечатанная после войны в 1954 году. В произведении есть два эпизода с упоминанием Черчилля. В этот сложный и полный событиями период советские люди в беседах обсуждали британского политика. Главный герой повести «работает и молчит. Слушает, как Брайнин спорит с Егоровым, укротят ли американцы *Черчилля*, - и молчит. Водку пьет и опять-таки молчит»[398]. В другом эпизоде герой Е.В. Соколовский даже в состоянии влюблённости вновь обращается к личности Черчилля: «Всю жизнь мечтал о ней, ждал ее. Не скажу ей никогда об этом, приду завтра или через неделю, буду молчать или заговорю о Журавлеве, о жизни на Марсе, о *Черчилле,* о черте - все равно о чем, только этого не скажу. Счастье мое, мой вечер, моя страсть!...»[399].

[395]Эренбург И. Началось! // Красная звезда. № 135 (5815), 8 июня 1944 г. С. 3.
[396]У. Черчилль: pro et contra, антология… С. 9.
[397]Там же.
[398] Эренбург И.Г. Оттепель [Электронный ресурс]. URL: https://lib.ru/PROZA/ERENBURG/ottepel.txt (дата обращения: 13.12.2025).
[399]Эренбург И.Г. Оттепель.

Проведённый анализ позволяет выделить основные языковые маркеры скандальности, формировавшие негативный медиаобраз Черчилля в советской прессе. Как отмечают Е.В. Середина, Е.В. Кислицына и Е.Ф. Бех, исследуя политическую карикатуру, прозвища и оценочные наименования являются яркими индикаторами сниженной лексики, формирующей ироническое или негативное восприятие политика массовой аудиторией [400] . В советских медиаресурсах Черчилль получал целый ряд таких маркеров. Во-первых, это идеологически окрашенные инвективы в официальных высказываниях советских лидеров: «величайший ненавистник», «поджигатель войны», «авантюрист», «империалист». Во-вторых, иронические и саркастические характеристики в газетных статьях и карикатурах: «добренький толстячок с хитрой улыбкой», «смешной толстяк с сигарой». В-третьих, разговорные выражения и оценочные фразеологизмы в подписях к карикатурам: «Воевать чужими руками», «Как бы чего не вышло», «Стоит ли рисковать», «Давайте подождём», «Не будем спешить». Все эти языковые средства в совокупности формировали амбивалентный, но устойчивый и узнаваемый медиаобраз британского лидера в советском информационном пространстве.

Динамика образа Черчилля в советской прессе менялась в зависимости от социально-политического контекста. Как отмечает А.М. Бирюков, анализируя советские газеты периода Великой Отечественной войны, отношение к британскому премьеру не оставалось неизменным. Если в 1942 году, когда СССР остро нуждался в поддержке союзников, советская пресса создавала позитивный образ Черчилля как союзника и подчёркивала единство «Большой тройки», то к концу 1944 года, по мере того как СССР начинал лидировать в борьбе с Германией, тон публикаций изменился. Показательным фактом, по мнению исследователя, является то, что юбилей Черчилля в ноябре 1944 года советская пресса проигнорировала, тогда как годом ранее день рождения Рузвельта был

[400] Середина Е.В., Кислицына Е.В., Бех Е.Ф. Антропонимические прозвища Джо Байдена в политической карикатуре // Современные исследования социальных проблем. 2022. Т. 14. № 1-3. С. 2.

отмечен торжественными публикациями[401]. Эта динамика демонстрирует, как изменение внешнеполитической обстановки влияло на медийную репрезентацию британского лидера.

Таким образом, в медиасфере СССР образ У. Черчилля был представлен в негативном свете, как недруга и даже врага советских людей. Эта официальная линия Коммунистической партии была основана на открытой неприязни Черчилля к коммунизму и СССР. В информационном пространстве Советского Союза широко освещалась информацию о том, что Черчилль пытался убедить Гитлера напасть на СССР.

4.2. Поляризация репутационных оценок Черчилля в постсоветском медиапространстве

У. Черчилль находится в фокусе внимания отечественных учёных современности, его политической деятельности посвящены диссертационные исследования, научно-популярные издания, фундаментальные труды. Изначально, в период СССР, существовал конкретный классовый подход к освещению политической биографии У. Черчилля. Сегодня можно найти самые разные мнения о политической деятельности премьер-министра Великобритании, от негатива до восхищения. На основании анализа научных исследований отечественных авторов, посвящённых У. Черчиллю, выявлены две группы:

▪ одна группа исследователей характеризует деятельность У. Черчилля как ярого русофоба, непримиримого врага коммунизма и инициатора Холодной войны;

[401] Бирюков А.М. Ф. Рузвельт и У. Черчилль в зеркале советской прессы периода Великой Отечественной войны. С. 138–139.

▪ вторая группа исследователей придерживаются противоположного мнения, видя в Черчилле героя-победителя, последовательного борца с фашизмом.

Рассмотрим оба «лагеря» отношения к У. Черчиллю в России.

М.М. Стельмак в диссертации сообщает, что на станицах периодической печати Сибири во время Гражданской войны У. Черчилль представлен как союзник и «рука помощи» русскому народу[402]. Действительно, У. Черчилль был инициатором активной помощи, но только не русскому народу, а Белой армии, которая сражалась против Красной армии. *«Помощь, которую мы можем оказать русским армиям, которые сейчас ведут борьбу против мерзкого большевизма, может быть оказана оружием, боеприпасами, техникой и техническими службами»*, - эти слова приводит Э. Робертс, а сказал их У. Черчилль на обеде в Мэншн-Хаусе в феврале 1919 года[403]. Британский политик действительно выражал уважение в адрес русских людей: *«Только благодаря русской человечности, русскому мужеству и русской добродетели может быть достигнуто спасение и возрождение этой некогда могущественной нации и знаменитой ветви европейской семьи»*[404]. Однако, как видно из высказывания политика, это уважение было адресовано одной стороне русских, убивающих другую сторону: *«Россию нужно спасти русскими усилиями, и именно от сердца русского народа и его сильной рукой должна вестись основная борьба против большевизма в России»*[405]. Если была возможность причинить СССР вред, У. Черчилль её приветствовал. Так, узнав о нападении Германии на Советский Союз, он был обрадован и отправил записку Идену: *«Немецкие армии вторглись в Россию»*[406]. Затем «во время завтрака, на котором присутствовал посол в СССР Стаффорд Криппс, У. Черчилль *«замучил посла, называя русских "варварами" и*

[402] Стельмак М.М. Образ иностранных союзников антибольшевистского движения в периодической печати Западной Сибири (май 1918 – декабрь 1919 гг.): дис... кандидата исторических наук: 07.00.02. Тюмень, 2017. 326 с.
[403]Робертс Э. Черчилль и Россия.
[404]Там же.
[405]Там же.
[406]Звонарев А.В., Пашенцев Д.А. Указ. соч. С.14.

доказывая, что коммунистов ничто не связывает "даже с самым низменным типом людей"»[407].

У. Черчилль никогда не был честен перед своим народом, почему же надо принимать за истину добрые слова политика в адрес русского правительства и народа. Вот два фактических события, произошедших в 1945 году, с разницей во времени в несколько дней:

▪ 9 мая 1945 года У. Черчилль поздравляет от имени всех британцев Сталина и советский народ с победой над фашистской Германией: *«Я шлю Вам сердечные приветствия по случаю блестящей победы, которую Вы одержали, изгнав захватчиков со своей земли и разгромив нацистскую тиранию. Я твердо верю, что от дружбы и взаимопонимания между британским и русским народами зависит будущее человечества. Здесь, в нашем островном отечестве, мы сегодня очень часто думаем о Вас, и мы шлем Вам из глубины наших сердец пожелания счастья и благополучия. Мы хотим, чтобы после всех жертв и страданий в той мрачной долине, через которую мы вместе прошли, мы теперь, связанные верной дружбой и взаимными симпатиями, могли бы идти дальше под сияющим солнцем победоносного мира»*[408].

▪ 12 мая 1945 года У. Черчилль отправляет послание Г. Трумэну, в котором заявляет о необходимости борьбы с СССР: *«Что произойдет через год или два, когда британские и американские армии растают, и когда французских почти еще не будет, или во всяком случае, их не будет в широком масштабе, и когда мы сможем располагать лишь горсткой дивизий, тогда как русские, возможно, захотят держать в Европе две или три сотни дивизий в активном состоянии? В таком случае "железный занавес" опустится вдоль их фронта. Мы не знаем, что происходит за этим занавесом. Мало сомнения в том, что весь район к востоку от линии Любек - Триест - Корфу будет скоро полностью в их руках. К этому надо добавить дальнейший, огромный район, захваченный американскими армиями между Эйзенахом и Эльбой, который, как я полагаю,*

[407] Там же.
[408] Назаров О. О сэре Уинстоне Черчилле и «телячьем восторге».

через несколько недель будет оккупирован русской мощью, если американцы отойдут. Тогда русские, если они этого пожелают, смогут продвинуться к водам Северного моря и Атлантики»[409].

▪ 18 мая 1945 года в Москве узнали о разработке плана операции «Немыслимое», направленной против СССР. Начало разработки операции было положено в апреле 1945 года.

В современных СМИ большое внимание уделяется политике У. Черчилля после Второй мировой войны и его роли в развязывании холодной войны. В периодической печати много статей, посвящённых операции «Немыслимое», о которой в советских изданиях практически не упоминалось. В публицистике подчёркивается, что инициатива о нападении на советскую армию в Европе была спланирована Уинстоном Черчиллем, стремившемся не допустить продвижения влияния СССР на западные страны[410]. Эксперт международного института гуманитарно-политических исследований В. Брутер рассматривает роль У. Черчилля в разделении Европы на сферы влияния. По мнению В. Брутера, британский политик уступил Сталину Польшу, так как для него «это «дело житейское». «Одной Польшей больше, одной меньше». Во-первых, это не навсегда, а британцы знают цену времени. Во-вторых, знать намерения сегодняшнего партнера и будущего врага – это гораздо важнее»[411]. Российский эксперт подчёркивает любовь и умение У. Черчилля «играть» в политические игры.

В поддержку мнения исследователей, считающих У. Черчилля врагом СССР и советского народа, можно отнести следующие аргументы:

---

[409] Там же.

[410] Окунев Д. «Сталин знал о плане»: как Черчилль чуть не развязал Третью мировую. [Электронный ресурс] // газета. Ru 21.05.2020. URL: https://www.gazeta.ru/science/2020/05/21_a_13091821.shtml?utm_auth=false (дата обращения: 29.01.2026).

[411] Брутер В. «Листки Черчилля» или как была разделена Европа (Часть 6) [Электронный ресурс] // Международная жизнь. 2020. URL: https://interaffairs.ru/news/show/28035 (дата обращения: 28.01.2026).

1. У. Черчилль был инициатором организации английской интервенции в Советскую республику;

2. У. Черчилль был рад нападению Германии на СССР;

3. У. Черчилль целых три года оттягивал открытие второго фронта;

4. По приказу У. Черчилля в 1942 году британские военные корабли бросили караван с помощью для СССР, идущий в Мурманск (PQ - 17). Почти все суда были уничтожены немцами;

5. У. Черчилль начал Холодную войну.

Однако с данными утверждениями многие отечественные политологи и историки не согласны. Историк А.О. Плешко не согласен с тем, что У. Черчилля считают «врагом русского народа». Он считает, что образ *«классового врага»,* утвердившийся в период СССР*, «на сегодняшний день неактуален»*[412]. Уже в советской научной литературе были отличные от общепринятых взгляды на политическую деятельность У. Черчилля. Например, в книге, вышедшей в 1923 году, автора А.В. Шталя дана информация о деятельности Первого лорда Адмиралтейства в период мирового кризиса 1911-1915 годов без всякой идеологической оценки[413]. Зная об отношении В.И. Ленина к Черчиллю и его роли в английской интервенции, это удивительный факт. Автор характеризует британского политика как выдающегося государственного деятеля, отмечая его яркий талант оратора (*«сжатая последовательность мысли»),* способного уважать врага, но «*не всегда выдержан в стили эпического бесстрастия*»[414].

Ю.А. Цветков так же склонен не считать Черчилля врагом России и русского народа. Свою точку зрения автор аргументирует тем фактом, что политик рассматривал интервенцию как помощь русскому народу и, будучи противником большевиков, не был противником народа России. Он вовсе не стремился восстановить царскую власть, а хотел *«отсечь Советскую Россию от*

[412]Плешко А.О. Указ. соч. С. 15.
[413]Шталь А.В. У. Черчилль - Первый лорд Адмиралтейства в мировой кризис 1911–1915 годов Петроград: Редакционно-Издательский Отдел Морведа. 1923. 42 с.
[414]Шталь А.В. Указ. соч. С. 8.

национальных окраин в Прибалтике и на Кавказе»[415]. Сложно такое объяснение принять как проявления симпатии к населению СССР, но в заслугу У. Черчиллю можно поставить его поддержку советский страны в первый же день войны. 22 июня 1941 года он выступил на радио: *«Мы поможем России и русскому народу всем, чем только можем. Опасность для России - это опасность для нас и для Америки, и борьба каждого русского за свой дом и очаг - это борьба каждого свободного человека в любом уголке земного шара»*[416].

И всё-таки У. Черчилль, поддерживая СССР, прежде всего, думал о Великобритании, но никак не о советской стране. Англичане уже находились в состоянии войны с Германией. Начало военных действий на востоке, давало передышку Англии, «явилось первым лучом надежды для англичан», как заметил американский дипломат Д. Кеннан[417]. Данное утверждение подтверждал и телохранитель премьер-министра Томпсон, вспоминая, что сообщение о начале войны между СССР и Германией вызвало «чувство чрезвычайного облегчения» у самого У. Черчилля[418].

Ю.А. Цветков в качестве обоснования особого отношения У. Черчилля к русским приводит письмо политика к матери, написанное в годы Первой мировой войны*: «Стремление русских в Константинополь - просто желание великого народа. Семьдесят миллионов человек без незамерзающего порта. Разве это разумно?»* [419]. По мнению современного исследователя политика, проводимая У. Черчиллем на Балканах, была направлена на отстаивание интересов России, которой он не возражал передать «Константинополь с проливами Босфор и Дарданеллы»[420]. Трудно представить, что Черчилль говорил это искренне. Но в качестве факта, подтверждающего его высокую оценку роли России в годы Первой мировой войны, является его труд «Мировой кризис».

---

[415]Цветков Ю.А. Черчилль как государственный деятель: мифы и реальность. С. 149.
[416]Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 395.
[417]Назаров О. О сэре Уинстоне Черчилле и «телячьем восторге».
[418]Назаров О. О сэре Уинстоне Черчилле и «телячьем восторге».
[419]Цветков Ю.А. Черчилль как государственный деятель: мифы и реальность. С. 148.
[420]Там же.

Первоначально он лишь упоминает о России, но потом, в 1931 году, создаёт шестой том «Восточный фронт», в котором говорит об исторической миссии России в Первой мировой войне: *«Первой среди защитников христианства была Российская империя»*[421].

Приведённые факты свидетельствует о том, что У. Черчилль всегда умел скорректировать свои взгляды на исторические события в связи с текущей мировой обстановкой. В 1930-е годы он начинает осознавать опасность для Англии, исходящую от нацистской Германии. Именно поэтому обращает свои взоры на СССР, вспоминая о том, что русские никогда не подводили союзников. Даже в период октября 1917 года русская армия сковывала 80 германо-австрийских дивизий[422]. В то же время следует признать, что У. Черчилль, являясь сам храбрым человеком, знакомый со всеми сложностями войны, умел ценить смелость других. Поэтому он реально признавал умение русских воевать и побеждать. В 1915 году У. Черчилль говорил*: «русские армии с щедрой доблестью и энергией, с неустанным самопожертвованием во имя общего дела, превзошедшим всякую похвалу и одобрение, посвятили себя поддержанию войны»*[423].

Подводя итог обсуждения вопроса: как относился У. Черчилль к России и русским, следует обратиться к самому У. Черчиллю. В радиообращении 22 июня 1941 года он сказал: *«Никто не был более последовательным противником коммунизма, чем я, на протяжении последних двадцати пяти лет. Я не отменю ни единого слова, которое я говорил об этом. Но всё это меркнет перед разворачивающимся сейчас зрелищем. Прошлое со своими преступлениями, глупостями и трагедиями промелькивает в памяти»*[424]. Аристократ, политик, отстаивающий интересы Британской империи, У. Черчилль не мог любить Россию, извечную соперницу Британии. Но как опытный политик, он понимал и

[421]Черчилль У. Мировой кризис. В 6 т.; пер. с англ. Т. 6: Восточный фронт. – М.: Принципиум, 2016. С.11.
[422]Там же. С. 327.
[423]Робертс Э. Черчилль и Россия.
[424]Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 396.

видел ту значимую роль, которую Россия и СССР играли на международной арене. В нужный момент для Великобритании, он умел сказать, написать и сделать то, что послужит интересам его страны, даже заключить союз с ненавистными ему коммунистами в лице руководства СССР. Но в частных беседах У. Черчилль всегда подчёркивал свою нелюбовь и пренебрежение к России и русскому народу[425]:

- *«Никогда не забывайте, что большевики - крокодилы… Я не могу испытывать к ним ни малейшего доверия. Сила и факты - их единственная реальность»;*
- *«Было бы невообразимой катастрофой, если бы русское варварство наложило свой отпечаток на культуру и независимость древних государств Европы».*

После крушения СССР, когда в среде отечественных учёных стали формироваться ультралиберальные взгляды и негативное отношение коммунистическому строю, эти высказывания У. Черчилля, очевидно, не воспринимались как недоброжелательные. Именно поэтому многие отечественные учёные корректировали свои взгляды на политическую деятельность У. Черчилля. Например, В.Г. Трухановский «попал под обаяние личности английского политика и на своих лекционных занятиях «цитировал практически неизвестные в то время... остроумные афоризмы своего героя. По мере рассекречивания британских документов образ Черчилля переосмысливался…» историком с каждым изданием[426]. На сегодняшний день книга В.Г. Трухановского переиздана пять раз и переведена на многие иностранные языки.

Историк А.И. Уткин в своём труде «Уинстон Черчилль» характеризовал политика как «главного британца XX века»[427]. Проявляется тенденция создания не столько научного исследовательского труда, сколько научно-популярного,

[425]Робертс Э. Черчилль и Россия.
[426]Плешко А.О. Указ. соч. С. 17.
[427]Уткин А.И. Указ. соч.

адресованного широкому кругу читателей. А Саенко в книге «Властелин мира. Скандальная биография Уинстона Черчилля» делает акцент на анализ личных качеств лидера Великобритании, психологических особенностей политика[428]. С большой симпатией к У. Черчиллю относятся многие современные авторы. Например, Д.Л. Медведев является автором многих книг о британском политике, в которых даёт высокую оценку его деловым качествам [429] . Историк рассматривает деятельность У. Черчилля «сквозь призму принципов современного менеджмента и лидерства», что позволяет создать общее представление о многогранности личности политика[430].

В.П. Шестаков также даёт превосходную характеристику У. Черчиллю, отмечая сильные стороны личности политика и стараясь объяснить мотивы его поведения[431]. В большинстве современных исследований нет привычной для отечественной историографии характеристики У. Черчилля как зачинателя холодной войны. Зато можно встретить противоположное утверждение о том, что У. Черчилль не хотел войны с СССР и не является инициатором Холодной войны. Ю.А. Цветков считает, что влияние Фултонской речи «на последующее развитие событий сильно искажены»[432].

Автор аргументирует свой вывод[433]:

Во-первых, У. Черчилль выступал в Фултоне как частное лицо, он не находился в этот момент на государственной должности;

Во-вторых, речь Черчилля не нашла поддержки в американских и британских политических кругах;

---

[428]Саенко А. Властелин мира: скандальная биография Уинстона Черчилля. М.: Фолио, 2008. 187 с.

[429]Медведев Д.Л. Черчилль. Амбициозное начало. Биография. Оратор. Историк. Публицист. М.: РИПОЛ классик, 2016. 879 с.; Он же: Эффективный Черчилль. Стратегия победителя. М.: РИПОЛ классик, 2015. 560 с.; Уинстон Черчилль. Сила. Влияние. Воля. М.: РИПОЛ классик, 2018. 880 с.; Черчилль: частная жизнь. М.: РИПОЛ классик, 2019. 383 с.

[430]Плешко А.О. Указ. соч. С. 17.

[431]Шестаков В.П. Указ. соч.

[432]Цветков Ю.А. Черчилль как государственный деятель: мифы и реальность. С. 151.

[433]Цветков Ю.А. Черчилль как государственный деятель: мифы и реальность. С. 149-150.

В-третьих, У. Черчилль не призывал отгородиться от СССР «железным занавесом», а констатировал, что «на континент опустился железный занавес» и по смыслу текста понятно, что опустило его именно Советское правительство, установившее контроль над странами Центральной и Восточной Европы»;

В-четвёртых, став в очередной раз премьер-министром, У. Черчилль настойчиво стремился к сотрудничеству с советским правительством, а не конфронтации.

В заслугу У. Черчиллю ставят организацию коалиционной борьбы с нацистской Германией. Справедливо, ведь именно Черчилль ввёл в оборот понятие «саммит» для обозначения совещаний на высшем уровне для решения неотложных вопросов[434]. Также отмечается о большом вкладе британского премьера в формирование Большой тройки[435], именно У. Черчилль два раза посещал Москву для решения организационных вопросов по совместной борьбе с Германией. Так, в беседе Сталина и Черчилля на квартире главы СССР в ночь с 15 на 16 августа 1942 года решался вопрос о бомбардировке Берлина. И.В. Сталин сообщал, что в ближайшее время около 150 бомбардировщиков могут совершить налёт на Берлин. В то же время лидер СССР выразил обеспокоенность слухами, что «англичане с немцами заключили соглашение о том, чтобы воздерживаться от взаимных бомбардировок Лондона и Берлина»[436]. На что У. Черчилль с заметным раздражением ответил: «никакого соглашения по этому поводу нет и что они начнут бомбить Берлин, как только позволят метеорологические условия и ночи станут достаточно продолжительными»[437]. Затем лидеры договорились о согласовании налётов английских и советских самолётов, чтобы предотвратить их столкновение.

Безусловно, нельзя не отдать должное У. Черчиллю в вопросе организации совместной борьбе против Германии, хотя его действия всегда были направлены

[434]Алмонд М. Указ. соч. С. 107-123.
[435]Цветков Ю.А. Черчилль как государственный деятель: мифы и реальность. С. 150.
[436] Ржешевский О.А. Сталин и Черчилль. Встречи. Беседы. Дискуссии: Документы, комментарии. 1941-1945. М.: Наука, 2004. С. 367.
[437]Ржешевский О.А. Указ. соч. С. 367.

на защиту интересов Великобритании, а не желания оказать помощь Советскому Союзу. Особенно интересно, что сегодня некоторые исследователи пытаются объяснить разработку операции «Немыслимое» как «планирование действий на случай возможной российской агрессии» [438] . Уже название операции «Немыслимое», говорит само за себя, Черчилль не собирался нападать на СССР, а только защищаться [439] . Однако данное утверждение не соответствует действительности. Не реализация плана Черчилля объяснялась высокой боевой готовностью советской армии и нежеланием новых военных столкновений уставших от войны западных стран.

Лучше всего прочитать речи Черчилля и проанализировать последующие его действия, чтобы понять британского политика. Так, в Фултонской речи содержались такие слова: «Имея возможность в годы войны наблюдать за нашими русскими друзьями и союзниками, я пришел к убеждению, что ничто не вызывает у них такого восхищения, как сила, и ничто не вызывает такого презрения, как слабость, особенно в военной сфере» [440]. В связи с этим, У. Черчилль предлагал объединить силы западных стран, чтобы их было достаточно для противостояния возможной агрессии России. Следует признать, что именно Черчилль первым выдвинул идею организации военного блока против Советского Союза. Поэтому те исследователи, кто пытается объяснить, что У. Черчилля нельзя назвать идеологом и вдохновителем Холодной войны заблуждаются.

Сегодня есть тенденция приукрашивать роль У. Черчилля во Второй мировой войне, даже представлять другом русского народа. Очевидно, это происходит в связи с умением британского премьер-министра публично высказывать свои мысли в корректной и уважительной форме, в том числе и в отношении советской страны, её народа и руководства. Но внешняя политика, проводимая У. Черчиллем, соответствовала общему курсу британской политики:

[438]Цветков Ю.А. Черчилль как государственный деятель: мифы и реальность. С. 149.
[439]Там же.
[440]Черчилль У. Никогда не сдаваться! С. 539.

не допустить гегемонии любой страны, кроме Великобритании, на Евразийском континенте. Но его политики была и ошибочной, наносящей вред стране: «Игра, которую вёл Черчилль, оказалась, если говорить об интересах Англии, ошибочной. На этой игре была потеряна империя, Сингапур, Англия перестала быть великой державой. Это надо чётко понимать»[441].

С. Переслегин обращает внимание на честный подход У. Черчилля к определению политических формулировок. В современное время часто звучат политические призывы к равенству, свободе слова, демократии и т.д. У. Черчилль достаточно определённо выразил своё отношение к термину «равенство»: «всякое требование равенства в действительности представляет собой акт агрессии»[442]. По мнению британского политика, в реальности говорят о равенстве прав те, кто чувствует и имеет преимущество и с помощью красивых лозунгов стремится его закрепить.

Лидер Великобритании У. Черчилль является сложной и противоречивой политической фигурой. К нему нельзя относиться односторонне, как к врагу или как к другу, так как он не тем, ни другим не является. У. Черчилль всегда вёл свою политическую линию и действовал сообразно поставленным целям. Но он был брендом Великобритании и всегда стремился и вёл страну к победе. Наглядным подтверждением этой мысли является содержание сборника «У. Черчилль: pro et contra, антология», выпущенного в 2015 году. Приведём содержание сборника, начиная с IV главы, куда вошли исследования деятельности У. Черчилля в период Второй мировой войны:

- Черчилль - союзник советских людей по борьбе с фашизмом;
- Черчилль - вдохновитель Холодной войны;
- Ностальгия по Черчиллю;

[441]Сергей Переслегин. Фронт. Невозможность мира. Освобождение Донбасса [Электронный ресурс]. // ВКонтакте. 27.01.2026. URL: https://vk.com/wall-9685658_10717 (дата обращения: 26.01. 2026).

[442] Переслегин С. Несвобода, неравенство, небратство. [Электронный ресурс] // Завтра.ru 26.10.2020. URL: https://zavtra.ru/blogs/pereslegin_politkorrektnost_ (дата обращения: 29.01.2026).

▪ Зловещий Черчилль;

▪ Парадоксальный Черчилль.

Вот такой разный, в понимании отечественных исследователей У. Черчилль. И он действительно такой противоречивый, потому что сам решал всегда, каким ему быть, как поступить. Возможно, именно эта железобетонная уверенность в своей правоте и безгрешности так симпатична российским почитателям британского политика. Для Англии У. Черчилль стал брендом, лидером, приносящим победу и уверенность в завтрашнем дне. Не удивительно, что к образу политика обращаются современные публицисты и исследователи политической истории. Деятельности У. Черчилля уделяли внимания такие современные СМИ как «РИА Новости», «ТАСС», «Международная жизнь», «Завтра» и другие. Совершенно очевидно, что У. Черчилля можно рассматривать как пример построения удачного политического имиджа.

Российский журналист А. Сидорчик отмечает: «Поклонение перед личностью Черчилля было широко распространено в России в начале постсоветского периода»[443]. Британский политик представлялся как борец за идеи гуманизма. Однако сегодня журналисты более внимательно изучают биографию и литературно-публицистическое творчество У. Черчилля. Так, например, он считал, что колонизация была вполне оправдана, так как «более сильная раса, более высокоразвитая раса, более мудрая раса» утвердилась на территории аборигенов Америки или Австралии[444].

Еженедельник «Аргументы и факты» публикует целый ряд статей о британском политике. Подборка статей разного характера дана на официальном сайте общественного деятеля Николая Старикова (см. Приложение 15)[445]:

[443] Сидорчик А. Человек с сигарой. Как Уинстон Черчилль продлевал жизнь Британской империи. // Официальный сайт Николая Старикова [Электронный ресурс]. URL: https://nstarikov.ru/chelovek-s-sigaroj-kak-uinston-cherchill-prodleval-zhizn-britanskoj-imperii-98642 (дата обращения: 18.02.2026).
[444] Там же.
[445] Там же.

▪ В 1953 году Черчилль стал обладателем Нобелевской премии по литературе, опередив Эрнеста Хэмингуэя;

▪ В 1945 году Уинстон Черчилль отдал приказ о разработке операции «Немыслимое» - плана войны против Советского Союза;

▪ В ранге министра внутренних дел Уинстон Черчилль отдавал приказы об использовании военной силы для подавления социальных протестов в Англии;

▪ Во время англо-бурской войны Уинстон Черчилль попал в плен и был помещён в лагерь, откуда совершил успешный побег.

Как видно из представленной подборки информация о политике охватывает разные периоды его жизни. Можно отметить как интерес современных СМИ к личности У. Черчилля, так и стремление объективно рассказать о политике. В статье А. Сидорчика «Премьер другим наука. Как Уинстон Черчилль ворвался в историю и наделал дел» в «Аргументах и фактах» от 30 ноября 2024 года представлена характеристика политика, включая выступления в Фултоне. Автор подчёркивает не случайность, а обдуманность фултонской речи. Ведь уже спустя пять лет после выступления в Фултоне, У. Черчилль заявлял, что «будь он премьер-министром …, он бы предъявил России ряд условий… в форме ультиматума. Русские бы отказались, и тогда следовало проинформировать Кремль, что, если он не передумает, мы сбросим атомные бомбы на 20 или 30[446] … Определённо, после третьего удара паника возникнет не только среди гражданского населения, но и в Кремле, и тогда наши условия будут выполнены». В статье «Интриган и мастер слова. Свет и тени в биографии Уинстона Черчилля» отмечено, что У. Черчилль смог стать первым политиком,

[446] Цит. по: Сидорчик А. Премьер другим наука. Как Уинстон Черчилль ворвался в историю и наделал дел // Аргументы и факты 30.11.2024. [Электронный ресурс]. URL: https://aif.ru/society/history/premer-drugim-nauka-kak-uinston-cherchill-vorvalsya-v-istoriyu-i-nadelal-del (дата обращения: 18.02.2026). В рамках настоящего исследования данное высказывание квалифицируется как крайне жёсткое, граничащее с угрозой применения силы в отношении нашей страны; в случае реализации подобной угрозы Советский Союз, обладая аналогичным военно-техническим потенциалом, мог бы ответить симметрично, однако советское руководство последовательно воздерживалось от эскалации ядерной риторики.

«который понял, что место в истории зависит от количества и качества саморекламы»[447].

В ряде СМИ в последние два года регулярно обращаются к планам У. Черчилля о начале военных действий против Красной Армии в 1945 году. В публикациях приводят мнения политологов, в том числе и западных, о желании стран Запада реализовать план по уничтожению России, разработанный У. Черчиллем[448].

В современной литературе также авторы обращаются к личности У. Черчилля, что свидетельствует не просто о знании политика, но и о понимании его значимости. В авантюрном романе «Москаль» автор М.М. Попов включает эпизод с обсуждением статьи о Черчилле: «Зачем вы сняли эту историю про *Черчилля*? Про его раздвинутые пальцы, изображающие букву «в», «виктория». Он действительно выглядел глупо в этот момент. В древнеримском сенате такую же букву показывал народный трибун, и означала она «вето». Почему мы не можем написать, что знаменитый английский премьер был малограмотен»[449]. Так автор даёт характеристику своему герою, который в этой сцене в сравнении с Черчиллем получается мелким и ничтожным. Современным читателям совершенно понятно, что У. Черчилль не может быть малограмотным, он не только умный и хитрый, но и удачливый. Черчилль прошёл шесть войн и вооружённых конфликтов и остался жив и бодр, уже этот факт вызывает уважение, как у современников, так и у последующих поколений[450].

Для понимания сложности ситуации в ходе военных действий против немецко-фашистских захватчиков, в фильме «Смерть шпионам» советский офицер говорит: *«Черчилль нервничает»*. Фраза является художественным

---

[447] Интриган и мастер слова. Свет и тени в биографии Уинстона Черчилля // ИА Амител. 30.11.2015. [Электронный ресурс]. URL: https://www.amic.ru/news/politika/intrigan-i-master-slova-svet-i-teni-v-biografii-uinstona-cherchillya-317541 (дата обращения: 18.02.2026).

[448] Политолог раскрыл планы Запада по «уничтожению» России // Газета.ru. 08.01.2026. [Электронный ресурс]. URL: https://www.gazeta.ru/politics/news/2026/01/08/27577279.shtml?utm_auth=false (дата обращения: 18.02.2026).

[449] Попов М. М. Москаль. М.: Вече, 2009. С.86.

[450] Цветков Ю.А. Черчилль как государственный деятель: мифы и реальность. С. 154.

вымыслом и свидетельствует о внимании авторов к У. Черчиллю. В современное время его персона продолжает интересовать учёных, писателей, читателей, любителей истории и просто обывателей. Ежегодно выходит хотя бы одна книга, посвящённая премьер-министру Великобритании [451] . Современные учёные делают новые открытия о многогранном характере У. Черчилля. В современных СМИ регулярно выходят новые материалы, посвящённые самому У. Черчиллю, его трудам и рассуждениям. Например, в материалах ТАСС дана информация о ранее неизвестном эссе Черчилля, написанном в годы Второй мировой войны, в котором политик утверждал о возможности существования внеземной цивилизации. «Есть шансы, что есть планеты, условия на которых не исключают возможности существования жизни» - писал У. Черчилль[452]. Такими планетами могли быть Марс и Венера, считал британский политик. Но больше всего к У. Черчиллю обращаются при анализе современной международной политики. В. Мединский отмечает, что современная риторика Запада полностью соответствует стилю фултонской речи У. Черчилля. Современные западные политики стремятся подражать У. Черчиллю, помня о его умении влиять на общественное мнение. Однако, «сегодня любая риторика западных деятелей «а-ля Черчилль» рассчитана главным образом на самих себя, на своих собственных обывателей-избирателей» - подчёркивает российский политик[453].

Литературный критик и публицист Сергей Переслегин анализирует попытки современных политиков взять за образец риторику Черчилля. Так, уже не первый раз в своих речах политики используют речь У. Черчилля со знаменитыми словами «Мне нечего предложить своему народу, кроме крови, тяжкого труда, слёз и пота». В таком же стиле пытался строить свои

[451]Плешко А.О. Влияние внешнеполитических взглядов и деятельности Уинстона С. Черчилля на отношения между Великобританией и Россией в период 1914-1921 гг.: дис…. кандидата исторических наук: 5.6.2. Тюмень, 2021. С. 6.

[452]Учёные нашли эссе Черчилля о возможности существования инопланетян [Электронный ресурс]. // ТАСС. 16.02.2017. URL: https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/4026743 (дата обращения: 23.01.2026).

[453] Мединский сравнил современную риторику Запада с речью Черчилля [Электронный ресурс]. // РИА Новости. 05.03.2021. URL: https://ria.ru/20210305/medinskiy-1600114731.html (дата обращения: 02.02.2026).

выступления В. Зеленский, но хоть западные политики и пытались представить украинского президента «новым Черчиллем», но это не получается[454]. Причину С. Переслегин видит в том, что У. Черчилль верил, переживал и надеялся вместе с англичанами, он был искренен, а В. Зеленский просто играет роль.

В современных СМИ подчёркивается особенности многогранного характера образу У. Черчилля, делается акцент на его искренней вере в своей правоте и готовности её отстаивать[455]. Не удивительно, что это единственный иностранный политик, враждебно настроенный против России, к которому с большим уважением относились в СССР и в современной России. Проанализировав современные литературные произведения и СМИ, можно определить причины такого парадокса:

Во-первых, действует фактор совместной победы над фашизмом.

Во-вторых, У. Черчилль с самых первых дней Великой Отечественной войны выразил поддержку и сочувствие СССР в его борьбе с Германией и посетил для переговоров Москву[456].

В-третьих, современные авторы подчёркивают, что советская пресса активно освещала все этапы сотрудничества И.В. Сталина и У. Черчилля, информируя население о выступлениях и словах поддержки британского политика в адрес советского руководства и народа[457].

В-четвёртых, советским людям был близок и понятен политик и его действия, благодаря сформированному У. Черчиллем имиджу[458].

---

[454]Сергей Переслегин. Фронт. Невозможность мира. Освобождение Донбасса [Электронный ресурс]. // ВКонтакте. 27.01.2026. URL: https://vk.com/wall-9685658_10717 (дата обращения: 26.01.2026).

[455] Сидорчик А. Премьер другим наука. Как Уинстон Черчилль ворвался в историю и наделал дел // Аргументы и факты 30.11.2024. [Электронный ресурс]. URL: https://aif.ru/society/history/premer-drugim-nauka-kak-uinston-cherchill-vorvalsya-v-istoriyu-i-nadelal-del (дата обращения: 18.02.2026).

[456] Черчилль У. Никогда не сдаваться! Лучшие речи Черчилля С. 399.; Ржешевский О.А. Сталин и Черчилль. Встречи. Беседы. Дискуссии: Документы, комментарии. 1941-1945. М.: Наука, 2004. С. 367.

[457] Выступление Черчилля в Палате общин // Тихоокеанская Звезда № 158 (5145). 7 июля 1942. С. 4.; День в истории. Черчилль. [Электронный ресурс]. URL: https://maysuryan.livejournal.com/1530322.html (дата обращения: 13.12.2025).

[458] У. Черчилль: pro et contra, антология… С. 7-9.

В-пятых, в Советском Союзе в 1944 году после открытия Второго фронта оценили заслуги У. Черчилля, в том числе его личный вклад. Уважение вызывало его борьба с Гитлером и его личные качества[459]. Заметим, что после начала холодной войны эта симпатия сошла на нет. На это явно указывает ряд карикатур в журнале «Крокодил», газете «Правда» и других изданиях., в частности, большим успехом пользолвалась карикатура Б. Ефимова в газете «Правда» 1947 года (см. приложение 10). Главным фактором изменения отношения стала реакция И.В. Сталина на Фултонскую речь Черчилля, широко освещаемая в прессе[460].

Однако в современных СМИ стремятся представить разные мнения о британском политике, есть как позитивные, так и негативные мнения. Следует отметить тенденцию не приукрашивать и не демонизировать У. Черчилля.

Таким образом, сегодня к У. Черчиллю относятся с уважением, воспринимая его как достойного недруга нашей страны. Этот образ активно продвигает современная российская литература и журналистика. Но есть и другая точка зрения, продолжающая советский подход к характеристике образа У. Черчилля.

Динамика репутации Черчилля в постсоветском медиапространстве демонстрирует поляризацию оценок, которая коррелирует с изменением социально-политического контекста. Если в советский период доминировал образ «империалиста» и «поджигателя войны»[461] то в 1990-е – 2000-е годы, в условиях переоценки ценностей и поиска новых идентичностей, Черчилль стал восприниматься как «герой-победитель» и «мудрый лидер» [462] . Эта смена оценочных маркеров — от инвективных («империалист», «поджигатель войны»)

[459] Эренбург И. Началось! // Красная звезда. № 135 (5815), 8 июня 1944 г. С. 3.
[460] Экштут С. Указ. соч. С.23-25.
[461] Чуев Ф. Сто сорок бесед с Молотовым: Из дневника Ф. Чуева. М.: ТЕРРА, 1991. С. 65.; Экштут С. Иосиф Сталин: Черчилль и его друзья поразительно напоминают Гитлера // Родина: исторический научно-популярный журнал / гл. редактор В.Ф. Фронин. М.: Издательство «Российская газета». 2021. № 3. С. 24.
[462] Медведев Д.Л. Черчилль. Секреты лидерства. Слагаемые успеха самого известного премьера в мировой истории. М.: РИПОЛ классик, 2012. 473 с.

к нейтрально-позитивным («герой-победитель», «мудрый лидер») — наглядно иллюстрирует эволюцию языковых средств оценки Черчилля в постсоветском медиапространстве. Как справедливо отмечают Е.В. Середина, Е.В. Кислицына и Е.Ф. Бех, в российском медиапространстве сегодня сосуществуют две противоположные тенденции: с одной стороны, публикации, продолжающие советскую традицию критики Черчилля как русофоба и инициатора холодной войны, с другой — материалы, представляющие его как образец эффективного лидерства и ораторского мастерства[463]. Эта биполярность, зафиксированная как в научных исследованиях, так и в публицистике, свидетельствует о том, что медиаобраз Черчилля продолжает эволюционировать, отражая текущие политические и идеологические запросы российского общества[464].

Подводя **итоги четвёртой главы**, отметим.

1. Среди всех западных политиков У. Черчилль наиболее известен в современной России и в СССР. К британскому политику в нашей стране относились с определённой симпатией, несмотря на тот факт, что он не скрывал ненависти к большевикам и коммунистической идее как таковой.

Парадокс данного факта объясняется следующим:

- Ум, работоспособность У. Черчилля, способность не отступать перед трудностями, а последовательно преодолевать их оценена в нашей стране;
- действует фактор совместной победы над фашизмом;
- У. Черчилль с самых первых дней Великой Отечественной войны выразил поддержку и сочувствие СССР в его борьбе с Германией и посетил для переговоров Москву;

[463] Середина Е.В., Кислицына Е.В., Бех Е.Ф. Антропонимические прозвища Джо Байдена в политической карикатуре // Современные исследования социальных проблем. 2022. Т. 14. № 1-3. С. 2.

[464] См. анализ эволюции медиаобраза Черчилля в зависимости от социально-политического контекста в параграфе 4.2 настоящей диссертации (стр. 158-159); У. Черчилль: pro et contra, антология / Сост., вступ. статья, коммент. С.Н. Полторака, А.В. Зотовой. СПб.: РХГА, 2015. С. 7-15.

▪ советская пресса активно освещала все этапы сотрудничества И.В. Сталина и У. Черчилля, информируя население о выступлениях и словах поддержки британского политика в адрес советского руководства и народа.

▪ созданный политический имидж У. Черчилля был близок и понятен советским людям.

2. В СССР отношение к У. Черчиллю определялось идеологическим фактором: он занимал последовательную антикоммунистическую позицию и выступал идеологом развязывания войны против СССР.
3. В современной России выделяются две группы оценок Черчилля. Первая группа видит в нём героя-победителя и образец лидерства. Вторая группа, продолжающая советскую традицию, характеризует его как русофоба и инициатора холодной войны. Именно эта группа исследователей представляется нам наиболее релевантной, поскольку она фиксирует реальный вред, который антикоммунистическая риторика и политика Черчилля нанесли советской идеологии, политике и культуре[465].
4. Аргументация первой группы основана на работах С. Переслегина, подчёркивающего политическую изощрённость Черчилля [466], и В. Мединского, отмечающего влияние его риторики на современных западных политиков[467]. А. Сидорчик, в свою очередь, акцентирует внимание на том, что Черчилль первым среди политиков осознал значение саморекламы и умело конструировал собственный бренд[468].

---

[465] Текст речи Уинстона Черчилля в Вестминстерском колледже, г. Фултон, штат Миссури, США, 5 марта 1946 г. [Электронный ресурс]. URL: https://historyrussia.org/tsekh-istorikov/archives/fultonskaya-rech-uinstona-cherchillya-1946-goda.html (дата обращения: 28.09.2025).

[466] Переслегин С. Фронт. Невозможность мира. Освобождение Донбасса [Электронный ресурс]. // ВКонтакте. 27.01.2026. URL: https://vk.com/wall-9685658_10717 (дата обращения: 26.01.2026).

[467] Мединский сравнил современную риторику Запада с речью Черчилля [Электронный ресурс]. // РИА Новости. 05.03.2021. URL: https://ria.ru/20210305/medinskiy-1600114731.html (дата обращения: 02.02.2026).

[468] См.: Сидорчик А. Интриган и мастер слова. Свет и тени в биографии Уинстона Черчилля // ИА Амител. 30.11.2015. URL: https://www.amic.ru/news/politika/intrigan-i-master-slova-svet-i-teni-v-biografii-uinstona-cherchillya-317541 (дата обращения: 18.02.2026).

5. Во второй группе, продолжающей советскую традицию, отметим, что отношение масс-медиа СССР к Черчиллю было двойственным: официальная пропаганда в разные эпохи фиксировала этот вред [469], но одновременно признавала его роль союзника [470]. Показательна эволюция первого советского биографа В.Г. Трухановского: от характеристики «заклятого врага» в 1968 году к более сдержанным оценкам в 1982 году[471].
6. В поддержку мнения исследователей, считающих У. Черчилля врагом СССР и советского народа, можно отнести следующие аргументы:

▪ У. Черчилль был инициатором организации английской интервенции в Советскую республику;

▪ У. Черчилль был рад нападению Германии на СССР;

▪ У. Черчилль целых три года оттягивал открытие второго фронта;

▪ По приказу У. Черчилля в 1942 году британские военные корабли бросили караван с помощью для СССР, идущий в Мурманск (PQ - 17). Почти все суда были уничтожены немцами;

▪ У. Черчилль стал вдохновителем Холодной войны.

7. К аргументации мнения исследователей, считающих У. Черчилля победителем и последовательным борцом с фашизмом, не испытывающим ненависти к СССР:

▪ У. Черчилль играл гораздо более активную роль, нежели американский президент Ф. Рузвельт, в организации совместной с СССР борьбы против Германии;

---

[469] Экштут С. Иосиф Сталин: Черчилль и его друзья поразительно напоминают Гитлера [Электронный ресурс]. URL: https://rodina-history.ru/2021/03/05/fultonskaia-rech-byvshego-premer-ministra-velikobritanii-stala-spuskovym-kriuchkom-k-nachalu-holodnoj-vojny.html (дата обращения: 30.09.2025).

[470] Черчилль У. Никогда не сдаваться! Лучшие речи Черчилля / Пер. с англ. М.: Альпина нон-фикшн, 2014. С. 399.; Выступление Черчилля в Палате общин // Тихоокеанская Звезда № 158 (5145). 7 июля 1942. С. 4.; Эренбург И. Началось! // Красная звезда. № 135 (5815), 8 июня 1944 г. С. 3.

[471] Трухановский В.Г. Уинстон Черчилль: Политическая биография. 2-е изд. М.: Мысль, 1968. С. 5-10.; Трухановский В.Г. Уинстон Черчилль. 3-е изд. М.: Международные отношения, 1982. С. 410-420.

▪ У. Черчилль был прекрасным оратором и умел публично высказывать свои мысли в корректной и уважительной форме, в том числе и в отношении советской страны, её народа и руководства;

▪ У. Черчилль всегда умел скорректировать свои взгляды на исторические события в связи с текущей мировой обстановкой.

▪ внешняя политика, проводимая У. Черчиллем, соответствовала общему курсу британской политики: не допустить гегемонии любой страны, кроме Великобритании, на Евразийском континенте.

8. В современном медиапространстве к У. Черчиллю относятся с уважением, воспринимая его как достойного недруга нашей страны. Но есть и другая точка зрения, продолжающая советский подход к характеристике образа У. Черчилля – врага СССР и коммунизма.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведённое исследование позволяет сделать ряд выводов.

Наш анализ полностью подтверждает ***выдвинутую гипотезу***. Мы доказали, что конструирование медиаобраза Черчилля и его устойчивость в общественном сознании стали результатом взаимодействия двух групп факторов. С одной стороны, сам Черчилль на разных этапах своей карьеры целенаправленно использовал доступные ему медийные стратегии; с другой стороны, британские и советские СМИ применяли разнообразные журналистские тактики репрезентации, адаптируя образ политика под меняющиеся социально-политические условия (от героизации в годы войны до скандала и поляризации оценок в мирное и постсоветское время).

Совокупность этих результатов (подробнее изложенных ниже) позволяет утверждать, что гипотеза исследования получила убедительное научное подтверждение.

Авторский вклад заключается в том, что в работе впервые на материале трёх национальных медиасистем (британской, советской, российской) прослежена эволюция медиаобраза Черчилля в динамике более чем полувека.

Однако, чтобы провести анализ конкретных имиджевых стратегий и репутационных тактик У. Черчилля, было необходимо предварительное уточнение и проработка теоретических аспектов, связанных понятиями имиджа и репутации. Нами установлены следующие параметры успешного имиджа политического лидера:

1. Политический имидж представляет собой целенаправленно сформированное представление о политике, внедрённое в сознание электората. Его структура многоуровнева и включает три группы характеристик: персональные, социальные и символические.

Эффективное конструирование политического имиджа требует учёта трёх групп факторов: личностных качеств политика, влияния СМИ и исторического контекста.

Обозначены требования, предъявляемые к успешному имиджу: черты победителя и «отца», стереотипность, опора на архетип («герой», «хозяин», «борец»).

Нами систематизированы интернет-стратегии и маркетинговые стратегии в российской имиджелогии. Мы вычленили, уточнили и обобщили методы конструирования имиджа: позиционирование, манипулирование, мифологизация, стереотипизация, вербализация, представленные.

Доказано, что для успешности политического имиджа важным является поиск каналов коммуникаций и трансляция сформированного имиджа политика с помощью СМИ. Выявлено, что фактор личного бренда и роли СМИ являются решающими в формировании политического имиджа.

При этом ***формирование публичного представления о политическом лидере не может существовать вне медиасреды.*** Именно средства массовой информации, выступают основным каналом трансляции имиджевых стратегий, их усиления и закрепления в массовом сознании.

Показано, что имидж представляет собой внешнюю коммуникацию, тогда как репутация является внутренним содержанием и долгосрочным доверием. Пирамида Грэма Даулинга демонстрирует переход от узнаваемого имиджа к утверждённой репутации. У имиджа и репутации общая задача — помочь успешной политической карьере.

2. Успешное конструирование медиаобраза У. Черчилля и его устойчивость в общественном сознании стали возможны благодаря взаимодействию его собственных медиатехнологий и риторических стратегий репрезентации в СМИ.

В молодости он репрезентировал свой положительный образ в газетных публикациях и литературных трудах. В годы войны главным каналом стали радиовыступления. В послевоенный период он активно применял возможности телевыступлений для связи с общественностью и, конечно же, пресс-конференций, дающих возможность непосредственного контакта с журналистской аудиторией.

Его медиаобраз при этом динамически менялся в зависимости от политического контекста и партийных позиций: от «военного авантюриста» в межвоенный период до «спасителя нации» в годы Второй мировой войны и «холодного воина» в послевоенное время. Важно подчеркнуть, что избиратели и широкая общественность воспринимали не самого политика, а его медийную интерпретацию, то есть тот образ, который конструировался и транслировался через СМИ. Таким образом, имиджевые стратегии Черчилля реализовывались исключительно в связке с медиатехнологиями, а их эффективность напрямую зависела от способности политика и журналистов адаптировать образ под меняющиеся запросы аудитории и политическую повестку. Собственная журналистская деятельность Черчилля, его публикации в газетах и выступления на радио формировали образ уверенного, деятельного и целеустремлённого политика, а СМИ активно культивировали его имидж как спасителя и наставника.

Анализ биографического контекста У. Черчилля показал, что его политическое долголетие стало возможным благодаря сочетанию личных качеств с умением создавать медиаобраз национального героя. Важной составляющей имиджевой стратегии стал прагматизм — способность корректировать позицию в зависимости от политической ситуации. На протяжении всего периода 1895–1939 годов У. Черчилль не боялся менять род деятельности, партии и стратегии собственного продвижения.

3. Выявлены способы и методы, с помощью которых он и его образ отражались в медиапространстве: решительность и настойчивость в продвижении собственных взглядов; готовность критиковать политических противников и правительство; конкретность и чёткость аргументации; выдающиеся ораторские способности.

Филологический анализ медиатекстов показал, что основой ораторского воздействия Черчилля были тщательная подготовка текстов, метафоры, риторические приемы, исторические примеры и драматизация. Приемы художественной выразительности выступали значимым инструментом

конструирования образа лидера. В речах Черчилля доминировали метафоры войны и апокалиптические образы, а также возвышенные, драматичные эпитеты. Ключевым риторическим приёмом стала анафора, создававшая эффект неминуемой победы. Многие выражения Черчилля стали прецедентными феноменами, вошли в мировой политический лексикон, такие как «железный занавес» и образ России как загадки.

4. Медиаобраз Черчилля динамически менялся в зависимости от политического контекста: от «военного авантюриста» в межвоенный период до «спасителя нации» в годы Второй мировой войны и «холодного воина» в послевоенное время. На разных этапах карьеры он целенаправленно использовал различные каналы СМИ — в молодости газеты и литературу, в годы войны радио, в послевоенный период телевидение и пресс-конференции. При этом избиратели воспринимали не самого политика, а его медийную интерпретацию, транслируемую через газеты, радио, телевидение, карикатуру и кинохронику.

Благодаря СМИ У. Черчилль сумел достичь политической власти, создав имидж самого надёжного, дальновидного, смелого политика. Карикатуры в нацистских изданиях парадоксально укрепляли его репутацию в Британии как принципиального противника Гитлера. Анализ деятельности Черчилля в годы войны показал, что в этот период его имидж достиг наивысшей точки. Ключевым элементом стратегии стала роль «лидера-наставника».

Важнейшую роль сыграл его прагматизм — создание коалиции с доминионами и временный союз с СССР. К концу войны Черчилль утвердился в массовом сознании как «спаситель Европы». Подчеркнуто, что ключевая роль в культивировании этого имиджа принадлежит СМИ. Показано, что поражение Черчилля в 1945 году было вызвано неспособностью выйти из роли военного лидера.

Возвращение во власть стало возможным благодаря трансформации имиджа в провозвестника борьбы с коммунистической угрозой. В 1950–1955 годах пресса культивировала образ «наставника», а в последние годы СМИ закрепили за Черчиллем статус национального героя. Важно подчеркнуть, что

даже негативные публикации и критические карикатуры не вредили его репутации, а, напротив, работали на узнаваемость и поддерживали интерес аудитории к его персоне.

Однако не все государства положительно воспринимали его образ: для английских колоний Черчилль оставался символом империализма, препятствующего свободе и независимости. Телевидение и британские газеты уделяли большое внимание персоне политика, регулярно печатались портреты, обыгрывались внешние атрибуты имиджа: шляпа, сигара и символ победы — V.

5. Медийное восприятие У. Черчилля в СССР зависело от его позиций и политических действий по отношению к нашей стране. Если до начала Второй мировой войны отношение к Черчиллю как идеологическому противнику было негативным, то во время Второй мировой войны и особенно во время открытия второго фронта в 1944 году, медийные репрезентации Черчилля в советской прессе изменились на более лояльные. Однако, когда Черчилль в 1955 году стал инициатором развязывания холодной войны, негативное восприятие снова вернулось. Вот почему в советской прессе в периоды негативного восприятия Черчилля активно использовались ключевые метафоры и языковые маркеры «скандальности»: инвективы, иронические характеристики, гротеск, сатира, сарказм, сниженная разговорная лексика в подписях к карикатурам. Эти языковые средства формировали отрицательный медиаобраз, и их выбор зависел от политического контекста и целевой аудитории. А в периоды положительного представления, сформированного в прессе (период открытия второго фронта 44-45 год), превалировала нейтральные языковые средства и тропы, в которых проглядывалась даже симпатия к английскому премьер-министру.

Однако он был самым известным и узнаваемым западным политиком, так как его деятельность широко освещалась в советской прессе. Был выявлен парадокс советского восприятия Черчилля: идеологическое осуждение сосуществовало с признанием его заслуг и определенной симпатией общества, чему способствовал культивируемый визуальный образ «добродушного толстяка с сигарой». Советская пресса активно освещала этапы сотрудничества

Сталина и Черчилля, что укрепляло его узнаваемость и формировало умеренное расположение.

6. Проведённый анализ показал, что полноценный образ политика востребован современным российским обществом. Обзор современных российских СМИ также выявил поляризацию оценок Черчилля. Первая группа публикаций делает акцент на политике У. Черчилля после Второй мировой войны и его роли в развязывании холодной войны. Вторая группа журналистов и политологов придерживается противоположного мнения, видя в Черчилле героя-победителя, последовательного борца с фашизмом, и предлагает рассматривать его действия сквозь призму геополитических интересов Британской империи. В итоге, и в период СССР, и сегодня к У. Черчиллю относятся с уважением, воспринимая его как достойного недруга нашей страны.

Таким образом, в процессе исследования доказано, что У. Черчилль состоялся как выдающийся политик благодаря умелому использованию имиджевых стратегий, основной из которых является тактика самопрезентации в медиапространстве.

В основе этой тактики выделено три ключевых момента: формирование имиджа через собственное творчество — журналистскую и литературную деятельность, а также через узнаваемые атрибуты внешнего облика; использование СМИ для трансляции и продвижения своих идей и взглядов через интервью, выступления, журналистские репортажи, обзоры, статьи; умение использовать негативные отклики в прессе («чёрный» пиар) для формирования политического имиджа (даже карикатуры только добавляли ему популярности). При этом послевоенная деятельность Черчилля для СССР была крайне «токсична», но для своего государства он был весьма успешным политиком. Не случайно СМИ Великобритании культивировали его медиаобраз как бренд, символ успеха и победы страны.

Таким образом, медиаобраз У. Черчилля, его брендовый статус как лидера страны, победителя можно рассматривать как пример построения удачного политического имиджа. И в этом качестве его имиджевые стратегии и тактики

самопрезентации могут быть востребованы и современными политиками, поскольку их личность и их деятельность всемерно отражаются в медиапространстве.

В процессе исследования доказано, чтобы карьера руководителя страны, политика высокого ранга, президента и пр. была успешной, политический лидер должен соответствовать представлениям, чаяниям, ожиданиям, требованиям электората.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Печатные издания

1. Автаева Н.О. Информационные технологии формирования имиджа политика: гендерный аспект: по материалам российской центральной и региональной прессы рубежа XX–XXI вв.: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. Н. Новгород, 2006. 254 с.

2. Али Т. Уинстон Черчилль: Его эпоха, его преступления / Тарик Али; пер. с англ. Максима Коробова. М.: Альпина нон-фикшн, 2023. 589 с.

3. Алмонд М. Черчилль и дипломатия саммитов модели военного времени для поддержания послевоенного мира // Ялта-1945: уроки истории. Материалы международной конференции / Сост. Е.А. Бондарева. М.: Астрея, 2020. С. 107-123.

4. Аржанова К.А. Социально-психологические механизмы формирования имиджа политического лидера в процессе избирательной кампании: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05. М., 2016. 214 с.

5. Ахренова Н.А., Тер-Минасова С.Г. Эволюция политической медиариторики в Великобритании // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2025. Т. 16. № 4. С. 1090-1101.

6. Ачкасова В.А., Корнеева К.В. Репутация и имидж власти. Медиастратегии формирования // Управленческое консультирование. 2017. № 1. С. 159-165.

7. Бедарида Ф. Черчилль. 7-е изд. М.: Молодая гвардия, 2018. 320 с.

8. Бендас Т.В. Психология лидерства. Учебное пособие. СПб.: Питер, 2009. 448 с.

9. Березкина О.П. Политический имидж в современной политической культуре: дис. ... д-ра полит. наук: 23.00.03. СПб, 1999.

10. Бирюков А.М. Ф. Рузвельт и У. Черчилль в зеркале советской прессы периода Великой Отечественной войны // Актуальные проблемы изучения и преподавания всеобщей истории и международных отношений: Сборник статей

Международной научно-практической конференции, Рязань, 12–13 мая 2021 года. Рязань: ИП Коняхин А.В. Book Jet, 2021. С. 135-142.

11. Блудова А.Г. Имидж политического лидера: роль средств массовой информации в формировании электоральных предпочтений: дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. СПб., 2008. 189 с.

12. Блэк С. PR: международная практика. М.: Издательский дом «Довгань», 1997. 512 с.

13. Богданов, Е.Н., Зазыкин, В.Г. Психологические основы «Паблик рилейшнз»: Учебное пособие для вузов. СПб.: Питер, 2007. 204 с.

14. Богоявленский А.Е. Понятия «имидж», «репутация» и «образ» в контексте «Критики чистого разума» И. Канта // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2004. № (48-49). С. 57-62.

15. Бозаджиев В.Л. Политическая психология. М.: Издательский дом Академии, 2015. 472 с.

16. Бондарева Я.В. Формирование и восприятие имиджа политического лидера в России: коммуникативный аспект: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04. Ростов-на-Дону, 2005. 164 с.

17. Брызгалова Е.Н., Иванова И.Е. Креолизованный текст в сатирических журналах начала XX в. // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2022. № 3. С. 171-178.

18. Буданцев Ю.П. В контексте жизни: Системный подход и массовая коммуникация. М.: Мысль, 1979. 262 с.

19. Буданцев Ю.П. Очерки ноокоммуникологии (массовая коммуникация в ноосфере). М.: Издательство МНЭПУ, 1995. 180 с.

20. Буданцев Ю.П. Парадигма массовой коммуникации: монография. М.: Издательство МГСУ «Союз», 2001. 102 с.

21. Буданцев Ю.П. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие. М.: Издательство МНЭПУ, 1995. 112 с.

22. Бушев А.Б. Исследование сетевых дискурсов // Восточнославянская филология. Языкознание. 2023. № 16 (42). С. 3-13.

23. Бушев А.Б. Концепция многоосевого построения имиджа // Этнопсихолингвистика. 2023. №. 2 (13) С. 75-89.

24. Бушев А.Б. Предвыборная коммуникация: эффекты обратной связи и поддержки // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2025. № 1 (84). С. 130-135.

25. Бушев А.Б. Цели сетевого дискурса как основание его классификации // Человек: образ и сущность. Гуманитарные аспекты. 2022. № 2 (50). С. 86-102.

26. Бушев А.Б., Золотова Н.О. Конфликтология цифровой среды: проблемы и решения // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2024. № 1. С. 89-96.

27. Выступление Черчилля в Палате общин // Тихоокеанская Звезда № 158 (5145). 7 июля 1942. С. 4.

28. Вьюгов А.И. Средства конструирования образа политического лидера в России XX века: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. М., 2016. 290 с.

29. Гершевич О.С. Особенности формирования имиджа политического лидера в современной России // Власть. 2007. № 3. С. 25-29.

30. Гилберт М. Черчилль: Биография / Перевод с англ. С. Бавина, В. Левина. М.: КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2018. 1056 с.

31. Голошумова О.И. Роль интонации и других языковых средств в формировании и оптимизации имиджа политического лидера: дис. … канд. филол. наук: 10.02.04. М., 2002. 203 с.

32. Горин С.В. Деловая репутация организации. Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. 256 с.

33. Горчакова В.Г. Имидж. Искусство и реальность. М.: ЮНИТИ, 2012. 279 с.

34. Грабельников А.А. Экранная коммуникация и визуализация журналистики: монография / А.А. Грабельников, Н.С. Гегелова. Тверь: Издательство Тверского государственного университета, 2019. 334 с.

35. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: Учеб. Пособие для студентов вузов. 2-е изд., испр. М.: Аспект Пресс, 2012. 280 с.

36. Гуревич П.С. Культурология. М.: Проект, 2005. 336 с.

37. Дагаева Е.А. Имидж: от манипуляции к самовыражению // Исследователь / Researcher. 2018. № 1-2.
38. Дагаева Е.А. Сравнительный анализ понятий «имидж», «деловая репутация» и «бренд» // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2008. № 1. С.91-95.
39. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. Пер. с англ. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2003. 368 с.
40. Егорова-Гантман Е.В. Имидж лидера. М.: Николло-Медиа, 2010. 288 с.
41. Елагина Ю. Стратегии конструирования имиджа современного государства // Стратегия развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы II международной научно-практической конференции. Екатеринбург, 18-20 апреля 2016: в 2-х т. Екатеринбург: издательство Уральского университета. Т.2. С.14-16.
42. Жмыриков А.Н. Психология политического лидерства в современной России. Н. Новгород: Нижегородский гуманитарный центр, 1999. 190 с.
43. Загайнов А.В. Понятие имиджа политического лидера: сущность и подходы к определению // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. 2007. Т. 149. №. 3. С. 227-240.
44. Зазыкин В.Г. Психологические аспекты избирательного процесса. М., РЦОИТ, 2002. 128 с.
45. Замская М.Д. Формирование образа политического лидера современного типа: политологический анализ: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. М., 2005. 165 с.
46. Звонарев А.В., Пашенцев Д.А. Сталин и Черчилль: от установления личных контактов к созданию военного союза // Вестник МГПУ. Серия: Юридические науки. 2025. № 2 (58). С. 7-16.
47. Злобин Н.В. Неизвестные американские архивные материалы о выступлении У. Черчилля 5.III.1946 // Новая и новейшая история. 2000. № 2. С. 142-158.

48. Иванова А.А., Семеренко А.С. Специфика формирования политического имиджа // Электронный вестник Ростовского социально-экономического института. 2016. № 2. С. 75-81.
49. Иващенко В.Л. Предвыборные кампании как инструмент формирования политического имиджа кандидатов. М.: АСТ, 2020. 376 с.
50. Ильиных Е.М. Структура политического имиджа кандидата // Достижения науки и образования. 2019. № 9-1 (50). С. 44-45.
51. Ильяшенко Д.В., Воробьева А.С. Особенности формирования корпоративного имиджа медиахолдинга // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2023. № 1 (76). С. 137-141.
52. Исаева Л.В., Брызгалова Е.Н. Референция в поликодовом рекламном тексте: к реальности иллюзий через иллюзию реальности // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2024. № 2 (81). С. 124–130.
53. Канун С.Б., Набока Д.Ю. От поражений к триумфу: исторические примеры для современного лидерства // In The World Of Science and Education. 2025. № 15. С. 19-24.
54. Кильметова Р.Р., Хохоев К.Л. Политический портрет Уинстона Черчилля // Право и государство: право и практика. 2018. № 8 (164). С. 71-73.
55. Кириллов Ф.П. Специфика коммуникативной стратегии убеждения в политическом дискурсе Уинстона Черчилля // Слово и текст. Сборник научных статей. Под редакцией А.И. Климова. СПб: Издательство: Ассоциация научно-исследовательский центр «Пересвет», 2020. С. 27-36.
56. Коньков А.Т., Сарбаа Л.Н. Соотношение понятий «репутация», «имидж», «бренд» и «паблисити» // Гуманитарный научный вестник. 2020. №10. С. 244-250.
57. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000. 528 с.
58. Костенко С.А. Имидж современного политика в условиях трансформации российского общества: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. Ставрополь, 2006. 183 с.

59. Кошмаров Ю.Ф., Кузнецов Г.С. Новые подходы к избирательным технологиям. СПб.: Питер, 1999. 431 с.
60. Кричун Ю.А. Языковая личность политического деятеля: дискурсивные характеристики: на материале речей Уинстона Черчилля: автореф. дис. … канд. филол. наук: 10.02.19. Краснодар, 2011. 23 с.
61. Крюкова Ю.Е. Репутация: этимология понятия и поиск социально-философских оснований анализа. К постановке проблемы // Пространство и Время. 2015. № 3(21). С. 134-137.
62. Кузин Ф. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика. М.: Ось-89. 2002. 512 с.
63. Кунич З., Музыкант В.Л. Имидж Сербии в российских СМИ с точки зрения языковых приемов и его влияние на двусторонние отношения между двумя государствами в эпоху пандемии COVID-19 (2020–2022 гг.) // Litera. 2022. № 3. С. 12-20.
64. Кунич З., Музыкант В.Л., Панасенко Н. Особенности формирования имиджа России на медиаплатформах Сербии // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2022. Т. 27. № 1. С. 171-188.
65. Куркемова Э.Т. Стратегии формирования и трансляция имиджа политиков в сети интернет // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2021. № 1 (66). С. 84-89.
66. Ларсон Э. Страх и надежда: Как Черчилль спас Британию от катастрофы. М.: Альпина Паблишер. 2021. 816 с.
67. Ленин В.И. Полное собрание сочинений. 5-е издание. М.: Издательство Политической литературы. 1981. Т.41. 696 с.
68. Логинов Е.И. Позиция консервативных и либерально-лейбористских кругов Великобритании в отношении Гражданской войны в России. // Viaintempore. История. Политология. 2023. № 50 (3). С. 626–633.
69. Лоусон Т., Гэррод Д. Социология. А-Я: Словарь-справочник. Пер. с англ. К.С. Ткаченко. М.: Фаир-Пресс, 2000. 608 с.

70. Макиавелли Н. Избранные сочинения. М.: Художественная литература, 1982. 503с.
71. Макиавелли Н. Государь. Рассуждения о первой декаде Тита Ливия. Ростов н/Д: Феникс, 1998. 576 с.
72. Мащенко А.П. Большое искусство и большая политика: почему Уинстон Черчилль получил Нобелевскую премию по литературе раньше, чем Эрнест Хемингуэй? // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал. 2020. Том 6 (72). № 3. С. 165-176.
73. Медведев Д.Л. Уинстон Черчилль. Сила. Влияние. Воля / Д.Л. Медведев. М.: РИПОЛ классик, 2018. 880 с.
74. Медведев Д.Л. Черчилль. Амбициозное начало. Биография. Оратор. Историк. Публицист. М.: РИПОЛ классик, 2016. 879 с.
75. Медведев Д.Л. Черчилль. Биография. Оратор. Историк. Публицист. Амбициозное начало 1874-1929. / Д.Л. Медведев. М.: РИПОЛ классик, 2016. 880 с.
76. Медведев Д.Л. Черчилль. Секреты лидерства. Слагаемые успеха самого известного премьера в мировой истории. М.: РИПОЛ классик, 2012. 473 с.
77. Медведев Д.Л. Черчилль: частная жизнь. М.: РИПОЛ классик, 2019. 383 с.
78. Медведев Д.Л. Эффективный Черчилль. Стратегия победителя. М.: РИПОЛ классик, 2015. 560 с.
79. Медведев Д.Л. Эффективный Черчилль: Методы, которые использовал самый известный премьер в мировой истории. М.: РИПОЛ классик, 2011. 673 с.
80. Мельниченко Д.В. Стратегии формирования имиджа политического лидера // Бюллетень науки и практики. 2016. №5. С. 248-250.
81. Мирошниченко О.Н., Василенко О.В. Факторы воздействия на формирование имиджа регионального лидера // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. 2025. Т. 9. Вып. 1. С. 14–24.

82. Михельсон, А.Д. Объяснение 25 000 иностранных слов, вошедших в употребление в русский язык, с означением их корней / Сост. по словарям: Гейзе, Бешереля, Брокгауза, Александра, Рейфа и др. Михельсон. М.: А.И. Манухин, 1865. 718 с.
83. Мои ранние годы, 1874-1904: [пер. с англ.] / Уинстон Черчилль. М.: Колибри, 2012. 368 с.
84. Морякина А. Р., Жигунова Г. В. Имидж успешного политического лидера (на примере У. Черчилля) // Молодой ученый. 2019. № 13. С. 734-740.
85. Музыкант В.Л., Музыкант П.В. Социальные измерения современного медиапространства и его контента // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: социология. 2014. № 1. С. 114-123.
86. Музыкантов Е.Т. Влияние имиджа на политическую активность и карьеру политика // Казанская наука. 2024. № 3. С. 497-499.
87. Музыкантов Е.Т. К имиджевой стратегии У. Черчилля как политического лидера: габаритные и речевые тактики // Казанская наука. 2024. № 4. С. 445-447.
88. Музыкантов Е.Т. Специфика формирования имиджа политического деятеля (на примере У. Черчилля) // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере: материалы XIV Международной научно-практической конференции. М. – Пенза: ПГТУ, 2022. С. 250-265.
89. Муртазин Р.А. Особенности политического имиджа России в массмедийном пространстве современности // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2025. Вып. 1. С. 22-31.
90. Мякотина О.В. Имидж политического лидера: тенденции становления и изменения: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. М., 2008. 207 с.
91. Начарова Л.И. Управление восприятием как подход к оптимизации имиджа социальной сети «ВКонтакте» // Неофилология. 2024.Т. 10, № 3. С. 711–722.
92. Нейматова А.Я. Проблема имиджа в политике и политической науке // Вестник МГИМО-Университета. 2011. № 2(17). С. 268-269.

93. Некрасов С.И., Некрасова У.С. Основные модели создания имиджа // Фундаментальные исследования. 2007. № 10 С. 32-35.

94. Нефеденкова Н.И. Российские СМИ как информационно-коммуникационный институт формирования имиджа политика: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. Уфа, 2012. 159 с.

95. Никифоров С. В. Роль личности в истории. Междисциплинарность метода Л. Н. Гумилева // Ученые записки Орловского гос. ун-та. 2015. № 6 (69). С. 345.

96. Новикова Т.Б. К вопросу имиджа образовательного учреждения // Научное обозрение. Педагогические науки. 2016. № 6. С. 114-118.

97. Нурпеисова Г.М., Смагулова Ш.К., Назархан Б., Еспергенов Е. Речевое поведение и речевой имидж в политике // Исследователь года 2025. МЦНП «Новая наука», 2025. С. 100–105.

98. Общая и прикладная политология: Учебное пособие / Под общей редакцией В.И. Жукова, Б.И. Краснова. М.: МГСУ, Издательство «Союз», 1997. 992 с.

99. Овчинникова А.М., Шульга Н.В. Основы имиджелогии: Конспект лекций. Омск: Омский государственный университет путей сообщения, 2019. 55 с.

100. Ольшанский Д.В. Политический PR. М.: Питер, 2003. 544 с.

101. Отц Е.В. Имидж политического лидера и социально-психологические особенности его влияния на отношения электората. М.: ПроСофт. М, 2005. 163 с.

102. Отц Е.В. Имидж политического лидера и социально-психологические особенности его влияния на отношения электората: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05. М., 2005. 163 с.

103. Павленков Ф. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка / Составлен по Энциклопедическому Словарю Ф. Павленкова, с соответствующими сокращениями в объяснении слов и добавлениями в их числе. 2-е изд. СПб., 1907. 160 с.

104. Панасюк А.Ю. Имидж. СПб.: Питер, 2007. 768 с.

105. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа. Стратегия, психотехнологии, психотехники. М.: Омега-Л, 2007. 265 с.

106. Парапанова М.Н. Уинстон Черчилль о политическом курсе Великобритании в условиях послевоенного кризиса (1919-1922 гг.) // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2023. № 2 (47). С. 111-116.
107. Петрунина О.Е. Образы европейских государств в пропагандистской кампании в Османской империи в начале Первой мировой войны (по материалам газеты «Эмброс») // Государственное управление. Электронный вестник. 2016. № 57. С. 249-264.
108. Плешко А.О. Влияние внешнеполитических взглядов и деятельности Уинстона С. Черчилля на отношения между Великобританией и Россией в период 1914-1921 гг.: автореферат дисс…. канд. истор. наук: 5.6.2. Тюмень, 2021. 27 с.
109. Политическая энциклопедия: В 2 т. / Национальный общественно-научный фонд; рук. проекта Г.Ю. Семигин; науч. ред. совет: пред. совета Г.Ю. Семигин. М.: Мысль, 1999. Т. 1. 752 с.
110. Пономарев Д. О. «Мировой кризис» У. Черчилля в оценке зарубежной и отечественной историографии (интерпретация событий галлиполийской кампании) // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 32 (170). История. Вып. 35. С. 126-133.
111. Пономарёва О.В. Этапы формирования политического имиджа // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2007. № 5. С. 48-52.
112. Попов М. М. Москаль. М.: Вече, 2009. 368 с.
113. Попов М. Полный словарь иностранных слов, вошедших в употребление в русском языке. М., 1907. С. 240.
114. Потапов С.А. Уинстон Черчилль и Франклин Рузвельт во Второй мировой войне: эволюция стратегического мышления и планирования вооружённой борьбы: автореферат диссер…. канд. истор. наук: 07.00.03. Екатеринбург, 2002. 21 с.
115. Потемкина О.Ф. Имидж политического лидера. М.: МГУКИ, 2006. 98 с.

116. Рейтблат А.И. Как Пушкин вышел в гении. Историко-социологические очерки о книжной культуре пушкинской эпохи. М.: Новое литературное обозрение. 1997. 315 с.

117. Ржешевский О.А. Сталин и Черчилль. Встречи. Беседы. Дискуссии: Документы, комментарии. 1941-1945. М.: Наука, 2004. 564 с.

118. Рикс Т. Черчилль и Оруэлл: Битва за свободу. М.: Альпина нон-фикшн, 2019. 448.

119. Робертс Э. Черчилль и Гитлер. Тайны лидерства / Пер. с англ. Сергеевой О.И. М.: АСТ, 2015. 320 с.

120. Рогузько Е.Н., Вишняков А.И. Психологический имидж политических лидеров // Вестник Оренбургского государственного университета. 2008. №. 82. С. 34-35.

121. Рожкова Е.А. Имидж и социальные роли политика : дис. ... канд. социол. наук : 23.00.02. М., 2006. 173 с.

122. Руденко М.В. Гудвилл, имидж и репутация организации: сравнительный анализ понятий // Наука Красноярья. 2023. Т. 12, № 2. С. 116-126.

123. Русецкая О.Н., Ямов Н.В. Функционально-стилистические особенности публичной речи. // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. № 48. С. 144.

124. Саенко А. Властелин мира: скандальная биография Уинстона Черчилля. М.: Фолио, 2008. 187 с.

125. Санатулова А.Ш. Имидж как научное понятие // Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям. М.: Народное образование, 2002. С. 172.

126. Сафиуллин И. Ф. Личный бренд политика и социальные сети // Вопросы российской юстиции. 2024. № 30. С. 25-32.

127. Сейерс М., Кан А. Тайная война против Советской России. М.: Государственное издательство иностранной литературы, 1947. 433 с.

128. Селиверстова Ю.А. Имидж политического лидера: создание, внедрение, актуализация // Власть. 2011. №. 1. С. 71-73.

129. Середина Е.В., Кислицына Е.В., Бех Е.Ф. Антропонимические прозвища Джо Байдена в политической карикатуре // Современные исследования социальных проблем. 2022. Т. 14. № 1-3. С. 83–90.
130. Серов А. Страшные тайны PR. Записки PR-консультанта. М.: Питер, 2004. 168 с.
131. Системность массовых коммуникаций: образы «свой-чужой» в инфодемии. / Г.А. Бордюгов, В.Л. Музыкант, Е.А. Котеленец [и др.]; ред. В.Л. Музыкант, В.В. Барабаш. Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. 368 с.СТР.109-113, 115-119.
132. Системность массовых коммуникаций: фейк-ньюс как современный медиафеномен / В.Л. Музыкант, В.В. Барабаш, Ю.П. Буданцев и др. ; под ред. В.Л. Музыканта, В.В. Барабаша. Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2023. 316 с.
133. Скляренко К.В. Политический имидж: к исследованию понятий // Экономика и социум. 2020. № 11 (78). С. 1298-1302.
134. Современные технологии формирования имиджа политического лидера / А.А. Школьник, А.Д. Никитин, Д.П. Янчевский // Старт в науке 2023: сборник статей Международного научно-исследовательского конкурса. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2023. С. 149-152.
135. Соколов А.В. Имидж политического лидера как фактор легитимации политической власти в современной России : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02. М., 2009. 186 с.
136. Спичева Д.И. Имидж как коммуникативно-управленческий феномен: социально-философский анализ: автореферат….. кандидата философских наук: 09.00.11. Томск, 2014. 24 с.
137. Старых Н. П. Формирование имиджа органов местного самоуправления: диссертация ... кандидата социологических наук: 22.00.08. Орел, 2011. 175 с.
138. Стельмак М.М. Образ иностранных союзников антибольшевистского движения в периодической печати Западной Сибири (май 1918 - декабрь 1919 гг.): дис... кандидата исторических наук: 07.00.02. Тюмень, 2017. 326 с.
139. Сухотерин Л.Я., Юдинцев И.В. Информационная работа в государственном аппарате. М.: Европа, 2007. 480 с.

140. Тайгин И. Англия и СССР. Л.: Прибой, 1926. С. 93.

141. Татаринова Н.В. О понятии «имидж» и его отличии от сходных с ним понятий «образ», «репутация», «стереотип» // Филологические науки: Вопросы теории и практики (Тамбов). 2009. № 2. С. 252-255.

142. Тененбаум Б. Великий Черчилль. М.: Яуза, Эксмо, 2011. 672 с.

143. Титов В.П. Уинстон Черчилль: дипломатия Великобритании в период Второй мировой войны // Вестник РУДН. 2005. № 1. С. 154-166.

144. Трофимова Г.Н., Савастенко Р.А. Проблемы когнитивного дисбаланса в новостных сообщениях сетевых СМИ // Неофилология. 2023. Т. 9. № 2. С. 365-377.

145. Трубецкой А.Ю. Категория репутации в социально-политической коммуникации: дис… д-ра психол. наук. М.: МГУ, 2006. 369 с.

146. Трухановский В.Г. Уинстон Черчилль 3-е изд. М.: Международные отношения, 1982. 464 с.

147. Трухановский В.Г. Уинстон Черчилль: Политическая биография. 2-е издание. М.: Мысль, 1968. 480 с.

148. У. Черчилль: pro et contra, антология / Сост., вступ. статья, коммент. С.Н. Полторака, А.В. Зотовой. СПб.: РХГА, 2015. 822 с.

149. Удникова О.И. Формирование имиджа политического лидера и властных структур//Вестник государственного и муниципального управления. 2011. № 1. С. 82-85.

150. Уткин А.И. Уинстон Черчилль. Полная биография. «Я легко довольствуюсь самым лучшим». М.: Родина, 2022. 512 с.

151. Уткин А.И. Уинстон Черчилль. М.: Эксмо, 2002. 606 с.

152. Фадеева Л.А. Политическое лидерство в современном мире: учебное пособие / Л.А. Фадеева, М.А. Старков. Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2020. 145 с.

153. Фадеева Т.М. Робертс Э. Черчилль и Гитлер. Тайны лидерства / Пер. с англ. Сергеевой О.И. – М.: АСТ, 2015. – 320 с. // Социальные и гуманитарные науки.

Отечественная и зарубежная литература. Серия 5. История. 2017. № 1. С. 122-130.

154. Федорова Т.В. Гендерные стереотипы как фактор формирования имиджа политика: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. Ставрополь, 2008. 168 с.

155. Фирсов А.С. Государственный кризис как фактор формирования имиджа политических деятелей. М.: Наука, 2019. 410 с.

156. Фурс Р.Ф. Имидж политического лидера: психологическая структура и пути оптимизации: дисс…. канд. психол. наук. 1996. 256 с.

157. Цветков Ю.А. Черчилль как государственный деятель: мифы и реальность (к 150-летию со дня рождения) // Вестник государственного и муниципального управления. 2025. Том 14. № 3. С. 145-158.

158. Цуладзе А. М. Формирование имиджа политического лидера в условиях становления новой политической системы в России: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.03. М., 1997. 141 с.

159. Черемушкина И.К. Имидж в смысловом пространстве культуры: дисс. … д. философ. наук: 24.00.01. Волгоград, 2011. 341 с.

160. Черных П.Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: В 2 т. Т. 2. М.: Русский язык, 1999. 560 с.

161. Черняева И.В. Сила письменного и устного слова в коммуникации У. Черчилля // Человек и язык : Материалы II международной научно-практической конференции, посвященной 100-летию со дня рождения почётного профессора МПГУ Марка Яковлевича Блоха, Москва, 28–29 ноября 2024 года. М.: МПГУ, 2025. С. 206-212.

162. Черчилль У. Вторая мировая война: В 3-х кн. – М.: Воениздат, 1991. [Кн.1. Т. I-II- 529 с.; Кн. 2. Т. 3: Великий союз; Т. 4: Поворот судьбы] / Сокр. пер. с англ. М.: Альпина нонфикшн, 2010. - 736 с.

163. Черчилль У. Как я воевал с Россией. / Пер. с англ.; под ред. С. Чертопруд. М.: «Алгоритм», 2017. 384 с.

164. Черчилль У. Мировой кризис / Пер. с англ.; с предисл. И. Минца. М.; Л.: Государственное военное издательство, 1932. 328 с.

165. Черчилль У. Мировой кризис. В 6 т.; пер. с англ. Т. 6: Восточный фронт. М.: Принципиум, 2016. 336 с.
166. Черчилль У. Мировой кризис: 1918-1925. М., 2010. 205 с.
167. Черчилль У. Никогда не сдаваться! Лучшие речи Черчилля / Пер. с англ. М.: Альпина нон-фикшн, 2014. 644 с.
168. Черчилль У. Триумф и трагедия / Сокр. перевод с англ. под ред. д. ист. н. А.С. Орлова. М.: Олма-пресс, 2004. 382 с.
169. Черчилль У.С. Вторая мировая война: В 6 т. Т. 3: Великий союз М.: ТЕРРА-Книжный клуб; «Книжная лавка - РТР», 1998. 368 с.
170. Черчилль У.С. Саврола. М.: Алгоритм, 2012. 361 с.
171. Чикилева С.Л. Роль вербальных и невербальных средств в создании имиджа // Российский гуманитарный журнал. 2016. Том 5. № 2. С. 220-230.
172. Чудинов А.Н. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка. М.: Издание В.И. Губинского, 1894. С. 654.
173. Чуев Ф. Сто сорок бесед с Молотовым: Из дневника Ф. Чуева. М.: ТЕРРА, 1991. 623 с.
174. Чумиков А. Н. Имидж - репутация - бренд: традиционные подходы и новые технологии: сборник статей. М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015. 106 с.
175. Шагалова Е.Н. Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века: ок. 1500 слов / Е.Н. Шагалова. М.: АСТ: Астрель, 2011. 413 с.
176. Шестаков В.П. Уинстон Черчилль: интеллектуальный портрет. - М.: Форум, 2011. 207 с.
177. Шестерина А.М., Зверева Е.А., Каминская Т.Л. Image-Building and Educational Policy of a University in the Context of Broadcasting of Core Values // Mediaobrazovanie – Media Education. 2025. Т. 21. № 3. С. 477-487.
178. Шестерина А.М., Копылова О.Ю. Образ М. В. Ломоносова в отечественном игровом и неигровом кинематографе // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2026 Т. 1. № 60. С. 10-24. ВАК.

179. Шестерина А.М., Копылова О.Ю. Особенности формирования экранной коммуникативной личности педагога высшей школы // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2024. Т. 1. 29. № 5. С. 1353-1361.
180. Шестопал Е.Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования // Образы государств, наций, лидеров. М.: Наука, 2008. С. 117-134.
181. Шталь А. У. Черчилль - Первый лорд Адмиралтейства в мировой кризис 1911-1915 годов Петроград: Редакционно-Издательский Отдел Морведа. 1923. 42 с.
182. Штейн Б.Е. «Русский вопрос» на Парижской мирной конференции (1919–20 гг.). М., 1949. 464 с.
183. Экштут С. Иосиф Сталин: Черчилль и его друзья поразительно напоминают Гитлера // Родина: исторический научно-популярный журнал / гл. редактор В.Ф. Фронин. М.: Издательство «Российская газета». 2021. № 3. С. 23-25.
184. Эман И.Е. Шестаков В.П. Уинстон Черчилль: интеллектуальный портрет. // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 5. История. 2013. № 2. С. 124-129.
185. Эренбург И. Началось! // Красная звезда. № 135 (5815), 8 июня 1944 г. С. 3.
186. Яковлева Е.Л. Имидж и социальные роли. // Социальные технологии, исследования. 2005. № 1. С.76-78.
187. Якушин Д.А. Механизм формирования и продвижения имиджа политического лидера в западных демократических системах // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2014. № 1 (1). С. 149-157.
188. Якушин Д.А. Технологии формирования имиджа политического лидера в западных демократических системах: рациональный опыт для России: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. М., 2014. 168 с.
189. Barber J. The pulse of politics: Electing Presidents in the Media Age. N.Y., L.: Plenum, 1980. 342 p.
190. Boorstin D.J. The Image; or, What Happened to the American Dream? New York 1962. 315 p.

191. Boorstin D. J. The Image: A Guide to Pseudo-Events in America. New York: Vintage Books, 1971. 319 p.
192. Boulding K.E. The image: knowledge in life and society, University of Michigan Press 1956. 175 p.
193. Bruce B. Images of power. How the image makers shape our leaders. London: Kogan Page, 1992. 192 p.
194. Buck R. Labeling on Emotion Spontaneous Communication and Persuasion San Francisco, 1989.P. 151-174.
195. Ewen S. All Consuming Images: The Politics of Style in Contemporary Culture. New York Basic Books. 1999. 352 p.
196. Franklin M., Ladner M. The Undoing of Winston Churchill: Mobilization and Conversion in the 1945 Realignment of British Voters // British Journal of Political Science, Vol. 25, Issue 4. 23-24 pp.
197. Kotkin S. Stalin: Waiting for Hitler, 1929–1941. London: Allen Lane, 2017. 1184 p.
198. Martynenko E.V., Kolotilo E.M. historicism principle in the formation of political content of British print media // Modern Pedagogical Education. 2020. № 4. С. 199-202.
199. Pelling H. The British Labour Governments of 1945–1951. New York: St Martin's Press, 2018. 317 p.
200. Hjarvard S. The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change // Nordicom Review. 2008. Vol. 29. No. 2. P. 120.
201. Hoffer E. The true believer. New York, 1951. 378 p.
202. Humes J. Churchill: Speaker of the Century / J. Humes. - New York: Stein and Day, 1984. 348 p.
203. Ramsden, J. Man of the Century: Winston Churchill and His Legend Since 1945. Columbia University Press, 2002. 16-17 pp.
204. Woodward B. The Choice. How Churchill Won. New York, 1996.

Электронные издания и публикации, цитируемые по электронным источникам

205. Брутер В. «Листки Черчилля» или как была разделена Европа (Часть 6) [Электронный ресурс] // Международная жизнь. 2020. URL: https://interaffairs.ru/news/show/28035 (дата обращения: 28.01.2026).

206. Выдающийся лентяй Великобритании. [Электронный ресурс]. URL: https://platinummag.net/2012/01/vydajushhijsja-lentjaj-velikobritanii/ (дата обращения: 29.07.2025).

207. Главный буржуин и буржуины. Иллюстрация Ю. Рейнера к «Сказке о военной тайне, о мальчише-кибальчише и его твёрдом слове» А. Гайдара. [Электронный ресурс]. URL: https://xn----7sbb5adknde1cb0dyd.xn--p1ai/img/show/3526.htm (дата обращения: 13.12.2025).

208. День в истории. Черчилль. [Электронный ресурс]. URL: https://maysuryan.livejournal.com/1530322.html (дата обращения: 13.12.2025).

209. Джо из Скрэнтона. Нация. 20 апреля 2021. [Электронный ресурс]. URL: https://www.thenation.com/article/politics/evan-osnos-biden/ (дата обращения: 21.04.2025).

210. Из выступления У. Черчилля в Палате общин Британского парламента. 19 мая 1939 г. [Электронный ресурс]. URL: https://docs.historyrussia.org/ru/nodes/194828-iz-vystupleniya-u-cherchillya-v-palate-obschin-britanskogo-parlamenta-19-maya-1939-g (дата обращения: 02.08.2025).

211. Интриган и мастер слова. Свет и тени в биографии Уинстона Черчилля // ИА Амител. 30.11.2015. [Электронный ресурс]. URL: https://www.amic.ru/news/politika/intrigan-i-master-slova-svet-i-teni-v-biografii-uinstona-cherchillya-317541 (дата обращения: 18.02.2026).

212. Как работа Черчилля для «Дэйли Телеграф» помогла победить Гитлера. [Электронный ресурс]. URL: https://www.livelib.ru/translations/post/15382-kak-

rabota-cherchillya-dlya-dejli-telegraf-pomogla-pobedit-gitlera (дата обращения: 05.08.2025).

213. Карпович О. Политический имидж в условиях развития цифрового пространства//Международная жизнь. 06.02.2021. [Электронный ресурс]. URL: https://interaffairs.ru/news/show/28985 (дата обращения: 23.04.2025).

214. Кто разжёг «холодную войну»? Фултонская речь Черчилля. [Электронный ресурс]. URL: https://histrf.ru/read/articles/kto-razzhiegh-kholodnuiu-voinu-fultonskaia-riech-chierchillia (дата обращения: 28.09.2025).

215. Медведев Д.Л. 120 лет дебюта Черчилля в парламенте. [Электронный ресурс]. URL: https://dlmedvedev.ru/blogdlm/churchill/120-let-debjuta-cherchillja-v-parlamente/ (дата обращения: 02.08.2025).

216. Мединский сравнил современную риторику Запада с речью Черчилля [Электронный ресурс]. // РИА Новости. 05.03.2021. URL: https://ria.ru/20210305/medinskiy-1600114731.html (дата обращения: 02.02.2026).

217. Назаров О. О сэре Уинстоне Черчилле и «телячьем восторге». [Электронный ресурс]. URL: https://ria.ru/20150707/1118695142.html (дата обращения: 12.12.2025).

218. Николаев Н. Как острое журналистское перо сделало карьеру Уинстону Черчиллю. [Электронный ресурс]. URL: https://londoncult.co.uk/kak-ostroe-zhurnalistskoe-pero-sdelalo-kareru-uinstonu-cherchillyu/ (дата обращения: 04.08.2025).

219. Окунев Д. «Сталин знал о плане»: как Черчилль чуть не развязал Третью мировую. [Электронный ресурс] // газета. Ru 21.05.2020. URL: https://www.gazeta.ru/science/2020/05/21_a_13091821.shtml?utm_auth=false (дата обращения: 29.01.2026).

220. Операция «Немыслимое-1945». Как союзники готовились напасть на СССР [Электронный ресурс]. // Аргументы и факты. № 13. 25 марта 2020. URL: https://aif.ru/society/75_victory/operaciya_nemyslimoe-1945_kak_soyuzniki_gotovilis_napast_na_sssr (дата обращения: 28.09.2025).

221. Панасюк А.Ю. Имидж: энциклопедический словарь. М.: РИПОЛ классик, 2007. [Электронный ресурс]. URL: http://filegiver.com/free-download/imidzh-a-yu-panasyuk.doc (дата обращения: 18.04.2025).

222. Персональный сайт Медведева Д.Л. [Электронный ресурс]. URL: https://dlmedvedev.ru/blogdlm/churchill/wsc-cartoon/ (дата обращения: 30.09.2025).

223. Переслегин С. Фронт. Невозможность мира. Освобождение Донбасса [Электронный ресурс]. // ВКонтакте. 27.01.2026. URL: https://vk.com/wall-9685658_10717 (дата обращения: 26.01.2026).

224. Переслегин С. Несвобода, неравенство, небратство. [Электронный ресурс] // Завтра.ru 26.10.2020. URL: https://zavtra.ru/blogs/pereslegin_politkorrektnost_ (дата обращения: 29.01.2026).

225. Петров Е.П. Что такое счастье. М.: Государственное издательство художественной литературы, 1961. [Электронный ресурс]. URL: http://lib.ru/ILFPETROV/corr.txt (дата обращения: 13.12.2025).

226. Политолог раскрыл планы Запада по «уничтожению» России // Газета.ru. 08.01.2026. [Электронный ресурс]. URL: https://www.gazeta.ru/politics/news/2026/01/08/27577279.shtml?utm_auth=false (дата обращения: 18.02.2026).

227. Речь в Фултоне - замысел, реакция, исправление // По материалам книги: Медведев Д. Уинстон Черчилль. Личность и власть. 1939-1965. [Электронный ресурс]. URL: https://dlmedvedev.ru/essays/wchurchill/fultonskaja-rech-zamysel-reakcija-ispravlenie/ (дата обращения: 30.09.2025).

228. Робертс Э. Черчилль и Россия. [Электронный ресурс]. URL: https://winstonchurchill.org/publications/proceedings/churchill-and-russia (дата обращения: 15.12.2025).

229. Сидорчик А. Человек с сигарой. Как Уинстон Черчилль продлевал жизнь Британской империи. // Официальный сайт Николая Старикова [Электронный ресурс]. URL: https://nstarikov.ru/chelovek-s-sigaroj-kak-uinston-cherchill-prodleval-zhizn-britanskoj-imperii-98642 (дата обращения: 18.02.2026).

230. Сидорчик А. Премьер другим наука. Как Уинстон Черчилль ворвался в историю и наделал дел // Аргументы и факты 30.11.2024. [Электронный ресурс]. URL: https://aif.ru/society/history/premer-drugim-nauka-kak-uinston-cherchill-vorvalsya-v-istoriyu-i-nadelal-del (дата обращения: 18.02.2026).

231. Текст речи Уинстона Черчилля в Вестминстерском колледже, г. Фултон, штат Миссури, США, 5 марта 1946 г. [Электронный ресурс]. URL: https://historyrussia.org/tsekh-istorikov/archives/fultonskaya-rech-uinstona-cherchillya-1946-goda.html (дата обращения: 28.09.2025).

232. Толковый словарь Ожегова // Энциклопедии & Словари. [Электронный ресурс]. URL: http://enc-dic.com/ozhegov/Obraz-19448/ (Дата обращения: 14.04.2025).

233. У. Черчилль в нацистских карикатурах. [Электронный ресурс]. URL: https://mihalchuk-1974.livejournal.com/205837.html?es=1 (дата обращения: 05.08.2025).

234. Уинстон Черчилль речь 1954 г. Перед Консервативной партией Peace Through Strength (Мир благодаря силе). [Электронный ресурс]. URL: https://lingvotech.com/churchill (дата обращения: 28.09.2025).

235. Учёные нашли эссе Черчилля о возможности существования инопланетян [Электронный ресурс]. // ТАСС. 16.02.2017. URL: https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/4026743 (дата обращения: 23.01.2026).

236. Фонд Александра Н. Яковлева. [Электронный ресурс]. URL: https://www.alexanderyakovlev.org/fond/issues-doc/69271 (дата обращения: 13.12.2025).

237. Цветков Ю.А. Уинстон Черчилль: выдающийся стратег или военный авантюрист? // Военно-исторический журнал. 2025. [Электронный ресурс]. URL: https://history.milportal.ru/uinston-cherchill-vydayushhijsya-strateg-ili-voennyj-avantyurist/ (дата обращения: 24.09.2025).

238. Шишканова А.Ю. Репутация политического лидера: особенности и технологии формирования // Огарёв-Online. 2016. №7 (72). [Электронный

ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/reputatsiya-politicheskogo-lidera-osobennosti-i-tehnologii-formirovaniya/viewer (дата обращения: 16.02.2026).
239. Экштут С. Иосиф Сталин: Черчилль и его друзья поразительно напоминают Гитлера. [Электронный ресурс]. URL: https://rodina-history.ru/2021/03/05/fultonskaia-rech-byvshego-premer-ministra-velikobritanii-stala-spuskovym-kriuchkom-k-nachalu-holodnoj-vojny.html (дата обращения: 30.09.2025).
240. Эренбург И.Г. Оттепель [Электронный ресурс]. URL: https://lib.ru/PROZA/ERENBURG/ottepel.txt (дата обращения: 13.12.2025).
241. Daily Mail, 1917, 9 Nov. [Электронный ресурс]. URL: https://trove.nla.gov.au/newspaper/article/213752596 (дата обращения: 05.08.2025).
242. Daily News and Lieder, 1917, 12 Nov. [Электронный ресурс]. URL: https://trove.nla.gov.au/newspaper/article/90301989 (дата обращения: 05.08.2025).
243. Daily Chronicle 1918 4 Jan. [Электронный ресурс]. URL: https://www.britishnewspaperarchive.co.uk/search/results/1918-01-04?retrievecountrycounts=false&mostspecificlocation=angus%2C%20scotland&sortorder=2&page=1 (дата обращения: 05.08.2025).
244. Quotes Falsely Attributed to Winston Churchill. [Электронный ресурс]. URL: https://winstonchurchill.org/resources/quotes/quotes-falsely-attributed/ (дата обращения: 25.05.2023).
245. Past Prime Ministers. Sir Winston Churchill // The UK Government. (May 2, 2022). [Электронный ресурс]. URL: https://www.gov.uk/government/history/past-prime-ministers/winston-churchill (дата обращения: 02.08.2025).
246. The Scaffolding of Rhetoric. November 1897 By Winston S. Churchill. [Электронный ресурс]. URL: https://winstonchurchill.org/wpcontent/uploads/2016/06/THE_SCAFFOLDING_OF_RHETORIC.pdf (дата обращения: 30.07.2025).
247. The Times, 1917, 12 Nov. [Электронный ресурс]. URL: https://www.thetimes.com/tto/archive/article/1917-11-12/8/1.html (дата обращения: 05.08.2025).

248. The Manchester Guardian, 1917, 12 Nov. [Электронный ресурс]. URL: https://en.wikisource.org/wiki/Index:Skyes_Picot,_The_Manchester_Guardian,_Monday,_November_26,_1917,_p5.jpg (дата обращения: 05.08.2025).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1.

У. С. Черчилль. Саврола (Отрывок)

Экипаж был открыт, и стало видно, что старый человек болезненно воспринимал происходящее. Его лицо было бледным. Он сжал губы, чувствуя обиду и гнев. Все его тело сотрясалось от подавляемых эмоций. Толпа приветствовала его аплодисментами, но вскоре стало заметно, как изменился его вид, каким несчастным он выглядел. Люди столпились вокруг экипажа и закричали: «Что случилось? Все ли в порядке? Говори, Годой, говори!» Но он не обратил на них внимание. И, дрожа от волнения, приказал кучеру ехать быстрее. Люди медленно расступились. Теперь они выглядели угрюмыми, задумчивыми, словно им предстояло принять какое-то важное решение. Случилось что-то неприятное, непредвиденное, нежелательное; люди стремились узнать, что произошло.

И тогда стали распространяться какие-то невероятные слухи. Президент отказался подписать указы; он совершил самоубийство; войскам было приказано стрелять; в конце концов выборы так и не состоялись; кто-то сказал, что Саврола был арестован и его схватили в здании сената. Другой человек сообщил, что его убили. Шум толпы превратился в глухой нестройный ропот растущего гнева.

Наконец был получен ответ. На площади привлекал внимание один дом, который был отделен от палаты представителей лишь узкой улицей, свободной от транспорта. Ее охраняли войска. На балконе этого дома снова появился молодой человек по фамилии Море, член Гражданского совета, и его приход вызвал шквал нечеловеческих криков, охвативших огромную толпу. Он поднял руку, призывая людей к спокойствию, и через несколько мгновений его слова стали слышны тем, кто находился поблизости.

— Друзья, вы преданы. Мы стали жертвами жестокого обмана. Надежды, которые мы лелеяли, вдребезги разбиты. Все было сделано напрасно. Мы обмануты! Обмануты! Обмануты!

Отрывки из его страстной речи были услышаны в самом центре возбужденной толпы. И тогда он провозгласил слова, которые были услышаны тысячами людей, и тысячи собравшихся повторили их:

«Право на регистрацию гражданства попрано, и фамилии более половины избирателей вычеркнуты из списков. О народ Лаурании, ты должен знать об этом!»

Толпа моментально замолчала, а потом стал слышен душераздирающий стон, в котором были выражены ярость, разочарование и решимость множества людей.

В этот момент президентский экипаж, запряженный четырьмя лошадьми, в сопровождении форейтора, одетого в ливрею республиканцев, а также эскорта улан, двинулся к основанию лестницы, в то время как из здания парламента появилась удивительная фигура. Это был мужчина, одетый в изумительно красивую форму генерала армии Лаурании голубого и белого цветов; на его груди сияли медали и ордена; его умное мужественное лицо было спокойным.

Он остановился на минуту, прежде чем подняться в экипаж, словно желая дать толпе возможность свистеть и гудеть, чтобы люди в конце концов успокоились. Он хладнокровно разговаривал со своим спутником сеньором Лоуве, министром внутренних дел. Один или два раза он обратился к обезумевшей толпе, а затем медленно спустился по ступенькам. Лоуве был намерен сопровождать его, но он услышал рев толпы и вспомнил о неотложных делах в сенате; таким образом его спутник остался один. Солдаты достали оружие. Люди ревели от ярости. Конный офицер, сдерживавший свою лошадь, напоминал винтик какой-то безжалостной машины. Он отдал приказ своему подчиненному. Несколько отрядов пехотинцев начали дефилировать от боковой улицы, расположенной справа от правительственного здания. Они шеренгами продвинулись на участок, частично захваченный толпой.

В сопровождении отряда уланов президент вошел в экипаж, который немедленно начал быстро двигаться. Как только экипаж оказался на краю

открытого участка, толпа неистово рванулась вперед. Охрана встала на защиту президента.

— Отступить назад! — скомандовал офицер, но на него не обратили ни малейшего внимания.

— Вы намерены отойти или мы сами вас подвинем? — повторил он, переходя на крик.

Однако толпа не отступила ни на дюйм.

Людям угрожала неминуемая опасность.

— Мошенник! Предатель! Лжец! Тиран! — раздались возгласы из толпы.

Люди употребляли и многие другие выражения, о которых неприлично писать.

— Верните наши права — это вы их украли!

И тогда кто-то позади толпы выстрелил в воздух из револьвера. Эффект был поразительным. Уланы оставили свои позиции и бросились вперед. Крики ужаса и ярости раздавались со всех сторон. Люди мчались, преследуемые отрядами кавалеристов; некоторые падали на землю и были раздавлены насмерть; других сбивали с ног и калечили лошади; третьих пронзали копья солдат. Это было ужасное зрелище. Те, кто стоял сзади, швыряли камни, некоторые стреляли в воздух из пистолетов. Президент оставался невозмутимым. Стройный и несгибаемый, он взирал на всю эту бойню, как люди смотрят на лошадей, участвующих в гонках, когда ставки не сделаны. Его шляпа была сбита, и струйка крови, стекавшая по его щеке, свидетельствовала о том, что ему был нанесен удар камнем. В течение нескольких моментов он не мог принять решение. Толпа могла бы штурмовать экипаж и разорвать его на кусочки! Ведь были и другие, более легкие способы умереть. Но благодаря дисциплине войск удалось преодолеть все трудности. И случилось так, что поведение этого человека заставило врагов подчиниться ему. Толпа отступила, все еще продолжая свистеть и улюлюкать.

Приложение 2.

ПЕРВАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕЧЬ: «ПЕРЕСОХШАЯ СТОЧНАЯ КАНАВА РАДИКАЛИЗМА»

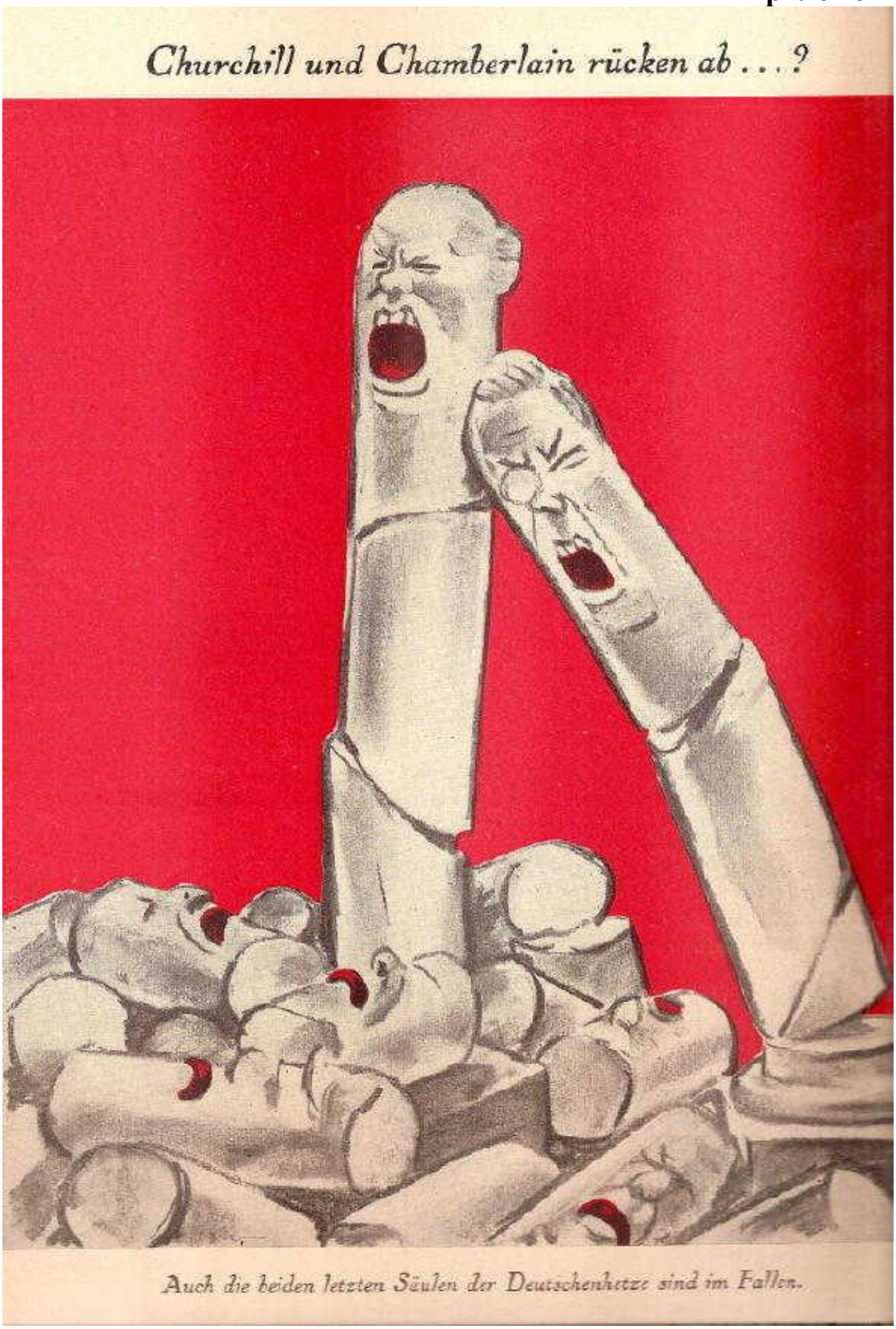
26 июля 1897 года Клавертон-Даун, Бат

Да, порой парламент нелегко расшевелить, но заседают там отнюдь не бездельники! (Одобрительные возгласы.) Нынче парламентариям предстоит принять решение, имеющее чрезвычайно большое значение для рабочего люда нашей страны. (Аплодисменты.) Я тешу себя надеждой, что желание неопытного юнца (каким наверняка кажусь вам я) высказаться на столь серьезную тему не покажется вам верхом самонадеянности и вы проявите должную снисходительность к упрямому энтузиазму молодости. (Одобрительные возгласы и смех.) Это решение, если оно будет принято, гарантирует рабочим, занятым в опасных отраслях промышленности, защиту от нищеты и голода в случае травм на производстве. (Одобрительные возгласы.) Радикалы назвали предложенный ими законопроект «Биллем об ответственности работодателей», но им не удалось добиться его принятия. Тори, как известно, с такими делами обычно справляются гораздо лучше. (Одобрительные возгласы.) Мы дали этому законопроекту куда более точное название: «Законопроект о компенсационных выплатах рабочим». (Смех и одобрительные возгласы.) Этот законопроект предусматривает кардинальные преобразования в сфере трудовых отношений. Он поможет людям справиться с тяжелейшими бедами, которые нам с вами даже представить трудно, -всю правду о них знают лишь те, кто пережил их сам. (Аплодисменты.) По статистике, ежегодно в нашей стране 6000 человек погибают на производстве, а еще 250 000 - получают травмы различной степени тяжести. Масштабы трагедии поистине ужасают: ни одно даже самое кровопролитное сражение за всю историю человечества не становилось причиной такого колоссального количества жертв. (Одобрительные возгласы.)

При этом я вовсе не берусь утверждать, будто все работодатели — злодеи и никто из них никогда не проявлял участия и доброты по отношению к своим работникам, однако предлагаемая нами мера призвана придать зыбучим пескам добровольной благотворительности гранитную твердость закона. (Одобрительные восклицания.) Пока компенсации предусматриваются лишь для тех, кто занят в опасном производстве. Радикалы, которые всегда недовольны предложениями либералов, но приобретают склонность к либерализму, как только речь заходит о чужих деньгах (смех), задаются вопросом, почему бы не распространить действие этого закона вообще на всех. Подобные скоропалительные популистские решения вполне в духе радикалов. Их тактика напоминает мне историю о человеке, который, узнав о пользе проветривания, выбил все окна в собственном доме и вскоре умер от ревматизма. (Смех и аплодисменты.) Консерваторы обычно действуют несколько по-другому. Политика консерваторов намного осторожнее - прежде чем соваться в воду, они считают нужным узнать, где брод, а если такового нет, то вовсе предпочитают остаться на берегу. (Смех.) Тише едешь - дальше будешь, как говорится. (Одобрительные возгласы.) Однако этот законопроект мог бы стать подлинным символом прогресса в законотворческой деятельности тори, доказав тысячам наших соотечественников, занятых в различных отраслях промышленности, что консерваторы хотят им помочь и имеют для этого все необходимые полномочия (одобрительные возгласы) и что от поднимающейся волны консервативной демократии можно ожидать гораздо большего, чем от пересохшей сточной канавы радикализма… (Смех и одобрительные восклицания.) В этот юбилейный для Британской империи год нет недостатка в тех, кто утверждает, что наше отечество достигло пика славы и могущества и вскоре начнет приходить в упадок, подобно Вавилону, Карфагену или Риму. Не верьте лжепророкам! Отриньте их мрачные предсказания! Докажите на деле, что наша нация полна сил и жизненной энергии, что англичане твердо намерены сохранить империю, унаследованную от отцов (одобрительные восклицания), что британский флаг все так же гордо реет над нашими кораблями, что к нам по-прежнему

прислушиваются европейские соседи, а наш монарх искренне любим всеми своими подданными. Только тогда мы сможем продолжать следовать тем курсом, который предначертан нам свыше, и только тогда мы сможем выполнить свою миссию, став гарантом мира, законности и порядка и подарив все эти блага цивилизации множеству разных народов, населяющих самые удаленные уголки Земли. (Громкие одобрительные восклицания.)

Приложение 3.

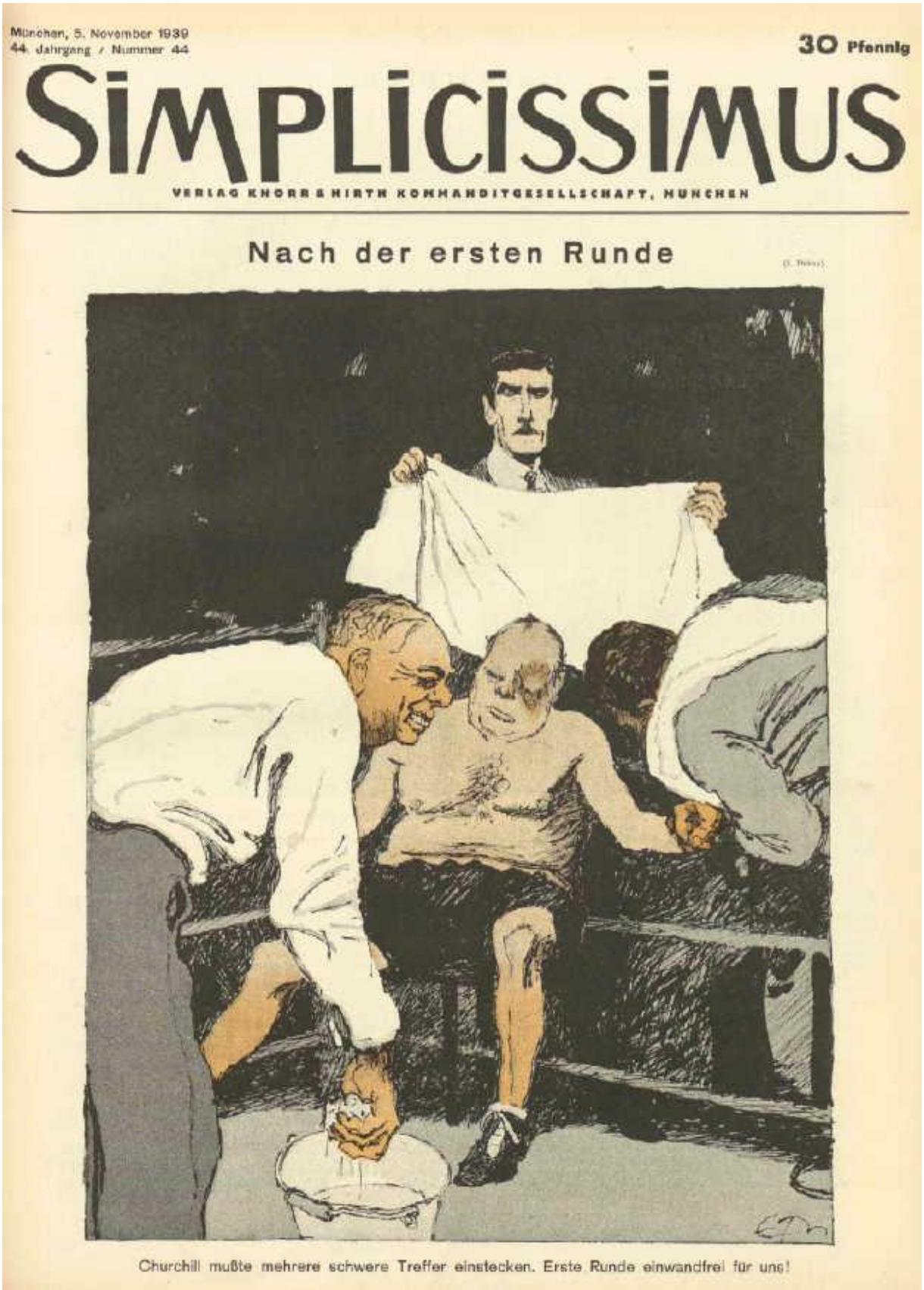


«Черчилль и Чемберлен уходят. Рушатся два последние столпа агитации против Германии». Журнал Brennessel 1933, №41.

Приложение 4.

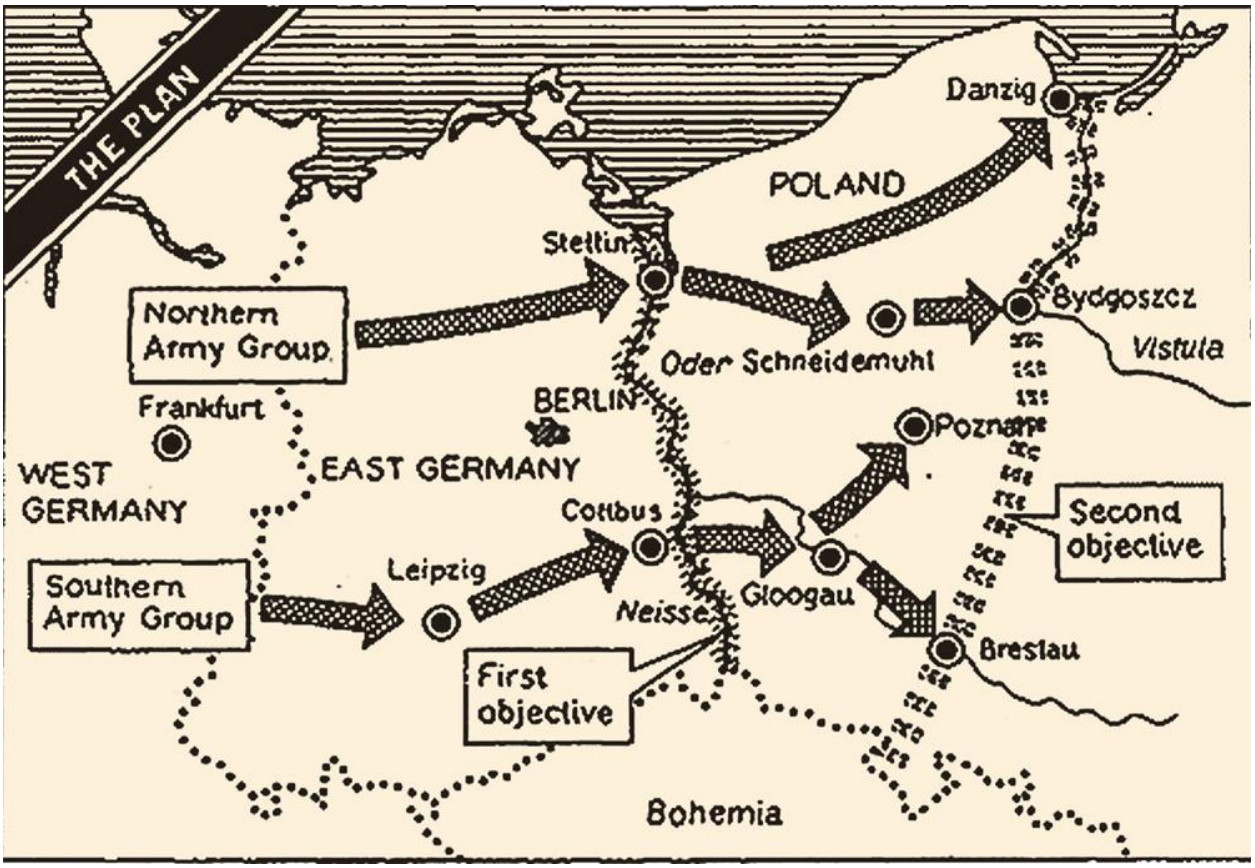
«Бросьте мне еще нолик. Ноликом больше, ноликом меньше - какая разница?». Журнал Brennessel 1934, декабрь.

Приложение 5.



«Черчилль получил много ударов. Но первый раунд за нами». Журнал Simplicissimus, 1939, ноябрь.

Приложение 6.

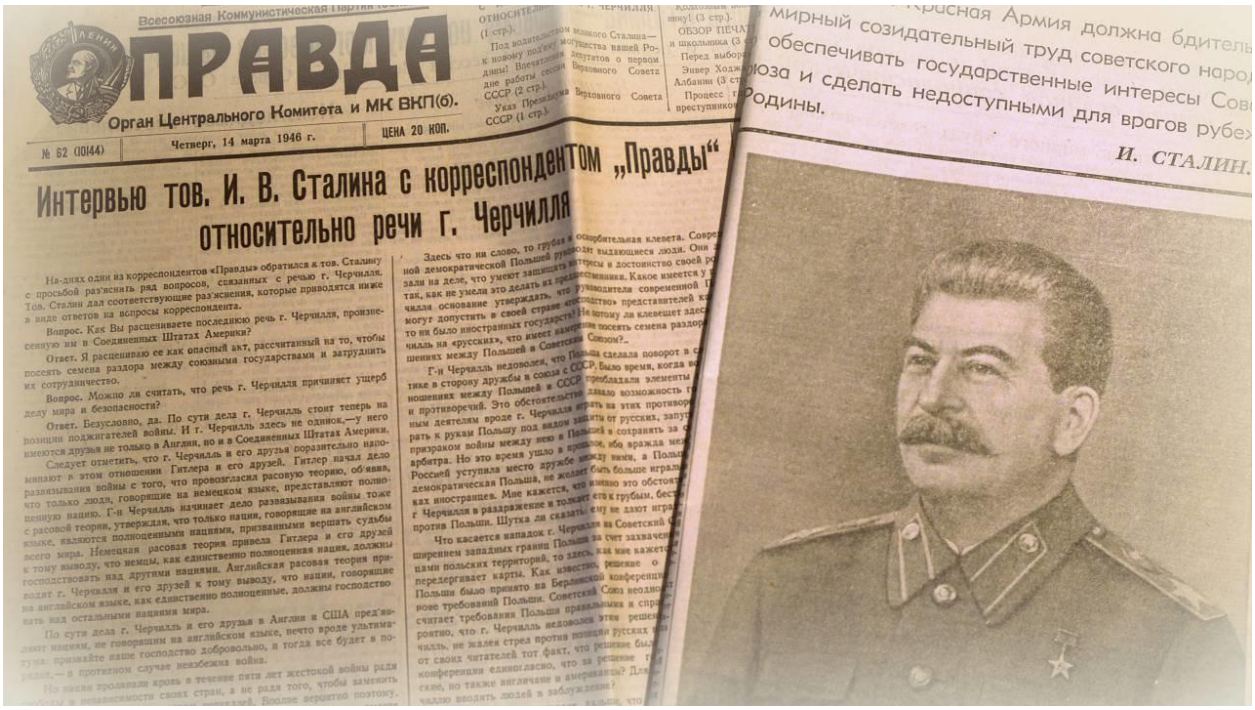


Карта операции «Немыслимое - 1945» Аргументы и факты. №13. 25 марта 2020.

Приложение 7.

Речь Черчилля в Фултоне

Приложение 8.



Всесоюзная Коммунистическая Партия (б)

ПРАВДА

Орган Центрального Комитета и МК ВКП(б).

№ 62 (10144) | Четверг, 14 марта 1946 г. | ЦЕНА 20 КОП.

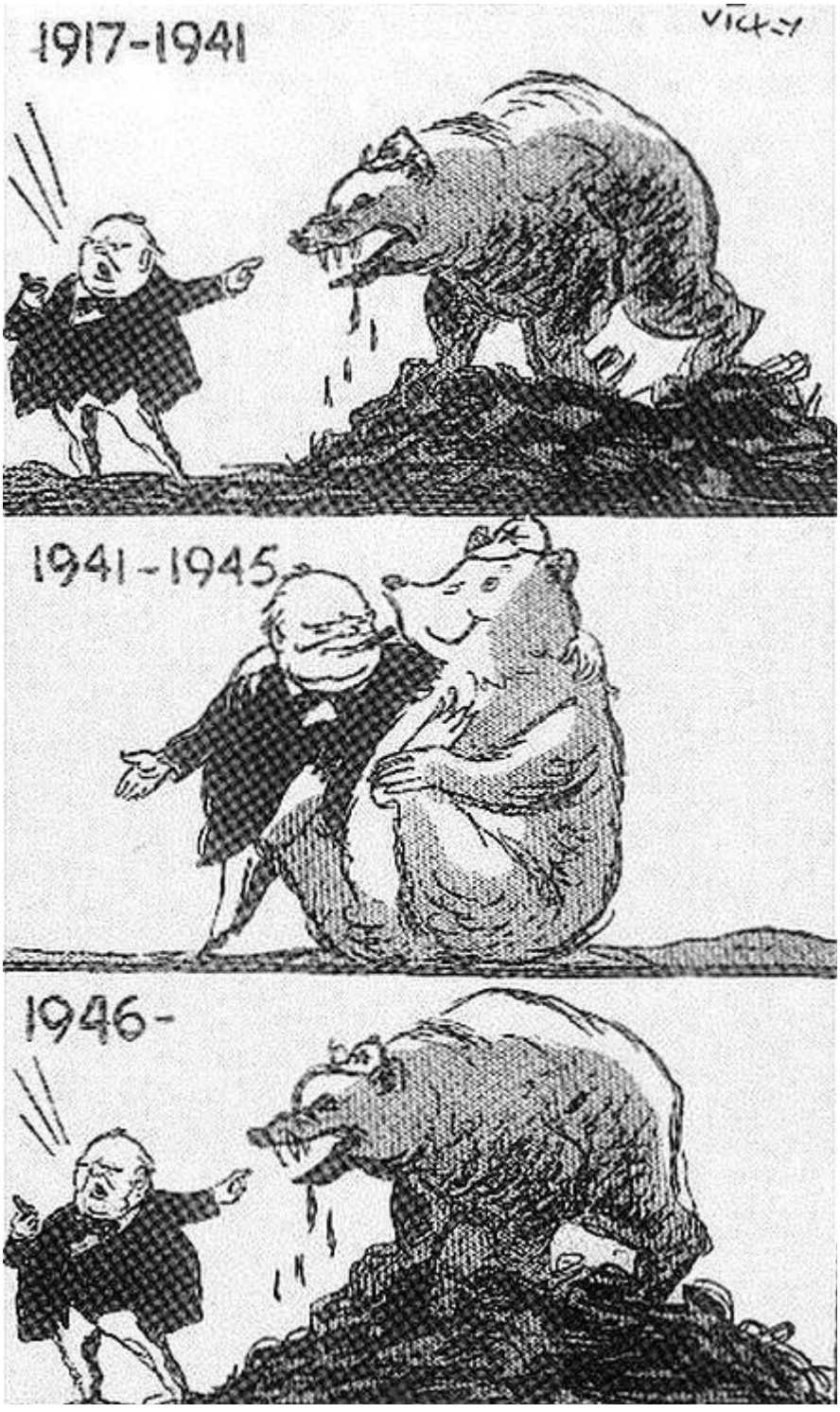
Интервью тов. И. В. Сталина с корреспондентом „Правды“ относительно речи г. Черчилля

Красная Армия должна бдитель
мирный созидательный труд советского наро
обеспечивать государственные интересы Сов
юза и сделать недоступными для врагов рубе
Родины.

И. СТАЛИН.

Интервью И.В. Сталина с корреспондентом «Правды» относительно речи г. Черчилля. «Правда»14 марта 1946г.

Приложение 9.



Карикатура в британской прессе 1946 г.

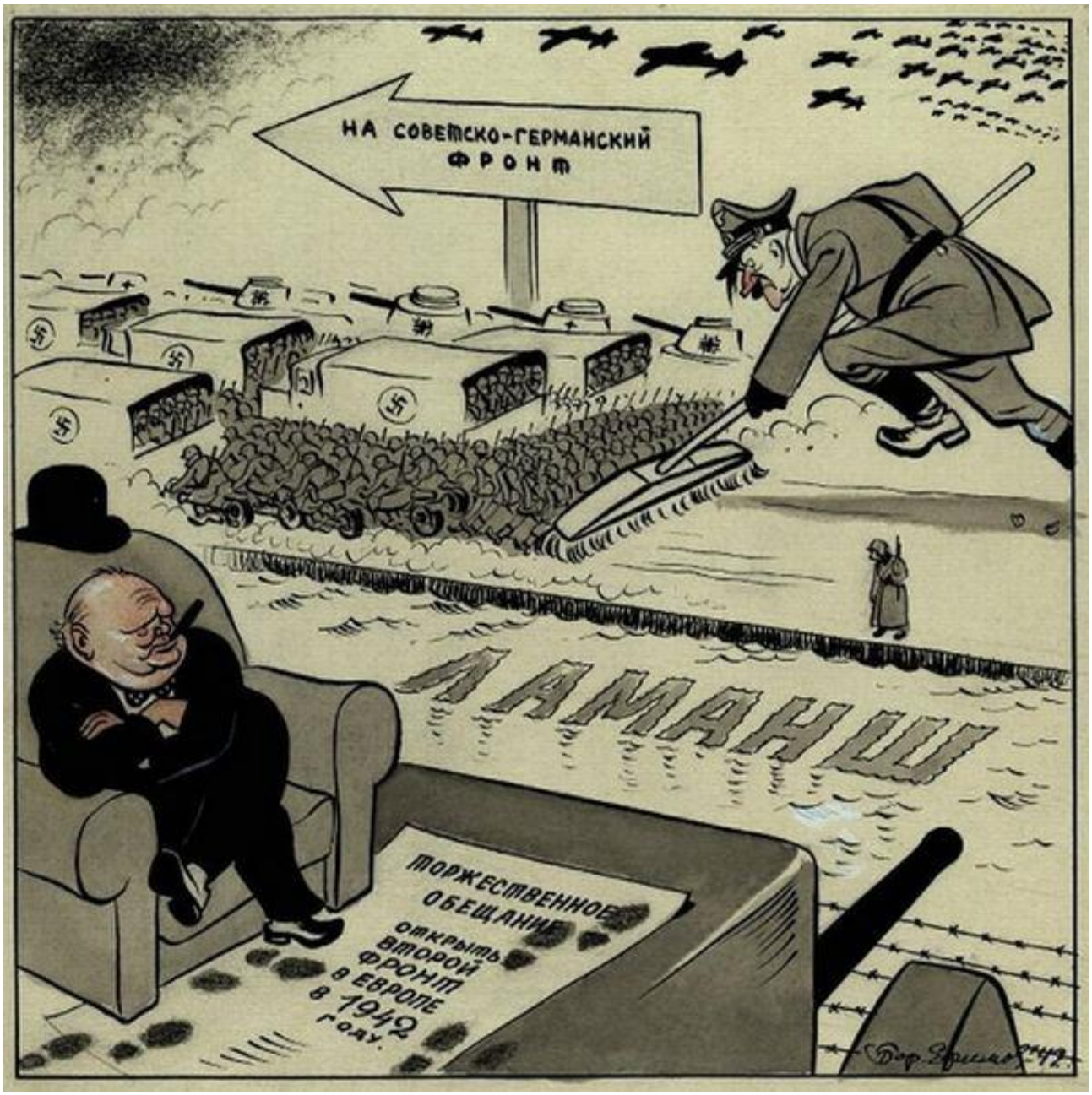
Приложение 10.

Карикатура на Фултонскую речь У. Черчилля. Автор Б. Ефимов. Газета «Правда» 1947 год

Приложение 11.

Иллюстрация Ю. Рейнера к «Сказке о военной тайне, о мальчише-кибальчише и его твёрдом слове» А. Гайдара. ДЕТГИЗ, 1958 г.

Приложение 12.



Борис Ефимов. «Под метёлку... Гитлер собирает, Черчилль наблюдает». Журнал «Крокодил» 1942 г.

Приложение 13.

Борис Ефимов. «Черчилль и его генералы. Обсуждение вопроса об открытии второго фронта». Журнал «Крокодил» 1942 г.

Приложение 14.

Началось!

Войска наших союзников высадились на побережьи Ла-Манша. Мы как бы слышим раскаты грома, и в них мы различаем поступь истории. Мне хочется воскликнуть: друзья, в какие дни мы живем!

Они перед нашими глазами незабываемые даты:

2 февраля 1943 года — победа в Сталинграде.

7 мая 1943 года — победа в Тунисе.

12 июля 1943 года — начало нашего великого наступления.

6 ноября 1943 года — Киев.

2 апреля 1944 года — Красная Армия в Румынии.

К этим датам прибавилась еще одна: 6 июня 1944 года на песчаном побережьи Нормандии началась гигантская битва.

Мы столько раз повторяли: «Если бы!»... Мы столько раз слышали: «Накануне решающих боев»... Как хорошо, что это позади! Как хорошо, что решающие бои начались! Забудем о сослагательном наклонении. Нам больше не придется прибегать к глаголам в будущем времени. То, чего мы ждали, совершилось: начато наступление на Германию с Запада.

В этот светлый день солдаты Красной нии уже чувствуют на себе ее горячее дыхание. Рассвет 6 июня был нелегким для многих и многих. На землю войны высадились ткачи Манчестера, студенты Оксфорда, металлисты Детройта, клерки Нью-Йорка, земледельцы Манитобы, звероловы Канады. Эти люди пришли издалека, чтобы положить конец фашистской тирании. Солдаты, моряки и летчики Советской республики хорошо знают, что такое война. Они изучили ее цвет и запах. Они помнят, как выглядит ночь перед атакой. Обстрелянные солдаты России честно, по-солдатски, от всей души приветствуют своих боевых товарищей.

В тылу у немцев высадились воздушные десанты союзников. В тылу у немцев весь французский народ. Зеленая Нормандия, край пастбищ и яблонь, стала полем битвы. Но Франция не только театр военных действий. Франция это неукротимый народ. Четыре года ждали французы этих дней. Теперь Рундштедт и Роммель узнают, что такое гнев Франции. Историки, описывая поведение французов в бою, не раз говорили о «furia francese» — «французском неистовстве». Отступающим немцам придется на себе проверить эти свидетельства летописцев.

Первая страница статьи И. Эренбурга «Началось!», напечатанной в газете «Красная звезда» №135 (5815), 8 июня 1944 г.

Приложение 15.

ФАКТ НА АИФ.RU

В РАНГЕ МИНИСТРА ВНУТРЕННИХ ДЕЛ УИНСТОН ЧЕРЧИЛЛЬ ОТДАВАЛ ПРИКАЗЫ О ИСПОЛЬЗОВАНИИ ВОЕННОЙ СИЛЫ ДЛЯ ПОДАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОТЕСТОВ В АНГЛИИ.

ФОТО: WWW.GLOBALLOOKPRESS.COM

АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ AIF.RU

ФАКТ НА АИФ.RU

ВО ВРЕМЯ АНГЛО-БУРСКОЙ ВОЙНЫ УНИСТОН ЧЕРЧИЛЛЬ ПОПАЛ В ПЛЕН И БЫЛ ПОМЕЩЕН В ЛАГЕРЬ, ОТКУДА СОВЕРШИЛ УСПЕШНЫЙ ПОБЕГ.

ФОТО: WWW.GLOBALLOOKPRESS.COM

АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ AIF.RU