

УДК 323(87)+002

ББК 66.3(7Вен)+76.024.711

Имидж Уго Чавеса на страницах американской прессы в контексте президентских выборов в Венесуэле 1998 г.

Н.С. Пивоварова

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского
(Омск, Россия)

Image of Hugo Chávez Created by US Mass Media in Context of Venezuela 1998 Presidential Elections

N.S. Pivovarova

Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)

Исследуются особенности формирования имиджа Уго Чавеса в прессе США в преддверии выборов президента Венесуэлы в 1998 г. Изучается исторический контекст, оказавший влияние на формирование имиджа Чавеса. Анализируется социально-экономическое и политическое развитие Венесуэлы в изучаемый период. Выявляются ключевые характеристики имиджа кандидата в президенты Чавеса, анализируется эмоциональный фон публикаций в американских изданиях. Истории Венесуэлы, биографии и политической деятельности У. Чавеса уделяется достаточно внимания в отечественной и зарубежной историографии, однако имидж Чавеса в качестве кандидата в президенты Венесуэлы остается неизученным. Задачей данной работы является ликвидация этого пробела. Анализируются материалы трех ведущих американских газет «New York Times», «Wall Street Journal» и «Los Angeles Times», опубликованные с июля по декабрь 1998 г. Применяется традиционный метод анализа документов и количественный контент-анализ текстов публикаций. Делается вывод о формировании в американской прессе отрицательного имиджа У. Чавеса в предвыборный период, занижении его имиджа, негативном эмоциональном фоне публикаций.

Ключевые слова: Уго Чавес, Венесуэла, президентские выборы, имидж политического лидера, контр-имидж, американские СМИ.

DOI: 10.14258/izvasu(2021)3-09

Личности Уго Чавеса (Hugo Rafael Chávez) посвящено достаточное количество работ как в зарубежной, так и в отечественной историографии. В данном исследовании делается попытка изучения его имиджа в американской прессе. Поскольку данное исследование является междисциплинар-

This paper investigates the features of the US mass media approaches in creating the image of Hugo Chávez on the eve of the Venezuela 1998 Presidential Elections. The paper studies the historical context, which influenced the creation of Chavez's image. The socio-economic and political development of Venezuela in those days is analyzed. The key traits of Chávez's image highlighted during the period under study, as well as the emotional background of the publications, are analyzed. Although both the domestic and foreign historiography has paid a most sufficient attention to the history of Venezuela, the biography and political activity of Hugo Chávez, his image as a presidential candidate in the 1998 Venezuela elections remains unexplored. This work aims to fill this gap. The paper systematically examines the materials of the three major US newspapers, namely, the "New York Times", the "Wall Street Journal", and the "Los Angeles Times", published from July to December, 1998. The established methodologies of document analysis and quantitative content analysis are applied. The study leads to the conclusion that the USA mass media created a negative image of Hugo Chávez during the pre-election period, implementing understatements and a negative emotional background in their publications.

Key words: Hugo Chávez, Venezuela, presidential elections, image of a political leader, counter-image, US mass media.

ным, историография включает несколько групп исследований.

Инструменты создания имиджа анализируют такие авторы, как Г.Г. Почепцов [1], Д.В. Ольшанский [2], А.Ю. Панасюк [3], Е.В. Егорова-Гантман [4] и др. Методы разрушения положительного имиджа и соз-

дания отрицательного подробно рассмотрены М. Григорьевым [5].

Социально-экономическое развитие Венесуэлы в 1990-е гг. анализируют зарубежные исследователи, в частности G. Wilpert [6], J. Braver [7], M. Ystenes и I. Stronen [8]. В системном кризисе авторы видят предпосылки победы У. Чавеса на выборах 1998 г. Отечественные исследователи (Э.С. Дабагян [9], А.В. Борейко [10], В.Я. Гельман [11] и др.) делают акцент на изучении политической истории Венесуэлы, прослеживают эволюцию деятельности Чавеса до избрания на пост президента.

Особый интерес для исследования представляет литература, посвященная биографии и политической деятельности У. Чавеса. Зарубежные авторы R. Gott [12], M. Shifter [13], Y. Corrales [14] дают критический обзор жизни и деятельности У. Чавеса, акцентируя внимание на изучении политического режима, сложившегося в Венесуэле. Отечественная историография, представленная работами Э.С. Дабагына [15], Н.С. Иванова [16], М.В. Кусакиной [17], В.Л. Семенова [18], Е.Д. Строгановой [19] и других, менее критична в оценках личности и деятельности Чавеса, чем зарубежные авторы. Большинство работ представляет Чавеса как человека, посвятившего жизнь политической борьбе.

Деятельность У. Чавеса в роли президента Венесуэлы началась с победы на выборах 6 декабря 1998 г. Американская пресса широко освещала события, предшествовавшие выборам, особое внимание было уделено кандидату Чавесу как наиболее вероятному победителю. Уже в этот период начал формироваться его имидж в СМИ США.

Тема исследования актуальна, поскольку изучение имиджа в предвыборный период дает не только более глубокое понимание роли У. Чавеса в истории Венесуэлы, но и приводит к более широкому пониманию природы и значения имиджа политического лидера. В перспективе данные, полученные в ходе исследования, помогут проследить эволюцию имиджа У. Чавеса на протяжении его политической карьеры. Исходя из этого целью работы является выявление особенностей формирования имиджа У. Чавеса в американской прессе в предвыборный период.

Основным методом исследования является традиционный анализ исторических источников трех ведущих ежедневных американских газет «New York Times», «Wall Street Journal» и «Los Angeles Times» с июля по декабрь 1998 г. Выбор данных изданий обусловлен широким охватом аудитории, высокими тиражами и высокой посещаемостью сайтов газет. Исследование дополнено данными, полученными в ходе контент-анализа текстов публикаций.

К президентским выборам 1998 г. Венесуэла пошла в состоянии острого политического и экономического кризиса, которому предшествовал двадцатилетний спад. Снизились доходы от нефти на душу населения, углубился спад в промышленности и сельском хозяйстве, увеличилась государственная задолженность, в то время как население Венесуэлы удвоилось [6, с. 13].

Попытки либеральных экономических реформ начала 1990-х гг. не смогли улучшить ситуацию [14, с. 110]. Более того, неолиберальные реформы привели к углублению неравенства, росту недовольства общества и массовым выступлениям. Кульминацией политического кризиса в Венесуэле стали беспорядки в 1989 г. и попытка государственного переворота в 1992 г. [8, с. 16; 20, с. 135–136]. Кроме того, на экономике государства сказалось и резкое понижение цен на нефть. Это стало сильным ударом для страны, большую часть бюджета которой составляли доходы от экспорта нефти.

В 1990-е гг. экономический кризис сопровождал кризис партийной системы и представительной демократии [11, с. 166]. Две традиционные партии, делившие власть на протяжении 40 лет (Демократическое действие и КОПЕЙ), потеряли поддержку и доверие населения, поскольку не могли решить актуальные проблемы страны [14, с. 111–112; 21, с. 173].

Массовое недовольство сложившейся в Венесуэле ситуацией стало основой для предвыборной кампании Чавеса, включившей жесткую критику всего существующего строя, антикапиталистические и антиамериканские призывы. Риторика Чавеса, направленная против США, дала основания американскому исследователю М. Шифтеру охарактеризовать стратегию Чавеса как «образ мышления, напоминающий холодную войну» [13].

К моменту выборов У. Чавес уже был знаком американцам. Он являлся персоной «non grata» в США как руководитель восстания 1992 г. После этих событий У. Чавесу был пожизненно запрещен въезд в США, поскольку «Государственный департамент считал его террористом» [22]. Запрет на въезд в США был снят только после его победы на выборах в 1998 г.

Испорченная репутация стала отправной точкой в формировании имиджа Чавеса в американской прессе. Характеристика Чавеса как «мятежного офицера» [23] стала ключевой в преддверии выборов 1998 г. Его личность и деятельность непосредственно связывалась с попыткой государственного переворота 1992 г. [24].

При развитии данного сюжета Чавеса представляли как потенциального «диктатора» [25]. Эта характеристика получила большое распространение, поскольку для всего XX в. в истории Венесуэлы

была характерна «борьба авторитарных и демократических сил» [9, с. 20]. Более того, в Венесуэле, как и во многих государствах Латинской Америки, сильны традиции каудильизма [26, с. 238–239].

Для американской общественности данный сюжет имел важное значение, поскольку затрагивал ключевые американские ценности, связанные с демократией. Кроме того, имидж У. Чавеса занижался за счет ассоциации его имени с трагическими событиями: гибелью мирного населения во время мятежа. Пресса вызывала негативные эмоции, описывая переворот как «кровавый» [22], унесший жизни более 80 человек [27].

Вторая характеристика имиджа Чавеса связана с популизмом [28; 29]. Представляя Чавеса как «популиста и опасного демагога» [22], пресса способствовала подрыву доверия к кандидату, поскольку популизм представляет собой тактику заигрывания с электоратом, пустые обещания.

Американская пресса акцентировала внимание на опасности вероятных экономических реформ в случае победы Чавеса [30]. О важности экономической тематики свидетельствуют данные контент-анализа. Слова, связанные с экономической тематикой (oil, market, currency, price, company, economic и др.), входят в 20 наиболее часто повторяющихся слов в публикациях, посвященных Чавесу.

Поскольку Венесуэла являлась основным экспортером нефти в США, информация о перспективах развития венесуэльской нефтяной компании PDVSA стала ведущим сюжетом [31]. Особую актуальность получили вопросы о расширении добычи нефти и открытии Венесуэлы для инвестиций иностранных нефтяных компаний. Неясность намерений У. Чавеса вызвала в прессе большое количество догадок и опасений [32].

В связи с критикой политики неолиберализма Чавес характеризовался как националист [33]. Эта информация закономерно вызывала страх у американских бизнесменов, имеющих инвестиции в Венесуэле. Вероятная победа Чавеса связывалась с отказом от реформ, проведенных президентом Р. Кальдера [34]. Как потенциальная угроза для деловых кругов преподносилось и намерение Чавеса изменить Конституцию Венесуэлы [35].

При создании имиджа Чавеса пресса активно использовала архетип «свой-чужой». Пресса подчеркивала сходство Чавеса с антидемократическими силами: с Ф. Кастро, никарагуанскими сандинистами, Х. Пероном [27]. Особое внимание уделялось отношениям У. Чавеса и Ф. Кастро. Визит Чавеса на Кубу в декабре 1994 г. регулярно упоминался на страницах газет [23]. Данная информация возрождала у читателей старые страхи, связанные с коммунизмом и диктатурой. Это не только зани-

жало его имидж, но и автоматически причисляло Чавеса к врагам США.

Все перечисленные выше информационные поводы были направлены на активизацию отрицательных эмоций у читателей. Материалы о Чавесе, публикуемые на страницах газет, вызывали тревогу, страх, неуверенность. Как показал контент-анализ, среди слов, отражающих эмоции, «fear» (страх) фигурирует в текстах публикаций наибольшее количество раз. Негативные эмоции вызывали и три наиболее часто встречаемые характеристики Чавеса: «colonel» (полковник), «nationalist» (националист), «populist» (популист).

Пресса использовала и такой прием, как занижение имиджа. На страницах газет Чавес представал как типичный недалекий военный, десантник, бывший полковник [36]. Иронию у журналистов вызывала начитанность Чавеса, цитирующего мировую классику, и его манера выступлений [27]. Вероятная победа на выборах обесценивалась, причины его успеха пресса искала исключительно в кризисных явлениях, вне заслуг и достоинств самого кандидата в президенты [37].

При формировании отрицательного имиджа Чавеса большую роль играла визуализация. Пресса делала акцент на внешнем облике Чавеса: красном берете десантника [23] и военной форме [28]. Такой внешний вид противоречил традиционному имиджу политического лидера, а также вызывал страх у читателя, ассоциируясь с революцией и военными действиями.

Непривлекательный имидж Чавеса усугублял контраст с его конкурентом в борьбе за пост президента. Пресса подчеркивала преимущества Саласа Ромера: высокий уровень интеллекта, успешный опыт политической деятельности на посту губернатора штата Карабобо [22]. Акцент делался на экономическом образовании соперника Чавеса, полученном в Йельском университете [25].

Американская пресса открыто выражала свою поддержку сопернику Чавеса, утверждая что Салас Ромер — «надежда Венесуэлы на демократию, а не на демагогию» [22]. Для внедрения негативной модели восприятия Чавеса использовалась ссылка на авторитет политологов [27].

Анализ СМИ дает основания сделать вывод о том, что в американской прессе в предвыборный период сформировался отрицательный имидж кандидата У. Чавеса. Об этом свидетельствуют имиджевые характеристики Чавеса, рассмотренные выше, и эмоциональный фон публикаций в прессе.

Чавес был презентован как непредсказуемый политик, связанный с попыткой государственного переворота, популист, националист, потенциальный диктатор. Материалы, публикуемые в СМИ,

были направлены на активацию страха и тревоги у читателей.

Имидж У. Чавеса занижался за счет создания образа недалекого военного, иронии при оценке его личности и обесценивания его вероятной победы на выборах. Подрывали позитивный имидж Чавеса

ассоциация с врагами США и контраст с его конкурентом в предвыборной борьбе. Пресса открыто обозначала свою позицию в отношении грядущих выборов, выражая поддержку сопернику Чавеса Саласу Ромеро.

Библиографический список

1. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. М., 2002.
2. Ольшанский Д. В. Политический PR. СПб., 2003.
3. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. М., 2008.
4. Имидж лидера: психологическое пособие для политиков / отв. ред. Е.В. Егорова-Гантман. М., 1994.
5. Григорьев М. Как рождаются слухи, или Тонкости превентивной пропаганды в СМИ // Открытая политика. 1999. № 9–10.
6. Wilpert G. Chavez's Venezuela and 21st Century Socialism // Research in Political Economy. July 2007. DOI:10.1016/S0161-7230(07)24001-5.
7. Braver J. Hannah Arendt in Venezuela: The Supreme Court Battles Hugo Chávez over the Creation of the 1999 Constitution // International Journal of Constitutional Law. July 2016. Vol. 16. Issue 3. DOI:10.1093/icon/mow046.
8. Ystenes M., Stronen I. The Social Life of Economic Inequalities in Contemporary Latin America. 2018. DOI:10.1007/978-3-319-61536-3.
9. Дабагян Э.С. Венесуэла: основные вехи политического развития в XX веке // Новая и новейшая история. 2008. № 5.
10. Борейко А.В. Куба и «Боливарианский» политический процесс. Современное состояние, проблемы и перспективы // PolitBook. 2017. № 1.
11. Гельман В.Я. Венесуэла и Мексика: нефть, авторитаризм и популизм // Нефть. Газ. Модернизация общества. СПб., 2010.
12. Gott R. In the Shadow of the Liberator: Hugo Chávez and the Transformation of Venezuela. L., N.Y., 2000. URL: <https://archive.org/details/inshadowoflibera0000gott>
13. Shifter M. In Search of Hugo Chávez // Foreign Affairs. May/June 2006. URL: <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/fora85&div=43&id=&page>
14. Corrales J. In Search of a Theory of Polarization: Lessons from Venezuela, 1999-2005 // European Review of Latin American and Caribbean Studies. October 2005. DOI:10.18352/erlacs.9666
15. Дабагян Э.С. Уго Чавес. Политический портрет. М., 2005.
16. Иванов Н.С. Уго Чавес: Штрихи идейно-политического портрета // Латиноамериканский исторический альманах. 2013. №13.
17. Кусакина М.В. «Боливарианский проект» развития Венесуэлы // Власть. 2007. №11.
18. Семенов В.Л. Уго Чавес у власти: итоги и перспективы // Латинская Америка. 2010. №5.
19. Строганова Е.Д. Основные этапы жизни и политической деятельности Уго Чавеса // Берегиня. 777. Сова: Общество. Политика. Экономика. 2013. № 1(16).
20. Дабагян Э.С. Уго Чавес: штрихи к политическому портрету (1954–2013) // Новая и новейшая история. 2013. № 6.
21. Иванов Н.С. Уго Чавес и «социализм XXI века» // Латиноамериканский исторический альманах. 2016. № 17.
22. Demagogic Cloud in Venezuela // Los Angeles Times. 1998. December 4. URL: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1998-dec-04-me-50502-story.html>.
23. Schemo D. Renegade Officer Favored in Venezuelan Election Today // The New York Times. 1998. December 6. URL: <https://www.nytimes.com/1998/12/06/world/renegade-officer-favored-in-venezuelan-election-today.html>.
24. Wren C. World Briefing // The New York Times. 1998. November 10. URL: <https://www.nytimes.com/1998/11/10/world/world-briefing.html>.
25. O'Grady M. Venezuelans Brace For a Lurch to the Left // The New York Times. 1998. December 4. URL: <https://www.wsj.com/articles/SB912715648228498500>.
26. Дабагян Э.С. Феномен каудильизма: венесуэльское измерение // Новая и новейшая история. 2020. № 1. DOI:10.31857/S013038640008195-2
27. Rotella S. Venezuelans Likely to Vote in a Strongman // Los Angeles Times. 1998. December 6. URL: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1998-dec-06-mn-51239-story.html>.
28. Schemo D. World Economies: in Latin America; Mistakes Hobble Venezuelan Economy, Experts // The New York Times. 1998. September 2. URL: <https://www.nytimes.com/1998/09/02/world/world-economies-in-latin-america-mistakes-hobble-venezuelan-economy-experts-say.html>.
29. Preston J. Latin America is Buffeted, but Seems Stronger than in '94 // The New York Times. 1998. September 1. URL: <https://www.nytimes.com/1998/09/01/world/latin-america-is-buffeted-but-seems-stronger-than-in-94.html>.
30. Mexico, Venezuela Stand out as Russian Damage Spreads // Wall Street Journal. 1998. August 21. URL: <https://www.wsj.com/articles/SB903718205416412000>.

31. Trio of Forces Conspires to Deflate Bond Market // Wall Street Journal. 1998. December 4. URL: <https://www.wsj.com/articles/SB912787167177718500>.

32. Vogel T., Druckerman P. Venezuela's Demands for Money Imperil Country's Oil Giant, Foreign Investment // Wall Street Journal. 1998. November 2. URL: <https://www.wsj.com/articles/SB909949352704512500>.

33. Flynn D. Venezuela Failed Privatization Seen as Lost Chance to Impress Markets // Wall Street Journal. 1998. July 24. URL: <https://www.wsj.com/articles/SB901269389615096500>.

34. Venezuela's Digital Plans to Invest \$610 Million in Telecom Market // Wall Street Journal. 1998. September 1. URL: <https://www.wsj.com/articles/SB904603315915007500>.

35. Vogel T. Venezuela's Economic Health Hinges on Presidential Election // Wall Street Journal. 1998. December 4. URL: <https://www.wsj.com/articles/SB912724755624919000>.

36. Vogel T. New Campaign Rancor Heats up Presidential Race in Venezuela // Wall Street Journal. 1998. October 23. URL: <https://www.wsj.com/articles/SB909094633103067500>.

37. Vogel T. Venezuela Seeks to Help Bolivar; Success Would Help its Neighbors // Wall Street Journal. 1998. August 25. URL: <https://www.wsj.com/articles/SB903984735297655000>.