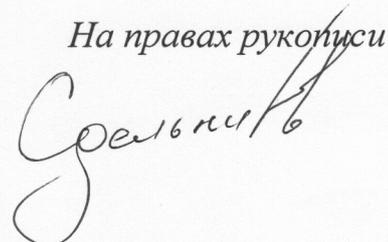


ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТОМСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФИЛОСОФСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

*На правах рукописи*



**Сдельников Виталий Андреевич**

**ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ НЕГАТИВНОГО ИМИДЖА  
РОССИИ**

Специальность 23.00.02 – Политические институты, процессы и технологии.

**ДИССЕРТАЦИЯ**

на соискание ученой степени  
кандидата политических наук

Научный руководитель:  
доктор политических наук,  
профессор А.И. Щербинин

Москва – 2018

## Оглавление

Введение .....	3
Глава 1 Роль современных СМИ в создании политических медиаобразов.....	15
1.1 Формирование негативного имиджа страны средствами массовой информации .....	15
1.2 Повестка дня и прайминг как медиаинструменты построения негативного имиджа страны.....	40
1.3 Медиафрейминг как политическая технология .....	57
Глава 2 Структура формируемого негативного имиджа России .....	78
2.1 Имидж В.В. Путина и «путинская идеология» как опорные конструкты формируемого негативного имиджа .....	78
2.2 Составляющие образа политического режима России в западной периодике .....	99
2.3 Структура негативного имиджа России и основные имиджевые вызовы .....	120
Заключение .....	142
Литература .....	146

## Введение

В настоящее время Россия столкнулась с рядом острейших общественно-политических, информационных, экономических и даже культурных вызовов, имеющих как внутринациональную, так и международную природу. В рамках информационного вызова России приходится отстаивать свое право на независимую политику, по большей части в недоброжелательно настроенном западном медиапространстве. Как показывают «дело Скрипалей», «вмешательство» в выборы или версия «белых касок» о химической атаке в сирийском г. Дума, сегодня сформировалась последовательная технологическая цепочка, основанная на вбросе информации правительством одной из западных стран, раздувании истерии, базирующейся на уже стереотипной оценке «режима», медиаподдержке как способе обработки общественного мнения и, наконец, результирующимся в консолидированном дипломатическом/политическом демарше союзников, направленном против России. В период «постправды» и в текущем положении России особенно сложной становится борьба за позитивное восприятие международного имиджа. Благодаря техническому развитию и разработке новых методов работы с информацией, появляются широкие возможности в вопросах конструирования информационных сообщений и компрометации информации оппонента. Очевидно, позитивный имидж является одним из ключевых элементов, обеспечивающих успешность внешнеполитической и экономической деятельности страны, эффективным инструментом коммуникаций с целевыми группами. Однако международный имидж России на данный момент испытывает беспрецедентное информационное давление со стороны, как большинства западных СМИ, так и официальных лиц, что значительно снижает его эффективность и жизнеспособность. Это, в свою очередь, может повлиять и на эффективность проводимых внешнеполитических проектов, так как имидж в

данном случае является важным элементом информационной поддержки. В подобных условиях исследование, стремящееся рассмотреть и выявить технологии формирования негативного имиджа России, транслируемого рядом наиболее уважаемых западных изданий, а также исследование закономерностей, способствующих его поддержанию и воспроизведению, является крайне актуальным. Помимо этого, полученная информация может быть использована для выявления паттернов критики и уменьшения негативного влияния от дальнейшей критики и информационных шоков.

**Степень изученности темы.** Несмотря на наличие исследовательских работ, разрабатывающих отдельные аспекты выбранной темы, существует мало трудов, рассматривающих технологии создания и структуру негативного имиджа России, характер взаимодействия его элементов, а также вызовы и слабые стороны имиджевой стратегии через призму западной академической точки зрения. В настоящем диссертационном исследовании помимо отечественных работ, уделяется особое внимание западной академической дискуссии по данному вопросу, включая монографии, статьи, PhD диссертации, посвященные анализу информационной политики России, ее международному имиджу, пропаганде и стратегии наращивания и использования «мягкой силы». Данные исследования дадут возможность проанализировать информационную политику и имидж России с позиции западных стран. В диссертации использовались академические публикации и экспертные оценки, которые давались международному имиджу России как отечественными, так и зарубежными исследователями, а также статистические данные, результаты социологических опросов, проводимых как отечественными, так и зарубежными исследовательскими центрами.

Все академические работы и публикации, используемые в процессе настоящего исследования, можно разделить на следующие группы. Важную роль в раскрытии темы диссертации сыграли работы, рассматривающие медиа в информационную эпоху, таких авторов как: Р. Кейс, Р. Крейтнер, Дж. Харсин,

Р. Сэмбрук, А.И. Соловьев, А. Черных, Б. Дженнингз и Т. Сузан, Дж. Маклеод и Д. Шойфель, П. Дальгрэн и др<sup>1</sup>.

Природа современных СМИ и их роль в современных политических коммуникациях рассмотрена: М. Кастельсом, Ю. Хабермасом, Н. Луманом, Ж. Бодрийяром, Н.Ф. Пономаревым Т.Х. Эриксоном, В.С. Кохеном, П. Ресслером и др<sup>2</sup>.

Работы, посвященные имиджу в политике, а именно, рассматривающие концепты политического образа и имиджа, создаваемого СМИ, а также имиджа

---

<sup>1</sup> Keyes R. *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. New York: *St. Martin's*. 2004. – P. 312; Kreitner R. *Post-Truth and Its Consequences: What a 25-Year-Old Essay Tells Us About the Current Moment* [Электронный ресурс] // Официальный сайт The Nation. URL: <https://www.thenation.com/article/post-truth-and-its-consequences-what-a-25-year-old-essay-tells-us-about-the-current-moment/> (дата обращения 01.05.2017); Harsin J. *Regimes of Posttruth, Postpolitics, and Attention Economies* // *Communication, Culture & Critique*. №8(2). 2015. – P. 327–333; Sambrook R. *Delivering trust: Impartiality and objectivity in the digital age*. 2012 [Электронный ресурс] URL: [http://orca.cf.ac.uk/33772/1/Delivering\\_Trust\\_Impartiality\\_and\\_Objectivity\\_in\\_a\\_Digital\\_Age.pdf](http://orca.cf.ac.uk/33772/1/Delivering_Trust_Impartiality_and_Objectivity_in_a_Digital_Age.pdf) (дата обращения 01.05.2017); Соловьев А. И. Медиаспособности государства как фактор развития российского общества: проблемы и практики // *Политическая коммуникативистика: теория, методология и практик*. 2012. С. 222–232. Соловьев А. И. *Дискурс медиакратий: проблемы информационной эпохи* // *Полис. Политические исследования*. — 2004. — № 2. — С. 124–133; Черных А. *Мир современных медиа*. — М.: Издательский дом «Территория будущего», 2007. (Серия «Университетская библиотека Александра Погорельского»). — 312 с.; Дженнингз Б., *Основы воздействия СМИ.: Пер. с англ.* — М.: Вильямс, 2004. — 432 с.; McLeod J.M., Scheufele D.A., Moy P. *Community, communication, and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local political participation*. // *Political Communication*. № 16 (3). 1999. – P. 315-336; Eveland W.P., Scheufele D.A., *Connecting news media use with gaps in knowledge and participation* // *Political Communication*. № 17 (3). 2000. – P. 215-237.; Splichal S., Dahlgren P. *Journalism between de-professionalisation and democratization*. // *European Journal of Communication*. №31 (1). 2016. – P. 5-18; Dahlgren P., Alvares C. *Political Participation in an Age of Mediatization towards a New Research Agenda*. // *Javnost – the Public*. №20 (2). 2013. – P. 47-65; Dahlgren P. *Theory, boundaries and political communication - The uses of disparity*. // *European Journal of Communication*. №19 (1). 2004. – P. 7-18.; Dahlgren P. *Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy*. *Communication Society and Politics / Cambridge University Press*. 2009. – P. 233.

<sup>2</sup> Кастельс М. *Власть коммуникации: учеб. пособие*. – Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. — 564 с; Castells M. *The new public sphere: Global civil society, communication networks, and global governance* // *Annals of the American Academy of Political and Social Sciences*. №616. 2008. – P. 78-93; Castells M. *Materials for an exploratory theory of the network society* // *British Journal of Sociology*. №51(1). 2000. – P. 5-24; Castells M. *A Network Theory of Power* // *International Journal of Communication*. №5. 2011. – P.773-787.; Habermas J. *The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, Mass: The MIT Press, 1991. – P. 200–201.; Луман Н. *Реальность массмедиа /пер. с нем. А. Ю. Антоновского. М., 2005. – С.11;* Бодрийяр Ж. *Симулякры и симуляция* [Электронный ресурс]// Lib.ru: Современная литература. URL: [http://lit.lib.ru/k/kachalow\\_a/simulacres\\_et\\_simulation.shtml](http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml) (дата обращения 01.05.2017); Пономарев Н.Ф. *Когнитивные аспекты медиарелейшнз: на примере информационной деятельности органов государственной власти: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Воронеж, 2010. – С.199;* Эриксен Т.Х. *Тирания момента. Время в эпоху информации*. М., 2003. – С.138.; Cohen B.C. *The Press, the Public and Foreign Policy*. Princeton, 1963. – P.12; Roessle P. *The individual agenda-designing process - How interpersonal communication, egocentric networks, and mass media shape the perception of political issues by individuals*. // *Communication Research*. № 26(6). 1999. – P. 666-700.

государства: Д.Р. Киндер, С.Т. Фиске, А.П. Цыганков, Е.Б. Шестопап, А.И. Щербинин, Н.Г. Щербинина и др<sup>1</sup>.

В следующую группу входят работы, посвященные исследованию политического имиджа современной России и его отдельных характеристик: В. Феклюнина, Ю. Вебер, Б. Ло, Л.Ф. Шевцова, Е. Ибрачева, П. Гуди-мл., Г. Симонс, И.В. Лябухов и др<sup>2</sup>.

Последнюю группу составляют исследования, рассматривающие медиавлияние в прошлом и настоящем, политические технологии, и, в

---

<sup>1</sup>Kinder D.R. Presidential Traits: Pilot Study Report to the 1984 NES Planning Committee and NES Board. Michigan, 1983; Abelson R.P., Fiske S.T. Developmental Research on Candidate Instrumentation: Results and Recommendations / Report Submitted to National Election Studies Board, 1979.; Tsygankov A.P. The dark double: the American media perception of Russia as a neo-Soviet autocracy, 2008–2014 [Электронный ресурс]// Politics. 2016. URL: [https://www.academia.edu/24791418/The\\_dark\\_double\\_the\\_American\\_media\\_perception\\_of\\_Russia\\_as\\_a\\_neo-Soviet\\_autocracy\\_2008-2014](https://www.academia.edu/24791418/The_dark_double_the_American_media_perception_of_Russia_as_a_neo-Soviet_autocracy_2008-2014) (дата обращения 01.05.2017); Tsygankov A.P. Assessing Cultural and Regime-Based Explanations of Russia's Foreign Policy. Authoritarian at Heart and Expansionist by Habit? [Электронный ресурс] // Europe-Asia Studies. 2012. URL: [https://www.academia.edu/3045108/Assessing\\_Cultural\\_and\\_Regime-Based\\_Explanations\\_of\\_Russia's\\_Foreign\\_Policy\\_Authoritarian\\_at\\_Heart\\_and\\_Expansionist\\_by\\_Habit](https://www.academia.edu/3045108/Assessing_Cultural_and_Regime-Based_Explanations_of_Russia's_Foreign_Policy_Authoritarian_at_Heart_and_Expansionist_by_Habit) (дата обращения 01.05.2017); Шестопап Е.Б. Теоретико-методологические проблемы исследования политических образов// Психология политического восприятия в современной России / под ред. Е.Б. Шестопап. М., 2012.; Шестопап Е.Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования // Образы государств, наций и лидеров / под ред. Е.Б. Шестопап. М., 2008. – С.8–23.; Щербинин А.И. Государь и гражданин // Полис. Политические исследования. 1997. № 2. – С.159–171.; Щербинина Н.Г. Конструирование виртуальной реальности и героический брендинг политического товара // Политический маркетинг. 2009. № 2. – С.34–57.

<sup>2</sup>Feklyunina V. National Images in International Relations: Putin's Russia and the West. PhD dissertation [Электронный ресурс] // Glasgow, 2009. URL: <http://theses.gla.ac.uk/1391/2/2009feklyuninaphd.pdf>. (дата обращения 01.05.2017); Феклюнина В.С. Политический имидж России в американской прессе 2000–2004 гг.: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. Саратов, 2005. – 200 с.; Weber Yu. Petropolitics and Foreign Policy: Fiscal and Institutional Origins and Patterns of Russian Foreign Policy, 1964–2012. PhD dissertation. Austin, 2014.; Lo B. Russian foreign policy in the post-Soviet era: Reality, Illusion and Mythmaking. [Электронный ресурс] // Большая онлайн библиотека. Basingstoke. URL: [http://www.e-reading.club/bookreader.php/135956/Russian\\_Foreign\\_Policy\\_in\\_the\\_Post-Soviet\\_Era\\_-\\_Reality\\_Illusion\\_and\\_Mythmaking.pdf](http://www.e-reading.club/bookreader.php/135956/Russian_Foreign_Policy_in_the_Post-Soviet_Era_-_Reality_Illusion_and_Mythmaking.pdf). (дата обращения 01.05.2017); Shevtsova L. Russia XXI: The Logic of Suicide and Rebirth [Электронный ресурс] //Carnegie Moscow Center. М., 2013. URL: [http://carnegieendowment.org/files/RussiaXXI\\_web\\_Shevtsova.pdf](http://carnegieendowment.org/files/RussiaXXI_web_Shevtsova.pdf) (дата обращения 01.05.2017); Ibroscheva E. Hostile Imagination at Work: American Opinion Makers' Representations of the Media Role in Stereotypes of Russians and Eastern Europeans // American Journal of Media Psychology. 2009.; Goode P.J. Redefining Russia: Hybrid Regimes, Fieldwork, and Russian Politics // Perspectives on Politics. 2010. №8(4); Goode P.J. Eyes Wide Shut: Democratic Reversals, Scientific Closure, and the Study of Politics in Eurasia // Social Science Quarterly. 2016. №97 (4); Simons G. Perception of Russia's soft power and influence in the Baltic States [Электронный ресурс] // Public Relations Review. 2014. URL: [https://www.academia.edu/9608980/Perception\\_of\\_Russia\\_s\\_soft\\_power\\_and\\_influence\\_in\\_the\\_Baltic\\_States](https://www.academia.edu/9608980/Perception_of_Russia_s_soft_power_and_influence_in_the_Baltic_States) (дата обращения 01.05.2017); Simons G. Stability and Change in Putin's Political Image during the 2000 and 2012 Presidential Elections: Putin 1.0 and Putin 2.0. [Электронный ресурс] // Journal of Political Marketing. 2016. URL: [https://www.academia.edu/22078596/Stability\\_and\\_Change\\_in\\_Putins\\_Political\\_Image\\_during\\_the\\_2000\\_and\\_2012\\_Presidential\\_Elections\\_Putin\\_1.0\\_and\\_Putin\\_2.0](https://www.academia.edu/22078596/Stability_and_Change_in_Putins_Political_Image_during_the_2000_and_2012_Presidential_Elections_Putin_1.0_and_Putin_2.0) (дата обращения 01.05.2017); Simons G. Geopolitical Interests and Information War: US and Russian Reaction to Russia's Proposal on the Syrian Chemical Weapons Issue [Электронный ресурс] // URL: [https://www.academia.edu/22916119/Geopolitical\\_Interests\\_and\\_Information\\_War\\_Geopolitical\\_Interests\\_and\\_Information\\_War\\_US\\_and\\_Russian\\_Reaction\\_to\\_Russia's\\_Proposal\\_on\\_the\\_Syrian\\_Chemical\\_Weapons\\_Issue](https://www.academia.edu/22916119/Geopolitical_Interests_and_Information_War_Geopolitical_Interests_and_Information_War_US_and_Russian_Reaction_to_Russia's_Proposal_on_the_Syrian_Chemical_Weapons_Issue) (дата обращения 01.05.2017); Лябухов И.В. Государственная политика по формированию имиджа Российской Федерации на международной арене : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02. Барнаул, 2011. – С.195.

частности, такие медиаинструменты, как установление информационной повестки дня и медиафрейминг, в процессе создания политических образов и воздействия на общественное сознание: Ф. Тейлора, Дж. Дженкинса, Г. Скотт-Смита и Х. Краббендама, Р. Фрида, Дж. Ганна, И. Гофман, В.С. Вахштайн, М. Маккомбза и Д. Шоу, З. Тай, П.М. Снайдерман и Дж. Буллок, Д.Б. Валентино, Дж. Кингдон, Е. Эмбери и А.Е. Бойдстен, Е.Г. Дьякова, И.В. Рогозина, А.А. Казаков и др.<sup>1</sup>

Обращаясь к источниковой базе, отметим, что ее составляют издания *The Economist* и *The New York Times* (за конец 2011-2017 годы), вековая репутация которых для западного общества, прямо или опосредованно другими медиа, служит гарантом достоверности материала и авторитетности экспертного мнения. По времени это совпадает с событиями и технологиями, в наибольшей мере повлиявшими на формирование имиджа России в общественном мнении Запада. К источникам относятся также доклады и отчеты исследовательских департаментов и отделов Европейского союза<sup>2</sup>, Конгресса и Государственного

---

<sup>1</sup>Taylor P.M. *British Propaganda in the 20th Century : Selling Democracy* International Communications - Edinburgh University Press – 1999.; Jenks J. *British Propaganda and News Media in the Cold War*. Edinburgh University Press Ltd – 2006.; Scott-Smith G., Krabbendam H. *The Cultural Cold War in Western Europe, 1945–1960, Intelligence and National Security* 18/2 (Summer 2003) published by Frank Cass. Roosevelt Study Center, the Netherlands.; Fried R. *The Russians are coming! The Russians are coming! Pageantry and patriotism in cold war America*. - N. Y.: Oxford Univ. Press, 2000. – 220 p.; Gunn T. J. *Spiritual Weapons: The Cold War and the Forging of an American National Religion (Religion, Politics, and Public Life Under the auspices of the Leonard E. Greenb)*, Praeger Publisher. 2009. – 310 p.; Minsk M. *A Framework for Representing Knowledge // The Psychology of Computer Vision*. N.Y., 1975. – 211-277 p.; Goffman E. *Frame analysis: An essay on the organisation of experience*. N.Y., 1974.; Вахштайн В.С. Фрейм-анализ как политическая теория // *Социология власти*. 2013. № 4. – С.13–44; *Социология повседневности и теория фреймов*. СПб., 2011. – С.334.; McCombs M.E. *The agenda-setting function of mass-media // Public Opinion Quarterly*. 1972. №36. – P.176–187; McCombs M.E. *The agenda-setting approach // Handbook of political communication*. Newbury Park. 1981. – P.121–140.; Tai Z. *The structure of knowledge and dynamics of scholarly communication in Agenda-Setting research, 1996–2005 // Journal of Communication*. 2009. № 59. – P.481–513.; Sniderman P.M., Bullock J.A. *Consistency Theory of Public Opinion and Political Choice: The Hypothesis of Menu Dependence // Studies in Public Opinion*. Princeton, 2004. – P.339.; Valentino N.A. *Crime news and the priming of racial attitudes during evaluations of the president // Public Opinion Quarterly*. 1999. №63. – P. 293.; Kingdon J.W. *Agendas, Alternatives and Public Policies*. Boston, 1984. – P.91.; Amber E., Boydston A.E. *Making the news: Politics, the media, and agenda setting*. Chicago, 2013.; Дьякова Е.Г. *Массовая коммуникация и власть в теории установления повестки дня // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук*. 2002. №3. – С.144–170.; Рогозина И.В. *Медиакартина мира: когнитивно-семиотический аспект*: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19. Барнаул, 2003. – 430 с.; Казаков А.А. *Политические технологии информационно-коммуникационного взаимодействия России и США: на материалах «Российской газеты» и «Вашингтон Пост» за 2007–2008 годы*: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. Саратов, 2009. – 202 с.; Казаков А.А. *Западная коммуникативистика об установлении информационной повестки дня: анализ основных подходов // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС*. 2013. №9(3). – С.55–61.

<sup>2</sup>EU Strategic Communications with View to Counteracting Propaganda [Электронный ресурс] // Официальный сайт парламента Европы. URL:

департамента США<sup>1</sup>, Парламента Великобритании<sup>2</sup>, Страткома НАТО<sup>3</sup>, сообщения Федеральной службы защиты конституции Германии<sup>4</sup>, Американского института общественного мнения им. Гэллапа<sup>5</sup> и МИДа и Минобороны Франции<sup>6</sup> относительно информационной политики России, ее пропаганды, политики «мягкой силы» и ее текущего международного имиджа. Немаловажную роль в верификации выводов сыграли консультации диссертанта с западными экспертами, такими как бывший посол США в России Майкл Макфол (профессор Университета Стэнфорд, США), Валентина Феклюнина (старший лектор Университета Ньюкасла, Великобритания).

**Объектом исследования** выступает международный имидж России как поле политико-символической борьбы.

**Предметом** – технологии формирования негативного имиджа, а также его составные элементы

**Целью** настоящего исследования является раскрыть структуру негативного имиджа России и технологические приемы его формирования.

Достижение поставленной цели предполагает постановку и решение следующих исследовательских **задач**:

- показать медийную составляющую формирования политических образов в условиях современности;

---

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/5ghb78008/EXPO\\_IDA\(2016\)578008\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/5ghb78008/EXPO_IDA(2016)578008_EN.pdf). (дата обращения 01.05.2017).

<sup>1</sup>Congressional Research Service Reports on Foreign Policy and Regional Affairs [Электронный ресурс] // Официальный сайт исследовательской службы Конгресса США. URL: <https://fas.org/sgp/crs/row/> (дата обращения 01.05.2017); The US Department of State Archive [Электронный ресурс] // Официальный сайт архива государственного департамента США. URL: <https://2009-2017.state.gov/> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup>The EU and Russia: Before and Beyond the Crisis in Ukraine [Электронный ресурс] // Официальный сайт парламента Великобритании. URL: <https://www.publications.parliament.uk/pa/ld201415/ldselect/ldeucom/115/115.pdf> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>3</sup>NATO Stratcom [Электронный ресурс] // Официальный сайт Страткома НАТО. URL: <http://stratcomcoe.org/resources> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>4</sup>Bundesamt für Verfassungsschutz [Электронный ресурс] // Сайт Федеральная служба защиты конституции Германии. – URL: <https://www.verfassungsschutz.de>.

<sup>5</sup>Gallup American Institute of Public Opinion [Электронный ресурс] // Официальный сайт института Гэллапа. URL: <http://www.gallup.com/home.aspx> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>6</sup>Rapport conjoint CAPS/IRSEM - Les manipulations de l'information : Un défi pour nos démocraties [Электронный ресурс] URL: <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/manipulations-de-l-information/article/rapport-conjoint-caps-irsem-les-manipulations-de-l-information-un-defi-pour-nos> (дата обращения 10.09.2018).

- раскрыть понятие негативного имиджа страны, его структуры и показать на примере России технологические возможности СМИ по его формированию и тиражированию;
- эксплицировать теоретическую природу медиапрайминга и формирования «повестки дня» на процессы формирования негативного имиджа;
- доказать роль фрейминга как инструмента формирования и поддержания стереотипов в условиях международного соперничества;
- показать основные позиции ведущих западных медиа относительно международного имиджа России, проводимой ею политики.

**Теоретико-методологическая основа** является релевантной предмету настоящего диссертационного исследования. Она строится на теоретических выводах о роли медиа в жизни общества. Так, например, большое методологическое значение имеет точка зрения Алексиса де Токвиля, показавшего, что на определенном этапе политическая жизнь была «оттеснена в литературу, а писатели, приняв на себя труд управления общественным мнением, внезапно заняли место, какое в свободных странах занимают обычно вожди политических партий. Теперь уже никто не мог оспаривать у них эту роль»<sup>1</sup>. Как заметил Токвиль, с этого момента «каждая политическая страсть оборачивалась философией»<sup>2</sup>. В случае вызова, который бросают современные медиа традиционным СМИ, на деле мы видим редуцированную, иногда до неузнаваемости, картину мира (твиты, эмодзи и т.п.). Когда Токвиль отмечал, что писатели заняли место аристократии в руководстве общественным мнением, очевидно, что речь шла о философах-просветителях, чей авторитет играл ведущую роль в политических процессах. Эта традиция открыла эпоху интеллектуализма, а затем публичной экспертизы. Так или иначе, авторитетные медиа до сих пор играют значимую роль в формировании общественного мнения.

---

<sup>1</sup>Токвиль А. де. Старый порядок и революция. М.: Московский философский фонд, 1997. С. 115.

<sup>2</sup>Там же.

Разработки, посвященные политическим коммуникациям в современном мире, политическому имиджу и его структуре, семантическому и культурно-символическим аспектам формирования медиа-имиджа страны, а также методам формирования и поддержания медиаобразов, оказали существенное влияние на позицию автора диссертации.

Одной их основных предпосылок данного диссертационного исследования являются взгляды на роль коммуникации в эпоху Интернет М. Кастельса, в том числе и на состояния современных политических коммуникаций, их характерных черт, а также отношений между политической властью и СМИ. Работы П. Бурдые, С.С. Бодруновой, А.И. Соловьева дают возможность определить специфику продвижения политического имиджа средствами политической коммуникации.

Не менее важной теорией, повлиявшей на данное исследование, является теория фреймов (М. Мински, Г.Бейтсона и И.Гофмана) и ее дальнейшее развитие, в качестве теории медиафрейминга (Р. Энтмана и М. МакКомбса). В рамках этой работы фрейм-анализ, или рамочный анализ, является гибким методологическим инструментом, позволяющим интерпретировать полученные квантифицированные данные и выявить фреймы, которые используются журналистами с целью сформировать у реципиентов определенные рамки восприятия того или иного объекта или события.

В качестве метода для анализа эмпирических данных в виде медиатекстов западных журналов использовался контент-анализ. Он позволяет зафиксировать и систематизировать определенные единицы содержания текста, квантифицировать данные для дальнейшей интерпретации, изучить то, как описывается тот или иной объект или событие. Данный метод также позволяет рассмотреть объем печатного пространства, уделенного интересующему предмету в отдельно взятом медиатексте. Помимо этого, данный подход позволяет отследить, сопровождался ли конкретный медиатекст фотографией или какой-либо иллюстрацией, являлся ли он главной статьей номера, каковы

размеры заголовка и общий объем текста, напечатан ли он на первой полосе или же помещен среди многочисленных рекламных сообщений, а также какие выражения использовались для описания того или иного предмета.

#### **Научная новизна исследования:**

- введено в оборот понятие негативного имиджа государства и принципов его использования в современных высокомедиадизированных политических отношениях;
- конкретизированы основные медиафреймы, используемые англоязычными СМИ для создания негативного имиджа России;
- впервые раскрыта структура негативного имиджа России, выявлены ее элементы и показан характер их взаимодействия;
- показаны основные позиции зарубежных исследователей относительно состояния международного имиджа России и проводимой информационной политики, намечены возможные пути повышения ее эффективности;
- выявлены основные внутренние вызовы, снижающие эффективность имиджевой политики и способствующие воспроизводству негативного имиджа России на Западе, предложены возможные механизмы по минимизации их негативных эффектов.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

- При формировании негативного имиджа страны личность лидера может быть использована в качестве упрощенного слепка политической системы или всей страны в целом для упрощения и эмоционального заряжения восприятия;
- медиатизация политических отношений приводит к преобладанию символических вопросов над реальными социальными и политическими. Имидж как символический конструкт в условиях медиатизации становится неотъемлемым элементом политических отношений и эффективным способом коммуникации с целевыми группами, позволяя упрощать и эмоционально заряжать информацию о сложных объектах;

- негативный имидж государства представляет из себя целенаправленно создаваемый образ другого государства, используемый актором-создателем для получения политических, экономических, социокультурных и иных выгод;

- структура негативного имиджа России имеет форму перевернутого треугольника, в основании которого находится личность президента России В.В. Путина;

- возможными факторами, позволяющими западным журналистам и политикам создавать и поддерживать негативный имидж России, являются закрытость российских политических элит, несогласованность имиджевой политики, несогласованность национальных и международных информационных сообщений, бытующие негативные стереотипы и русофобские настроения.

**Хронологические рамки** исследования включают период между 2011 г. и 2016 г., ознаменовавшийся целым рядом событий в нашей стране и мире, повлиявших на отношение Запада к России и в целом на внешнеполитический расклад. Тема России стала одной из центральных в западных медиа. Обострение отношений и последующая критика России и ее руководства вернули интерес к исследованиям российской политической системы и, международной политики, что привело к росту количества академических работ, в том числе по информационной политике России, и по ее имиджу. В этот период значительно выросло количество медиатекстов, освещающих разные аспекты политической системы России.

**В качестве эмпирической базы** для проведения исследования использовались медиатексты таких периодических изданий, как «The Economist» и «The New York Times». В общей сложности 1400 статей. В первую очередь использовались аналитические статьи, не просто отображающие те или иные события, а дающие развернутую трактовку, анализ и предположения относительно дальнейшего развития событий. Выбор именно этих изданий был обусловлен рядом причин, а именно: данные издания

являются своего рода «информационными привратниками» в США и Великобритании, а «The Economist» еще и в континентальной Европе. Издания имеют большой авторитет среди лидеров общественного мнения, политических и бизнес-элит; имеют значительные тиражи, у «The Economist» за 2016 г. это в среднем 1134828 печатных экземпляров, а у электронной версии – в среднем 325100<sup>1</sup> подписок, у «The New York Times» за 2016 г. печатный тираж составляет 1085700<sup>2</sup>. Помимо этого, немаловажным является степень возможного влияния данных изданий на общественное мнение и уровень доверия общества к ним. Результаты ряда социологических исследований и опросов, проведенных Исследовательским центром Пью<sup>3</sup>, институтом журналистики Университета Миссури<sup>4</sup>, западными исследователями<sup>5</sup>, а также согласно показателям посещаемости сайтов среди новостных агентств<sup>6</sup>, the New York Times и the Economist входят в десятку наиболее влиятельных СМИ, освещающих социально-политические и экономические вопросы в США и Великобритании как по уровню доверия, так и по уровню цитируемости локальными СМИ. Кроме того, оба издания предлагают в первую очередь аналитические материалы, а не просто информационные сообщения и тесно сотрудничают с западными социологами, экономистами, политологами и историками; издания предлагают собственные аналитические продукты, экономические и политические прогнозы, рейтинги, проводят самостоятельные исследования и публикуют рецензии на научные издания и книги, в том числе

---

<sup>1</sup>Circulation analysis [Электронный ресурс] // Официальный сайт The Economist. URL: <http://www.abc.org.uk/Certificates/48418481.pdf> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup>The New York Times Annual Report [Электронный ресурс] // Официальный сайт the New York Times Publishing. URL: <http://d18rn0p25nwr6d.cloudfront.net/CIK-0000071691/37d516f5-b9da-4ca8-a50f-d70630760094.pdf> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>3</sup>Political Polarization & Media Habits [Электронный ресурс] //URL: <http://www.journalism.org/2014/10/21/political-polarization-media-habits/> (дата обращения 06.10.2017).

<sup>4</sup>Trusting News Project Report 2017 [Электронный ресурс] //URL:<https://www.rjionline.org/stories/who-trusts-and-pays-for-the-news-heres-what-8728-people-told-us?link=mktw> (дата обращения 06.10.2017).

<sup>5</sup>Althaus S.L., Tewksbury D. Agenda Setting and the ‘New’ News: Patterns of Issue Importance Among Readers of the Paper and Online Versions of the New York Times // Communication Research. 2002. №29 (2). – P.183.; Amber E., Boydston A.E. Making the news: Politics, the media, and agenda setting. Chicago, 2013; Muzar L., Lee J. Sounding the Global Alarm - Environmental-issues in the United States National News // Social Studies of Science. 1993. №23 (4). – P.681–720; Daniller A., Tallevi A., Allen D., Mutz DC. Measuring Trust in the Press in a Changing Media Environment. // Communication Methods and Measures. №11 (2). 2017. – P. 151-151

<sup>6</sup>Alexa.com [Электронный ресурс] // URL: <http://Alexa.com> (дата обращения 06.10.2017).

посвященные России. Иными словами, издания позиционируют себя в качестве источника информации для политических и бизнес элит, и интеллигенции.

**Теоретическая значимость** настоящего исследования состоит в том, что полученные результаты дополняют теоретические знания относительно роли международного имиджа государства в условиях современных медиатизированных политических отношений и процессов создания и использования негативного имиджа государства посредством медиафрейминга и установки информационной повестки дня. Помимо этого, исследование привносит новые материалы западных ученых относительно имиджа государства в целом и негативного имиджа современного российского государства в частности, а также оснований, на котором тот строится.

**Практическая значимость** заключается в возможности использовать результаты исследования с целью корректировки или разработки имиджевых проектов, нацеленных на улучшение восприятия российского государства в целом или его отдельных элементов, а также минимизацию возможных негативных эффектов от информационных атак и политических шоков.

В дополнение к этому в настоящем исследовании был собран значительный объем фактического и теоретического материала, который может быть использован в учебном процессе при разработке и чтении базовых и специальных курсов, проведении практических и семинарских занятий по таким темам, как имиджология, коммуникативистика и международные отношения.

**Структура диссертации.** Работа состоит из введения, первой главы, содержащей три части, второй главы, включающей в себя три части, заключения, библиографического списка используемой литературы, включающего 388 наименований на английском, немецком и русском языках. Общий объем работы 185 страниц.

## **Глава 1 Роль современных СМИ в создании политических медиаобразов<sup>1</sup>**

### **1.2 Формирование негативного имиджа страны средствами массовой информации**

По мере развития информационного пространства и технологического совершенствования средств массовой информации все более активно ведется академическая дискуссия относительно их роли в политических отношениях. Во второй половине XX века роль информации во всех сферах общества значительно возрастает, как и ее объемы. Как отмечал Н. Винер, человек все больше начинает ориентироваться на информацию, поступающую извне, чем на свои собственные внутренние чувства и опыт. В этих условиях коммуникация становится крайне важным инструментом, позволяющим реагировать на изменения, которые происходят в мире. Это также приводит к тому, что индивиду становится все сложнее оперативно анализировать всевозрастающий поток информации. При этом сама информация становится все более «многослойно» и специфической, что опять же требует от индивида ее более тщательного анализа. Новые технологические достижения позволяют вовлечь больше групп в обсуждение тех или иных проблем, что приводит к

---

<sup>1</sup> В ходе написания данной главы использовались следующие работы автора: Сдельников В.А. Отображение современных отношений «Запад-Россия» посредством медиафрейма «Учитель-Ученик» // Вестник Томского государственного университета. 2016. №404. – С.138-142.; Сдельников В.А. Роль личности президента В.В.Путина в современном имидже России // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2016. №3(35). – 217-225.; Сдельников В.А. Внутренние вызовы международному имиджу России // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2017. №40. – С.277-285.; Сдельников В.А. Структура негативного имиджа России в западной периодике // Теории и проблемы политических исследований. 2018. №7(2А). – С.63-71.; Сдельников В.А. Концепт «путинизма» в западной политической науке и периодике // Теории и проблемы политических исследований. 2017. №2. – С. 422-430.

росту групп интересов и, как результат, к росту конфликтов<sup>1</sup>. В таких условиях одним из ключевых моментов для государства является возможность влиять на СМИ для использования в этих конфликтах. Как отмечает Т.Г. Добросклонская «Средства массовой информации не просто отображают окружающую действительность, объективно фиксируя происходящие вокруг события. Большинство современных ученых, как российских, так и зарубежных, считают, что СМИ прямо или опосредованно, в открытой или скрытой форме влияют на все социально-политические процессы в обществе»<sup>2</sup>.

С другой стороны Ю. Хабермас, говоря о современных СМИ и их роли в формировании общественного мнения, отмечает процесс «рефеодализацию СМИ»<sup>3</sup>. Он указывает, что рационально-критический диалог, который стал следствием расцвета книгопечатания в начале XIX в., постепенно размывается и заменяется практикой потребления информации и процессами коммерциализации буржуазных медиа. «С течением времени роль публики и публичной сферы под влиянием прессы трансформируется в институт общественного мнения, наделенный функциями легитимации власти. Однако публичная сфера испытывает обратное влияние массовой прессы и властных институтов, и со временем капиталистическое общество превращает публику в пассивного агента политического перформанса»<sup>4</sup>. В рамках этого перформанса СМИ испытывают на себе колоссальное давление рынка и власти, и награждают определенные группы властью и престижем, подобно монархам в феодальную эпоху. При этом, по утверждению Ю. Хабермаса, становится заметной практика молчаливого потребления медиа-продукта публикой. Помимо этого, общество начинает выступать потребителем услуг

---

<sup>1</sup> Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. М., Academia, 2004. — 635 с.

<sup>2</sup> Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). 2-е изд. М., 2005. — С.20.

<sup>3</sup> Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge, Mass: The MIT Press, 1991. — P. 200–201

<sup>4</sup> Публичная сфера: теория, методология, кейс-стади: коллектив. моногр. М., ООО «Вариант»: ЦСПГИ. 2013. — 47 с.

государственных структур, ожидая при этом очередного решения со стороны властных институтов. Такие тенденции формируют «манипулятивную» публичную сферу<sup>1</sup>. Само существование политического и публичной сферы невозможно без журналистов, готовящих медиаконтент, а также политиков, выступающих в роли «соавторов и адресатов общественного мнения»<sup>2</sup>.

Большинство современных ученых, как российских, так и зарубежных, считают, что «СМИ прямо или опосредованно, в открытой или скрытой форме влияют на все социально-политические процессы в обществе»<sup>3</sup>. Как отмечает М. Кастельс, на данный момент СМИ это не четвертая власть, а что-то намного важнее – это пространство создания власти<sup>4</sup>. Идеи, организации и личности, которые не имеют своего представления в СМИ, не существуют для общества. Таким образом, только тот, кто способен корректно конструировать и передавать свой месседж обществу, способен влиять на их решения. Это же касается и искусственного создаваемых медиаобразов, таких как: имидж политических лидеров, политических организаций и даже стран. Она могут быть использованы в качестве инструмента легитимации проводимой политики, отвлечения общества от острых проблем, мобилизации ресурсов и др. Однако, было бы поспешно считать, что современная политика – это медиаполитика или то, что власть может напрямую диктовать СМИ что показывать. Скорее всего мы говорим о взаимозависимости двух акторов, которые всячески стремятся получить выгоду от подобного сотрудничества.

Проблемы политического имиджа страны, его конструирования и транслирования, а также его влияния на общественное мнение рассматриваются

---

<sup>1</sup> Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge, Mass: The MIT Press, 1991. – P. 211–222

<sup>2</sup> Habermas J. Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research // Communication Theory. 2006. № 16. – P. 416.

<sup>3</sup> Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). 2-е изд. М., 2005. – С.20.

<sup>4</sup> Кастельс М. Власть коммуникации: учеб, пособие. – Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М, 2016. — С. 222.

в целом ряде научных направлений, таких как политическая социология и психология, политическая имиджелогия, международные отношения и т.д.

Касаясь проблемы имиджа государства, необходимо в первую очередь четко определить содержание самого понятия имидж.

Так, в своем исследовании В.С. Феклюнина привела ряд наиболее часто используемых определений понятия имидж:

- эмоционально окрашенный устойчивый образ кого-либо или чего-либо, сложившийся в массовом сознании и способный оказать влияние на поведение людей;
- набор представлений о качествах того или иного политика, внедряющихся в массовое сознание;
- абстрактный, отчужденный от личности-носителя образ, содержащий реальные и идеальные черты, проекцию свойств, присущих электорату;
- рекламный образ личности;
- портрет, который Вы показываете окружающему миру;
- набор определенных качеств, которые люди ассоциируют с определенной индивидуальностью<sup>1</sup>.

Первый же взгляд показывает, насколько многогранным является данное понятие. Помимо этого, на данный момент в отечественной исследовательской практике прослеживается гетерогенность в исследовательских подходах, так как термин охватывает ряд таких социальных реальностей как человек, общество и/или государство. Отсутствует согласие и в отношении содержания главных понятий. Более того, в отличие от Запада, где в данной области исследований используется один базовый термин – имидж, в России присутствует два термина – имидж и образ. Это разделение, по большей части, обусловлено сильной разнородностью исследований, а также, не в последнюю очередь, сложность переноса термина с английского языка на русский.

---

<sup>1</sup>Феклюнина В.С. Политический имидж России в американской прессе 2000-2004 гг. / дисс... кан. полит. наук. – Саратов, 2005. – С. 21-22.

В научных исследованиях присутствует ряд дискуссионных моментов, связанных с понятием имиджа. В первую очередь это дискуссия относительно того, что считать имиджем – образ самого объекта или субъекта с их чертами, привычками и характеристиками, или тот образ, который формируется в сознании реципиентов. На данный момент не существует единого мнения по этому вопросу. Однако, большинство исследователей все же склоняются к мнению, что имидж объекта не тождественен самому объекту. Как отмечал Э. Бернайз, имидж не является реальностью, а скорее иллюзией, которая формируется искусственно. Имидж конструируется целенаправленно для достижения определенных целей, таких как: привлечение избирателей и покупателей, продвижение товаров и услуг, или оправдание проводимой политики.

В связи с вышесказанным необходимо четко очертить принципы использования данных терминов в исследовании для того, чтобы избежать неточностей и возможных ошибок. Для обозначения данной границы будет использована работа «Образы государств, наций и лидеров» Е.Б. Шестопал. В ней она ссылается на следующее определение, «понятие “образ” не тождественно понятию “имидж”. Как известно, слово «имидж» является английским эквивалентом русского слова «образ». Имиджем я называю впечатление, которое конструируется целенаправленно и сознательно, а образом – то, которое формируется спонтанно. Образ можно конструировать специально, и тогда он становится имиджем... Образ есть всегда, образ всегда можно диагностировать и описать – точно и разносторонне... Поэтому под образом мы будем понимать отражение личности лидера (партии, государства, организации, товара и пр.) в массовом и индивидуальном сознании граждан. Между тем как под имиджем (или брендом) мы будем понимать специально сконструированное и растиражированное отражение личности политика

(партии, государства, товара и т.д.)»<sup>1</sup>. Большинство отечественных исследователей отдают приоритет данной точке зрения, разделяя два данных понятия по принципу их возникновения. Однако считаем необходимым подчеркнуть, что граница между этими двумя понятиями размыта и исследователь не всегда может сказать, был ли имидж/образ создан целенаправленно или это продукт стихийно развивающихся тенденций. Стоит также оговориться, что, например, Э.А. Галумов и И.Н. Панарин и ряд других исследователей используют имидж и образ как синонимы, порой с целью избежать повторения или в силу собственной терминологической халатности. Поэтому, все это может вызвать непонимание текста исследования и главной идеи автора. По этой причине в дальнейшем постараемся избежать данной терминологической западни, используя образ и имидж в качестве синонимов только в исторически сложившемся контексте, например «образ врага», который имеет солидную академическую историю. Помимо этого, стоит подчеркнуть, что «имидж – феномен индивидуального, группового или же массового сознания, функционирующий в виде образа-представления, в котором соединяются внешние и внутренние характеристики объекта. Потому, в отличие от образа, имидж может существовать независимо от ситуации восприятия объекта и возникает, в отличие от образа, только тогда, когда объект-носитель имиджа становится публичным»<sup>2</sup>.

Касаясь такого понятие как политический имидж, можно утверждать, что он выполняет «посредническую роль между политическими лидерами и элитами и их последователями»<sup>3</sup> и является «способом отражения социально-политической действительности в понятных избирателям знаках и символах»<sup>4</sup>. Более того, Г.Г. Почепцов указывает, что политический имидж способен

---

<sup>1</sup> Образы государств, наций и лидеров / под ред. Е.Б. Шестопап. М., 2008. – С.12–13.

<sup>2</sup> Койбаев Б.Г., Пеконида А.В. Внутриполитический имидж России в медийном пространстве США (2008-2011 гг.): монография. Владикавказ: ИПЦ СОИГСИ ВЦ РАН и РСО-А, 2013. – С. 13.

<sup>3</sup> Манякина Е.С. Политический лидер: процесс формирования имиджа / Автореферат дисс... кан. полит. наук. М, 1994. – С. 15.

<sup>4</sup> Цуладзе А.М. Формирование имиджа политического лидера в условиях становления новой политической системы в России / Автореферат дисс... кан. полит. наук. – М., 1997. – С. 19.

аккумулировать в себе значительные объемы информации, являясь «свернутым текстом». Ввиду того, что среднестатистический человек не способен обрабатывать большие объемы информации, он пользуется их упрощенными или сокращенными вариантами. «Имидж как вариант малого текста может быть развернут в большой текст, если возникнет потребность»<sup>1</sup>. Это позволяет свести значительные объемы информации к ограниченному числу важных характеристик. И. Кастельс также подчеркивает значительные коммуникативные возможности политического имиджа в современном мире, указывая на его гибкость и способность включать в себя большое количество информации<sup>2</sup>. Мы считаем, что в контексте рассматриваемой исследовательской проблемы наиболее подходящими может являться определение Е.В. Фролова. Он рассматривает имидж государства как устоявшиеся в политическом сознании общества определенные образы и представления о государственном аппарате, которые формируются как на базе его внутренней и внешней государственной деятельности, так и на основе его эффективности и эффективности политической системы вообще<sup>3</sup>. Имидж является рукотворным в отличие от образа, создаваемого напрямую нашим сознанием в процессе субъект-объектного взаимодействия. Имидж намеренно конструируется с целью воздействия на реципиента и достижения строго определенных целей<sup>4</sup>. В.С. Феклюнина указывает, что политический имидж – это имеющий характер стереотипа эмоционально окрашенный образ государства, сложившийся в массовом сознании в результате сочетания целенаправленных и непреднамеренных действий, постоянно воспроизводимый самим субъектом и средствами массовой коммуникации<sup>5</sup>. Помимо этого, Ю.В.

---

<sup>1</sup>Почепцов Г.Г. Имиджелогия. – М, 2001. – С. 66.

<sup>2</sup>Кастельс М. Власть коммуникации: учеб. пособие. – Нац. иссл. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. — С. 220.

<sup>3</sup>Фролов Е.В. Политический имидж институтов государственной власти России: Современное состояние и перспективы совершенствования: дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02. М., 2005. – С.21.

<sup>4</sup>Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.В. Политическая реклама. М., 1999. – С.25; Березкина О.П. Политический имидж в современной политической культуре: дис. ... д-ра полит. наук : 23.00.03. СПб., 1999. – С.91.

<sup>5</sup>Феклюнина В.С. Политический имидж России в американской прессе 2000–2004 гг.: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. Саратов, 2005. – С.41.

Быба указывает, что имидж государства это «комплексное, стереотипизированное представление о нем, основанное на объективных характеристиках государства, с учетом исторических особенностей его развития, сформированное с помощью мифологизации и информационно-коммуникативных технологий, опосредованное коллективным опытом народа».<sup>1</sup>

Рассматривая такое понятие, как политический имидж государства, важно отобразить его структуру. Существует несколько теорий относительно структуры имиджа страны. Так, Э. Галумов выделяет две группы факторов, которые влияют на формирование имиджа страны. 1) условно – статичные, включающие: геополитический фактор и географическое положение, территориальные и природно-ресурсные характеристики и т.п.; национальные и культурные характеристики общества, населяющего эту территорию; исторические факторы, проистекающие из событий и личностей из прошлого; форма государства устройства, структура власти и характерные черты политической системы в целом. 2) условно –динамичные: социологические, морально-нравственный фактор, общий настрой общества, принципы деятельность общественного политических объединений; институциональные и экономические факторы, устойчивость экономики, уровень правовой зрелости, полномочия и механизмы государственного регулирования различных областей жизни общества. Е. Джанджугазова выделяет ряд основным элементов имиджа страны, среди которых: географические, культурные, этнические и исторические компоненты. Е.Б. Шестопап отмечает важную роль личности политического лидера, которая может оказать значительное влияние на восприятие всей страны. Помимо этого, исходя из анализа базовых западных работ по имиджу страны, важными являются и следующие факторы: личностный опыт реципиентов и авторов медиатекстов, стереотипы, а также

---

<sup>1</sup> Быба Ю.В. Международный имидж России глазами российской общественности // Актуальные проблемы политики и политологии в России. М., 2005. – С. 15.

идеология или преобладающие политические идеи и течения и т.д.<sup>1</sup>. Однако, стоит отметить, что влияние всех указанных факторов на имидж страны не одинаково в определенный момент времени. В зависимости от ситуации или цели создания имиджа, могут преобладать те или иные факторы. Это справедливо и для имиджа страны, формируемого другим актором. Сделаем акцент на таких элементах, как имидж лидера, имидж политической власти, культурно-исторические элементы и стереотипы, поскольку в ходе настоящего исследования именно они фиксируются нами как базовые в негативном имидже России, формируемом периодическими изданиями

Имидж лидера является составным элементом имиджа страны. Зачастую СМИ персонифицируют власть посредством трансляции имиджа лидера. Очень часто СМИ используют имидж политического лидера для отображения возможного курса во внешней и внутренней политике. В подобных условиях имидж лидера можно разбить на три ключевых элемента<sup>2</sup>: персональные характеристики (пол, характер, привычки и т.д.), социальные характеристики (биография, принадлежность к какой-либо социальной группе, позиция в отношении оппонентов), а также символические характеристики. При построении негативного имиджа страны личность лидера может быть использована в качестве упрощенного слепка политической системы или всей страны в целом. Примером важной роли личности лидера в формировании международного имиджа страны является избрание Д. Трампа. В соответствии с исследованиями Anholt-GfK Nation Brands Index, в 2017 США потеряли свою лидерскую позицию и спустились на шестое место во многом по причине избрания Д. Трампа и его последующих заявлений и политики<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Boulding K. National Image and International Systems// Journal of Conflict Resolution, 1959. №3. – P.120–131; Bronfenbrenner U. The Mirror Image in Soviet-American Relations: A Social Psychologist's Report // Journal of Social Issues. 1961. № 17(3). – P.45–56; Hernmann R. K. Image Theory and Strategic Interaction in International Relations// Oxford Handbook of Political Psychology/ ed. by D.O. Sears L. Huddy. R. Jervis. Oxford, 2003. – P.285–314; Пищева Т.Н. Образы будущего в массовом сознании как фактор, влияющий на сценарий политического развития России // Образы государства, наций и лидеров / под. ред. Е.Б. Шестопап. М., 2008. – 288 с.

<sup>2</sup> Имидж лидера / под ред. Е.В. Егоровой-Гантман. М., 1994. – С.118.

<sup>3</sup> Anholt-GfK Nation Brands Index [Электронный ресурс] // URL: <http://nation-brands.gfk.com/>

Вторым элементом является имидж политической элиты и политической системы, которая сейчас находится у власти, а также описание проводимой политики. Последний элемент вбирает в себя культурно-исторические составляющие и стереотипы, которые приписываются обществу, достраиваются, в том числе с помощью технологий «политики исторической памяти», и политической системы в целом.

В современных условиях информационного общества искусственно созданным медиаобъектом может выступать и имидж другого государства, который конструируется с целью оправдания проводимой политики и объяснения политических и экономических интересов. Данный имидж может быть как позитивным, так и негативным. В отдельных случаях имидж другого государства может принимать форму «образа врага» в случае серьезного политического или военного шока, когда власти необходимо сплотить общество, дегуманизировать оппонента или отвлечь общество от внутренних проблем.

Данное исследование анализирует негативный имидж и его построение с использованием таких медиа-инструментов как фрейминг, прайминг и повестка дня. Приняв во внимание ранее озвученные определения и теории, в настоящем исследовании под термином «негативный имидж государства» мы понимаем целенаправленное создание образа другого государства с целью сформировать к нему отрицательный эмоциональный настрой и использовать данный настрой для оправдания и легитимации проводимой внутренней и/или внешней политики государства-создателя, а также для получения политических, экономических, социокультурных (культурное превосходство одного государства над другим или исключительность) и других выгод.

Формирование и трансляция имиджа государства происходят в процессе политической коммуникации, которая подразумевает под собой передачу политической информации. Л. Пай указывает, что «политическая коммуникация подразумевает не одностороннюю направленность сигналов от

элит к массе, а весь диапазон неформальных коммуникационных процессов в обществе, которые оказывают самое разное влияние на политику»<sup>1</sup>. Она реализуется благодаря медиаторам, специализированным социально-политическим институтам, таким как СМИ, политические партии и организации, а также неформальным каналам. Политическая информация представляется из себя информацию о объектах, субъектах, фактах и событиях политической сферы общества. Она также может включать сообщения о объектах и фактах, затрагивающих другие области общественной жизни, которые напрямую или косвенно имеют политическое значение. Политическая информация играет важную роль в политической социализации индивида, она также предоставляет индивиду основание для ориентации в сложной системе социально-политических связей и для координации усилий людей. Вопрос правильного конструирования политической информации и ее дальнейшего распространения посредством СМИ стал очень популярным после раскрытия манипулятивного потенциала средств массовой информации. Такие ученые, как Уолтер Липпман, Гарольд Лассуэл, Пол Лазарсфельд и другие, были пионерами в исследовании массмедиа, политических коммуникаций, распространения информации и пропаганды. Разработанные ими модели и теории коммуникации стали мощнейшим драйвером как для дальнейших теоретических изысканий, так и для попыток практического применения.

Во многом причиной появления интереса к вопросу практического использования СМИ для манипуляции общественным сознанием стала Первая мировая война и развитие средств массовой информации. Первое поколение исследований в области пропаганды, СМИ и политических коммуникаций базировалось на ее пропагандистском наследии. Исследования опыта Первой мировой войны и межвоенного периода показали, что роль СМИ и пропаганды эволюционировала, а именно:

---

<sup>1</sup> Pye L. Political Communication // The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions. Oxford – New York, 1987.

1. Первая мировая война показала, что современные войны впредь будут вестись в трех плоскостях: экономической, военной и информационной. В этих новых условиях СМИ выступают в роли определенного инструмента или орудия.

2. Успех информационного воздействия напрямую зависит от четкости выстраивания аппарата, а также квалификации персонала. Отныне информация должна конструироваться и обрабатываться перед ее трансляцией в общество. Вместе с тем огромную роль начинают играть и способы подачи информации.

3. СМИ можно использовать для прямого информационного и пропагандистского воздействия на моральное и психологическое состояние врага с целью его деморализации и введения в заблуждение. Их также можно повернуть на собственное общество с целью легитимации политики и поднятия морального состояния и дегуманизации врага. Теория и техники пропагандистской работы со СМИ начинают принимать системный и институциональный характер.

Дальнейшее углубленное исследование коммуникации и пропаганды дало неожиданные результаты. Исследователи пришли к выводу, что те, кто формируют поле массовой коммуникации, доминируют в наполнении данного поля образами, смыслами, ценностями целевой аудитории. Для исследователей и политиков-практиков того периода характерен своеобразный манипулятивный оптимизм и вера в мощь символов, а также в восприимчивость, управляемость и доверчивость масс<sup>1</sup>. Не будет преувеличением сказать, что данная теория формирования поля массовой коммуникации с ее собственными символами и образами выдержала испытание во Второй мировой войне, она опережала свое время и была полноценно реализована с началом «холодной войны», благодаря новым технологиям и возросшей роли международных СМИ.

---

<sup>1</sup>Lippmann W. Public opinion. N.Y., 1922. – P.160–163.; Лучкин Д.А. Политическая пропаганда в информационной политике российского государства: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. М., 2005. – С. 27.

Сразу после Второй мировой войны СМИ начинают использоваться для создания и постоянного поддержания строго определенного поля коммуникации и метанарратива, можно сказать больше – нового языка, для его использования в социальных и политических коммуникациях. На тот момент произошел переход от малочисленных групп, уделяющих особое внимание личным отношениям, к обезличенным и вторичным, когда человек находится в социальной изоляции. Подобная изоляция может лишить их взаимного общения и обмена мнениями по каким-либо вопросам, тем самым сделав их более внушаемыми и зависимыми от СМИ, предлагающих «правильную» информацию, которая будет одинаково воспринята всеми членами общества и будет вызывать у них строго определенную ответную реакцию. СМИ становятся инструментом политической социализации и индоктринации. Достигнув общенационального охвата и даже выйдя на международное вещание, СМИ диктовали обществу, о чем говорить и как об этом говорить. Как отмечал Брюс Лейнц в своем исследовании, посвященном пропаганде в период Второй мировой войны, «правильно организованная пропагандистская деятельность, имеющая достаточно большой масштаб, способна в течение многих лет служить в качестве замены сливочному маслу, и даже хлебу»<sup>1</sup>. Однако, данная теория коммуникации была прямой и односторонней и не брала в расчет множества дополнительных факторов.

Политические, идеологические и технические изменения не могли не вызвать переосмысление эффективности СМИ среди ученых. Вместе с тем новые технологии и методы распространения информации позволили странам выйти далеко за пределы своих национальных границ, некоторые сверхдержавы начали формировать не только национальную, но и международную информационную повестку дня.

В период «холодной войны» указанные выше тенденции только усилились, «холодная война», по словам М.П. Леффлера, стала «духовной

---

<sup>1</sup>Smith B.L. Literature on propaganda technique and public opinion // Psychological Bulletin. 1941. № 38(6). – 474 p.

битвой за душу человечества»<sup>1</sup>. В данный период на международной арене присутствовало два государства, которые имели мощную политическую, идеологическую и техническую базу для ежедневной пропаганды их идеологии в мировом масштабе. Период «холодной войны» характеризовался и изменением масштаба, чистоты и способов, посредством которых стало возможно влиять на народы других стран. Данный период является моментом зарождения такого феномена, как международные средства массовой информации, которые стали неотъемлемой чертой современного мирового сообщества. В свою очередь, академическая среда сразу же начала предлагать большое количество теорий коммуникаций и управления медиапоток. СМИ стали оружием в так называемой информационной, или идеологической, войне. Важно и то, что во многом именно в данный период были сконструированы образы и медиафреймы, которые используются Россией и США в своем информационном противостоянии до сих пор. В качестве примера можно привести использование фашистской тематики в информационно-аналитической передаче «Вести недели с Д. Киселевым», в которой ведущий достаточно эмоционально описывает внешнюю политику США по отношению к Сирии и их намерения нанести по ней военный удар<sup>2</sup>. Во время передачи ведущий заявляет, что США близки по своим действиям к фашистским государствам прошлого века, среди которых Италия, Испания и Германия. США рассматриваются в качестве агрессора<sup>3</sup> или недемократического государства, в котором невозможно провести честные выборы<sup>4</sup>. Схожий дискурс можно увидеть в отношении России в западных СМИ, в частности, глава МИД Соединенного Королевства Борис Джонсон в парламенте сравнил

---

<sup>1</sup>Leffler M.P. For the soul of mankind: the United States, the Soviet Union, and the Cold War. N. Y., 2007. – P.69–70.

<sup>2</sup> «Вести недели с Д. Киселевым» [Электронный ресурс]// Телеканал Россия URL: [http://russia.tv/video/show/brand\\_id/5206/episode\\_id/618717](http://russia.tv/video/show/brand_id/5206/episode_id/618717) (дата обращения 01.05.2017).

<sup>3</sup> США держат на прицеле Россию и Китай // Российская газета [Электронный ресурс]// Российская газета URL: <http://www.rg.ru/2014/03/26/politika.html> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>4</sup> Россия сегодня. Избирательную систему США нельзя проверить. [Электронный ресурс]// Russia Today URL: <http://www.youtube.com/watch?v=jS4RX7fQSmw> (дата обращения 01.05.2017).

чемпионат мира по футболу 2018 года с Берлинской олимпиадой 1936 года по их глобальным политическим целям<sup>1</sup>.

На данный момент научное сообщество готово предложить значительное количество практико-ориентированных коммуникативных теорий и концептов использования ресурсов СМИ для манипуляции общественным сознанием. Это объяснимо, ведь в современном обществе СМИ имеют серьезное социальное и политическое влияние, что во многом объясняется высокой степенью виртуализации социальных отношений. Значимость того или иного события или действия для общества во многом определяется СМИ<sup>2</sup>, ведь почти всю информацию об окружающем мире реципиент получает из них, что, как отмечает Николас Луман, зачастую стирает границу между реальным объектом и новостью о нем<sup>3</sup>.

Благодаря техническим достижениям в области коммуникаций современный человек напрямую вовлечен во взаимодействие со СМИ через большое количество каналов подачи информации. Расширился и информационный ассортимент СМИ – новые телепрограммы, каналы передачи и др. созданы для того, чтобы удовлетворить даже самого искушенного реципиента. Эта вовлеченность стирает грань между происшествием или объектом и информационным медиатекстом, который его описывает. «Сами средства коммуникации больше не идентифицируются как таковые, и смешение медиа с сообщением является первой важной формулой этой новой эпохи. Медиасредств в буквальном смысле больше не существует: теперь они неосвязаемы, рассеяны и дифрагированы в реальном, и уже нельзя даже сказать, что испытывают какое-либо его влияние»<sup>4</sup>. Для человека главным становится

---

<sup>1</sup> Борис Джонсон: Путин использует ЧМ-2018, как Гитлер Олимпиаду [Электронный ресурс] <https://www.bbc.com/russian/news-43492672> (дата обращения 16.05.2017).

<sup>2</sup>Ghenem S. Filling in the Tapestry: the Second Level of Agenda Setting // Communication and Democracy Exploring the Intellectual Frontiers in agenda - Setting Theory / Ed. Maxwell McCombs, Donald L. Shaw and David Waeber. Mahwah, 1997. – P.3–14.

<sup>3</sup>Луман Н. Реальность массмедиа /пер. с нем. А. Ю. Антоновского. М., 2005. – С.11.

<sup>4</sup> Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция [Электронный ресурс]// Lib.ru: Современная литература. URL: [http://lit.lib.ru/k/kachalow\\_a/simulacres\\_et\\_simulation.shtml](http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml) (дата обращения 01.05.2017).

не то, что есть в реальности, а то, как он это понимает. Возвращаясь в XXI век стоит вспомнить Г. Бейтсона, который указывает, что люди начинают реагировать на заголовки газет и радиопередачи так же, как если бы они напрямую столкнулись с объектом и ситуацией, а не с переработанным измышлением третьих лиц<sup>1</sup>. Человек физически не способен просмотреть и, более того, проанализировать материалы значительного количества СМИ. Ему приходится выбрать только ограниченный перечень источников информации, которые соответствуют или его личным установкам, или социальным взглядам. Это приводит к тому, что человек ограждает себя от других источников информации<sup>2</sup>, таким образом, реципиент оказывается в своем собственном информационном «пузыре», не позволяющем ему увидеть другие варианты, которые выталкиваются за пределы его внимания. Подобное положение вещей усугубляется наличием языкового барьера.

Вместе с тем, несмотря на расширение информационного ассортимента средств массовой информации, о котором упоминалось выше, наблюдается тенденцию, при которой все больше развлекательных и даже юмористических программ выбирают общественно-политические проблемы и события в качестве главной темы для обсуждения. При этом темы, выбираемые для обсуждения, зачастую подвергаются тщательному отбору, а материалы – доработке, для того чтобы иметь максимальный эмоциональный эффект на аудиторию, так как это позволит захватить внимание аудитории и пробиться через информационный шум. В результате этого роль объективной информации и фактов в формировании общественного мнения уступает место эмоционально окрашенным медиатекстам или «постправде», имеющим частично и полностью искусственную природу.

---

<sup>1</sup>Бейтсон Г. Экология разума. Избранные статьи по антропологии, психиатрии и эпистемологии / пер. с англ. Д.Я. Федотова, М.П. Папуша. М., 2000. – С.231.

<sup>2</sup> Jamieson K.H. Cappella, J.N. Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment. N.Y., 2008; Sunstein, C.R. Republic.com, Princeton. N.J., 2002.

Важным является и то, что информация об объекте или происшествии может быть легко искажена или преподнесена в интересах тех или иных заинтересованных групп. Многие СМИ (мы не берем в расчет узкопрофильные), позиционирующие себя как международные, ставят перед собой сложную задачу – «объективно» отобразить новую информацию об объектах и событиях, произошедших за день. В качестве примера можно привести выпуск новостей, который должен проинформировать зрителей о наиболее актуальных событиях, происходящих в мире, но данный выпуск ограничен, в первую очередь, временными рамками, моральными и этическим кодексом организации, а также давлением, оказываемым на него извне. Более того, несмотря на то, что информационная повестки дня, прайминг и фрейминг являются на данный момент одними из ключевых инструментов создания медиатекстов, важными также остаются и операции, позволяющие уменьшить автономность аудитории, интерпретирующей сообщение. В первую очередь имеется в виду индексация сообщений «информационными привратниками». Как указывает Кастельс «медиапрофессионалы склонны ранжировать важность данной проблемы в соответствии с правительственными заявлениями<sup>1</sup>. Однако это не значит, что СМИ просто копируют позицию власти по тому или иному вопросу, а скорее, что государство являлось и является ключевым источником информации по проводимой политике, а также собственной структуре. Ввиду этого при индексации информации, позиции власти будет уделяться особое внимание. Более того, «журналистская индексация зависит не от важности вопроса для общественности, а от уровня включенности элиты<sup>2</sup>». Поэтому, при расхождении и несогласованности в ответах элит в отношении какого-то события, СМИ имеют тенденцию демонстрировать более разнообразные варианты трактовки.

---

<sup>1</sup> Кастельс М. Власть коммуникации: учеб, пособие. – Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. — С. 186

<sup>2</sup> Там же. С. 186

Теория информационного «привратника» является одним из краеугольных элементов понимания процесса формирования медиатекстов и медиатизации окружающего мира. Впервые данный термин был использован Куртом Левиным в работе «Forces Behind Food Habits and Methods of Change»<sup>1</sup>. В рамках данного исследования он провел эксперимент, в котором стремился убедить испытуемых заменить в рационе питания мясо на говяжьи субпродукты. Он исследовал процесс отбора данных продуктов, а также «привратников», в данном случае домохозяйек, которые отвечают за то, что подается в доме на стол. Он предположил, что информация движется по каналам и единственная возможность пройти из одного канала в другой – это ворота, которые контролируются привратником. В последующем его студент Дэвид Уайт воспользовался данным термином в своем исследовании процесса отбора информации рядом локальных газет<sup>2</sup>. Исходя из анализа информации, получаемой газетой, и новостей, которые ею публиковались, он предположил, что личность редактора или журналиста (мистера Гейтса) имеет значительное влияние на выбор той или иной новости для публикации. Теория Уайта достаточно просто описывала процесс отбора информации для новостных текстов. Однако залогом этой простоты стало игнорирование «теории полей» Леви, которая, в отличие от исследований Уайта, не переоценивала роль лишь одного элемента – «мистера Гейтса», а учитывала влияние и других факторов и элементов. Использование именно этого термина не было случайным, он был позаимствован у математиков и имел своей целью показать, что «привратник» действует в сложной среде, называемой полем<sup>3</sup>. Как указывает Каспер Вельберс, Левин намеренно использовал данную метафору для того, чтобы подчеркнуть, что если исследователь хочет понять и предугадать действие

---

<sup>1</sup>Lewin K. Forces behind food habits and methods of change [Электронный ресурс] // Bulletin of the National Research Council. 1943. № 108 (1043). – P.35–65. URL: <https://www.nap.edu/read/9566/chapter/8#37> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup>White D.M. The "Gate Keeper": A Case Study in the Selection of News // Journalism Quarterly. 1950. №17(4). – P.383.

<sup>3</sup> Lewin K. Frontiers in group dynamics II: Channels of group life; social planning and action research // Human Relations. 1947. №1(2). – P.148.

«привратника», он «должен рассматривать “привратника” и среду, в которой тот находится, в качестве констелляций независимых факторов»<sup>1</sup>. Позднее на основании исследований Уайта и Левина Шоemaker и Воз<sup>2</sup> разделили факторы, в рамках которых действует «привратник», на пять уровней, а именно:

- Личностный уровень. Он подразумевает влияние мистера Гейтса на выбор информации. Данный уровень является наиболее субъективным из всех, однако стоит учитывать, что мистер Гейтс – это профессиональный журналист/редактор, на которого, в свою очередь, влияет ряд сторонних факторов (установки, предпочтения, моральные нормы и рутинность принятия решений). Под влиянием этих факторов порой совершенно разные личности показывают тенденцию к принятию одинаковых или схожих решений.

- Рутинность. Под данным уровнем поднимается совокупность стандартных практик, используемых в процессе принятия решения. Тэчмен описал это так – «журналистам приходится рутинизировать обработку казалось бы неожиданных событий»<sup>3</sup>. В первую очередь это сделано для экономии времени и усилий.

- Организационный уровень. Организация может всячески влиять на работу журналиста/редактора, устанавливая этические нормы и правила обработки информации. Помимо этого, было доказано, что такие факторы, как владелец, тип и размер организации, также могут влиять на привратников и их решения<sup>4</sup>.

- Уровень социальных институтов. В данном случае на информационные агентства влияют третьи стороны (аудитория, власть, общественные отношения и др.). Зачастую это влияние проистекает из

---

<sup>1</sup> Welbers K. Gatekeeping in the Digital Age [Электронный ресурс] // Vrije Universiteit Amsterdam, 2016. – P.12–13. URL: <http://dare.uvu.vu.nl/bitstream/handle/1871/54829/complete%20dissertation.pdf?sequence=6> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup> Shoemaker P.J., Vos T. Gatekeeping theory. N.Y., 2009.

<sup>3</sup> Tuchman G. Making news by doing work: Routinizing the unexpected // American Journal of Sociology. 1973. № 79(1). – P.117.

<sup>4</sup> Epstein E. News from nowhere: Television and the news. EJE Publication, 1974; Hirsch P. Occupational, organizational and institutional models in mass media research: Toward an integrated framework // Strategies for Communication Research. 1977. № 6. – P.13–42.

взаимозависимости агентства и указанных сторон. Вопрос о взаимозависимости власти и СМИ будет раскрыт в дальнейшем. Что касается аудитории, в которой агентства нуждаются больше всего, то она ранее имела относительно небольшое влияние на процесс отбора информации для новостей. Однако в цифровую эпоху данное положение вещей стремительно меняется.

- Уровень социальных систем. Это в первую очередь влияние социальных норм, культурных и ценностных установок. Данный аспект был раскрыт в работе Халлина и Манчини, посвященной трем моделям СМИ<sup>1</sup>.

Говоря о возможностях влияния «привратника» на общественное мнение, необходимо помнить, что он может контролировать поступление необходимой информации к реципиентам, а значит, располагает некоторым контролем и над аудиторией. Касаясь выбранных нами печатных СМИ, стоит отметить, что большое количество западных ученых сходятся во мнении, что такие печатные издания, как «The Economist» и «The New York Times», являются «информационными привратниками» в США<sup>2</sup>, Великобритании, в континентальной Европе последнее больше относится к «The Economist». Их статьи всегда перепечатываются региональными и локальными СМИ. Таким образом, анализ их моделей освещения тех или иных событий или объектов, позволит вынести предположение и о трендах региональных и локальных средств массовой информации, особенно в США<sup>3</sup>. Более того, «The Economist» и «The New York Times» рассматриваются исследователями и позиционируют себя как качественную прессу, пропагандирующую либеральную идеологию<sup>4</sup> и изначально негативно рассматривающую личность В.В. Путина и проводимую

---

<sup>1</sup>Hallin D.C., Mancini P. Comparing media systems: Three models of media and politics. Communication, society, and politics [Электронный ресурс] // New York: Cambridge University Press, 2004. URL: <http://catdir.loc.gov/catdir/samples/cam041/2003069684.pdf> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup>Althaus S.L., Tewksbury D. Agenda Setting and the 'New' News: Patterns of Issue Importance Among Readers of the Paper and Online Versions of the New York Times // Communication Research. 2002. №29(2). – P.183.

<sup>3</sup>Bantimaroudis P., Ban H. Covering the crisis in Somalia: Framing choices by The New York Times and The Manchester Guardian. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2001. – P.177.

<sup>4</sup>New York Times, Washington Post, and Local Newspapers Seen as Having Liberal Bias. Rasmussen Reports [Электронный ресурс] // [web.archive.org](http://web.archive.org). URL: [https://web.archive.org/web/20080307061018/http://www.rasmussenreports.com/public\\_content/politics/current\\_events/general\\_current\\_events/media/new\\_york\\_times\\_washington\\_post\\_and\\_local\\_newspapers\\_seen\\_as\\_having\\_liberal\\_bias](https://web.archive.org/web/20080307061018/http://www.rasmussenreports.com/public_content/politics/current_events/general_current_events/media/new_york_times_washington_post_and_local_newspapers_seen_as_having_liberal_bias) (дата обращения 01.05.2017).

им политику. Таким образом, они имеют ряд серьезных предпосылок, определяющих выбор типа новости и тон ее трансляции, что необходимо помнить в процессе анализа их медиатекстов.

Однако даже при условии того, что событие было выбрано, нам стоит помнить, что каждое событие имеет свой собственный контекст, который зачастую невозможно в полной мере перенести посредством медиатекста из-за разницы в языке, культуре, менталитете и по другим причинам. Поэтому оно, скорее всего, будет рассматриваться в определенном широком социальном контексте<sup>1</sup>, в рамках уже раскрытой темы, что позволит реципиенту воспринимать медиатекст как целостный и законченный. Примером может служить медиаповествование о революционных событиях на Ближнем Востоке в рамках так называемой Арабской весны. Другим примером может послужить освещение внешней политики США в советской прессе периода «классической холодной войны» 1946–1953 гг. Периодика освещала ее в рамках общей темы – стремления США захватить мировое господство (что роднит их с фашистской Германией), любые действия США в рамках этой темы автоматически окрашивались в определенные негативные тона<sup>2</sup>. Вместе с тем событие также упрощается и перестраивается посредством языка, который был бы понятен целевой аудитории. Происходит медиация события, т.е. его интерпретация и трансформация в медиатекст<sup>3</sup>. От выбора будет зависеть информационная картина окружающей действительности. СМИ могут и конструировать когнитивные схемы, вовлеченные не только в восприятие нами реальности вокруг, но и в ее формирование, и во взаимодействие с ней<sup>4</sup>. Так, печатные СМИ сыграли ключевую роль в формировании образа врага в период «холодной войны», изображая жителей Советского Союза бесчеловечными и

---

<sup>1</sup>Пономарев Н.Ф. Когнитивные аспекты медиарелейшнз: на примере информационной деятельности органов государственной власти: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Воронеж, 2010. – С.20.

<sup>2</sup>Сдельников В.А. Советский дискурс о США и его роль в формировании образа врага (начало 1950-х гг.) // Труды молодых ученых Алтайского государственного университета. 2013. №10. – С.50–51.

<sup>3</sup>Землянова Л.М. Медиатизация культуры и компаративизм в современной коммуникативистике // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2002. №5. – С.84.

<sup>4</sup>Луман Н. Общество общества. Часть III. Эволюция / пер. с нем. М., 2005. – С.92.

злобными истязателями<sup>1</sup>. В настоящее время печатные СМИ продолжают играть значительную роль в распространении информации и в построении имиджа других стран, включая и рецидивы прежних эпох.

Вместе с тем хотим подчеркнуть, что СМИ не должны рассматриваться как всемогущий институт по насаждению образов и идей. Они не могут использовать административные и экономические санкции, а политическая информация, передаваемая по их каналам, зачастую не полна и не имеет строгой логической системы. Однако их контроль достаточно эффективен, так как они имеют возможность давать моральную оценку событиям, вторгаясь в область личностных оценок индивида, позволяя корректировать его познавательные схемы. При этом, в открытых политических системах уже невозможно использовать устаревшие методы пропаганды, которые могут компрометировать информационный ресурс. Требуются более тонкие и менее заметные инструменты, которыми и являются информационная повестка дня, прайминг и фрейминг. В отличие от пропаганды, напрямую и в открытую указывающей и навязывающей то, как относиться и воспринимать объект, указанные выше методы только направляют человека к правильному пониманию события или объекта за счет его собственного опыта и знаний. Таким образом, эти медиатексты и образы не воспринимаются реципиентом в качестве информационного насилия, а значит с большей вероятностью будут им приняты.

Важно отметить и факт медиатизации политических отношений в современном обществе. Современным политическим группам и индивидам приходится считаться со СМИ, так как последние являются основным поставщиком, координатором и организатором потоков информации<sup>2</sup> или «хранителями врат». Средства массовой информации, осознавая это, вырабатывают определенную медиалогику, которая используется ими в

---

<sup>1</sup>Silverstein B. Enemy Image: The Psychology of U.S. Attitudes and cognitions regarding the Soviet Union // American Psychologist. 1989. № 44(6). – P.904.

<sup>2</sup>Малаканова О.А. Политическая коммуникация // Полис. 2000. № 2. – С.99–101.

процессе отбора и переработки (медиатизации) первоначальных событий и объектов<sup>1</sup>. Политические акторы начинают принимать данную медиалогику и применять ее в своих политических и общественных действиях с целью получения от СМИ определенных выгод, а точнее, возможности использовать ресурсы СМИ в своих интересах. Таким образом, в современном мире можно наблюдать определенную взаимозависимость политических акторов и СМИ. С одной стороны, политические акторы находятся в постоянном соперничестве за контроль над средствами массовой информации, что позволило бы вместе с ними и доминировать в сфере символов, и влиять на формирование метанарратива. С другой стороны, политические акторы сами связаны требованиями, которые предъявляют им СМИ. Несоблюдение данных правил и требований лишает политических акторов возможности играть какую-либо роль в политических отношениях. Данное положение вещей вписывается в плюралистическую модель взаимодействия СМИ и власти, предложенную современным исследователем-коммуникативистом Д. Макквейлом<sup>2</sup>. Сами политические отношения принимают форму шоу, имеющего четкую структуру, выверенный дискурс и распределенные роли. Человек в таких условиях сам по себе мало что может сделать, так как формирование образа в процессе субъект-объектного взаимодействия становится малоэффективным, а иногда просто невозможным. Т.Х. Эриксен, говоря в своей работе о современных политических отношениях, отмечал, что «главным капиталом политиков стали не политические идеи или способность видеть целое, а умение выступать в средствах массовой информации»<sup>3</sup>. Таким образом, можно заключить, что, с одной стороны, успех политики какого-либо политического актора (отдельный политик или государство), напрямую зависит от его способности взаимодействовать со СМИ, а с другой – от его умения создавать и

---

<sup>1</sup>Пономарев Н.Ф. Когнитивные аспекты медиарелейшнз: на примере информационной деятельности органов государственной власти: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Воронеж, 2010. – С.30.

<sup>2</sup>McQuail D. Communication Models for the Study of Mass Communications. Prentice Hall, 1993. – P.54.

<sup>3</sup>Эриксен Т.Х. Тирания момента. Время в эпоху информации. М., 2003. – С.138.

поддерживать свой собственный позитивный имидж, а также дискредитировать имидж своего оппонента.

Принимая во внимание все вышеизложенное, мы пришли к следующим выводам:

- исходя из своей природы, современные СМИ имеют широкие возможности в процессе искажения информации и, как следствие, искажении восприятия объектов и событий реципиентами;

- присутствует устойчивая тенденция по медиатизации политических отношений и усилению взаимозависимости между СМИ и политическими акторами;

- в условиях всевозрастающего объема информации политические акторы и СМИ используют эмоционально-заряженные медиатексты для более успешного захвата и удержания внимания аудитории, при этом эмоции и личностные убеждения начинают играть более значительную роль в формировании общественного мнения, чем объективная информация и факты;

- важную роль в процессе допуска той или иной информации к публикации играют информационные «привратники», на которых, в свою очередь, влияет множество сторонних факторов, снижающих уровень их объективности;

- имидж в условиях медиатизации становится неотъемлемым элементом политических отношений и эффективным способом коммуникации с целевыми группами;

- в данном исследовании негативным имиджем является целенаправленно созданный образ другого государства с целью сформировать к нему отрицательный эмоциональный настрой и использовать этот настрой для оправдания и легитимации проводимой внутренней и/или внешней политики государства-создателя, а также для получения политических, экономических, социокультурных (культурное

превосходство одного государства над другим или исключительность) и других выгод;

- информационная повестка дня, прайминг и фрейминг являются одними из наиболее эффективных инструментов формирования медиатекстов и имиджа в современных открытых демократических системах за счет того, что направляют реципиента к «правильному» пониманию события или объекта, используя его собственный опыт и знания, а не насаждают строго определенную точку зрения извне, что воспринимается как информационное насилие и дискредитирует информационные ресурсы.

## 1.2 Повестка дня и прайминг как медиаинструменты построения негативного имиджа страны

Основы современного концепта информационной повестки дня были сформированы еще в первой половине XX века классиками политической коммуникативистики, которые в своих работах уделяли особое внимание исследованиям СМИ и их потенциала в вопросах воздействия на общественное сознание.

Сам термин «повестка дня» появился после исследований, проведенных в США в 1968 г. М. Маккомбзом и Д. Шоу. Они раскрыли прямую зависимость между наиболее важными, по мнению общества, проблемами и темами, которые транслируются через СМИ<sup>1</sup>. Изначально под термином «повестка дня» понималось присутствие определенной закономерности между тем, о чем сообщают СМИ, и тем, что реципиенты считают важным для себя. Сама теория изначально разрабатывалась в рамках позитивистской парадигмы, поэтому эмпирическим доказательствам существования данного эффекта уделялось и уделяется особое внимание. Используя контент-анализ, М. Маккомбз и Д. Шоу подсчитывали и анализировали общий объем медиатекстов, посвященных той или иной проблеме/группе проблем, их отношение к общему объему медиатекста за определенный отрезок времени и сравнивали полученные данные с результатами опросов, а также другими статистическими данными. Важную роль в их исследовании играли индикаторы, которые показывали настоящее положение вещей в той или иной сфере. Однако данные индикаторы сами являлись искусственным теоретическим конструктом, поэтому «происходило отождествление реальности и статистических данных»<sup>2</sup>. Подчеркивая заслугу данных исследователей в вопросе рассмотрения эффекта

---

<sup>1</sup>McCombs M.E. The agenda-setting function of mass-media // Public Opinion Quarterly. 1972. №36. – P.176–187.

<sup>2</sup>Дьякова Е.Г. Массовая коммуникация и власть в теории установления повестки дня // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2002. – №3. – С.146.

повестки дня, необходимо также заметить, что они не уделяли большого внимания процессу ее построения. В последующем, как отмечает сам М. Маккомбз, область академических интересов исследователей расширилась, проливая свет на процесс формирования медиаповестки дня, процесс влияния медиаповестки на общественную повестку дня, процесс формирования медиаповестки дня второго уровня и др.<sup>1</sup> На данный момент исследованию повестки дня на Западе уделяется пристальное внимание, что можно видеть на примере роста количества научных исследований по данной тематике<sup>2</sup>. К сожалению, отечественная школа только недавно начала понимать всю широту методологических возможностей данной теории.

Установление повестки дня базируется на предположении, что чаще всего обычные граждане крайне затруднены в ранжировании политической и экономической информации. Это может быть продиктовано нехваткой профессиональных знаний, которые могли бы позволить рядовому реципиенту провести анализ ситуации, банальной нехваткой времени и многими другими причинами. «Для большинства людей большую часть времени политика – это серия картинок, возникающих в уме благодаря телевизионным новостям, журналам и дискуссиям»<sup>3</sup>. С целью экономии времени и компенсации нехватки знаний гражданам приходится обращаться к лидерам мнений или экспертам за получением информации, оценок, а также за разъяснением официальной позиции по тому или иному вопросу. П.М. Снайдерман и Дж. Буллок, исследователи в области общественного мнения и построения информационной повестки дня, использовали в своих работах гипотезу «зависимости от меню», указывая, что большая часть общества не осознает своих истинных интересов, так как не имеет в своем распоряжении полной и

---

<sup>1</sup>McCombs M.E. The agenda-setting approach // Handbook of political communication. Newbury Park, 1981. – P. 121–140.; McCombs M.E., Shaw D.L. The agenda-setting function of the mass media // Public Opinion Quarterly. 1972. №6(2). – P. 176–187.; Weaver D.H., Graber D.A., McCombs M.E., Eyal C.H. Media agenda-setting in a presidential election: Issues, images and interest. N.Y., 1981.

<sup>2</sup>Tai Z. The structure of knowledge and dynamics of scholarly communication in Agenda-Setting research, 1996-2005 // Journal of Communication. 2009. №59. – P.481–513.

<sup>3</sup>Шейгель Е.И. Семиотика политического дискурса дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19. Волгоград, 2000. – С.312.

достоверной информации о настоящем положении вещей и поэтому не может предугадать путь развития той или иной ситуации<sup>1</sup>. Однако не стоит преувеличивать возможности СМИ и впадать в оптимизм по поводу исключительных манипулятивных свойств «волшебной пули». СМИ влияют на то, о чем и как говорит аудитория, но не на то, о чем она думает<sup>2</sup>.

Обращаясь к международным отношениям России, можно обозначить ряд международных информационных повесток, в рамках которых происходила критика России и ее политики, например: критика выборов 2011-2012; поддержка Башара Асада и военная операция Российских войск в Сирии и обвинения в жертвах; закон Магнитского; Крым-2014 и др. Использование теории повестки дня позволяет расширить представления исследователя о выбранном объекте. Она также позволяет рассмотреть и содержательное наполнение актов коммуникации, что значительно повышает качество и ценность исследования и порой помогает раскрыть новые грани взаимоотношений между политическими акторами.

Однако не стоит рассматривать настоящий медиаинструмент в качестве грубой пропаганды и навязывания строго определенной точки зрения. Информационная повестка дня может быть использована для создания у индивида образа реальности, который может повлиять на тот или иной выбор. Этот образ характеризуется законченностью и отсутствием четкой детализации, но вместе с тем он может быть использован в качестве основания для дальнейших, более тонких информационных манипуляций. Рассмотрев любой демократический режим, можно предположить, что власть избирается народом для решения социальных, политических, экономических и других проблем. Так как решение сразу всех проблем невозможно из-за существования разных групп интересов и порой ограниченности ресурсов, власти приходится ранжировать проблемы по их актуальности, таким образом, формируя определенный список

---

<sup>1</sup>Sniderman P.M., Bullock J.A Consistency Theory of Public Opinion and Political Choice: The Hypothesis of Menu Dependence // Studies in Public Opinion. 2004. – P.339.

<sup>2</sup>Cohen B.C. The Press, the Public and Foreign Policy. Princeton, 1963. – P.12.

– политическую повестку дня. Само собой разумеется, что на формирование данного списка влияет ряд факторов: наличие острых и явных социальных проблем, интересы других групп, текущая общественная повестка дня, преемственность новой политической повестки дня и интересы группы, которая находится у власти. Интересы этой группы, скорее всего, будут поставлены выше интересов конкурентов или других групп.

Обозначив эти проблемы для себя, власть транслирует их в общество посредством прямого взаимодействия (выступления политических лидеров и официальных лиц, официальные обращения и декларации и др.) или посредством СМИ (медиатекста в его широком понимании, разного рода PR-акций, политических технологий и др.), упрощая и подстраивая форму его донесения под целевые группы с целью уменьшить шанс его (списка) отторжения. Дальнейшая медиация данного списка позволяет выстроить информационную повестку дня, используемую в дальнейшем в качестве информационного ядра более широкого медиаповествования. Корректное и качественное формирование медиаповестки дня позволяет власти легитимировать свои действия и даже подменить общественную повестку дня с реальными проблемами на повестку дня, выгодную правящей группе. Если какая-либо проблема начинает рассматриваться в качестве первостепенной и жизненно важной, власти будет легче оправдать вовлечение большого количества ресурсов, порой в ущерб другим сферам общества, или же, наоборот, в отказе от сотрудничества и выборе пути конфронтации. Подобное можно было наблюдать в США после одиннадцатого сентября 2001 года. В тот момент тема террористической угрозы и нападения на Америку почти полностью заменила собой какие-либо другие проблемы или отодвинула их на второй план.

Однако стоит упомянуть, что присутствуют определенные временные лаги между моментом трансляции информационной повестки через СМИ и ее переходом в общественную повестку. Она не может быть сразу же принята

обществом. Интерес к проблеме должен поддерживаться на протяжении достаточного времени, для того чтобы она перешла из информационной повестки в общественную повестку<sup>1</sup>. Данный период будет напрямую зависеть от объема повестки, ее сложности, целевой аудитории и целей, которые преследуются. Установление общенациональной медиаповестки дня потребует более значительного времени, нежели локальной.

Примером общенациональной информационной повестки дня может послужить обеспечение безопасности нации. Военная операция США в Ираке в 2003 г., поддержанная большинством американского общества<sup>2</sup>, и была легитимирована идеей защиты нации от террористической угрозы. Саддам Хусейн рассматривался тогда как пособник террористов, который снабжает их оружием. Медиаповестка дня в США во многом состояла из ярких сюжетов, связанных с трагедией 9/11 и терроризмом<sup>3</sup>. Данные темы выступали на тот период информационным ядром. Созданный в таких условиях имидж политика, а также негативный имидж Ирака как страны, поддерживающей террористов и использующей незаконное химическое оружие для убийства своих собственных граждан, формировался вокруг этого информационного ядра. Администрация президента Дж. Буша-мл. намеренно создали негативный имидж другого государства для оправдания своей внешней политики<sup>4</sup>. Данный пример также отображает еще одно условие, которое должно быть соблюдено для того, чтобы проблема вызывала интерес у общества, а именно: драматизированность, яркость и четкость образов и высокий медиарейтинг проблемы. Подобный ярко очерченный эмоциональный образ проблемы, или, как в этом случае, образ врага, будет быстрее воспринят обществом, чем аморфное нечто.

---

<sup>1</sup>Рогозина И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: дис. ... д-ра филол. наук:10.02.19. Барнаул, 2003. – С.231.

<sup>2</sup> Годовщина вторжения: стал ли Ирак вторым Вьетнамом? [Электронный ресурс] // ИНОсми. URL: <http://inosmi.ru/world/20060324/226359.html> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>3</sup>Parry-Giles S.J., Parry-Giles T. Meta-imaging, The War Room, and the hyperreality of US politics // Journal of Communication. 1999. № 49(1). – P.30.

<sup>4</sup>Christopher T.H. The Developmental Implication of Image Theory in Inciting a Population to War: a Content analysis of Bush Administration Discourse Leading to the Iraq War., Ph.D. Dissertation. Institute of Transpersonal Psychology, 2009. – P.300.

Эмоциональное заражение заставит целевую аудиторию оперировать в первую очередь чувствами, снижая барьер критичности. Происходит медиация реальной информации, ее модификация. В этом случае важно также, чтобы медиатекст толковался строго однозначно, иное толкование должно рассматриваться как ошибочное или даже вредное. Этот эффект достигается за счет использования эффекта прайминга.

Зачастую исследователи рассматривают повестку дня вместе с таким феноменом, как прайминг. Впервые прайминг был рассмотрен Л. Берковицем в его работе «Агрессия: причины, последствия и контроль». Он указал, что «Эффект прайминга имеет место, когда массовая информация активирует в сознании членов аудитории мысли и чувства, соотнесенные с ее содержанием. Поступающая через СМИ информация стимулирует понятия, мысли или знания, приобретенные в прошлом и имеющие отношение к содержанию новой информации. В течение определенного периода времени после просмотра фильма или передачи существует повышенная вероятность того, что мысли телезрителя будут «привязаны» к содержанию информации посредством возникающих ассоциаций или воспоминаний»<sup>1</sup>. Прайминг-эффект можно описать как «качественное (наличие/отсутствие) либо количественным (скорость, точность) изменение реагирования индивида в ответ на второе появление объекта по сравнению с условием, когда предшествующая встреча отсутствовала. При этом стимульный материал, предлагаемый для опознания, называется целевым объектом, или целью, а предшествовавший ему стимульный материал — праймом.»<sup>2</sup> Можно утверждать, что данный эффект позволяет трансформировать структуру имеющихся знаний зрителя изменяя порядок их извлечения при определенном информационном стимулировании. Как отмечают Брайнт и Томпсон «в наиболее общем виде эффект-прайминга можно охарактеризовать как предварительную подготовку аудитории масс-

---

<sup>1</sup>Берковиц Л. Агрессия: причины, последствия и контроль. СПб., 2007. – С. 251.

<sup>2</sup> Фаликман М. В. Прайминг и прайминг-эффекты (эффекты предшествования) — Режим доступа: [http://old.virtualcoglab.ru/html/mf\\_ayak2.html](http://old.virtualcoglab.ru/html/mf_ayak2.html)

медиа, возникающий при активации когнитивных структур реципиентов информационного массива. Так, поступающая информация активирует понятия, мысли, знания и чувства, которые были приобретены задолго до наступившего события, но все же имеют непосредственную связь с содержанием получаемой информации.»<sup>1</sup>

Ряд исследователей<sup>2</sup>, мы относим себя к их числу, считает прайминг дополнением к информационной повестке дня. Во-первых, обе теории предполагают, что человек формирует свое отношение к предмету, исходя из наиболее доступной информации<sup>3</sup>. Во-вторых, прайминг возникает только после установки информационной повестки дня. Формируя актуальный пул вопросов, СМИ также могут влиять на стандарты, которые будут использованы реципиентом при принятии решения<sup>4</sup>. Они вместе способны создать общий информационный и эмоциональный фон какого-либо события или объекта, который может повлиять на отношение к ним со стороны общества. Так, например, частое упоминание какой-либо страны в новостях говорит о ее важности для страны или как партнера (отображение через сюжеты о сотрудничестве) или соперника/врага (сюжеты о противостоянии и конфликтах). Более того, этот фон в дальнейшем может быть использован для более тонких информационных манипуляций.

Вместе с тем, возвращаясь к рассмотрению повестки дня, необходимо отметить, что данный процесс не должен рассматриваться как линейный. Оба актора, СМИ и политическая элита, действуют в рамках определенной политической целесообразности и медиалогии, рассмотренной нами выше. СМИ, будучи заинтересованными в новой информации, в обмен на нее

---

<sup>1</sup> Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ.: Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», — 2004. ISBN 5-8459-0597-4.

<sup>2</sup>Domke D., Shah D.V., Wackman D.B. Media priming effects: Accessibility, association, and activation // *International Journal of Public Opinion Research*. 1998. №10(1). — P.51–74; Valentino N.A. Crime news and the priming of racial attitudes during evaluations of the president // *Public Opinion Quarterly*. 1999. №63. — P.293.

<sup>3</sup>Hastie R., Park B. The relationship between memory and judgment depends on whether the judgment task is memory-based or on-line // *Psychological Review*. 1986. №93(3). — P.262; Boynton G.R., Richardson G.W. Agenda setting in the twenty-first century // *New media & society*. 2016. №18(9). — P.1918.

<sup>4</sup>Iyengar S., Kinder D.R. *News That Matters: Television and American Opinion* (American Politics and Political Economy Series). L., 1987. — P.298.

предоставляют политикам публичный статус<sup>1</sup>, что очень важно, так как внимание аудитории стоит рассматривать как ограниченный стратегический ресурс, за который идет постоянная борьба. Тот факт, что порой для политиков «попадание в медиаповестку представляет собой завершающую, а не начальную стадию формирования политической повестки дня»<sup>2</sup>. Однако информационная повестка дня в современном мире – это не только продукт взаимодействия политиков и СМИ. Не стоит забывать о стихийно возникающих запросах в обществе, которые в момент серьезных социально-политических и экономических шоков могут влиять на повестку дня.

Таким образом, процесс формирования информационной повестки дня можно описать как борьбу между проблемами и их решениями или трактовками. Самым интересным является то, что решения (трактовки) и проблемы являются полностью равноправными, т.е. не проблемы привлекают решения, а решения и трактовки ищут проблемы<sup>3</sup>. В подобных условиях выбранные решения начинают влиять на то, какие проблемы будут выбираться в будущем<sup>4</sup>. Вместе с тем, возвращаясь к примеру с Ираком, можно увидеть, что он стал проблемой, в отношении которой использовалось решение: война с терроризмом. Он также стал примером того, как медийная повестка дня может использоваться для формирования имиджа другой страны, делая акцент на те или иные проблемы. Похожую ситуацию можем видеть на примере нынешнего негативного имиджа России, который создается на страницах и на экранах иностранных СМИ.

Рассматривая настоящую теорию, важно отобразить ряд факторов, благодаря которым этот процесс вообще возможен. Во-первых, это

---

<sup>1</sup>Cook E. The news media as a political institution: Looking backward and looking forward //Political Communication. 2006. №23(2). – P.159–171.

<sup>2</sup>Дьякова Е.Г. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу // Полис. Политические Исследования. 2003. №3. – С.116.

<sup>3</sup>Казаков А.А. Политические технологии информационно-коммуникационного взаимодействия России и США: на материалах «Российской газеты» и «Вашингтон Пост» за 2007–2008 годы: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. Саратов, 2009. – С.50.

<sup>4</sup>Kingdon J.W. Agendas, Alternatives and Public Policies. Boston, 1984. – P.91.

единообразии информации в классических СМИ. Так, медиагиганты, имеющие более широкие возможности для донесения информации до общества, зачастую могут влиять на общенациональный дискурс и навязывать его своим меньшим коллегам, что сводит разнообразие информационного контента к минимуму. В виде примера можно привести качественную американскую периодику, как «The New York Times» и «The Economist», чье влияние на американский общественный и политический дискурс было выявлено в ходе ряда исследований<sup>1</sup> или профильные и высокоцитируемые академические журналы. Небольшие медиакомпании не рискуют идти против основного медиапотока, опасаясь остаться без своей аудитории и, как следствие, без прибыли. Данное предположение вписывается в теорию о «спирали молчания», исходя из которой человек с большой вероятностью откажется высказать свое мнение по той или иной теме, если чувствует, что находится в меньшинстве или боится порицания или даже наказания<sup>2</sup>. Таким образом, снижается разнообразие медиатекста. Помимо этого, не стоит забывать о выработке у индивида привыкания к определенному виду СМИ или даже телеканалу/радиостанции/газете и т.д. Данный фактор также снижает разнообразие получаемой им информации. Второй фактор описал в своей работе Н.Н. Талев. Речь идет о категоризации информационных сообщений, что упрощает информацию в угоду ее восприятию. Он рассматривает данный фактор на примере освещения войны в Ливане, отмечая, что журналисты «придают значение одним и тем же наборам обстоятельств и подразделяют реальность на одинаковые категории»<sup>3</sup>. Человек не может в полной мере воспринимать окружающий его мир и весь колоссальный объем информации,

---

<sup>1</sup>Dearing J.W., Rogers E. Agenda-Setting. Sage, 1996; Amber E., Boydston A.E. Making the news: Politics, the media, and agenda setting. Chicago, 2013; Winter J.P., Eyal C.H. Agenda Setting for the Civil-Rights Issue // Public Opinion Quarterly. 1981. №45(3). – P.376–383.; Muzar L., Lee J. Sounding the Global Alarm - Environmental-issues in the United States National News // Social Studies of Science. 1993. №23 (4). – P.681–720; Grau C.H. What publications are most frequently quoted in the Congressional Record // Journalism Quarterly. 1976. №53 (4). – P.716–719.

<sup>2</sup>Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания [Электронный ресурс] // socioline.ru. URL: [http://socioline.ru/files/5/39/noel-public\\_opinion.rar](http://socioline.ru/files/5/39/noel-public_opinion.rar) (дата обращения 01.05.2017).

<sup>3</sup>Талев Н.Н. Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости / пер. с англ. В. Сонькина, А. Вердического, М. Костионовой, О. Попова. М., 2009. – С.48–49.

ему приходится его упрощать. «Мы предпочитаем сжатые истории необработанной правде, результатом является извращенное представление о мире»<sup>1</sup>. Он называет это «умственной заразой». Р. Фиск выражается немного мягче, говоря о «гостиничной журналистике», которая в угоду упрощению информации зачастую опускает множество важных деталей и сводит освещение какой-либо ситуации к дуальной паре<sup>2</sup>. Помимо этого, не стоит забывать и о том, что большинство СМИ заинтересовано и в материальной прибыли, что заставляет их предлагать целевой аудитории тот новостной контент, за который последний готов платить. Все указанное выше подразумевает, что конечный медиатекст будет подвержен влиянию определенных ценностей, установок, интересов групп(ы) и просто субъективного фактора личности журналиста. Таким образом, присутствует высокий шанс того, что СМИ не способны или не заинтересованы отображать реально происходящее событие, но участвуют в искусственном его конструировании и медиации. Они создают определенный каркас значений и могут вкладывать глубокое ценностное содержание в определенные символы (людей, институты, партии и ситуации), таким образом, создавая образ страны. Дальнейшее закрепление указанного каркаса значений и символов, не следует путать с повторением, делает медийный имидж реальным, таким образом, подчиняясь правилам вышеуказанной «спирали молчания», что позволяет со временем отбросить альтернативные точки зрения и постепенно стереотипизировать преподносимую информацию.

Затрагивая вопрос эффективности построения информационной повестки дня, необходимо подчеркнуть важность проблем, выбираемых для ее построения. Как уже было сказано ранее, теория повестки во многом была обязана своим появлением анализу М. Маккомбза и Д. Шоу выборов в США в 1968 г. Они смогли выявить высокую степень корреляции между несколькими основными проблемами повестки дня, транслируемыми через СМИ, и наиболее

---

<sup>1</sup>Талейб Н.Н. Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости / пер. с англ. В. Сонькина, А. Вердического, М. Костионовой, О. Попова. М., 2009. – С.55.

<sup>2</sup>Fisk R. Pity the Nation: Lebanon at War. L., 2001. – P.53.

важными для страны проблемами. Однако в дальнейшем исследователи не смогли достичь столь впечатляющих результатов, это объяснялось влиянием фактора осведомленности реципиента о той или иной проблеме. По этой причине все проблемы, включенные в повестку дня, были разделены на «ненавязчивые» и «навязчивые». Ненавязчивые проблемы – это вопросы, в отношении которых у реципиента нет личного опыта и знаний, в таких случаях СМИ являются единственным источником информации. Навязчивые проблемы это те, в отношении которых реципиент имеет непосредственный опыт. Впервые данную типологию предложил Г. Цукер<sup>1</sup>. Его исследование показало, что общество с большей охотой принимает проблемы, в отношении которых оно не имеет собственного опыта, чем те, о которых оно имеет хоть какое-то представление. Ведь, как отмечал Н. Луман, почти всю информацию об окружающем нас мире мы получаем из СМИ, что зачастую стирает границу между реальным объектом и новостью о нем<sup>2</sup>. Другими словами, использование ненавязчивых проблем в процессе установки информационной повестки дня превращает последнюю «в акт веры в правдивость информации, предоставляемой СМИ»<sup>3</sup>. Более того, большая часть того, что мы «узнаем» о мире благодаря СМИ, происходит из нашего согласия с другими людьми о том, что описание объекта или произошедшего действия является правдой<sup>4</sup>. В таком случае, мы имеем дело с феноменом, отмеченным А.И. Черных: «Если человек определяет ситуацию как реальную, она – реальна по своим последствиям»<sup>5</sup>. Этот факт допускает возможность манипуляции общественным мнением.

---

<sup>1</sup>Winter J.P., Eyal C.H., Rogers A.H. Issue-specific agenda-setting: The whole as less than the sum of the parts // Canadian Journal of Communication. 1982. № 8(2). – P.2.

[Электронный ресурс] // URL: [https://scholar.google.com/scholar?newwindow=1&bav=on.2,or\\_r\\_cp.&bvm=bv.135258522,d.bGg&biw=1366&bih=653&dp=1&um=1&ie=UTF-8&lr&q=related:8ErEEcdL0DUiJM:scholar.google.com/](https://scholar.google.com/scholar?newwindow=1&bav=on.2,or_r_cp.&bvm=bv.135258522,d.bGg&biw=1366&bih=653&dp=1&um=1&ie=UTF-8&lr&q=related:8ErEEcdL0DUiJM:scholar.google.com/) (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup>Луман Н. Реальность массмедиа / пер. с нем. А.Ю. Антоновского. М, 2005. – С. 11.

<sup>3</sup>McCombs M., Eyal C. H., Graber D., Weaver D. Media Agenda-Setting in the Presidential Election. N.Y., 1981. – P. 43.; Дьякова Е.Г. Массовая коммуникация и власть в теории установления повестки дня [Электронный ресурс] // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2002. №3. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kommunikatsiya-i-vlast-v-teorii-ustanovleniya-povestki-dnya> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>4</sup>Gorham B.W. Stereotypes in the media: So what? // The Howard Journal of Communication. 1999. №10. – P.231.

<sup>5</sup> Черных А. Мир современных медиа [Электронный ресурс] // Электронная библиотека bookz.ru. URL:[http://bookz.ru/authors/alla-4ernih/mir-sovr\\_807/page-3-mir-sovr\\_807.html](http://bookz.ru/authors/alla-4ernih/mir-sovr_807/page-3-mir-sovr_807.html) (дата обращения 01.05.2017).

Комбинирование обоих вариантов проблем в процессе построения информационной повестки дня позволяет завоевать доверие аудитории посредством объективного освещения «навязчивых» проблем и в последующем использовать данное доверие в момент трансляции проблем «ненавязчивого» характера.

Как мы отмечали ранее, обыватель вряд ли принимает участие в культурной, политической и общественной жизни другой страны, он не знаком с культурой медиатекста и языком этой страны, не будет понимать метафоры и культурные ссылки, что придает большую объективность гомогенному и продуманному медиатексту, показывающему и описывающему другую страну. Таким образом, складывается ситуация, когда почти единственным источником информации о другой стране, а вместе с тем и конструктором ее образа является искусственный медиатекст. Бесспорно, присутствуют и другие возможности получения информации, например через интернет или прямое взаимодействие, например, туризм. Однако, по последним исследованиям, как в США и Европе, так и в России видно, что важнейшим источником информации до сих пор остаются «классические» СМИ.

При этом важно отметить, что в современном мире государство выступает важным источником информационных поводов для СМИ и имеет возможность влиять на формирование имиджа другого государства с помощью повестки. Так, в своем исследовании Дж. Манн выявил корреляцию между сменой президентских администраций США и характером описания Китая в СМИ<sup>1</sup>. В 50-60-х Китай описывался больше снисходительно, в 70-х после прихода Никсона и начала его политики, Китай начал описываться как добродетельная и милая страна. В 80-х главный лейтмотив это переход Китая к капитализму и его всяческая поддержка на этом пути, когда в 90-х главной темой стали репрессии и нарушения прав человека. К схожему заключению пришел и Д.С. Пурнананда, исследовавший отображение Южной Азии в

---

<sup>1</sup> Mann J. (1999). Covering China. Media Studies Journal. 13(1).

прессе<sup>1</sup>, а также Магхиз-Удин, который пришел к выводу, что «во многом наши представления о других странах формируется из информации, предлагаемой СМИ»<sup>2</sup>, на которых могут влиять политические элиты.

Бесспорно, присутствуют и адаптированные иностранные СМИ («Russia Today (RT)» на Западе, «Голос Америки» или «Русская служба ВВС» в России и др.), но в сравнении с национальными СМИ их аудитория не столь велика. Более того, власть и национальные СМИ не заинтересованы в подобной конкуренции и играют серьезную роль в дискредитации как самих СМИ, так и передаваемого ими медиатекста, чаще всего обвиняя журналистов в предвзятости и ангажированности, ссылаясь на их иностранную природу<sup>3</sup>. Более того, после внимательного рассмотрения лингвокультурного пространства западных медиатекстов обнаруживается фактическое несовпадение территориальных и государственных границ с границами информационных сфер влияния. «Так, реальные контуры англо-американского лингвокультурного пространства выходят далеко за пределы территорий соответствующих государств в силу огромного охвата англоязычного медиавещания и распространения Интернета»<sup>4</sup>. Бесспорно, Российское правительство проводит информационную политику по развитию англоязычных СМИ и официальных электронных ресурсов различных государственных структур, как пример можно привести телевизионный мультязычный телеканал «RT» (Россия сегодня), международный

---

<sup>1</sup> Poornananda D.S. Coverage of South Asia in Two Leading U.S. Newspapers. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01296612.1998.11727178?journalCode=rmea20> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup> Mughees-uddin. The case of Pakistan (1980-1990) editorial treatment of U.S. foreign policy in The New York Times // Quarterly Journal. 1997. Vol. 4 (2). – P. 33.

<sup>3</sup> Америка подает голос. Вашингтон усилит свою пропаганду в России [Электронный ресурс] // Российская газета URL:<http://www.rg.ru/2014/08/14/smi-site.html> (дата обращения 01.05.2017); Putin's RIA Novosti revamp prompts propaganda fears [Электронный ресурс] // BBC. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-25309139> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>4</sup> Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ [Электронный ресурс] // Academia.edu URL: [www.academia.edu/9291054/Медиалингвистика\\_системный\\_подход\\_к\\_изучению\\_языка\\_СМИ](http://www.academia.edu/9291054/Медиалингвистика_системный_подход_к_изучению_языка_СМИ) (дата обращения 01.05.2017).

мультимедийный проект «Russia Beyond The Headlines»<sup>1</sup>, сайты Президента РФ, МИДа, Министерства обороны и др. Данные проекты предоставляют высококачественный контент, однако его объем и аудиторный охват являются незначительными в сравнении с англоязычными СМИ, критикующими Россию и российскую политику. Такое положение вещей не позволяет России серьезно влиять на формирование международной информационной повестки дня, ограничиваясь ответами и парированием зарубежной критики. Помимо этого, Россия удачно провела ряд международных имиджевых и информационных проектов, таких как Сочи-2014 или Мундиаль-2018. Однако подобные проекты кратковременны и в будущем их позитивный эффект может быть снижен (в случае с Сочи-2014 это так и произошло) или полностью нивелирован дальнейшей регулярной критикой крупными западными СМИ.

Вместе с тем для полноценного восприятия столь многогранного объекта, как национальное государство, СМИ приходится проводить значительную работу по адаптации и упрощению информации, в противном случае медиатекст не будет иметь должного эффекта<sup>2</sup>, если тот изначально предполагался. Это объясняется тем, что сознание человека стремится избежать конфликтов между уже известной информацией и новой информацией, которая была им получена из внешнего мира. Помимо этого, стоит помнить, что медиаповестка дня ограничена и не может постоянно расширяться, без ущерба для других тем. Другой новый вопрос или проблема, входя в повестку дня, заменяет собой вопрос или проблему, уже присутствующую в повестке, или смещает их вниз по иерархической лестнице. Переключение на новую тематику неизбежно приводит к потере внимания и как снижению интереса к прежним проблемам. Дж. Коэном этот процесс назван «обменом» между проблемами<sup>3</sup>. Существует возможность добавления новой темы с сохранением предыдущих,

---

<sup>1</sup>Russia Beyond The Headlines [Электронный ресурс]// Официальный сайт Russia Beyond The Headlines.URL: <http://rbth.com/> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup>Луман Н. Реальность массмедиа / пер. с нем. А. Ю. Антоновского. М., 2005. – С.45.

<sup>3</sup> Cohen J.E. Presidential Rhetoric & the Public Agenda // American Journal of Political Science. 1995. Vol. 39, № 1. – P.101

однако это возможно, когда новая и одна из старых тем имеют прямую связь. Таким образом, объем информации в каждой проблеме и ее фон, иначе вся информационная повестка или какой-либо из ее вопросов не будут правильно восприняты обществом, что приведет к их искажению или отторжению обществом. Ведь «ограниченность объема воспринимаемого и перерабатываемого материала заставляет непрерывно дробить на части поступающую информацию и определять последовательность (очередность) анализа среды»<sup>1</sup>. Таким образом, приняв во внимание значительные ментальные ресурсы для долговременного хранения информации реципиентом и, более того, ее извлечения, журналист должен учитывать то, насколько быстро медиатекст будет расшифрован реципиентом. Упрощение данного процесса возможно посредством использования или создания ассоциативной цепи.

Как указывалось ранее, в западных политических исследованиях по коммуникативистике такие феномены, как информационная повестка дня, прайминг и фрейминг, рассматриваются неразрывно. Присутствуют две точки зрения: по одной из них фрейминг, прайминг и установление повестки дня представляют собой взаимосвязанные, но при этом различные самостоятельные феномены<sup>2</sup>. По другой фрейминг есть не что иное, как расширенный вариант установления повестки дня, или повестка дня второго уровня<sup>3</sup>. Обе точки зрения имеют право на существование, имея сильные и слабые стороны. Однако в рамках данного исследования указанные выше феномены рассматриваются в качестве самостоятельных, так как они располагают рядом

---

<sup>1</sup>Грановская Р. М. Элементы практической психологии. 2-е изд. СПб., 1988. [Электронный ресурс] // Психологическая библиотека. URL: [http://bookap.info/praktik/granovskaya\\_elementy\\_prakticheskoy\\_psihologii/g110.shtml](http://bookap.info/praktik/granovskaya_elementy_prakticheskoy_psihologii/g110.shtml) (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup>Казаков А.А. Западная коммуникативистика об установлении информационной повести дня: анализ основных подходов // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. 2014. №4 (14). – С.88.

<sup>3</sup>Edy J.A., Meirick P.C. Wanted Dead or Alive: Media Frames, Frame Adoption, and Support for the War in Afghanistan // Journal of Communication. 2007. №57 (1). – P.119–141.; Baumgartner F.R., Jones B. Agendas and instabilities in American politics. Chicago: University of Chicago Press, 1993; McCombs M., Llamas J.P., Lopez-Escobar E., Rey F. Candidate images in Spanish elections: second-level agenda-setting effects // Journalism & Mass communication Quarterly. 1997. №74 (4). – P.703–717; Entman R.M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm // Journal of Communication. 1993. №43 (4). – P.51–58.

отличительных черт. Во-первых, разница между фреймом и повесткой дня состоит в когнитивном эффекте. В случае с повесткой дня эффект достигается не за счет информации, а за счет времени, которое было ей уделено<sup>1</sup>. Однако, для фрейминга важным является содержание сообщения, то, как событие или объект были описаны. Таким образом, информационная повестки дня указывает реципиенту, *о чем* говорить, тогда как фрейминг указывает, *как* говорить. Еще одним важным элементом является объем внимания реципиента, который тот должен уделить той или иной проблеме или событию. Фрейм требует больше внимания, чем повестка дня. Последнее наиболее важное отличие состоит в том, что теория информационной повестки дня рассматривает то, какие вопросы должны рассматриваться, в то время как фрейм имеет дело с более низким уровнем, с тем, как описать эту новость. Фрейминг подразумевает более тонкую работу с текстом, который не просто повторяет проблему для повышения к ней интереса, но придает ей эмоциональность, оценочность и вносит моральные аспекты<sup>2</sup>. Важно также отметить еще одну отличительную черту, а именно: фактор сохранения эффекта, достигнутого фреймингом и установлением повестки дня, по прошествии определенного времени. Д.А. Шойфеле и Д. Тьюксбери указывают в своей статье на то, что по прошествии времени эффект от установления повестки дня, т.н. «accessibility effect», скорее всего, утратит свою силу, так как информация об одной проблеме будет заменена на другую. С другой стороны, эффект фрейминга подразумевает «applicability effect», описывающий характеристики того или иного объекта, который, скорее всего, сохранится в сознании реципиента до момента столкновения, или когнитивного диссонанса, последнего с новой, противоречащей ранее предоставленной информации<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup>Price V., Tewksbury D. News values and public opinion: A theoretical account of media priming and framing // Progress in communication sciences: Advances in persuasion. 1997. № 13. – P.173–212.

<sup>2</sup>Entman R.M. Framing: Towards clarification of a fractured paradigm // Journal of Communication. 1993. № 43(4). – P.53.

<sup>3</sup>Scheufele D.A., Tewksbury D. Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models // Journal of Communication. 2007. № 57(1). – P.16.

Несмотря на все эти различия, данные два феномена тесно взаимосвязаны, так как фрейм не будет иметь никакого влияния, если к проблеме нет внимания, которое можно добыть посредством установки информационной повестки дня и прайминга.

Таким образом, мы пришли к следующим выводам:

- установление информационной повестки дня основывается на эффекте доступности, исходя из которого реципиент формирует свое отношение к объекту или ситуации, а также градуирует ее важность для себя на основании наиболее доступной информации;
- прайминг подразумевает, что поступающая через СМИ информация может стимулировать понятия, мысли или знания, приобретенные в прошлом и имеющие отношение к содержанию новой информации. Таким образом, формирование мнения о новом объекте возможно за счет уже имеющихся у реципиента информации, что способствует ее лучшему восприятию;
- информационную повестку дня можно использовать в качестве инструмента создания имиджа другого государства посредством транслирования и поддержания интереса к определенным позитивным или негативным элементам, проблемам, личностям или ситуациям в этой стране.

### 1.3 Медиафрейминг как политическая технология

Ряд исследователей предполагает, что «субъект склонен реагировать не на реальность как таковую, а скорее на собственные когнитивные репрезентации реальности», это «приводит к выводу, что и поведение человека непосредственно определяется не столько объективной реальностью, сколько системой репрезентаций человека»<sup>1</sup>. Таким образом, можно предположить, что факты конструируются субъектом самостоятельно из ранее сформированных социальных шаблонов, а не воспринимаются им извне. «Человек руководствуется во многом уже имеющимися представлениями об организации мира, под которые мы подводим те или иные факты»<sup>2</sup>. Как отмечает Д. Кертцер, «человек не входит в мир совершенно без знаний, мы готовы интерпретировать то, что видим, посредством предполагаемого опыта. Более того, информация, которую мы получаем через наши чувства, “обрабатывается” предсуществовавшими системами схематического и абстрактного знания». Эти структуры организованного знания называются схемами<sup>3</sup>. Более того, ввиду когнитивных ограничений человек не способен постичь все, существующее в мире, в связи с этим наше восприятие является избирательным. Однако, осознание определенных частей значительного объема информации, получаемой каждый день, не является просто делом случая. Информацию можно получить только в том случае, если существует структура, готовая ее принять. Информация, не подходящая к данной структуре, остается невостребованной<sup>4</sup>.

Схожую ситуацию можно наблюдать и с политической информацией, которая ввиду своей природы является более сложной, метафоричной и

---

<sup>1</sup>Будаев Э.В., Чудинов А.П. Метафора в политической коммуникации: монография. М., 2008. – С.45.

<sup>2</sup>Тульчинский Г.Л. Массовая культура как воплощение гуманизма просвещения, или Почему российское общество самое массовое? // Философские науки. 2008. – № 10. – С.41.

<sup>3</sup> Kertzer David I. Ritual, Politics and Power. New Haven and London: Yale University Press, 1988. – P. 80

<sup>4</sup> Kertzer David I. Ritual, Politics and Power. New Haven and London: Yale University Press, 1988. – P. 80

зачастую двусмысленной. При этом общество может игнорировать большую часть имеющейся политической информации, не замечая ее неопределенность и противоречивость. При этом представления людей о политике зачастую расплывчаты, эмоциональны и неадекватны реальности – но это не мешает им верить в мифы, которые они догматически пересказывают<sup>1</sup>. В результате образуется сильный консервативный уклон, основанный на наших восприятиях и мыслительных процессах. Так как мы интерпретируем ежедневную информацию в рамках заранее установленных схем, диктующих нам, что ожидать, мы склонны игнорировать информацию, идущую вразрез с этими схемами, просто захватывая любую информацию, подкрепляющую их. Все мы используем разнообразные схемы, что дает нам некоторую когнитивную гибкость, и переключаясь с одной схемы на другую мы можем по-разному интерпретировать один и тот же опыт. Однако, формирование медиа-образа события или личность с оглядкой на ее будущую интерпретацию в рамках определенной схемы может повлиять на отношение реципиента к этой личности или событию, например в негативном или позитивном свете. Данное положение, как уже отмечалось, лежит в основе медиапрайминга и медиафрейминга, подразумевающего выявление и эксплуатацию подобных схем, для формирования у реципиента определенного отношения или рамки восприятия к передаваемой информации. Зачастую для этого используются определенные символы, маркеры и метафоры, имеющие непосредственную связь с теми или иными схемами.

Перед тем как продолжить рассматривать такое понятие, как медиафрейминг, необходимо уделить внимание базовым характеристикам теории фрейма. Данная теория, изначально разработанная М. Мински, получила широкую известность в научных кругах и в данный момент используется в социологии, культурологии, политологии и во многих других областях науки за счет своей гибкости и универсальности. Однако эта

---

<sup>1</sup> Символическая политика: Сб. науч. тр. / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. полит. науки. М., 2014. Вып. 2: Споры о прошлом как проектирование будущего. – 190 с.

характеристика имеет и обратную сторону, у данной теории отсутствует четкое определение и структура, что делает ее, по словам Энтмана, «расколотой»<sup>1</sup> парадигмой. Даже поверхностный поиск академических работ в базе «Web of Science» дает значительное количество статей из разных областей науки, которые представляют порой противоречащие друг другу определения. По этой причине любой исследователь, который хочет использовать данную теорию в своей работе, должен четко очертить ее границы, чтобы не стать жертвой методологических и терминологических противоречий, а также использовать ее максимально эффективно.

Начать рассмотрение этой проблемы хотелось бы с наиболее фундаментальных определений фрейма. М. Мински в своей работе «Фреймы для представления знаний» указывает, что фрейм является структурой данных для представления стереотипной ситуации. С каждым фреймом ассоциирована информация разных видов. Одна ее часть указывает, каким образом следует использовать данный фрейм, другая – что предположительно может повлечь за собой его выполнение, третья – что следует предпринять, если эти ожидания не подтвердятся<sup>2</sup>. Структура фрейма включает узел/слот – определенное понятие, которое может быть задано или не задано в явном виде. Незаполненные/незаданные узлы называются терминалами (ячейками)<sup>3</sup>. Помимо этого, можно различать фреймы-образцы, которые уже хранятся в памяти, и фреймы-экземпляры, которые формируются на базе полученной информации для отображения реальных ситуаций.

Модели фреймов весьма универсальны, за счет чего могут быть использованы для отображения всего многообразия знаний о мире. Среди наиболее часто используемых фрейм-моделей можно выделить:

- фрейм-сценарий;

---

<sup>1</sup>Entman R.M. Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm // Journal of Communication. 1993. – № 43. – P.52.

<sup>2</sup>Минский М. Фреймы для представления знаний [Электронный ресурс] // <http://myai.narod.ru>. М., 1979. URL <http://www.myai.narod.ru/Minsky/ch1.htm#1ch1> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>3</sup>Гусельникова О.В. Терминологический аппарат структуры фрейма // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2010. – №9. – С.138.

- фрейм-структуру;
- фрейм-роль;
- фрейм-ситуацию.

Г. Бейтсон рассматривает психологические фреймы немного по-другому. Он указывает, что фреймы – это определенные маркеры, которые существуют в картине мира каждого человека и помогают ему упорядочить процесс восприятия информации извне, ограждая то, что необходимо исследовать, обработать и осознать, и то, что имеет на данный момент второстепенное значение<sup>1</sup>. Делается акцент на одни маркеры в ущерб другим, таким образом достигаются определенные предпосылки для восприятия и понимания информации. Как указывает Н.Ф. Пономарев в своей диссертации, «фрейм активизирует эффект «фон-фигура», благодаря которому в поле восприятия индивид выделяет объекты со специфическими свойствами»<sup>2</sup>. Гофман имеет в виду перспективу восприятия, создающую формальные определения ситуации<sup>3</sup>. Фрейм представляет собой процедурное знание – «знание как» или последовательности действий, описывающих либо креативный аспект предмета, либо его функциональный аспект<sup>4</sup>. Если брать лексический эквивалент фрейма, то это определенная рамка, устоявшийся шаблон или схема повествования. Если же касаться вопроса восприятия информации и мыслительного процесса в общем, то это формальные схемы<sup>5</sup>.

Таким образом, можно представить фрейм как «форму организации социальных знаний и опыта»<sup>6</sup>. Это своеобразное стереотипное знание, которое несет в себе опыт предыдущего «переживания» определенной ситуации или опыт коммуникации. Данный опыт систематизируется и категоризируется сознанием субъекта и используется им в дальнейшем взаимодействии с

---

<sup>1</sup>Бейтсон Г. Экология разума. Избранные статьи по антропологии, психиатрии и эпистемологии / пер. с англ. Д.Я. Федотова, М.П. Папуша. М., 2000. – С.31–32.

<sup>2</sup> Пономарев Н.Ф. Когнитивные аспекты медиарелейшнз: на примере информационной деятельности органов государственной власти: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Воронеж, 2010. – С.58.

<sup>3</sup>Goffman E. Frame analysis: An essay in the organization of experience. Harvard, 1974. – P.10.

<sup>4</sup>Баранов А.В. Введение в прикладную лингвистику. М., 2001. – С.15.

<sup>5</sup>Брунер Дж. Психология познания / пер. с англ. К.И. Бабицкого. М., 1977. – С.239.

<sup>6</sup> Семечкин Н.И. Социальная психология на рубеже веков: Истории, теория, исследования [Электронный ресурс] // Учебные материалы. URL: <http://txtb.ru/120/124.html> (дата обращения 01.05.2017).

окружающим миром. Накапливая и систематизируя опыт и знания, субъект взаимодействует с миром, ожидая от него строго определенного отклика. Фрейм выступает формализованной моделью отображения образа или действия. Такого рода позиция позволяет сознанию оградить себя от ненужной траты ресурсов. Использование эффекта фрейминга в СМИ базируется на том, что описание предмета, как текстовое, так и символическое, способно влиять на его восприятие аудиторией. «Фрейминг медийной информации представляет собой создание когнитивной рамки восприятия медиасообщения, внутри которой идет его интерпретация»<sup>1</sup>.

В условиях всевозрастающей виртуализации социальных отношений, медиафрейм является важнейшим инструментом, позволяющим сжимать большие объемы информации и адаптировать ее для восприятия теми или иными социальными группами. Ряд исследователей<sup>2</sup> выделяет два вида медиафреймов: индивидуальный и медийный. Первый является определенным набором представлений и образов, которые используются реципиентом для обработки медиатекстов. Второй – это журналистский инструмент, своего рода макро– и микроконструкт<sup>3</sup>, позволяющий вкладывать большие объемы информации в краткий медиатекст (статья, ролик и др.). Важно также подчеркнуть прямую взаимозависимость между двумя данными фреймами, выводящую нас непосредственно на технологический уровень оценки фрейминга. Так, журналист, создавая и транслируя медиафрейм в общество, влияет на формирование фрейма индивидуального, который «во многом предопределяет политическое поведение и отношение аудитории к происходящему»<sup>4</sup>. Однако журналист сам может попасть под влияние данного

---

<sup>1</sup>Бодрунова С.С. Рамочная медиаполитическая ситуация: концепт и практика (на примере Британской медиаполитики 1980-2000-х гг.) [Электронный ресурс] // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. №1-2. URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=4620> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup>Entman R.M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // Journal of communication. 1993. №43(4). – P.52; Scheufele D.A. Framing as a Theory of Media Effects // Journal of Communication. 1999. №49(1). – P.107.

<sup>3</sup>Scheufele D.A., Tewksbury D. Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models // Journal of Communication. 2007. №57(1). – P.18.

<sup>4</sup> Казаков А.А. Фрейминг медиатекстов как инструмент воздействия на аудиторию обзор распространенных трактовок // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. 2014. № 4. (14). – С.87–88.

фрейма, который в дальнейшем может определить его (журналиста) позицию в отношении тех или иных событий, а значит, и фреймы, которые он будет транслировать в своих медиатекстах.

Ранее в разделе 1.2 были приведены доказательства тому, что повестка дня и фрейм представляют собой тесно взаимосвязанные феномены. Если повестка дня показывает реципиенту, *о чем* говорить, то фрейм показывает, *как* об этом говорить. Использование фрейма как медиаинструмента базируется на том предположении, что разное описание одного и того же объекта или действия может восприниматься по-разному. В качестве примера можно привести сбитый советскими войсками в сентябре 1983 г. корейский лайнер и сбитый американскими войсками в июле 1988 г. иранский лайнер. В обоих случаях погибло более двухсот человек, в обоих случаях причины были очень похожи, однако в американских СМИ данные инциденты рассматривались отнюдь не одинаково<sup>1</sup>. В первом случае американские СМИ видели бесчеловечность и отсутствие каких-либо моральных принципов, во втором подчеркивали терзания совести виновных, а также оправдывали ошибки (в случае с СССР это были преднамеренные действия) сбоем техники и общей сложностью управления столь высокотехнологичным оружием. Таким образом, обе ситуации были почти идентичны по причине и следствию, однако они были описаны и восприняты совершенно по-разному. Это стало возможно благодаря фреймированию информации. Метафоры, ссылки, намеки и др. позволяют отослать реципиента к уже имеющемуся у него социальному опыту, который и подталкивает его к «правильной расшифровке» медиатекста. Здесь мы склонны согласиться с позицией таких авторов, как Д. Броссард и М. Нисбет, считающих, что в медиатекстах присутствуют основные фреймы и вспомогательные медиафреймы, которые позволяют выделить важную для журналиста информацию и подчеркнуть бесполезность или даже ложность

---

<sup>1</sup> Entman R.M. Framing, U.S. Coverage of International News: Contrast in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents [Электронный ресурс] // Journal of Communication. 2006. № 41(4). URL: [https://www.researchgate.net/publication/229461133\\_Framing\\_US\\_Coverage\\_of\\_International\\_News\\_Contrast\\_in\\_Narratives\\_of\\_the\\_KAL\\_and\\_Iran\\_Air\\_Incidents](https://www.researchgate.net/publication/229461133_Framing_US_Coverage_of_International_News_Contrast_in_Narratives_of_the_KAL_and_Iran_Air_Incidents) (дата обращения 01.05.2017).

другой<sup>1</sup>. Данный подход будет использован в дальнейшем с целью анализа периодических изданий. Также хотелось бы подчеркнуть, что мы не согласны с исследователями<sup>2</sup>, которые ставят знак равенства между фреймом и основной идеей отдельно взятого медиатекста, которая раскрывает его суть и основной сюжет. В рамках данного исследования данная трактовка фрейма может быть очень узкой и быть оспорена, особенно в ситуациях, когда СМИ выпускает целый ряд статей на разные темы, имеющих своей целью сформировать определенный фрейм. Более того, исследователю не стоит ставить знак равенства между информационным контентом медиатекста и фреймом, в противном случае это может привести к искаженным результатам.

Комбинирование данного метода подготовки информации с установкой повестки дня и праймингом может позволить создавать ясные медиаобразы более сложных объектов. В период политических и экономических шоков, а также широкого эмоционального заражения данные образы способны обойти барьеры критического восприятия, обращаясь напрямую к эмоциям человека. Подобная практика была рассмотрена целым рядом авторов в научных работах, посвященных медиаподготовке к вторжению в Афганистан<sup>3</sup>. Рассмотрение данного исторического периода в качестве примера не случайно, так как показывает использование СМИ в качестве инструмента коррекции национального дискурса, а также транслирования медиаобразов других стран в моменты серьезных политических шоков. Сегодня напряжение между США и Россией достигло очень высокого уровня. Изучение предыдущего опыта формирования повестки дня, а также медиафрейминга позволит увидеть механизмы создания негативного имиджа России и по возможности нивелировать их эффект.

---

<sup>1</sup>Nisbet M.C., Brossard D. Framing science the stem cell controversy in an age of press/politics // *The International Journal of Press/Politics*. 2003. № 8(2). – P.39.

<sup>2</sup>Gamson W.A. Modigliani A. Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach // *American Journal of Sociology*. 1989. №95(1). – P.3; Entman R.M., Matthes J., Pellicano L. Nature, Sources and Effects of News Framing // *The Handbook of Journalism Studies*. N.Y., 2009. – P.177.

<sup>3</sup>Snow N., Taylor Ph. The Revival of the Propaganda state. US propaganda at Home and Abroad Since 9/11 // *The International Communication Gazette*. Media in times of war. 2006. №68 (5–6). – P.389–407; Christie T. B. Framing rationale for the Iraq War: The interaction of public support with mass media and public policy agendas. *International Communication Gazette*. 2006. №68(5–6). – P.519–532.

В научной литературе присутствует значительное количество способов классификации фрейминга, однако стоит обратиться к той, которая была предложена Алланом Кирком в его работе «Seven Models of Framing: Implications for Public Relations»<sup>1</sup>. Он предложил разбить способы фрейминга на две группы. Первая группа представляет из себя простой семантический фрейминг, зачастую он строится на принципе дуальной пары, когда информация представляется или в негативном, или в позитивном свете. Вторая группа представляет собой более сложный конструкт, так называемый «storytelling frame», или, как его можно перевести, «фрейм рассказывания истории». Он включает в себя, с одной стороны, выбор темы фрейма, которая бы бесконфликтно фреймировала информационный контент, а с другой стороны, выбор повествующих или описательных методов, которые могли бы эффективно поддерживать данную тему. Более того, такого рода фреймирование характеризуется вписыванием медиатекста в более широкий контекст или в рамки какой-либо более широкой проблемы. Порой возможна замена фреймов для получения общественной поддержки. Подобное можно увидеть на примере рефрейминга атаки 9/11. До атаки террористов на «башни-близнецы» сюжеты угона и подрыва самолетов рассматривались американскими СМИ во фрейме «crime», т.е. преступления, но атака 9/11 стала рассматриваться как акт войны, или «war»<sup>2</sup>. Нет необходимости объяснять, что ответные действия в случае войны и преступления существенно отличаются, как и полномочия власти. В случае войны власть может мобилизовать большие ресурсы, а сами действия будут трактоваться как защита и «справедливая война», «война с терроризмом»<sup>3</sup>. Как указывалось ранее, разные политические группы борются за обладание медиаресурсами в том числе и посредством рефрейминга или установление контрфрейма. При этом «политики часто

---

<sup>1</sup>Hallahan K. Seven Models of Framing: Implications for Public Relations // Journal of Public Relation Research. 1999. №3. – P.205–242.

<sup>2</sup>Edy J.A., Meirick P.C. Wanted. Dead or Alive: Media Frames, Frame Adoption, and Support for the War in Afghanistan // Journal of Communication. 2007. №57 (1). – P.119–141.

<sup>3</sup>Birkenstein J., Froula A., Randell K. Reframing 9/11: film, popular culture and the «war on terror». N.Y., 2010; Lewis S.C., Reese S.D. What is the War on Terror? Framing Through the Eyes of Journalists // Journalism and Mass Communication Quarterly. 2009. №86 (1). – P.85–112.

перенимают фреймы, используемые другими политиками, СМИ или гражданами», «медиафреймы иногда имитируют фреймы, используемые политиками, гражданскими активистами, другими СМИ или гражданами» и «граждане регулярно перенимают фреймы, о которых узнают в дискуссиях с другими гражданами»<sup>1</sup>. В рамках этого процесса СМИ трансформируют традиционные для этого общества вопросы в новые, т.е. одни образы подменяются другими.

Важно отметить, что использование фреймирования и прайминга не имеет той проблемы, что есть у классической пропаганды, они не внушают и не насаждают образы извне. Фреймы «представляют карты, где нанесены перекрестки, выделены значимые ориентиры и сигналы, предупреждающие об опасных участках, которые подсказывают оптимальные пути движения»<sup>2</sup>. Все необходимые элементы (образы, опыт, символы и т.д.) уже находятся в сознание реципиента. Медиафрейм, эксплуатируя несовершенство нашего сознания, приводит к тому, что идеальный образ, созданный в нашем сознании, накладывается на порой противоречивую реальность без каких-либо конфликтов, так как наше сознание всячески старается удержать целостность окружающей нас действительности с целью избежать когнитивного диссонанса. Так, рефрейминг может использоваться не только для стимуляции, но и для успокоения общества, как это было со скандалом, связанным с пытками заключенных американскими военнослужащими в тюрьме Абу-Грейб (Апрель 2004). Исследователей проанализировали медиапространство США в момент пика этого скандала и пришли к выводу, что большинство американских мейнстримовых СМИ стремилось исключить слово «пытка» из своих материалов, заменив его на слово «злоупотребление»<sup>3</sup>. При этом подчеркивалось, во-первых, несистематичность данных «злоупотреблений», а

---

<sup>1</sup> Chong D., Druckman J.N. A theory of framing and opinion formation in competitive elite environments // Journal of Communication №57. 2007. – С. 109

<sup>2</sup> Белт Т. Политическое убеждение путем метафорического моделирования // Политическая лингвистика. – Вып. 2 (22). Екатеринбург, 2007. – С. 23.

<sup>3</sup> Bennett W.L., Lawrence R.G., Livingston S. None Dare Call it Torture: Indexing and the Limits of Press Independence in the Abu Ghraib Scandal // Journal of Communication. 2006. Vol. 56. No. 3.

во-вторых, ярко описывался контингент заключенных и преступления, которые им вменялись. Более того, важной была и символическая нагрузка, а именно фотографии и видео, где заключенные были запечатлены не в качестве жертв, а в качестве бойцов террористических группировок, с оружием и амуницией.

В результате чего, администрации Дж. Буша мл. удалось эффективно смягчить кризис и переизбраться в ноябре 2004, т.е. чуть более чем семь месяцев после начала скандала и при росте оппозиции к их использованию<sup>1</sup>. Более того, это хороший пример использования контркритики<sup>2</sup>, позволяющей депроблематизировать вопрос, лежащий в основании фрейма, посредством отрицание, натурализацию, гиперболизацию, антитипизация и детематизация вопроса. Иными словами, попытки из чего-то экстраординарного становились «злоупотреблением», которое не являлось системным и предпринималось только несколькими военнослужащими в отношении опасных заключенных, обвиняемых в терроризме и убийстве множества невинных людей, среди которых могли быть американцев.

Помимо этого, как указывалось выше, присутствует такое понятие, как когнитивная схема, так как нам придется использовать его в настоящем исследовании. Схема – достаточно широкое понятие, используемое в когнитивной психологии. Схемы – «это когнитивные структуры, которые позволяют нам воспринимать, классифицировать и запоминать определенные события, вместе с тем направляя интерпретацию и продуцируя дискурс»<sup>3</sup>. Схемы являются достаточно гибким методологическим инструментом, так как дают возможность организовать структуру текста, опираясь на микроструктуру (слова, предложения), макроструктуру (темы) и суперструктуру (текст). Также в процессе коммуникации схемы позволяют интерпретировать информацию на

---

<sup>1</sup>Gronke P., Rejali D., Drenguis D., Hicks J., Miller P., & Nakayama B. U.S. Public Opinion on Torture, 2001–2009 // *Political Science & Politics*, 2010. 43(3).

<sup>2</sup> Ibarra, P.R., Kitsuse, J.I. Claims-making discourse and vernacular resources / G. Miller, J.A. Holstein (eds.). *Challenges and choices: constructionist perspectives on social problems*. – Hawthorne: Aldine de Gruyter, 2003.

<sup>3</sup>Вашталова Ю.С. Риторические особенности американского политического дискурса: когнитивно-семантический аспект: на материале речей политических лидеров США : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. СПб., 2009. – С.23.

основании прошлых стереотипных знаний<sup>1</sup>. Зачастую фреймы и схемы используются в отношении одних и тех же явлений, однако фрейм «имеет большую объяснительную способность», более того, он имеет возможность создания сложной, но гибкой структуры. Так, в основании каждого фрейма лежит другой субфрейм, вместе с тем фреймы могут самостоятельно взаимодействовать друг с другом. Рассматривая такое понятие, как медиафрейм, нельзя оставить без внимания метафоричность современных политических коммуникаций. Использование метафор в современной политической коммуникации повсеместно. Как отмечает Т.Белт «на уровне межгосударственных отношений политики нередко прибегают к метафорам для обоснования избранного курса, называя противоборствующего лидера тираном»<sup>2</sup>. Так, например, Саддам Хусейн был изображен в качестве Гитлера<sup>3</sup> для того, чтобы оправдать введение войск в Ирак. В этом контексте метафора может быть использована для объяснения незнакомого уже имеющимися понятиями. Использование языкового средства способствует извлечению сути из сложной информации и, с одной стороны, облегчает восприятие идей, с другой, - может стать приемом введения в заблуждение<sup>4</sup>. Более того, стоит взять во внимание определенную познавательную пассивность в том, что касается политической информации<sup>5</sup>, когда реципиент не тратит энергию на осмысление политической информации и не располагает необходимым запасом политических знаний для обоснования собственного мнения<sup>6</sup>.

Однако, метафоры характерны не только для языка но и для изображения. Возвращаясь к негативному имиджу Саддама Хусейна в американских СМИ, где характеристики средства выражения (Гитлер) переносятся на тему (Саддам

---

<sup>1</sup>Widdowson H.G. Learning purpose and language use. Oxford, 1983. – P.37.

<sup>2</sup> Белт Т. Политическое убеждение путем метафорического моделирования // Политическая лингвистика. – №2(22). – Екатеринбург, 2007. – С.18-25.

<sup>3</sup>Lakoff G. Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf. // Journal of Urban and Cultural Studies. 1991. №2. – P.72

<sup>4</sup>Nogales Patti D. Metaphorically Speaking. Stanford, CA: CSLI Publications. 1999. – P. 68.

<sup>5</sup>Shelley E. Taylor, Susan T. (Tufts) Fiske Social Cognition : From Brains to Culture. 2d ed. New York: McGraw Hill. 1991.; Lau Richard R., and David O. Sears. (eds). // Political Cognition: The 19th Annual Carnegie Symposium on Cognition. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum. 1986.; Lodge Milton and Ruth Hamill. A Partisan Schema for Political Information Processing. // American Political Science Review. 1986. №80.; Lodge, Milton and Kathleen McGraw. Where is the Schema? // American Political Science Review. 1991. №85.

<sup>6</sup>Zaller John R. The Nature and Origins of Mass Opinion. New York: Cambridge University Press. 1992.

Хуссейн) при использовании соответствующих символов без выражения риторической связи<sup>1</sup>. Это приводит к «параду абстракций», когда «объекты или действия, имеют в качестве своих исключительных объектов символы и игнорируют объективные или концептуальные референты этих символов»<sup>2</sup>. Таким образом, метафоры могут быть использованы для формирования имиджа, как позитивного, так и негативного. Так, ряд авторов<sup>3</sup> придерживаются точки зрения, что метафоры имеют связь со скрытыми символьными проблемами общества и способны повлиять на то, каким образом общество познает политику и формирует свою точку зрения. Как отмечает М. Эдельман, символы могут быть использованы для конструирования метафорического видения, которое выступает в роли организующей основы, способствующей осмыслению получаемой информации<sup>4</sup>, в том числе и политической.

На данный момент можно выделить четыре более или менее сложившихся направления исследования метафор: теория концептуальной метафоры, дескрипторная теория метафоры, теория метафорического моделирования, теория интеракции<sup>5</sup>. Каждая из них дает своеобразное определение, в котором отражает главные установки своей базовой теории. А.П. Чудинов отмечает, что метафора – это основная ментальная операция, которая объединяет две понятийные сферы и создает возможность использовать потенции структурирования сферы-источника при помощи новой сферы<sup>6</sup>. С.А. Хахалова и И.В. Пашкова указывают, что это разноуровневые единицы вторичной

---

<sup>1</sup> Grand Steven Lee. The Battle for Imagery: Visual Metaphor and Televisual Persuasion in The Gulf War. Ph.D. Diss.: University of Southern California. 1994. – P. 67.

<sup>2</sup> Ефремова В.Н. // Символическая политика: Сб. науч. тр. / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. полит. науки. М., 2014. – №2: Споры о прошлом как проектирование будущего. – С. 191.

<sup>3</sup> Boers F. No Pain, No Gain' in a Free-Market Rhetoric: A Test for Cognitive Semantics? // *Metaphor and Symbol*. 1997. №12.; Lakoff G. *Women, Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind*. Chicago: University of Chicago Press. 1987.; Lakoff G. Johnson Mark. *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press. 2003.

<sup>4</sup> Edelman M. *Politics as Symbolic Action*. Chicago, IL: Markham. 1971.; Ellis Richard. *Rival Visions of Equality in American Political Culture*. // *The Review of Politics*. 1992. №54.

<sup>5</sup> Кузютова О.С. Основные направления в когнитивных исследованиях метафор [Электронный ресурс] // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2011. №4. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-napravleniya-v-kognitivnyh-issledovaniyah-metafory> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>6</sup> Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000) [Электронный ресурс] // Русский филологический портал. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-01.htm#20> (дата обращения 01.05.2017).

косвенной номинации и выделяют метафоры-слова и метафоры-словосочетания<sup>1</sup>. Таким образом, можно предположить метафорическое построение сообщения, в том числе и медиатекста, являющегося «инструментом построения фреймов»<sup>2</sup>, который позволяет обратиться напрямую к внутреннему миру человека и его сознанию.

Метафоры, будучи частью нашей повседневной жизни, могут проявляться как в общении, так в мышлении и в действии<sup>3</sup>, и представлять из себя, по словам Н.Ф. Алефиренко, «многослойное сгущение мысли», приводящее в движение те механизмы ментальных процессов, что основаны на нашем подсознательном, генетическом знании»<sup>4</sup>. Метафора не дает четкой ссылки или четкого образа объекта, она выступает в качестве своеобразной силы, подталкивающей реципиента к определенной последовательности мыслей и идей и фокусирующей внимание на тех сторонах опыта, которые она высвечивает. Само собой разумеется, что фокусирование на определенных характеристиках приводило к формированию соответствующего отношения к объекту или событию. Это не всегда означает стремление журналиста намеренно исказить информацию или подать ее предвзято. Как уже было отмечено ранее, метафоры позволяют вкладывать большие объемы информации в определенный медиатекст. Так, показательной является метафора, используемая автором статьи «Herod's law. Russian civil society is outraged by a law that bans Russian orphans from being adopted by American families» в журнале «The Economist». Данная статья освещает принятие Думой т.н. Закона Димы Яковлева, используя в качестве фона повествования религиозную метафору о «Избиении младенцев в Вифлееме»<sup>5</sup>. Статья

---

<sup>1</sup>Хахалова С.А. Метафора в аспектах языка, мышления и культуры: монография. 2-е изд. Иркутск, 2011. – С. 53; Пешкова И.В. Особенности функционирования геометрической метафоры в английском медиадискурсе // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2013. № 1(22). – С.218.

<sup>2</sup>Millar F.E., Beck D.B. Metaphors of crisis // Responding to Crisis. A Rethorical Approach to Crisis Communication. New Jersey, 2004. – P.153–166.

<sup>3</sup>Baranov A.N., Dobrovolsky, D.O. Structures of Knowledge and Their Linguistic Representation in Idiomatic Meaning // Researches of Cognitive Linguistic Aspects. Tartu, 1990. № 903. – P.23.

<sup>4</sup>Alefirenko N.F. Phraseological Meaning: Nature, Essence, Structure // Word Sides. M., 2005. – P.25.

<sup>5</sup>Herod's law. Russian civil society is outraged by a law that bans Russian orphans from being adopted by American families. [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/news/europe/21569079-russian-civil-society-outraged-law-bans-russian-orphans-being-adopted> (дата обращения 01.05.2017).

начинается с яркого и эмоционального вступления *«Sincerity has never been Mr Putin's forte, but this time his words risked being seen as a mockery of the virtues he preached... The fact that Mr Putin signed it on the day marked by many Christian churches as the Massacre of the Innocents was a coincidence, but it added to the dark symbolism of the law, which has promptly been dubbed as "Herod's law" and "cannibalistic"». Искренность никогда не была сильной стороной господина Путина, но в этот раз его слова могут быть восприняты как издевка над добродетелью, которую он сам же и проповедует... Тот факт, что господин Путин подписал его (закон. – Пер. автора) в этот день, известный многим христианам как день «Избиения младенцев», был совпадением, но это добавило мрачный символизм закону, который уже называют не иначе как «Закон Ирода» или «каннибалистический закон». Использование именно данной метафоры оправдывалось датой принятия закона, которая совпадала с описанным событием из Нового Завета. Беря во внимание высокую религиозность американского общества и, в общем, сакральность источника, данный сюжет о принятии «Закона Димы Яковлева» был с большой долей вероятности негативно принят со стороны рядовых американцев. Заканчивается статья словами Льва Шлосберга: *«We are offered to share full political responsibility for one of the most shameful laws in Russian history... and every deputy is personally invited to sign under this baseness»». Нам предложено разделить политическую ответственность, причем в полной мере... за один из самых позорных законов в истории Российской Федерации<sup>1</sup>. И использованная метафора напрямую не сравнивала данные события, она лишь обрамляла повествование, появляясь только в начале и в конце текста. Сначала как указание схожести дат, в конце подчеркивая всю глубину позора. Важно также отметить необходимость разделять фрейм как процесс создания определенного**

---

<sup>1</sup>Многолетние семьи поддержали чиновника, отстраненного из-за Димы Яковлева. [Электронный ресурс] // Ведомости. URL: [http://www.vedomosti.ru/politics/articles/2012/12/29/zhitpekovichi\\_podderzhali\\_chinovnika\\_otstranennogo\\_izza](http://www.vedomosti.ru/politics/articles/2012/12/29/zhitpekovichi_podderzhali_chinovnika_otstranennogo_izza) (дата обращения 01.05.2017).

образа и как конечный результат<sup>1</sup>. Не учитывать данный момент было бы ошибкой с точки зрения исследователя.

Как указывалось выше, фрейм позволяет сформировать границы или «рамку» восприятия информации. Метафоры в этом процессе формируют и усиливают ассоциации, тем самым четче размечая рамки и представляя информацию в виде фрейма<sup>2</sup>. Как указывает М. Эдельман «Единожды принятый, метафорический взгляд на мир становится организующим понятием, в свете которого люди систематизируют и интерпретируют новую информацию. Таким образом, правильность точки зрения, выражающей определенные интересы, многократно выверяется через обращение к метафоре»<sup>3</sup>. Более того, ряд исследователей доказал<sup>4</sup>, что если метафора строится на социальных ценностях, характерных для этого общества, сила ее воздействия на него усиливается. Чаще всего это краеугольные ценности любого общества, связанные с понятиями добра и зла или извечное разделение мы-они, которые эмоционально заряжают информацию и имеют большой шанс на ответную реакцию. Однако, при эмпирическом моделировании специалист должен учитывать эффект взаимодействия эмоций и ценностей с метафорами, а не обходиться только констатацией воздействия отдельностей элементов. Это связано с тем, что общество не однородно и отдельные фреймы и включенные в него метафоры могут быть восприняты разными группами по-разному.

---

<sup>1</sup> Казаков А.А. Фрейминг медиа-текстов как инструмент воздействия на аудиторию: обзор распространенных трактовок // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. 2014. №4 (14). – С.87.

<sup>2</sup> Т. Белт. Политическое убеждение путем метафорического моделирования // Политическая лингвистика. Вып. 2 (22). Екатеринбург, 2007. – С. 21.

<sup>3</sup> Цит. по Т. Белт. Политическое убеждение путем метафорического моделирования // Политическая лингвистика. Вып. 2 (22). Екатеринбург, 2007. – С. 21.

<sup>4</sup> McCann James. Electoral Choices and Core Value Change: The 1992 Presidential Campaign. // American Journal of Political Science. 1997. №42; Pollock Philip H. III. Issues, Values, and Critical Moments: Did 'Magic' Johnson Transform Public Opinion on Aids? // American Journal of Political Science. 1994. №38; Sears David O. Symbolic Politics: A Socio-Psychological Theory. / In Iyengar, Shanto and William J. McGuire (eds.). Explorations in Political Psychology. 1993. Durham, NC: Duke University Press; Rokeach M. and Sandra J. Ball-Rokeach. Stability and Change in American Value Priorities, 1961-1981. // American Psychologist. 1989. №44.; Shah Dhavan, David Domke, and Daniel Wackman. To Thine Own Self Be True: Values, Framing, and Voter Decision-Making Strategies. // Communication Research. 1996. №23.

Хорошим примером в данном контексте могут послужить метафорические модели и фреймы, связанные с темой фашизма. Фашистская тематика и критика фашизма в советском и российском медиаповествовании является примером медиафрейма. Имея серьезную историческую базу, он несет большой объем оценочной и эмоционально окрашенной информации, особенно сейчас, когда День Победы все больше сакрализируется отечественными государственными СМИ. Даже в случае если главный объект (страна, партия, лидер и др.) будет изменен, негативная атрибутика останется на своих местах. Называя государство или определенную группу фашистской, СМИ таким образом накладывают рамку их восприятия: агрессивное во внешней и внутренней политике, и/или милитаристское, и/или не уважающее права человека и мн. др. Таким образом, формируется метафорическая модель, представляющая из себя существующую и/или складывающуюся в сознании носителей языка схему связи между понятийными сферами, которую можно представить определенной формулой: «X – это Y»<sup>1</sup>. Сравнимое государство (X) становится тождественно фашистской Германии (Y), соответственно на основании этого выстраивается взаимоотношение с этим государством. Помимо вышеуказанных примеров, присутствует значительное количество типов метафорических моделей: метафоры спортивной или азартной игры (политика это спорт), военные метафоры (политика это война), метафоры животного и растительного мира (мир политики это джунгли, полные опасных зверей) и многие другие.

Помимо этого, А.П. Чудинов и Е.С. Белов отмечают, что для описания метафорической модели необходимо охарактеризовать следующие ее признаки<sup>2</sup>:

---

<sup>1</sup> Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: монография / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2003. – С.70.

<sup>2</sup> Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: монография / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2003. – С.70–72; Белов Е.С. Метафорическое моделирование внешнеполитического дискурса России и США: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Екатеринбург, 2011. – С.40–41.

- исходную понятийную область (сферу-источник метафорической экспансии, сферу-донора), к которой относятся неметафорические смыслы охватываемых моделью единиц;
- новую понятийную модель (сферу-мишень, направление метафорической экспансии), к которой относятся метафорические смыслы соответствующих модели единиц;
- относящиеся к данной модели фреймы, каждый из которых понимается как фрагмент наивной языковой картины мира и которые структурируют соответствующую исходную концептуальную сферу, а в метафорических смыслах служат для нетрадиционной ментальной категоризации сферы-магнита;
- составляющие каждый фрейм типовые слоты, т.е. элементы ситуации, которые включают какую-то часть фрейма, какой-то аспект его конкретизации, а также типовые концепты, составляющие слот;
- компоненты, связывающие первичные и метафорические смыслы охватываемых моделью единиц;
- определение типичных для соответствующих метафор концептуальных векторов и оценивание прагматического потенциала модели (ее воздействие на адресата);
- определение продуктивности модели (то есть способности к развертыванию) и ее частотности, а также ее «тяготения» к определенным речевым жанрам, социальным ситуациям, дискурсам и т.п.

Метафоры создают образы в сознании людей и способствуют пониманию незнакомых и сложных феноменов. Метафоры также «оказывают осязаемое влияние на процесс восприятия объектов или событий, акцентируя внимание на одних элементах и опуская другие»<sup>1</sup>. По этой причине в период общественно-политических и экономических шоков наблюдается интенсификацию

---

<sup>1</sup>Willem J., Liina P., Katarzyna S., Leen d'Haenens. The Battle for the Euro: Metaphors and Frames in the Euro Crisis News [Электронный ресурс] // International Political Science Association and Secretariat Partners. URL: [http://paperroom.ipsa.org/papers/paper\\_35503.pdf](http://paperroom.ipsa.org/papers/paper_35503.pdf) (дата обращения 01.05.2017).

использования метафор, они позволяют доступно объяснить происходящие вокруг перемены и сложные объекты<sup>1</sup>.

Часто в медиадискурсе возникают полярные или несовместимые друг с другом рамки интерпретации. Примером одновременного существования двух противоречащих друг другу рамок восприятия может послужить, с одной стороны, рассмотрение украинского народа как «братского», а с другой – постепенное негативное восприятие символов Украины (украинского флага), а вместе с тем и самого народа<sup>2</sup>. Урегулирование данных несостыковок происходит на условиях ранее указанной теории «спирали умолчания» и когнитивного диссонанса Фестингера. Теория когнитивного диссонанса указывает, что человеческое сознание воспринимает окружающий его мир как законченный и полный объект, причиной этому является стремление сознания оградить себя от возможных конфликтов между отдельными когнициями и удержать баланс<sup>3</sup>. Когниция в данной теории представляет из себя познавательный процесс или совокупность психических (ментальных, мыслительных) процессов: восприятия, категоризации, мышления, речи и пр., служащих обработке и переработке информации<sup>4</sup>. При возникновении конфликта между когнициями сознание всячески стремится его устранить, попросту не замечая новую информацию, отказываясь от нее или самостоятельно додумывая ее и заполняя в ней пробелы, уже известной информацией. Как нам известно, когнитивный диссонанс представляет из себя внутренние противоречия, появляющиеся в сознании человека между различными когнитивными элементами, при этом под когнициями понимают не что иное, как элементы эмпирического знания, установки, стереотипы, образы другого объекта, веру во что-либо или убеждения. Стоит упомянуть, что прямое воздействие на когниции реципиента вызывает у последнего острый

---

<sup>1</sup>Landtsheer C. Collecting Political Meaning from the Count of Metaphor // Metaphor and discourse. 2009. – P.59–78.

<sup>2</sup> «Друзья» и «враги» России: эпоха санкций [Электронный ресурс] // ВЦИОМ URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115016> (дата обращения 01.05.2017); Помощь Украине. Следовало ли помогать Украине? [Электронный ресурс] // ФОМ URL: <http://fom.ru/Mir/11285> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>3</sup>Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса [Электронный ресурс] // Флогистон. URL: <http://flogiston.ru/library/festinger> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>4</sup> Краткий словарь когнитивных терминов [Электронный ресурс] // Глубинная психология: учения и методики. URL: <http://www.psyoffice.ru/slovar-s125.htm> (дата обращения 01.05.2017).

дискомфорт, данная грубая «промывка мозгов» просто немыслима в современном демократическом обществе по ряду причин, важнейшими из которых являются неприкосновенность личности, а также отсутствие полной монополии на информацию в СМИ и транспарентность информационного пространства. Однако перенесение воздействия с самой когниции на установки и ценности реципиента, которые тот использует в формировании образов реальности и отдельных когниций, может даже не быть замечено реципиентом. В данной стратегии большую роль играет ранее указанная повестка дня, прайминг и фрейминг.

Важным является и то, что фреймы взаимодействуют друг с другом. Результатом взаимодействия семантически близких фреймов становится «иерархически упорядоченная система, элементы которой представляют из себя субфреймы»<sup>1</sup>. Примером данной структуры может послужить фрейм «враждебное» или «дружественное/союзное» государство во внешней политике. Данные примеры являются суперфреймами, так как объединяют в себе ряд других субфреймов, к примеру: «враждебные США» или «дружественный Китай» и т.д. Вместе с тем данные фреймы более низкого порядка также могут быть разбиты на субфреймы.

### **Выводы по первой главе**

Исходя из всего вышесказанного мы пришли к следующим выводам.

- в данный момент истории наблюдается активный процесс медиации социально-политических отношений, который стирает грань между реальным событием и его отображением посредством медиатекста. В таких условиях возможны ситуации, когда эмоционально заряженные медиатексты играют более важную роль в формировании общественного мнения, чем реальные факты. Иными словами медиаобразы, создаваемые СМИ, начинают

---

<sup>1</sup>Минский М. Фреймы для представления знаний. [Электронный ресурс] // М., 1979. URL: <http://www.myai.narod.ru/Minsky/ch1.htm#1ch1> (дата обращения 01.05.2017).

восприниматься в качестве реально существующего объекта, а не переосмысленной информации;

- исходя из самой природы СМИ, оказываемого на них давления, а также огромного объема информации, из которого последние должны выбирать, сложно говорить об их объективности и беспристрастности. Более того, медиатексты создаются человеком, что говорит о присутствии фактора субъективности на всех этапах конструирования новости и о наличии манипулятивного потенциала;

- образа другого государства с целью сформировать к нему отрицательный эмоциональный настрой и использовать данный настрой для достижения определенных политических целей;

- медиатизация политических отношений приводит к преобладанию символических вопросов над реальными социальными и политическими. В этих условиях можно говорить о возможности создания искусственного медиаобраза другого государства и его дальнейшего использования в политике для легитимации проводимой политики, консолидации общества и его отвлечения от внутренних проблем;

- информационная повестка дня, прайминг и фрейминг являются одними из наиболее эффективных инструментов формирования медиатекстов и имиджа в современных открытых демократических системах за счет того, что направляют реципиента к правильному пониманию события или объекта используя его собственный опыт и знания, а не насаждают строго определенную точку зрения извне, что воспринимается как информационное насилие и дискредитирует информационные ресурсы.

- стоит подчеркнуть большую гибкость и функциональность теории установления информационной повестки в исследованиях влияния медиатекстов на общественное сознание;

- установление информационной повестки дня происходит на основании того, что человек формирует свое отношение к объекту исходя из наиболее доступной информации. Фрейминг строится на предположении, что

человек будет относиться к тому или иному объекту исходя из характеристик и черт, которые были приданы данному объекту посредством СМИ;

- повестку дня и фрейминг необходимо рассматривать в качестве самостоятельных, однако тесно взаимосвязанных феноменов, за счет комплексного использования которых возможно достичь высокого влияния на общественное сознание.

## Глава 2 Структура формируемого негативного имиджа России<sup>1</sup>

### 2.1 Имидж В.В. Путина и «путинская идеология» как опорные конструкты формируемого негативного имиджа

В случае с Россией анализу личности лидера всегда уделялось особое внимание, после Октябрьской революции это внимание только усилилось, так как, начиная с первых лет Советской России, у зарубежных исследователей не было полной информации о структуре политической системы и механизме выработки политических решений в Кремле. Более того, в первые годы существования Советского государства, как отмечал Юваль Вебер, большевики, придя к власти, представляли собой непривычную и сюрреалистичную политическую силу, которую было сложно понять<sup>2</sup>. В таких условиях исследование личности лидера или правящей верхушки было способом, позволяющим хоть как-то разобраться в ситуации. Помимо этого, большинство лидеров советского государства являлись весьма харизматичными личностями, порой оттягивающими на себя большую часть внимания. Все вышеперечисленное отчасти стало одной из причин, почему начало уделяться особое внимание детальному изучению личности политического лидера, его привычек, прошлого опыта и культурного бэкграунда.

Во многом благодаря этому в середине XX века появилось направление, представители которого в своих научных исследованиях использовали

---

<sup>1</sup> В ходе написания данной главы использовались следующие работы автора: Сдельников В.А. Отображение современных отношений «Запад-Россия» посредством медиафрейма «Учитель-Ученик» // Вестник Томского государственного университета. 2016. №404. – С.138-142.; Сдельников В.А. Роль личности президента В.В.Путина в современном имидже России // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2016. №3(35). – 217-225.; Сдельников В.А. Внутренние вызовы международному имиджу России // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2017. №40. – С.277-285.; Сдельников В.А. Структура негативного имиджа России в западной периодике // Теории и проблемы политических исследований. 2018. №7(2А). – С.63-71.; Сдельников В.А. Концепт «путинизма» в западной политической науке и периодике // Теории и проблемы политических исследований. 2017. №2. – С. 422-430.

<sup>2</sup> Weber Yu. Petropolitics and Foreign Policy: Fiscal and Institutional Origins and Patterns of Russian Foreign Policy, 1964–2012: PhD dissertation. Austin, 2014. – P.44.

психологические и когнитивные принципы для исследования советских лидеров высшего звена и выявления «операционного кода» их действий, их *modus operandi*<sup>1</sup>. Таким образом, они пытались предугадать вектор внешней и внутренней политики советского государства. В рамках этого подхода период правления каждого советского лидера имел упрощенное и порой карикатурное описание. Предполагалось, что в России новый лидер выстраивает свою собственную внешнюю и внутреннюю политику исходя из своих личностных черт и установок<sup>2</sup>. Исходя из этого было вынесено предположение, что всем, кто находился на ступень ниже, приходилось подчиняться воле этого лидера для того, чтобы сохранить свое место и жизнь. В последующем данный подход применяли более широкие советологические круги, а также западные СМИ.

Данный подход был и остается очень востребованным как в академических кругах<sup>3</sup>, так и в публицистике<sup>4</sup> в вопросах исследования российской политической системы. Особо это касается публицистики, где нет строгих требований к фактам и методологии, являющейся более подверженной упрощению, стереотипизации, эмоциональности и персонификации, которые, как указывалось ранее, позволяют значительно редуцировать сложную политическую систему, оставив за бортом трудноописуемые/трудновоспринимаемые политические переменные. Подобные истоки восприятия российской политической системы необходимо иметь в виду и при анализе имиджа В.В. Путина в западных СМИ.

---

<sup>1</sup>Holsti K.J. National role conceptions in the study of foreign policy // *International Studies Quarterly*. 1970. №14(3). – P.233–309; George A.L. The operational code: A neglected approach to the study of political leaders and decision-making. Santa Monica, 1967.; Walker S.G. The evolution of operational code analysis // *Political Psychology*. 1990. № 11(2). – P.403–418.

<sup>2</sup>Lo B. Russian foreign policy in the post-Soviet era: Reality, Illusion and Mythmaking. [Электронный ресурс] // Basingstoke. Большая онлайн библиотека. URL: [http://www.e-reading.club/bookreader.php/135956/Russian\\_Foreign\\_Policy\\_in\\_the\\_Post-Soviet\\_Era\\_-\\_Reality,\\_Illusion\\_and\\_Mythmaking.pdf](http://www.e-reading.club/bookreader.php/135956/Russian_Foreign_Policy_in_the_Post-Soviet_Era_-_Reality,_Illusion_and_Mythmaking.pdf) (дата обращения 01.05.2017).

<sup>3</sup>Brown A. Vladimir Putin and the reaffirmation of central state power // *Post-Soviet Affairs*. 2001. № 17(1). – P.45–55; Donaldson R.H., Noguee J.L. The foreign policy of Russia: changing systems, enduring interests. N.Y., 2005; Tucker R.C. The Soviet political mind: Stalinism and post-Stalin change. N.Y., 1972.

<sup>4</sup>Laqueur W. Putinism: Russia and Its Future with the West. N.Y., 2015. – P.288.; Herpen M. Putinism: The Slow Rise of a Radical Right Regime in Russia. Palgrave Macmillan, 2013. – P.278.; Satter D. The Less You Know, The Better You Sleep: Russia's Road to Terror and Dictatorship under Yeltsin and Putin. Yale., 2016. – P.240; Douglas E.S. Putin's Master Plan: To Destroy Europe, Divide NATO, and Restore Russian Power and Global Influence. Encounter Books, 2016. – P.200; Myers S.L. The New Tsar: The Rise and Reign of Vladimir Putin. Vintage, 2016. – P.592.

Киндер указывает, что имидж политика представляет собой когнитивную категорию в сознании граждан<sup>1</sup>. МакГров дополняет данное утверждение, указывая, что имидж политика – это индивидуальный конструкт, сформированный в сознании субъекта из знаний, предположений и верований этого субъекта в отношении личности политика<sup>2</sup>. Говоря о роли имиджа политического лидера в структуре имиджа государства, стоит подчеркнуть, что многие люди напрямую ассоциируют ту или иную страну с лидером, его образом или имиджем, ведь «фокусировка внимания на политических лидерах позволяет людям упростить всю политическую жизнь страны, довольно сложную для восприятия, до приемлемых пропорций»<sup>3</sup>.

Как отмечает Л. Шевцова, на данный момент институт лидерства в России играет большую роль, народ до сих пор верит в прагматизм лидера и его навыки. Более того, при каких-либо скандалах с участием политической элиты президент, как правило, выносится за скобки, так как является надеждой народа<sup>4</sup>. Л. Шевцова подчеркивает, что персонификация власти наблюдается на протяжении всей истории России. В 1917 году царизм был сменен коммунизмом с его главными/генеральными секретарями, а в 1991 г. коммунизм – псевдодемократией<sup>5</sup>. В таких условиях политический лидер для русского народа – это приемлемый и ключевой элемент существования политической системы.

Как указывалось ранее, современному человеку ежедневно приходится сталкиваться со значительными объемами информации. Всю информацию обработать и проанализировать невозможно, поэтому полученная человеком информация об объекте, в нашем случае это политический лидер, обобщается и упрощается, превращаясь в стереотип восприятия, т.е. обобщенное

---

<sup>1</sup>Kinder D.R. Presidential Character Revisited // Political Cognition: The 19th Annual Carnegie Symposium on Cognition. New Jersey, 1986. №19. – P.233.

<sup>2</sup> McGraw K.M. Political Impressions: Formation and Management // The Handbook of Political Psychology. N.Y., 2003. – P.394–395.

<sup>3</sup>Белов Е.С. Метафорическое моделирование внешнеполитического дискурса России и США: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Екатеринбург, 2011. – С.27.

<sup>4</sup>Putin's Empire [Электронный ресурс] // Stefan Batory Foundation, 2007. – P.14. URL: <http://www.batory.org.pl/doc/putins-empire.pdf> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>5</sup>Shevtsova L. Russia XXI: The Logic of Suicide and Rebirth. [Электронный ресурс] // М., 2013. – P.11. URL: [http://carnegieendowment.org/files/RussiaXXI\\_web\\_Shevtsova.pdf](http://carnegieendowment.org/files/RussiaXXI_web_Shevtsova.pdf) (дата обращения 01.05.2017).

представление, включающее эмоциональную реакцию на воспринятые характеристики. Таким образом, «строительным материалом для имиджа служат не психологические свойства личности, изучаемые психологией, а действующие в обществе стереотипы, под которые имидж искусственно подстраивается»<sup>1</sup>. Однако, как указывалось выше, общество не однородно и отдельные элементы имиджа могут быть восприняты по-разному.

Стереотип выполняет функции, позволяющие человеку в процессе восприятия механически справляться со значительными объемами информации. Имидж лидера, который был создан на основании стереотипов, воспринимается обществом легче, нежели политический и информационный дебютант. Эльза Ибросчева в своем исследовании доказала, что это особенно актуально в случаи с имиджем иностранного политика, так как реципиент, скорее всего, не знаком ни с культурно-политической спецификой страны, ни с биографией самого иностранного политика, что заставляет его обращаться к своим стереотипам или «дрейфовать» в рамках общепринятой точки зрения<sup>2</sup>. Стереотипы выполняют роль когнитивных карт, помогающих субъекту организовать и категоризировать большой объем информации, которую люди получают в процессе социальных взаимодействий. Эти когнитивные карты строятся на основе социального обучения, наследования информации, процесса накопления и усвоения информации посредством наблюдения или взаимодействия с другими членами групп.

Говоря о фрейминге и стереотипах, стоит подчеркнуть, что они не тождественны, как считают некоторые исследователи. «Стереотип – это отдельный, зафиксированный в устойчивых средствах языка признак концепта, воспроизводимый в дискурсе и отмеченный национально-культурной спецификой. Этот признак встраивается в структуру концепта как терминал фрейма: это не нейтрально-облигаторные понятийные признаки, формирующие

---

<sup>1</sup>Соколов А.В. Имидж политического лидера как фактор легитимации политической власти в современной России: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. М., 2009. – С.43.

<sup>2</sup>Ibroscheva E. Hostile Imagination at Work: American Opinion Makers' Representations of the Media Role in Stereotypes of Russians and Eastern Europeans // American Journal of Media Psychology. 2009. – P.22

ядро концепта, а субъективно-национально-культурные и идеологически обусловленные признаки»<sup>1</sup>. Более того, в рамках одного стереотипа может сосуществовать несколько фреймов.

Мы также считаем важным отобразить структуру имиджа политика, используемую нами в процессе исследования. В рамках этого исследования обратимся к нескольким моделям: четырехэлементной модели Д. Киндера, структуре имиджа, предложенной Е. Егоровой-Гантман, а также модели А. Кэмпбелла. Использование этих структур позволит, с одной стороны, шире взглянуть на проблему имиджа политика, так как данные модели в известной степени комплиментарны, а с другой – отобразить ключевые элементы имиджа политика в США, так как целевой аудиторией негативного имиджа В.В. Путина во многом является западное общество. Более того, выбор обусловлен спецификой исследуемого объекта, негативного имиджа третьей стороны, который формируется вопреки желанию и без прямого участия этой стороны. Помимо этого, имидж политического лидера рассматривается в рамках более широкого конструкта, имиджа страны.

Первый вариант структуры имиджа был предложен американским исследователем Дональдом Киндером и основан на его собственных исследованиях<sup>2</sup>, а также на ранних психологических исследованиях А. Кэмпбелла<sup>3</sup>, посвященных психологии восприятия политического лидера в предвыборных компаниях. Данная структура является классической и базовой для большинства западных исследований в этой области. В результате масштабных тестирований и опросов американских граждан он предположил, что имидж политика состоит из четырех элементов, а именно:

- компетентности (например: трудолюбие, высокий интеллект);

---

<sup>1</sup> Орлова О.Г. Дискурсивная теория стереотипа: дис. ... д-ра. филол. наук: 10.02.19. Кемерово, 2013. – С.8.

<sup>2</sup> Kinder D.R. Presidential Traits: Pilot Study Report to the 1984 NES Planning Committee and NES Board. Michigan, 1983.; Abelson R.P., Fiske S.T. Developmental Research on Candidate Instrumentation: Results and Recommendations / Report Submitted to National Election Studies Board, 1979; Kinder D.R., Peters M.D. et al. Presidential Prototypes // Political Behavior. 1980. № 2(4). – P.315–337.

<sup>3</sup> Campbell A., Converse P.E. et al. The American Voter. Chicago, 1960.; Campbell C. Presidential Leadership // Peel G., Bailey Ch. J., Cain B. (eds). Development in American Politics. L., 1992.; Campbell C. The American Campaign. Texas A&M, 2000.

- лидерских качества (например: умение вызывать уважение, вдохновлять);
- честности (например: честность, порядочность, наличие крепких моральных устоев);
- эмпатии (например: умение сострадать и воспитанность).

В дальнейшем Миллер и Ваттенберг добавили к этому списку еще один элемент: характеристики личности (например: служба в армии, прошлое место работы, место учебы)<sup>1</sup>. Выделение подобных универсальных черт позволило более структурированно подойти как к исследованию, так и к построению имиджа американского политика. Несмотря на то что данные элементы обязательны, это не значит, что политик должен обладать ими всеми в одинаковом объеме. Исходя из необходимости и типа личности, могут доминировать те или иные черты. Эта модель позволит раскрыть имидж президента с позиции американского гражданина, являющегося одной из целевых групп указанных печатных СМИ и, таким образом, определить элементы, на которые делается ударение в процессе построения негативного имиджа В.В. Путина.

Для отображения современного имиджа В.В. Путина в иностранных печатных СМИ обратимся к структуре, предложенной исследователем Е. Егоровой-Гантман. Она выделяет три составляющие имиджа политического лидера<sup>2</sup>:

- социальные характеристики. Данный тип характеристик в первую очередь связан с текущей политической ситуацией и конъюнктурой, которой политик должен соответствовать. Помимо этого, сюда можно отнести и социальные роли, которые выполняет политик;
- персональные характеристики. К персональным характеристикам в первую очередь относятся личностные черты политика: его характер и манера поведения, его физические особенности, включающие внешность, возраст и пол, а также его политические и профессиональные качества;

<sup>1</sup>Miller A.H. et al. Schematic Assessments of Presidential Candidates // American Political Science Review. 1986. № 80(2). – P.528.

<sup>2</sup>Егорова-Гантман Е. Имидж лидера. М., 1994. – С.29.

- символические характеристики. Образ лидера имеет значительную символическую нагрузку, порой персонифицируя идеологию и проводимую политику. «Символические характеристики являются крайне устойчивым и неизменным компонентом. Они связаны с идеологиями, которые не меняются в течение десятилетий или даже столетий, а также с ещё более постоянными культурными архетипами. Иначе говоря, существует некий постоянный набор черт и качеств, который обязательно должен демонстрировать политик, чтобы его последователи увидели в нём лидера».

Каждая из этих групп характеристик вносит различный вклад в формирование личностной власти политического лидера и в различной степени поддается сознательному конструированию. Должное сочетание всех трех характеристик позволит создать эффективный имидж политика, который будет привлекателен для общества. Однако, исходя из целей и задач данного исследования, рассмотрим негативный вариант данного утверждения, а именно: при должном сочетании всех трех характеристик третья сторона может создать негативный имидж политического лидера, который может быть использован для достижения собственных целей этой стороны. В рамках данного исследования негативный имидж В.В. Путина будет разложен по трем данным характеристикам.

Отдельно стоит подчеркнуть работы исследователей кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ, возглавляемой Е.Б. Шестопаля. За более чем двадцать лет членами кафедры было реализовано значительное количество масштабных исследовательских проектов. Подготовленные в результате данных исследований академические статьи, материалы и рекомендации являются бесценными в вопросе анализа политических образов и особенно имиджа В.В. Путина<sup>1</sup>. Немаловажными являются работы других исследователей факультета политологии МГУ,

---

<sup>1</sup>Пищева Т. Н. Политические образы: проблемы исследования и интерпретации. // Полис. Политические исследования. 2011. № 2. – С.47–52; Шестопаля Е.Б. Теоретико-методологические проблемы исследования политических образов // Психология политического восприятия в современной России / под ред. Е.Б. Шестопаля. М., 2012.; Шестопаля Е.Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования // Образы государств, наций и лидеров / под ред. Е.Б. Шестопаля. М., 2008. – С.8–23.

которые позволили значительно расширить понимание тем, связанных с имиджем, СМИ, символическим пространством и политической элитой современной России.

Как указывалось выше, личностные характеристики играют ключевую роль в процессе построения имиджа политика. Однако стоит сразу же оговориться, что речь идет о создании имиджа третьей стороной, которая, в отличие от личного имиджмейкера политика, с большой долей вероятности, не имеет информации о характере и чертах субъекта из «первых рук». Помимо этого, важно уточнить, что в данном исследовании личностные черты В.В. Путина это черты, которые приписываются ему учеными и указанными СМИ.

Для рассмотрения личностных черт президента обратимся к структуре Д. Киндера.

1. Компетентность. Данная характеристика имеет наибольший негативный тон, так как в первую очередь говорится о лидере целой страны. Президента критикуют за его косность и неспособность к проведению эффективных политических и экономических реформ, а также за окружение себя некомпетентными людьми и за неспособность прислушиваться к прогрессивным группам внутри власти.

2. Лидерские качества. «The Economist» и «The New York Times» изображают В.В. Путина как лидера, который управляет страной с помощью силы, лжи и запугивания. Эти характеристики особенно педалировались в период выступлений оппозиции после парламентских и президентских выборов 2011–2012 гг. Тогда лидерские качества, как и положение В.В. Путина у власти, ставились под сомнение. Помимо этого, СМИ вернулись к данному пункту в период острой фазы Украинского кризиса 2013–2015 гг.

3. Честность. Большинство статей рисует президента как нечестного политика, который мастерски искажает правду с помощью пропаганды и государственных СМИ. Критика значительно усилилась после раскрытия принадлежности так называемых вежливых людей / зеленых человечков, а также после инцидента со сбитым самолетом МН17. Более того, факт службы в

КГБ, а также симпатия к СССР, по мнению журналистов, только снижают доверие к его словам, делая его более непредсказуемым. *«As might be expected of a capricious autocrat who has ruled for 14 years, Mr Putin's next move is unpredictable»<sup>1</sup>. Как и следовало ожидать от капризного самодержца/автократа, управляющего страной 14 лет, предсказать следующий шаг Путина невозможно.*

4. Эмпатия. СМИ подчеркивают циничную и жестокую натуру президента, который готов пойти на все, для того чтобы сохранить власть в своих руках. В таких условиях сложно говорить о каком-либо сострадании и мягкости с его стороны. Более того, в ряде статей, как академических, так и публицистических, рассматривается мачизм президента и отсутствие такта. Показательной является статья *«Germany sours on Russia. Fool me once»*. В данной статье указывается, что В.В. Путин намеренно взял свою собаку на встречу с Ангелой Меркель, несмотря на ее острую канофобию. Автор так описал его мотивы. *«Mrs Merkel froze; Mr Putin smirked. A fluent Russian-speaker brought up in East Germany, the chancellor understood Mr Putin's language. "I understand why he has to do this--to prove he's a man," she told a group of reporters afterwards. "Russia has nothing, no successful politics or economy. All they have is this»<sup>2</sup>. Госпожа Меркель замерла, господин Путин ухмыльнулся. Будучи родом из Восточной Германии и бегло говоря на русском языке, госпожа канцлер поняла язык господина Путина. «Я поняла, почему ему необходимо было сделать это, он хотел показать, что он мужчина», – сообщила она группе журналистов впоследствии. – «У России нет ничего, ни успешной политики, ни экономики. Все что у них есть, - вот это».*

Важно также отобразить пятый пункт «Личные качества», предложенный Миллер и Ваттенбергом.

---

<sup>1</sup> Russia, Ukraine and Crimea Asymmetric wars [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/news/leaders/21598999-best-way-get-crimea-back-ukraine-become-prosperous-democracy-with-west> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup>Germany sours on Russia. Fool me once [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/news/europe/21697236-germanys-establishment-once-believed-conciliation-russia-no-longer-fool-me-once> (дата обращения 01.05.2017).

5. Характеристики личности. Наиболее ярким элементом данного пункта является служба президента в КГБ, организации, которая в период СССР занималась точечным насилием и подавлением любого инакомыслия и демократических выступлений. Подобное понимание данной организации говорит само за себя.

Таким образом, указанные выше личностные характеристики представляют собой «основные цвета», используемые для формирования негативного имиджа президента и его политики. Во всех фреймах, которые будут рассмотрены далее, присутствует ссылка на личность президента и на его черты характера.

*«Mr Putin derives his legitimacy not from free elections, but from a historical narrative that links him to the long procession of Russia's rulers. This starts with Prince Vladimir the Great, the tenth-century ruler of the Kievan Rus proto-state that Russians see as the progenitor of their own»<sup>1</sup>. Мистер Путин черпает свою легитимность не из свободных выборов, а из исторического нарратива, который связывает его с поколениями российских правителей, начиная с князя Владимира Великого, правителя X века. Он правил Киевским протогосударством, которое рассматривается русскими в качестве прародителя их собственного.*

При обращении к отечественным и иностранным исследованиям, посвященным личности В.В. Путина и характеру его правления, обнаружится, что монархические метафоры и фреймы широко распространены. Это объясняется целым рядом причин. Во-первых, Россия значительный период своей истории являлась монархией, с правителем, имеющим абсолютную власть, что не могло не отразиться на ее восприятии и на формировании стереотипов о ней. Во-вторых, присутствует долгая практика академического использования данной метафорической модели как среди советологов, так и среди представителей современных русистов. Стоит отметить, что иностранные

---

<sup>1</sup>The battle for Russia's history Remember, remember [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/news/europe/21709557-memorial-was-founded-commemorate-victims-state-repression-now-human-rights-group-may> (дата обращения 01.05.2017).

СМИ также используют метафоры, связанные с царизмом и монархией. Как отмечает Э.Я. Баталов, «начиная с XV в. Россия практически не меняется, она и по сей день сохраняет многие черты Руси – общества, базирующегося на практике предоставления возможности получения ренты и фактическом отрицании неотчуждаемости права частной собственности. И российские цари, и руководители СССР, и Путин рассматривали и рассматривают государство как свою собственность, части которой “даруют” их соратникам, но могут отобрать дарованное в случае “неудовлетворительного поведения”»<sup>1</sup>. Использование подобного фрейма призвано показать политическую отсталость и неразвитость. Помимо этого, в исследованных медиатекстах можно найти значительное количество слов и фраз, связанных с монархическим правлением, таких как: tsar, zar, monarch [монарх], heir/successor [наследник], succession [наследование/преемственность], abdication [отречение], а также ряд монархических имен:

- «Vlad the Unpredictable»<sup>2</sup>. Влад непредсказуемый;
- «Putin the Uniter»<sup>3</sup>. Путин объединитель;
- «Putin the Peacemaker»<sup>4</sup>. Путин миротворец;
- «Vladimir the Great»<sup>5</sup>. Владимир великий;
- «Vladimir the Victor»<sup>6</sup>. Владимир победитель;
- «Vlad the Impaler»<sup>7</sup>. Влад Цепеш/колосожатель;

---

<sup>1</sup>Баталов Э.Я., Журавлева В.Ю., Хозинская К.В. «Рычащий медведь» на «Диком Востоке». М., 2009. – С.55.; Rosefielde S. Russia in the 21st Century. The Prodigal Superpower. Cambridge, 2005.

<sup>2</sup> Vlad the unpredictable [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/node/2457805/>(дата обращения 01.05.2017).

<sup>3</sup>Ukraine and Russia. Putin the uniter [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/news/europe/21654663-war-has-made-most-ukrainians-see-russians-enemies-not-friends-putin-uniter/> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>4</sup>Russia's Syria surprise. Putin the peacemaker [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/news/middle-east-and-africa/21694996-putin-appears-turn-hard-power-diplomacy-russians-show-their-hand> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>5</sup>Putin's speech. Vladimir the Great [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/news/europe/21635690-russias-president-tells-his-people-west-out-get-them-vladimir-great>(дата обращения 01.05.2017).

<sup>6</sup> Russia's president. Vladimir the victor [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/news/europe/21565643-russian-president-firmly-charge-and-he-not-inclined-pursue-any-big-political-or> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>7</sup> Russia. Vlad the impaler [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/node/2173548> (дата обращения 01.05.2017).

- «Vladimir Unbound»<sup>1</sup>. Владимир свободный от обязательств;
- «Vlad the Victorious»<sup>2</sup>. Влад победоносный;
- «Vlad the Webmeister»<sup>3</sup>. Влад вебмастер;
- «Ivan the Bearable»<sup>4</sup>. Иван сносный. Метафора и игра слов с английским вариантом имени Ивана Грозного, Ivan the Terrible.

Однако стоит отметить, что, в отличие от фрейма «Путин это Сталин», отсутствует единая персона, с которой бы ассоциировался президент. Одним из монархов, с которым сравнивают президента, является Иван Грозный, авторитарный, жестокий и непредсказуемый царь, с манией величия и желанием укрепить свою власть и расширить владения Руси. Так, в статье «*Putin's absence When the Tsar Vanishes*»<sup>5</sup>, автор указывает на значительное количество связей между Иваном Грозным и В.В. Путиным, особенно что касается их характера, а также притязаний на Крым. Помимо этого, он сравнивается с Николаем I, так как оба являются ярко выраженными авторитарными лидерами-консерваторами, стремящимися к централизации власти и правящими в период экономической стагнации. Проанализировав статьи «The Economist» и «The New York Times» за указанные период, мы приходим к заключению, что рассмотрение личности президента В.В. Путина через фрейм «монарх» создает представление о президенте, как о правителе, имеющем абсолютную власть в стране, единственном человеке, чье мнение имеет вес. Данный фрейм также позволяет создать образ отсталости и неразвитости политической системы.

<sup>1</sup>Putin's popularity. Vladimir unbound [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/news/europe/21689626-russias-president-impervious-woes-afflict-normal-leaders-vladimir-unbound> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup>Vlad the Victorious [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/node/2280344> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>3</sup>Russia's president. Vlad the webmeister [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/node/2375387> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>4</sup>Putin's absence. When the tsar vanishes [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/news/europe/21646400-history-presents-interesting-reasons-why-autocrat-might-disappear-public-view-tsar-vanishes> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>5</sup>Putin's absence. When the tsar vanishes [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/news/europe/21646400-history-presents-interesting-reasons-why-autocrat-might-disappear-public-view-tsar-vanishes> (дата обращения 01.05.2017).

Помимо этого, исследователи и журналисты подчеркивают тесную взаимосвязь между президентом и современной православной церковью. Данная связь рассматривается в качестве взаимовыгодного сотрудничества, для В.В. Путина это, в первую очередь, легитимация его режима, а также для улучшения собственного имиджа<sup>1</sup>. Авторы подчеркивают, что данный симбиоз имеет много общего с царской Россией, где церковь являлась инструментом власти.

В таких условиях нельзя говорить о каких-либо политических правах и свободах, как и о политической самостоятельности элит. В данном свете тот факт, что В.В. Путин является демократически избранным лидером, не рассматривается всерьез, ведь в указанных выше условиях возможно только наследование власти, поэтому СМИ ищет его «наследников».

Как это ни парадоксально, но частыми стали статьи, в которых В.В. Путин является историческим отражением И.В. Сталина. Можно даже предположить, что в данных печатных изданиях В.В. Путина рассматривают в качестве политической и символической инкарнации Сталина в современной России или, как минимум, политика, который всячески поддерживает и пропагандирует его методы и политику.

*«Unlike Soviet leaders after Stalin, Mr. Putin rules alone, unchecked by a Politburo...»<sup>2</sup>. В отличие от советских лидеров после И. Сталина, господин Путин правит в одиночку, без какого-либо сдерживания со стороны политбюро. Выбор Сталина в качестве сферы-источника логически объясним, на Западе он ассоциируется с политическими чистками, жестокостью, авторитаризмом и «холодной войной» и имеет однозначно негативную тональность. Более того, по мнению Дэвида Смита, наиболее стрессовым периодом противостояния в «холодной войне» для США является*

---

<sup>1</sup>Anderson J. Religion, state and 'sovereign democracy' in Putin's Russia // Journal of Religious and Political Practice. 2016. № 2(2). – P.249–266; Willems J. The Russian Orthodox Church Pillar of Power, Mirror of Society // Osteuropa. 2012. № 62(6–8). – P.179; Russian Orthodoxy and Politics in the Putin Era [Электронный ресурс] // Центр Карнеги в Москве URL: <http://carnegieendowment.org/2017/02/09/russian-orthodoxy-and-politics-in-putin-era-pub-67959> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup> Russia. The threat from Russia [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/news/leaders/21709028-how-contain-vladimir-putins-deadly-dysfunctional-empire-threat-russia> (дата обращения 01.05.2017).

послевоенный период, время правления И.В. Сталина<sup>1</sup>. Он подчеркивает, что именно тогда в американском обществе появились и укоренились наиболее яркие стереотипы и негативные образы России, включающие жестокое преследование инакомыслия, промывание мозгов, агрессивность и т.д. Более того, исследования Аггилера, Фордхама и Линча показали, что США очень медленно отказывается от данных стереотипов, что, бесспорно, может влиять на отношение Американской политической элиты и общества к России и Восточной Европе<sup>2</sup>. В данном контексте суд над «Pussy Riot» и Ходорковским, победа в выборах 2011 и 2012 гг. и преследование политических оппозиционеров, агрессия по отношению к Украине, ухудшение отношений с США и т.д. вполне логично вписываются в образ «Сталина нового времени» за счет педалирования укоренившихся стереотипов.

Помимо этого, одному из ключевых слотов данного фрейма, а именно «культу личности», необходимо уделить особое внимание. Решительная победа на президентских выборах 2000 г., а также высокий рейтинг поддержки нового президента в первый год его правления заставили некоторых журналистов усмотреть в этом наличие культа личности<sup>3</sup>. В дальнейшем данным термином стали оперировать и исследователи. Так, Джулия Кэсседи и Эмилия Джонсон указывают, что путинский культ, как и сталинский, стремится вселить психологическую и эмоциональную уверенность, создавая чувство стабильности в неопределенном мире, и оправдывает действия по повышению стабильности государства<sup>4</sup>. Само собой разумеется, данные действия противоречат демократическим принципам. Помимо этого, многими исследователями отмечается, что президент с приходом к власти начал брать под контроль СМИ, и на данный момент они используются им в качестве инструмента пропаганды и поддержания своего культа личности, что является

---

<sup>1</sup> Smith D. American Nightmare: Image of Brainwashing, Thought Control, and Terror in Soviet Russia // The Journal of American Culture. 2010. № 33. – P.217–231.

<sup>2</sup> Aguilar E., Fordham B.O., Lynch P.G. The foreign policy beliefs of political campaign contributors: A post-Cold War analysis // Social Science Quarterly. 2001. №82(1). – P.93.

<sup>3</sup> Putinism Looms, Essay [Электронный ресурс] // The New York Times. URL: <http://www.nytimes.com/2000/01/31/opinion/essay-putinism-looms.html> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>4</sup> Cassiday J.A., Johnson E.D. Putin, Putiniana and the Question of a Post-Soviet Cult of Personality // The Slavonic and East European Review. 2010. №88(4). – P.681–707.

показателем авторитарности. Исходя из этого, свобода слова и СМИ ставятся под сомнение, а образы и частота появления президента в национальных медиатекстах являются лишним подтверждением гипотезы о существовании культа личности.

В таких условиях создание и поддержание имиджа президента начинает рассматриваться данными изданиями, а также рядом западных исследователей в качестве конструирования нового культа личности, создаваемого пропагандой. Как результат – большинство имиджевых проектов и мероприятий президента, а также сторонние инициативы рассматривались в качестве чего-то постыдного, подтверждая наличие в стране данного культа. В качестве примера можно привести опубликованные в 2007 г. фотографии президента без рубашки, которые стали сравниваться с фотографиями Муссолини 1937 г., катающегося на лыжах без рубашки, или с фото Мао, переплывающего Янцзы, или реакция на насмешки над «занятием спортом» Б. Обамой и его сравнение с президентом В.В. Путиным. Подчеркивалось, что для авторитарных лидеров является нормой использовать свое собственное тело в политических целях<sup>1</sup>. При этом исследователи подчеркивают, что характерной чертой его культа личности является чрезмерный мачизм и маскулинность. Стоит подчеркнуть, что если в России данные черты рассматриваются как положительные, то на Западе скорее как отрицательные. Появление каких-либо других материалов, таких как DVD с уроками дзюдо от президента<sup>2</sup>, документальных фильмов, песни про «такого, как Путин», футболок с принтом<sup>3</sup>, картин, фотографий в школах и государственных учреждениях и т.д. считались косвенными признаками присутствия культа личности и авторитарной природы лидера.

Образ И.В. Сталина используется указанными СМИ в периоды наибольшего международного напряжения в качестве фрейма для упрощенного

---

<sup>1</sup>Salgó E. Psychoanalytic Reflections on Politics: Fatherlands in mothers' hands. Routledge, 2013. – P. 127.

<sup>2</sup>Putin's Tips for What to Do When Negotiations Collapse [Электронный ресурс] // The New York Times. URL: <http://www.nytimes.com/2008/10/08/world/europe/08putin.html> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>3</sup>The USSR is Back (Clothing Racks) [Электронный ресурс] // The New York Times. URL: <http://www.nytimes.com/2007/11/27/world/europe/27designer.html> (дата обращения 01.05.2017).

объяснения характера президента и, как следствие, проводимой им политики. Журналы находят значительное сходство между обоими политиками, указывая, что оба для достижения своих целей «следуют одним и тем же правилам и используют одинаковые инструменты, и играют по одинаковым правилам для того, чтобы быть успешным автократами»<sup>1</sup>. Более того, как журналисты, так и исследователи подчеркивают, что российские государственные СМИ сейчас усиленно реабилитируют личность Сталина в глазах общества, что опять же считается подтверждением авторитарности В.В. Путина. В данном контексте президент выступает в роли лидера-автократа, готового пойти на любые жертвы, включая интересы собственного государства, только для того, чтобы сохранить власть в своих руках. Со Сталиным, по их мнению, его роднит жажда власти и панический страх ее потерять, а отсюда выводятся жестокость в подавлении инакомыслия и непредсказуемость в действиях. Все попытки улучшить имидж и сам имидж президента трактуются зарубежными средствами массовой информации в качестве культа личности, априори лживого и не достойного доверия конструкта.

Особое внимание, по нашему мнению, необходимо уделить такому феномену, как «путинизм/путиниана» (putinism/putiniana). Данный концепт напрямую проистекает из рассмотренных выше фреймов и личностных черт В.В. Путина, являясь их логическим продолжением. Можно даже предположить, что он является продуктом возведения в абсолют персонификации власти в современной России, так как личным качествам, чертам и предпочтениям президента придается большее значение, чем условиям и требованиям, закрепленным в законах и конституции.

Данный термин впервые появился на страницах издания «The New York Times» в 2000 г.<sup>2</sup>. Сама статья представляла из себя эссе и имела форму свободных рассуждений. Она во многом отражала абстрактное негативное

---

<sup>1</sup> Three Rules of Kremlin Power [Электронный ресурс] // The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2016/03/24/opinion/international/three-rules-of-kremlin-power.html?ref=collection%2Ftimestopic%2FStalin%2C%20Joseph> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup> Putinism Looms [Электронный ресурс] // The New York Times. URL: <http://www.nytimes.com/2000/01/31/opinion/essay-putinism-looms.html> (дата обращения 01.05.2017).

нечто, включающее как негативные черты самого президента, так и представления автора на тот момент о том, к чему приведет Россию политика нового президента. Последствия для автора рисовались в негативных тонах. В дальнейшем данный концепт модернизировался, и на данный момент в глазах исследователей и журналистов он представляет собой социальную и политическую идеологию, перечень принципов и способов управления, на основании которых происходит взаимодействие субъектов и объектов политики в России, а также играет значительную роль и в определении внешней политики страны. Использование термина «идеология» не случайно, современные русисты и иностранные политологи подчеркивают, что путинизм не является продуктом спонтанного творчества, представляя его в качестве искусственно созданного и поддерживаемого инструмента современной власти. Помимо этого, данный термин порой используется для описания периода нахождения В.В. Путина у власти.

Выбранные издания, а также ряд западных исследователей отмечают, что главной целью выстраивания данной идеологии является удержание власти в руках В.В. Путина и его клики, а также легитимация проводимой политики. Так «путинизм» выступает в качестве инструмента интерпретации прошлого и предсказания будущего. Элизабет Вуд отмечает, что в рамках данной идеологии президент даже формирует свою символическую сопричастность к победе во Второй мировой войне представляя перед россиянами в роли защитника<sup>1</sup>. Если же говорить о будущем, данная идеология является очень гибким инструментом в руках президента, так как, с одной стороны, он обещает политической элите и своему окружению стабильность и власть, а с другой – обещает народу стабильность и величие. Это позволяет из раза в раз переживать триумф прошлого в настоящем.

Основной чертой путинизма как идеологического конструкта является его направленность против Запада и западных, т.е. демократических ценностей

---

<sup>1</sup>Wood E.A. Performing Memory: Vladimir Putin and the celebration of WWII in Russia [Электронный ресурс] // history.mit.edu. URL: [http://history.mit.edu/sites/default/files/documents/SPSR\\_038\\_02\\_06\\_Wood.pdf](http://history.mit.edu/sites/default/files/documents/SPSR_038_02_06_Wood.pdf) (дата обращения 01.05.2017).

и свобод. Это, в первую очередь, авторитарная идеология, насаждаемая государственными СМИ в интересах малой группы<sup>1</sup>. Более того, ряд исследователей, среди которых Фрэнсис Фукуяма, говорят об опасности данной идеологии для неокрепших демократий<sup>2</sup>. Однако интересной является трактовка наличия выборов и минимального уровня свободы слова в таком авторитарном государстве, как Россия. Ведь если исходить из логики описания В.В. Путина в качестве авторитарного лидера, ему слушаю и других демократических институтов. Их наличие объясняется тем, что данная идеология, выстроенная президентом и его кликой, не боится военных угроз от других стран, однако, будучи построенной на лжи, она боится демократических выступлений и цветных революций. Указывается, что «наличие ограниченной конкуренции позволяет правящим группам этих режимов более эффективно осуществлять контроль как над государственным аппаратом на всех уровнях управления, так и над подчиненными им согражданами, тем самым минимизируя риски внезапного крушения режимов, вызванного внутривнутриполитическими конфликтами»<sup>3</sup>. Таким образом, фактор выборов в России не может быть использован для формирования позитивного имиджа, более того, на западе они воспринимаются отчетливо негативно.

Еще одной немаловажной чертой этой идеологии является целенаправленное культивирование и использование властью националистических настроений. Так, «The Economist» указывает, что на данный момент национализм используется путинским режимом, как никогда, и в скором времени он может стать единственным действенным инструментом для поддержания популярности<sup>4</sup>. Более того, указывается, что 2014 год – «Год

---

<sup>1</sup>Applebaum A. Putinism: the Ideology [Электронный ресурс] // www.lse.ac.uk. URL: <http://www.lse.ac.uk/IDEAS/publications/reports/pdf/SU13-2-Putinism.pdf> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup>Fukuyama's Vague Criticism of «Putinism» Distracts from Failures of Liberal Democracy [Электронный ресурс] // Russia Insider URL: <http://russia-insider.com/en/politics/fukyuyamas-vague-criticism-putinism-distracts-failures-western-liberal-democracy/ri12787> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>3</sup>Гельман В. Расцвет и упадок электорального авторитаризма в России [Электронный ресурс] // Европейский университет в Санкт-Петербурге. 2012. URL: [https://eu.spb.ru/images/M\\_center/Electoral\\_Authoritarianism\\_in\\_Russia.pdf](https://eu.spb.ru/images/M_center/Electoral_Authoritarianism_in_Russia.pdf) (дата обращения 01.05.2017).

<sup>4</sup>Global politics. League of nationalists [Электронный ресурс]// The Economist URL: <http://www.economist.com/news/international/21710276-all-around-world-nationalists-are-gaining-ground-why-league-nationalists> (дата обращения 01.05.2017).

культуры» – является не чем иным, как стремлением показать исключительность российской культуры и воззвать к националистическим настроениям широких слоев российского общества<sup>1</sup>. В этом контексте путинизм рассматривается как авторитарная идеология и сравнивается некоторыми авторами с фашизмом или сталинизмом, а сам В.В. Путин – с авторитарными правителями прошлого, чаще всего со Сталиным.

Важно отметить, что путинизм является базисным понятием для конструкта «путинский режим». Данное исследование разделяет такие понятие, как путинизм и «путинский режим», несмотря на то, что некоторые авторы считают их синонимами. Если в первом случае имеется в виду скорее не идеология, а определенная совокупность принципов и норм, которыми руководствуются правящие круги в выработке и реализации внутренней и внешней политики, то второй термин подразумевает реально существующую политическую систему и совокупность политических институтов и проектов. Он включает в себя характеристику и описание государственных структур, политической элиты, проводимой внутренней и внешней политики и результатов данной политики. Более детально «путинский режим» будет рассмотрен в части 2.2.

Большинство исследователей и журналистов сходятся во мнении, что данная идеология не является статичной, подвергаясь постоянному изменению. Однако это не является положительным моментом, так как используется президентом и его элитой только в целях удержания власти и нейтрализации сторонних политических шоков.

*«Putinism is a modified version of a repressive and centralised state system which imitates the Soviet style of a totalitarian regime.» But for all his faults, Mr Putin is not a bloodthirsty tyrant. Although he has resorted to coercion and selective violence, both at home and abroad, he is neither willing nor able to reproduce the economic foundation of Stalin's regime or impose a reign of terror. His system uses*

---

<sup>1</sup>Foreign Policy. Putin's Empire of the mind [Электронный ресурс] // Foreign Policy. URL: <http://foreignpolicy.com/2014/04/21/putins-empire-of-the-mind/> (дата обращения 01.05.2017).

*more subtle methods of control and manipulation such as rigging elections, demoralising or co-opting the liberal opposition and, most important, deploying television as a propaganda tool»<sup>1</sup>. Путинизм является видоизмененным вариантом репрессивной и централизованной государственной системы, которая имитирует советский стиль тоталитарного режима. Однако при всех его недостатках мистер Путин не является кровожадным тираном. Хотя он и прибегает к принуждению и избирательному насилию, как дома, так и за рубежом, он не в состоянии воспроизвести экономический фундамент Сталинского режима или выстроить его систему террора.*

Приняв во внимание все вышесказанное, можно сделать следующие выводы:

- имидж президента имеет ярко выраженную негативную тональность, которая, исходя из недавних внешнеполитических и экономических шоков, имеет тенденцию к ухудшению;
- имидж В.В. Путина формируется на основании ряда базовых личностных характеристик, транслируемых печатными СМИ. Владимир Путин чаще всего представляется жестким, деспотичным, самодержавным властителем с имперскими амбициями, единственной целью которого является удержание и приумножение власти;
- значительную роль в создании и поддержании негативного имиджа президента играют стереотипные представления о России, в первую очередь связанные с монархической Россией и СССР, а также с отдельными историческими личностями;
- одними из часто используемых фреймов является «Путин-Сталин» или «Путин как авторитарный лидер», которые имеют своей целью подчеркнуть авторитарный характер правления президента. Структурным элементом данного фрейма является «культ личности»;

---

<sup>1</sup> Take care of Russia [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/news/special-report/21708881-mr-putin-not-setting-about-it-best-way-take-care-russia> (дата обращения 01.05.2017).

- культ личности позволяет нивелировать любые попытки по улучшению имиджа президента. Его имидж и действия по его поддержанию рассматриваются в качестве культа личности, который априори не может быть феноменом демократического государства, а значит, не может быть рассмотрен всерьез;

- имидж президента имеет значительную символическую нагрузку, персонифицируя собой государственную идеологию и период правления. СМИ также используют персонификацию для поддержания такого информационного конструкта, как «путинизм», используемого для описания культурной, общественно-политической и экономической сфер общественной жизни;

- «путинизм» рассматривается в качестве идеологического основания проводимой внутренней и внешней политики, которое также позволяет президенту и правящей элите трактовать прошлое и выстраивать конструкт будущего. Помимо этого, «путинизм» также используется западными журналистами в качестве универсального негативного медитермина, который используется для подчеркивания негативного характера действия/бездействия, объекта/субъекта, события и др., связанных с президентом В.В. Путиным;

- «путинизм» начинает выступать в качестве категории в исследованиях политической системы современной России.

## 2.2 Составляющие образа политического режима России в западной периодике

Начиная рассматривать характерные черты имиджа политического режима в современной России, следует в первую очередь очертить границы самого понятия «политический режим». Необходимо отметить, что мы не собираемся рассматривать этимологию слова «режим» и обратим свое внимание именно на термин «политический режим», а также на его трактовки отечественных и особенно зарубежных исследователей.

Понятие «политический режим» является одним из ключевых в данном исследовании. Он поможет раскрыть структуру негативного имиджа России и причины неэффективности проводимой информационной политики России. Однако на данный момент этот термин широко используется многими исследователями. Это привело к тому, что присутствует значительное количество определений, которые, порой, могут противоречить друг другу. Он может рассматриваться через призму субъектов, которые участвуют в политических отношениях, или характера их взаимодействия, или оценочного составляющего, и т.п. По этой причине, в рамках данного исследования понятию «политический режим» уделяется особое внимание. За последние сорок лет разделение таких концептов, как государство и режим, стало общепринятым. Академическая инициатива по подобному разделению принадлежала западным исследователям, она позволила более эффективно рассматривать временную природу режима и более устойчивого концепта государства. Однако данное понятие имеет значительное количество трактовок в современных политических и правовых науках. Как отмечает Наталья Лапина, «одни авторы работают в дескриптивном жанре, давая политическому режиму свободные, порой доморощенные определения, другие пытаются оценить явление с помощью принятых в науке теоретических конструктов»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>Лапина Н.Ю. Российский политический режим: оценки и интерпретации // Мировая экономика и международные отношения. 2009. №6. – С. 17.

Так, политический режим трактуется разными способами: как совокупности характерных для определенного типа государства политических отношений, применяемых властями средств и методов, сложившихся отношений государственной власти и общества, господствующих форм идеологии, социальных и классовых взаимоотношений, состояния политической культуры; как характеристика властеотношений в политической, экономической и социально-культурной сферах и др.<sup>1</sup>. Помимо этого, политический режим определяется с позиции уровня развития демократии в стране, а также с позиции институционального взаимодействия. Подобная методологическая неопределенность требует от исследователя особого внимания к определению.

В рамках данного исследования уделим большее внимание трактовкам данного концепта именно зарубежными исследователями, так как наша цель в первую очередь проанализировать понимание политического и в последующем «путинского» режима на Западе. В качестве основания для выработки определения обратимся к базовым, наиболее цитируемым и признанным исследователям, занимающимся вопросами политических режимов и демократизации. Это Фернандо Кардозо, Дэвид Коллиер и Рут Коллиер, Робер Фишман, Стефани Лоусон, Рой Макридис, Вольфганг Меркель, Герардо Мунк, Гильермо О'Доннелл, Филипп Шмиттер, Карл Терри и Фриц Плассер. Помимо этого, последуем рекомендации политолога Джованни Сартори в вопросе анализа и выработки определений для концептов, имеющих значительное количество частично различающихся трактовок<sup>2</sup>. Исходя из этой рекомендации, в первую очередь мы используем работы указанных авторов для формирования репрезентативного набора определений, а также выделим из них ряд основных характеристик. На заключительном этапе мы сможем разработать определение, логически и непротиворечиво организующее выделенные характеристики.

---

<sup>1</sup>Хоменко С.М. Политический режим как элемент формы государства: теоретико-правовые и методологические особенности исследования // Юрист-Правоведь. 2010. № 4. – С. 78 –79.

<sup>2</sup>Sartori G. Guidelines for Concept Analysis. Social Science Concepts: A Systematic Analysis. Beverly Hills: Sage, 1984. – P.64.

Проанализировав определения политического режима, данные вышеуказанными авторами, можем выделить ряд базовых характеристик, которые авторы считают стержневым элементом определения концепта политического режима. А именно:

- отношение между властью и народом (вертикальные отношения)<sup>1</sup>;
- отношение между институтами власти (горизонтальные отношения)<sup>2</sup>;
- допуск к власти и способы её получения<sup>3</sup>;
- характер политических элит и/или политического лидера<sup>4</sup>.

Рассматривая данные характеристики более детально, можем обратить внимание, что в случае с горизонтальными отношениями чаще всего имеется в виду характер взаимодействия трех ветвей власти, характеристики государственных институтов и системы сдержек и противовесов. Под вертикальными отношениями понимается характер взаимодействия общества и властей и методы их взаимного воздействия друг на друга. Характеристика, касающаяся допуска к власти и способов ее получения, говорит сама за себя. Данная характеристика является ключевой в процессе отнесения политического режима к авторитарной или демократической группе. Четвертая характеристика присутствует в работах исследователей не так явно, однако является не менее важной, чем первые три. Режим – это не в последнюю очередь люди, которые находятся у власти, а также характер их целей в отношении власти и государства. Данная характеристика необходима для того, чтобы разделить

---

<sup>1</sup>Collier R., Collier D. Shaping the Political Arena: Critical Junctures, the Labor Movement, and Regime Dynamics in Latin America. Princeton, 1991. – P.789.; Fishman, R.M. Rethinking State and Regime: Southern Europe's Transition to Democracy // World Politics. 1990. №42(3) . – P.428.

<sup>2</sup>Cardoso F.H. Charting a New Course: The Politics of Globalization and Social Transformation. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2001. – P.126; Macridis R.C. Modern Political Regimes: Institutions and Patterns. Boston: Little, Brown & Company, 1986. – P.5.

<sup>3</sup>Schmitter P.C., Terry L.K. What Democracy is ... and is not // Journal of Democracy. 1991. № 2(3). – P.74–88; Collier R., Collier D. Shaping the Political Arena: Critical Junctures, the Labor Movement, and Regime Dynamics in Latin America. Princeton: Princeton University Press, 1991. – P.789–791.

<sup>4</sup>O'Donnell G. & Schmitter P. Transitions from Authoritarian Rule: Tentative Conclusions about Uncertain Democracies. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1986. – P.73; Munck Gerardo L. Disaggregating Political Regime: Conceptual Issues in the Study of Democratization, Working Paper. / Munck Gerardo L. The Helen Kellogg Institute for International Studies, 1996. – P.5–6.

политические элиты, правящие для себя (авторитарная) и во благо общества (демократическая).

Помимо этого, важно подчеркнуть, что еще одним базовым элементом политического режима является институализированный и общепринятый набор правил, которые используются акторами для взаимодействия. Данный элемент присутствует во всех четырех характеристиках и является их неотъемлемой частью, поэтому не будем выделять его в отдельный пункт. Вместе с тем хотелось бы подчеркнуть, что приравнивание политического режима только к совокупности формальных правил, по которым действует государство, было бы ошибочным решением. Филип Рёдер отмечает важность неформальных факторов и правил, которые порой могут иметь большее влияние на поведение актора, чем формальные<sup>1</sup>. Немаловажными в поиске определения политического режима являются работы Эрика Скаанинга<sup>2</sup> и Ван ден Боша<sup>3</sup>, посвященные анализу концепции политического режима в западных политических науках. Данные исследователи работают в рамках сравнительной политологии. Мы во многом солидарны с их позициями, по этой причине обратимся к их определению для выработки своего собственного.

Таким образом, принимая во внимание выделенные характеристики, определение термина «политический режим» можно сгруппировать следующим образом: политический режим – это институализированный набор базовых формальных или неформальных правил, характеризующих носителей власти, способы и пути получения политической должности (выборы, прямое назначение на должность, наследование и т.д.), а также степень и характер политических прав индивида в вопросе допуска к власти. Помимо этого, политический режим – это совокупность вертикальных (характер взаимодействия власти и народа, наличие и функционирование политических

---

<sup>1</sup>Roeder F. Red Sunset. The Failure of Soviet Politics. Princeton, 1993. – P.56.

<sup>2</sup>Skaaning S.E. Political Regimes and Their Changes: A Conceptual Framework [Электронный ресурс] // Komparativ demokrati vurdering. URL: <http://www.democracy-assessment.dk/papers/uploaded/7302007141320.pdf> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>3</sup> Van den Bosch, J. Political Regime Theory: Identifying and Defining Three Archetypes // The Copernicus Journal of Political Studies. 2013. № 2(4). – P.78–96.

лифтов, а также способы взаимного воздействия) и горизонтальных (характер формирования, разделения и взаимодействия политических институтов, а также их политические права) политических отношений и правил их осуществления, а также личность лидера и политическая элита, которые играют важнейшую роль в создании и поддержании политического режима. Более того, данное определение включает в себя перечень наиболее важных характеристик и максимально полно отображает такое понятие, как политический режим, не впадая в излишний редуционизм или дескриптивность, таким образом позволяя разложить образ политического режима на отдельные элементы.

Как указано ранее в параграфе 2.1, «путинизм» рассматривается западными исследователями как идеологический конструкт, который является основанием так называемого путинского режима, на данный момент действующего в России. Иностраные исследователи и журналисты относят его к режимам, которые близки к авторитарным или к гибридным режимам. Далее рассмотрим такое понятие, как гибридный режим, его характерные черты, структуру и возможные виды.

Начиная рассмотрение такого понятия, как гибридный режим, важно подчеркнуть нашу солидарность с исследователями в области демократизации и политических режимов А. Армони и Х. Шамисом, точка зрения которых состоит в том, что попытка четко сформировать определение этого понятия или его типологизацию приводит к «вавилонскому столпотворению»<sup>1</sup> среди исследователей. Эти слова максимально точно отображают многогранность исследуемого понятия. Известный политолог Роберт Даль был одним из первых, кто обратил внимание на так называемую ничейную землю<sup>2</sup> между двумя полюсами политических режимов (демократический – авторитарный), если не считать классификацию Аристотеля в книге IV трактата «Политика»<sup>3</sup>. Даль подчеркнул, что внутри данной зоны отсутствовало какое-либо разделение, и это, по его мнению, значительно снижало возможности

---

<sup>1</sup>Armony A., Schamis H. Babel in Democratization Studies // Journal of Democracy. 2005. №16(4). – P.113.

<sup>2</sup>Dahl R.A. Polyarchy: Participation and Opposition. New Haven, 1971. – P.8–9.

<sup>3</sup> Аристотель. Политика // Аристотель. Соч.: В 4-х т. Т.4. М.: Мысль, 1983. - С.375-644.

понимания отдельных политических режимов и политических систем. Он предпринял попытку разграничить режимы, находящиеся в данной «серой зоне», подчеркивая их предрасположенность к тому или иному полюсу, используя прилагательные «near» или «nearly» в описании отдельных режимов e.g.: «nearly hegemonic regime» или «near polyarchy». Позже, в 1988 г., ряд ученых, исследующих проблемы демократизации и политические режимы, согласились, что граница между демократическими и недемократическими режимами порой размыта и не точна, между этими двумя экстремумами лежит широкий спектр разнообразных политических режимов и систем<sup>1</sup>.

Если же говорить о самом термине «гибридный режим», то он впервые был использован исследователем Терри Карлом в его работе, посвященной политическим режимам Центральной Америки<sup>2</sup>. Он понимал его как «определенный территориальный и функциональный микс», в котором заметен значительный прогресс в сравнении с авторитарным прошлым, а также сделан важный шаг на пути построения демократии. На тот момент определение данного феномена было столь же расплывчато, сколь и предмет, который он должен был определять. Окончание «холодной войны» ознаменовалось третьей волной демократизации, в результате которой появилось значительное количество режимов, не вписывающихся в рамки классической дихотомии: авторитарный – демократический. Бесспорно, до этого существовали так называемые демократуры и диктобланды, однако их количество было не столь значительно, и вместе с тем, как отмечалось выше, им уделялось не так много внимания, так как в рамках противостояния США – СССР разделение режимов чаще всего происходило по отношению к тому или иному лагерю. В постсоветский период увеличилось как количество режимов, так и их качественное разнообразие. Исследователи, занимающиеся феноменом демократизации и возникновения новых политических режимов, назвали их

---

<sup>1</sup>Diamond L., Juan J.L., Lipset S.M. Democracy in Developing Countries: Latin America. Boulder, CO: Lynne Rienner, 1988.

<sup>2</sup>Karl T.L. The Hybrid Regimes of Central America // Journal of Democracy. 1995. № 6(3). – P. 74.

«демократиями переходного периода», или неполноценными демократиями<sup>1</sup>. В этот период в академической среде появилось значительное количество новых терминов и определений для возникающих подтипов режимов, например, «делегативная демократия» Г. О'Доннелла, «полудемократии» Л. Даймонда, Х. Линца и С. Липсета и нелиберальная демократия Ф. Закария, то есть, как позже указали А. Армони и Х. Шамис, «режимы с прилагательными»<sup>2</sup>. Однако постепенно исследователи пришли к заключению, что имела место определенная демократическая предвзятость<sup>3</sup>, своеобразный академический и терминологический оптимизм. Так как в последующем сам тезис о том, что глобальная демократизация является неизбежным витком политического развития, был поставлен под вопрос<sup>4</sup>.

Если в начале третьей волны демократизации присутствовал демократический оптимизм, когда страны рассматривались как неидеальные, но демократии, то в начале нового тысячелетия у исследователей наблюдается академический пессимизм, который выразился в новых терминах. К началу 2000-х годов все больше исследователей начинают склоняться к тому, что значительное количество политических режимов застряли в так называемой серой зоне<sup>5</sup>. Для того чтобы обозначить эти застрявшие режимы, появились новые подтипы режимов, такие как «конкурентный авторитаризм» С. Левицкого и Вейя, «полуавторитаризм» М. Оттавей, «электоральный авторитаризм» А. Шедлера и Э. Вильсона и др.

Таким образом, существующая типологизация гибридных режимов разделяет их на гибридные неидеальные демократии (режимы, которые стремятся отказаться от авторитарного прошлого и двигаются по пути построения демократии) и гибридные авторитарные режимы (режимы, которые остановились в своем демократическом развитии или, более того, постепенно

---

<sup>1</sup>Collier D., Levitsky S. Democracy with Adjectives: Conceptual Innovation in Comparative Research // World Politics. 1997. № 49. – P. 430–451; McFaul M. The Perils of a Protracted Transition // Journal of Democracy. 1999. № 10(2). – P. 4–18.

<sup>2</sup>Armony A., Schamis H. Babel in Democratization Studies // Journal of Democracy. 2005. №16(4). – P. 113–128.

<sup>3</sup>O'Donnell G. Illusions about Consolidation // Journal of Democracy. 1996. № 7(2). P. 36; Carothers T. The End of the Transition Paradigm // Journal of Democracy. 2002. № 13(1). – P. 8.

<sup>4</sup>Diamond L. Is the Third Wave Over? // Journal of Democracy. 1996. № 7(3). – P.20–37.

<sup>5</sup>Levitsky S., Way L.A. Competitive Authoritarianism: Hybrid Regimes After the Cold War. N.Y., 2010. – P.44.

сползают обратно в полноценный авторитаризм). Так образом можно сделать вывод, что данный концепт еще более многогранен, чем просто политический режим, и также предлагает значительное количество определений. Для того чтобы разрешить данную задачу, в первую очередь отобразим базовые критерии, по которым режим относят к тому или иному виду, а также характерные черты гибридного режима.

Базовая характеристика гибридного авторитарного режима заключается в том, что он содержит в себе черты как демократического, так и авторитарного режимов<sup>1</sup>. В подобном режиме демократические институты могут частично или полностью быть заменены иными организациями, напрямую зависящими от центральной власти, а сами демократические права симулироваться и нарушаться в интересах правящей элиты. Разные исследователи предлагают обращать внимание на разные элементы режима: свободу выборов, степень защищенности политических прав и свобод, характер взаимодействия институтов власти, степень влияния личности лидера на внешнюю и внутреннюю политику, способы получения власти и рекрутинг политических элит и т.д.

Возвращаясь к России, стоит отметить, что в начале 90-х политический режим рассматривался исследователями более как демократический с прилагательными. Однако уже в конце 90-х в академических кругах начинает складываться мнение, что российский режим остановился в своем демократическом развитии и более заметен дрейф в сторону авторитаризма. Разные исследователи определяли современный режим как управляемый плюрализм<sup>2</sup>, управляемую демократию<sup>3</sup>, скрытый авторитаризм<sup>4</sup>, олигархию<sup>5</sup>, виртуальный политический режим<sup>6</sup>, электоральный авторитаризм<sup>1</sup>,

---

<sup>1</sup>Diamond L. Thinking About Hybrid Regimes // Journal of Democracy. 2002. № 13(2). – P.23.

<sup>2</sup>Balzer H. Managed Pluralism: Vladimir Putin's Emerging Regime // Post-Soviet Affairs. 2003. № 19(3). – P.189–227.

<sup>3</sup>Colton T.J., McFaul M. Popular Choice and Managed Democracy: The Russian Elections of 1999 and 2000 [Электронный ресурс] // Библиотека онлайн. URL: <http://bookre.org/reader?file=1141602> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>4</sup>Hahn G. Managed Democracy? Building Stealth Authoritarianism in St. Petersburg // Demokratizatsiya. 2004. №12(2). – P.195–231.

<sup>5</sup>Fish M.S. Democracy Derailed in Russia: The Failure of Open Politics. N.Y., 2005.

<sup>6</sup>Wilson A. Virtual Politics: Faking Democracy in the Post-Soviet World. New Haven, 2005.

имитационную демократию<sup>2</sup>, бюрократический авторитаризм<sup>3</sup>, полностью авторитарный режим<sup>4</sup> и даже как умирающий политический мутант<sup>5</sup>. Говоря о типе политического режима в современной России, журналисты и специалисты, пусть и в разных терминах, однако в большинстве своем приходят к двум заключениям: во-первых, решающую роль в создании и поддержании режима играет личность В.В. Путина и, во-вторых, политический режим страны недемократичен по своей сути и является более авторитарным гибридным режимом («путинским режимом»), чем тот, что был в начале 2000-х и, более того, в начале 90-х<sup>6</sup>.

Исходя из вышеперечисленных определений и точек зрения относительно политического режима и гибридного режима, а также анализа академических и публицистических статей, посвященных политическому режиму в современной России, можно выделить ряд основных элементов, которым уделяется особое внимание при описании «путинского режима», а именно:

- характерные черты политических элит, находящихся у власти в стране;
- способы получения власти;
- характер взаимодействия и степень открытости и контролируемости обществом основных институтов власти, а также их политики;
- характер взаимодействия власти и народа.

При анализе медиатекстов выбранных печатных СМИ, была обнаружена некоторая закономерность: политическая элита современной России чаще всего отображается через фреймы «клика», «правлящая клика», «кремлевская клика»,

---

<sup>1</sup>Cameron R. Federalism and Electoral Authoritarianism under Putin // *Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization*. 2005. №13(3). – P.347–372.

<sup>2</sup>Shevtsova L. *Russia - Lost in Transition: The Yeltsin and Putin Legacies*. Washington, DC, 2007.

<sup>3</sup>Шевцова Л.Ф. Смена Режима или Системы? // *Полис*. 2004. №1. – С.47.

<sup>4</sup>Levitsky S., Way L.A. *Competitive Authoritarianism: Hybrid Regimes After the Cold War*. N.Y., 2010. – P.371.

<sup>5</sup>Piontkovsky A. *The Dying Mutant* // *Journal of Democracy*. 2009. № 20(2). – P.52–55; Silitski V. *Tools of Autocracy* // *Journal of Democracy*. 2009. № 20(2). – P.42–46.

<sup>6</sup>Colton T.J., Hale H.E. *The Putin Vote: Presidential Electorates in a Hybrid Regime* // *Slavic Review*. 2009. № 68(3). – P.473–503.; Smyth R., Lowry A., Wilkening, B. *Engineering Victory: Institutional Reform, Informal Institutions, and the Formation of a Hegemonic Party Regime in the Russian Federation* // *Post-Soviet Affairs*. 2007. № 23(2). – P.118–37; Taylor B.D. *Force and Federalism: Controlling Coercion in Federal Hybrid Regimes* // *Comparative Politics*. 2007. № 39(4). – P.421–440.

«путинская клика», реже как «гангстеры/мафия», «клептократы». Обращаясь к исследованию Ж.Т. Тощенко, постараемся понять значение термина «клика». «Термин “клика” также употребляется в отношении правящих групп, незаконно захвативших власть или обладающих ею без правовых, демократических оснований»<sup>1</sup>. Клика, полагает С.А. Эфиров, – «это закрытая группа сообщников, объединившихся для достижения любыми средствами неблагоприятных, корыстных целей...»<sup>2</sup>. Иногда понятие «клика» употребляется в качестве синонима понятия «банда» или «мафия». Эти два определения являются исчерпывающими, отображая ряд базовых характеристик такого понятия, как клика: закрытость, незаконность и недемократичность, эгоистичность и жадность.

Основной характеристикой кремлевской элиты является закрытость. Как было указано ранее в параграфе 2.1, в советское время политическая элита также характеризовалась закрытостью, исследователи и журналисты часто не понимали, что происходило в Кремле. В данных условиях личность лидера играла важнейшую роль политического флюгера, благодаря которому можно было составить представление о характере его окружения. Схожую ситуацию можно видеть и в западных медиатекстах. Отдельные представители кремлевской элиты в редких случаях являлись самостоятельными героями статей. Чаще всего они рассматривались через личность президента, его собственные интересы или при наличии прямого референса на него.

Выбранные печатные СМИ также отмечают, что большую часть окружения В.В.Путина составляют «siloviks» или выходцы из Санкт-Петербурга. Это подводит нас к следующему пункту, а именно методам рекрутинга. Так, Вирджиния Колдуон указывает, что в современной России присутствует несколько путей рекрутинга политической элиты, а именно: через личные связи (“blat”), через общее место работы, а также через бюрократический аппарат, в рамках которого кандидат должен

---

<sup>1</sup>Тощенко Ж.Т. Элита? Клань? Касты? Клики? Как назвать тех, кто правит нами? // Социологические исследования. 1999. № 11. – С.125.

<sup>2</sup>Современная западная социология: Словарь / сост. Ю. Н. Давыдов и др. М., 1990. – С.130.

продемонстрировать высокую лояльность группе<sup>1</sup>. Подобный способ рекрутинга ведет к клановости, закрытости и автономности, что и подчеркивается СМИ и исследователями. Помимо этого, закрытость ведет к тому, что исследователям и журналистам сложно рассуждать о будущих шагах режима, так как те не видят действующих лиц и не могут в полной мере рассмотреть мотивы разных группировок<sup>2</sup>. Так, в периоды внутренних (выборы 2011–2012) и внешних политических (Крым-Украина 2014–2015) шоков журналы подчеркивают непредсказуемость как президента, так и политических элит.

Еще одна черта, которая заставляет описывать кремлевскую элиту как мафию или клику, это превалирование неформальных связей. Как отмечают Фиона Хилл и Клиффорд Гэдди, «в реальности же его (В.В. Путина. – Авт.) стиль управления больше похож на стиль дона мафиозной семьи. С одной стороны, каждый участник является независимым игроком, с другой – каждый встроен в систему неформальных отношений, от которой зависит попадание на престижные посты, целый пакет возможностей и привилегий, включающих в себя и способы самообогащения. В качестве регулирующих механизмов, обеспечивающих правила игры, выступают связи и угрозы, а не положительные стимулирующие мотивы»<sup>3</sup>. Как указывалось ранее, в данных отношениях важной является лояльность, а не компетентность. «*As in a mafia, the word is bond, and loyalty matters more than competence*»<sup>4</sup>. Как и в мафии, данное слово непоколебимо и лояльность значит больше, чем компетентность. Этим объясняется низкий профессиональный уровень политических элит, а также частично неудачи в проводимой политике.

---

<sup>1</sup>Coulloudon V. Elite Groups in Russia [Электронный ресурс] // Demokratizatsiya. 2002. №6. URL: [https://www2.gwu.edu/~ieresgwu/assets/docs/demokratizatsiya%20archive/06-03\\_coulloudon.pdf](https://www2.gwu.edu/~ieresgwu/assets/docs/demokratizatsiya%20archive/06-03_coulloudon.pdf) (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup>Shevtsova L., Russia XXI: The Logic of Suicide and Rebirth. М., 2013. – P.25.

<sup>3</sup>Хилл Ф., Гэдди К. Шесть масок Владимира Путина (Mr. Putin: Operative in the Kremlin) [Электронный ресурс] // www.rulit.me. URL: <http://www.rulit.me/books/shest-masok-vladimira-putina-read-431036-1.html> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>4</sup>Russia's presidency. Guess who! [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/node/21530997> (дата обращения 01.05.2017).

Следующая черта, жадность, напрямую проистекает из вышеуказанных, а также из значительного количества коррупционных скандалов с участием членов политической элиты. Стоит отметить, что критика коррупционности используется на Западе для описания режима и всех его элементов и способов его функционирования.

Исходя из всего вышесказанного, можно заключить, что российская политическая элита изображается в качестве группы, обладающей всеми чертами преступной группировки или мафиозной семьи, которая преследует свои личные цели в ущерб общественным интересам. Данная группировка закрыта и автономна, регулирование внутри нее происходит с помощью неформальных правил и отношений, которые стоят выше закона, а также ее лидером – президентом, выступающим в роли рефери. Исходя из этого, периодические издания ставят под вопрос легитимность и законность политической элиты. Помимо этого, главной целью данной группировки является удержание и усиление своей власти, и поэтому она не заинтересована в резких изменениях и реформах. В связи с чем она описывается как консервативная и даже косная. Разумеется, в данном контексте любые ее действия трактуются в большинстве своем негативно. *«Mr. Putin had to face such accusations at all shows that a new understanding about Russia is taking hold: Russia is a mafia state — not only because it is run like the mafia, but also because it is run by organized crime»*<sup>1</sup>. Мистеру Путину пришлось во всех передачах сталкиваться с подобными обвинениями о том, что на Россию теперь смотрят по-новому: как на мафиозное государство. Не только потому, что она управляется, как мафия, а потому, что она управляется преступной организацией.

Следующим важным элементом «путинского режима» являются способы получения власти, а также связанный с ними уровень политических прав граждан. Как указывалось ранее, в современной политической науке

---

<sup>1</sup> Putin's Year in Scandals [Электронный ресурс] // The New York Times. URL: <http://www.nytimes.com/2016/01/06/opinion/putins-year-in-scandals.html?rref=collection%2Ftimestopic%2FPutin%2C%20Vladimir%20V> (дата обращения 01.05.2017).

присутствует большое количество типов авторитарных гибридных режимов. Однако единственное, что их объединяет, – это отсутствие или ущемление свойственного демократиям института свободных и честных выборов, которые способствуют регулярной сменяемости носителей власти. Более того, выборы как демократический институт являются, по мнению ученых и журналистов, одним из индикаторов демократичности режима, который отображает степень политических свобод, уровень развития демократии и характер взаимодействия общества и власти. Выбранный временной период ознаменовался одними президентскими (2012) и двумя думскими выборами (2011 и 2016). Все они, особенно выборы 2011–2012 электорального цикла, а также последующее выступление протестных групп, внимательно освещались выбранными СМИ и западными исследователями.

В академических кругах институт выборов в современной России чаще всего рассматривается в качестве инструмента легитимации гибридного или авторитарного режима, выстроенного В.В. Путиным<sup>1</sup>. Исследователи и журналисты выделяют ряд характеристик этого института в «путинском режиме», а именно: злоупотребление власти формальными и неформальными правилами, которые создают непомерно высокие препятствия для участия; ощутимо неравный доступ конкурентов к финансовым и медийным ресурсам; злоупотребление властными полномочиями для повышения поддержки и многочисленные случаи прямого мошенничества.

Если исходить из вышеуказанных характеристик выборов в современной России, победа партии власти в парламентских выборах 2011 г. была однозначно воспринята СМИ негативно и считалась результатом мошенничества и подтасовок. Говоря о парламентских партиях, участвующих в выборах, Дэвид Вайт указывает, что с приходом к власти В.В. Путина стало

---

<sup>1</sup>Gel'man V. The Rise and decline of electoral authoritarianism in Russia [Электронный ресурс] // The George Washington University. URL: [https://www2.gwu.edu/~ieresgwu/assets/docs/503-522\\_Gelman.pdf](https://www2.gwu.edu/~ieresgwu/assets/docs/503-522_Gelman.pdf) (дата обращения 01.05.2017); Gill G. The Decline of a Dominant Party and the Destabilization of Electoral Authoritarianism? // Post-Soviet Affairs. 2012. № 28(4). – P.449–471.; Petrov N., Lipman M., Hale H.E. Three dilemmas of hybrid regime governance: Russia from Putin to Putin // Post-Soviet Affairs. 2014. № 30(1). – P.1–26.; Colton T.J., Hale H.E. Putin's Uneasy Return and Hybrid Regime Stability The 2012 Russian Election Studies Survey // Problems of Post-Communism. 2014. № 61(2). – P.3–22.

сложно говорить хоть о какой-либо их самостоятельности<sup>1</sup>. Более того, Хейл указывает, что место реальной оппозиции заполняется провластными фиктивными проектами, которые намеренно канализируют голоса в правильном направлении, а сама роль партий в выборах ставится под вопрос<sup>2</sup>. Схожее положение можем видеть и в СМИ. Думские партии и их лидеры изображаются или в качестве марионеток, управляемых «кремлевским кукловодом Сурковым»<sup>3</sup>, или в качестве «клоунов» и «бесов», которые неспособны ни на что, кроме как развлекать и отвлекать народ от реальных проблем. *«In a country of 140m people with hug demographic, economic and regional problems, and a simmering war in the north Caucasus, elections ought to be a serious affair. But in place of proper debates about the country's future is a political marsh bubbling with imitators, clowns, nationalists, provocateurs and other imps».* В стране со 140-миллионным населением, серьезными демографическими, экономическими и региональными проблемами, а также незатихающей войной на Северном Кавказе выборы должны быть серьезным делом. Однако вместо серьезных дебатов о будущем страны мы видим политическое болото, бурлящее от имитаторов, клоунов, националистов, провокаторов и других бесов<sup>4</sup>.

Переизбрание В.В. Путина было однозначно воспринято журналами негативно. «The New York Times» и «The Economist» увидели в переизбрании очередной шаг к ужесточению и стагнации режима, подчеркивая, что Россия окончательно сошла с пути демократии. Важно отметить, что сами президентские выборы рассматривались в круге тем, посвященных выступлениям оппозиции и преследованиям ее лидеров. Самого президента чаще всего описывали как «once and future president» (Президент былого и грядущего. – Пер.) – немного измененное название пенталогии Теренса Уайта

<sup>1</sup>White D. Re-conceptualising Russian party politics // East European Politics. 2012. № 28(3). – P.211.

<sup>2</sup>Hale H.E. Hybrid Regimes: When Democracy and Autocracy Mix. In Dynamics of Democratization. Baltimore, 2011. – P.28.

<sup>3</sup> Billionaire Condemns Party He Led as a Kremlin ‘Puppet’ [Электронный ресурс] // The New York Times. URL: [http://www.nytimes.com/2011/09/16/world/europe/amid-political-rancor-russian-party-leader-mikhail-prokhorov-quits.html?hp&\\_r=0](http://www.nytimes.com/2011/09/16/world/europe/amid-political-rancor-russian-party-leader-mikhail-prokhorov-quits.html?hp&_r=0) (дата обращения 01.05.2017).

<sup>4</sup>Election in Russia. Welcome to the Circus [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/node/21529105> (дата обращения 01.05.2017).

«*Once and future king*» (Король былого и грядущего. – Пер.). Исходя из сюжета книг, журналисты скорее всего хотели сказать, что В.В. Путин больше никогда не оставит своего поста. В академических кругах президентские выборы 2012 года также были восприняты неоднозначно, во многом причиной тому является предположение ряда весьма уважаемых исследователей о том, что политическая система, в которой кандидат в президенты выигрывает с поддержкой около или более чем 70%, считается гибридным авторитарным режимом<sup>1</sup>. Более того, стоит не забывать о фреймах, которые используются в отношении В.В. Путина западными СМИ, таких как «Сталин» и «царь». В данном контексте выборы рассматриваются как фикция, а при их описании западные СМИ используют выражение И.В. Сталина «неважно, кто и как голосуют, важно, кто и как считает» в разных его вариациях.

Думские выборы 2016 года описывались по-другому. СМИ подчеркнули факт снижения требований к партиям и лицам для участия в выборах и другие послабления, однако журналы опять же трактовали данное действие как попытку власти всеми силами привлечь избирателей на участки для легитимности выборов и избежать возможного повторения выступлений 2011–2012 гг. Низкая явка, по мнению журналистов, стала результатом апатии российского общества, которое устало от постоянного мошенничества на выборах и не верит в честные выборы. Однако важно подчеркнуть, что критика выборов 2016 г. была значительно мягче, чем выборов 2011 г., впрочем, как и объем медиатекстов. Можно предположить, что одной из причин являются президентские выборы в США, которые оттянули на себя большую часть внимания. Говорить о какой-либо четкой позиции западных академических кругов также сложно, так как временной лаг между выборами и концом выбранного периода является очень коротким. Однако все равно заметно превалирование негативных тенденций.

---

<sup>1</sup>Diamond L. Thinking about Hybrid Regimes // Journal of Democracy. 2002. № 13(2). – P.21–35; Howard M.M., Roessler P.G. Liberalizing Electoral Outcomes in Competitive Authoritarian Regimes // American Journal of Political Science. 2006. № 50(2). – P.365–381; Levitsky S., Lucan A.W. The Rise of Competitive Authoritarianism // Journal of Democracy. 2002. № 13(2). – P.51–65.

Помимо этого, исследователи и журналисты уделяют внимание и ответу Кремля на выступление оппозиции в 2011–2012 гг. Такие действия, как возврат уголовной ответственности за клевету, ужесточение наказания и преследования за участие в акциях протеста, принудительная регистрация «иностранных агентов», а также давление, информационный шантаж и судебное преследование лидеров оппозиционных движений, описываются ярко и эмоционально и, само собой, трактуются в качестве подтверждения наличия в стране гибридного или чисто авторитарного режима. Критика судебной и исполнительной ветвей власти в вопросе преследования оппозиции будет рассмотрена ниже. Однако вместе с тем журналы позитивно восприняли внесистемную оппозицию и ее лидеров, подчеркивая, что грубые нарушения на выборах стали триггером для общественных выступлений и роста политического самосознания граждан.

Как указывает Магалони, в схожих с Россией политических режимах институт выборов используется в качестве инструмента внутривластной, и в особенности международной легитимации, позволяющей поддерживать в системе *status quo*<sup>1</sup>. Однако институт выборов в России ни журналистами, ни западными исследователями не рассматривается всерьез в качестве непредвзятого и демократического. Подобные выборы являются симуляцией, делающей современный политический режим в России «демократичным снаружи, но не внутри»<sup>2</sup>. Сами выборы чаще всего отображаются как буффонада или цирк, таким образом, подчеркивается их несерьезность. С другой стороны, они описываются с помощью фрейма «мошенничество», в рамках которого в качестве мошенников выступают В.В. Путин, партия власти и кремлевская элита, а в качестве жертв российский народ. Последний фрейм является более устойчивым за счет того, что сам президент описывается в качестве авторитарного лидера, а элита в качестве криминальной группировки.

---

<sup>1</sup>Magaloni B. The Game of Electoral Fraud and the Ousting of Authoritarian Rule // American Journal of Political Science. 2010. № 54(3). – P.751–765.

<sup>2</sup>Gorbachev M. Perestroika Lost [Электронный ресурс]// The New York Times. – URL: <http://www.nytimes.com/2010/03/14/opinion/14gorbachev.html>.

Значительное количество исследователей<sup>1</sup> указывают, что причиной столь высокой роли личности в российской структуре власти является слабая институализация политической системы, слаборазвитые демократические институты и, что важнее всего, несбалансированное разделение властей. Подобные условия делают личность лидера, находящуюся в основании политического режима, ключевым элементом и приводят к институциональному дисбалансу, в результате которого исполнительная власть имеет вес больше, чем законодательная и судебная, что, по мнению Корралеса, Пенфолда и Петрова, является характерной чертой гибридного режима<sup>2</sup>. Липман, Хейл и Петров указывают, что политический режим современной России характеризуется, в первую очередь, высокой степенью централизации власти, ее персонализацией, меньшими возможностями для политического соперничества, а также высокой степенью замены демократических институтов организациями, подвластными исполнительной власти<sup>3</sup>. По этой причине ряд западных исследователей, исходя из анализа характера отношений между тремя ветвями власти и президентом, указывают, что политический режим в России имеет яркие черты президентализма или суперпрезидентализма.

Так, вопрос относительно неравного характера отношений между исполнительной и законодательной ветвями власти в России начал подниматься почти сразу же<sup>4</sup> после событий октября 1993 г. и принятия новой конституции. Исследователей беспокоила непропорциональность разделения властей, когда законодательная власть потеряла почти все рычаги контроля над

---

<sup>1</sup>Hill F., Gaddy C. Mr. Putin: Operative in the White House. The Brookings Institute, Washington, 2013.; Ledeneva A.V. Can Russia modernise?: Sistema, power networks and informal governance. Cambridge, 2013; Hale H.E. Russian regime dynamics through 2025: Comparative thinking about the future // Russia 2025: Scenarios for the Russian Future, 2013. – P.125–142.

<sup>2</sup>Corrales J., Penfold M. Dragon in the Tropics: Hugo Chavez and the Political Economy of Revolution in Venezuela. Washington DC, 2011.

<sup>3</sup>Petrov N.V., Lipman M., Hale H.H. Overmanaged Democracy in Russia: Governance Implications of Hybrid Regimes. M., 2010. № 106.

<sup>4</sup>Moor R. The Path to the New Russian Constitution [Электронный ресурс] // The George Washington University. URL: [https://www2.gwu.edu/~ieresgwu/assets/docs/demokratizatsiya%20archive/03-1\\_Moore.PDF](https://www2.gwu.edu/~ieresgwu/assets/docs/demokratizatsiya%20archive/03-1_Moore.PDF) (дата обращения 01.05.2017); Sharlet R. Reinventing the Russian State: Problems of Constitution Implementation [Электронный ресурс] // The John Marshall Law School library. URL: <http://repository.jmls.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1766&context=lawreview> (дата обращения 01.05.2017); Weisman A. Separation of Powers in Post-Communist Government: A Constitutional Case Study of the Russian Federation // American University International Law Review. 1995.

президентом и исполнительной властью. Как указал Вильям Парлетт, выбранный путь реформ привел к эрозии механизма сдержек и противовесов и дисбалансу ветвей власти в сторону усиления роли президента и исполнительной власти<sup>1</sup>.

С приходом В.В. Путина, по мнению журналистов и исследователей, наметившиеся тенденции усилились, приведя к тому, что в случае разногласий по какому-либо вопросу между законодательной и исполнительной властью решение будет принято в пользу последней<sup>2</sup>. Данное положение, по мнению ученых, усугубилось появлением так называемой партии власти или, как ее часто называют, «партии Путина» и получением ею большинства в Думе. Цели, механизмы и способы удержания подобного большинства были указаны выше, поэтому эта партия не рассматривается в качестве реального проводника воли избирателей. Исследователи и журналисты также подчеркивают тесную связь между правящей элитой и «Единой Россией», сводя функции последней в парламенте к поддержанию власти за счет большинства в Думе, контролю законодательного процесса и обеспечению личной поддержки президенту. Среди СМИ данная позиция стала особенно заметна в период принятия Думой законов о протестных акциях и НКО, а также ряда других законов, принятых после выборов 2011–2012 электорального цикла.

Таким образом, выбранные журналы отображают Думу в качестве инструмента действующей власти. Она не способна противостоять исполнительной власти и президенту по причине имитационного характера существующего института выборов и наличия «партии власти», которая создана президентом и его элитой и действует лично в их интересах.

Судебная система современной России чаще всего описывается СМИ в контексте громких политических дел, таких как арест Ходорковского, дело

---

<sup>1</sup>Partlett W. Separation of Powers without Checks and Balances: The Failure of Semi-Presidentialism and the Making of the Russian Constitutional System, 1991–1993 // *The Legal Dimension in Cold-War Interactions: Some Notes from the Field*. 2012. – P.105–140.

<sup>2</sup> Is there Separation of Powers in Russian [Электронный ресурс] // Carnegie Endowment for International Peace. URL: <http://carnegieendowment.org/2001/01/09/is-there-separation-of-powers-in-russia-event-250> (дата обращения 01.05.2017).

«Pussy Riot», преследование лидеров оппозиции и т.д. Выбор подобного рода контекста не случаен, данные дела преподносились СМИ в качестве индикатора несправедливости и зависимости судебной системы современной России, а также для ее позиционирования в качестве инструмента, используемого властью для преследования и давления на силы, представляющие опасность для действующего режима. Таким образом, судебная система описывается не как «rule of law», а как «rule by law».

Академические круги также поднимают тему независимости судебной власти. Так, Питер Солон указывает, что за период нахождения у власти В.В. Путин реализовал ряд судебных «контрреформ», которые значительно повысили его власть и вместе с тем дали возможность влиять на важные для него судебные дела<sup>1</sup>. Он же подчеркивает, что в российской судебной практике важным элементом остаются неформальные связи, а также так называемое *telephone law* (телефонное право. – Пер.), которые значительно снижают независимость судебной власти и подрывают к ним доверие<sup>2</sup>. Так, «The Economist» предостерегает зарубежных бизнесменов от ведения бизнеса в России, говоря, что они могут потерять все, так как судебная система не сможет защитить их от произвола власти, а даже наоборот. «*British Petroleum should have known that the firm was built on stolen property. Much more important, if the courts so will it, that would be the law*». ВР должна была знать, что эта фирма (Роснефть. – Пер.) была построена на украденном имуществе. Более того, если суд захочет, подобная практика станет законом<sup>3</sup>. Более того, отмеченная выше институциональная слабость изначально ставит под вопрос независимость судей, так как в подобных условиях им приходится действовать

---

<sup>1</sup> Solomon P., Jr. Threats of Judicial Counterreform in Putin's Russia // *Demokratizatsia*. 2005. № 13(3). – P.325–345.

<sup>2</sup> Solomon P., Jr. Law in Public Administration: How Russia Differs // *Journal of Communist Studies and Transition Politics*. 2008. № 24(1). – P.115-35; Grzymala-Busse A., *Informal Institutions and the Post-Communist State : The National Council for Eurasian and East European Research* [Электронный ресурс] // University Center for International Studies. 2004. URL: [https://www.ucis.pitt.edu/nceeer/2004\\_818-02f\\_Grzymala-Busse.pdf](https://www.ucis.pitt.edu/nceeer/2004_818-02f_Grzymala-Busse.pdf) (дата обращения 01.05.2017).

<sup>3</sup> Russia and Yukos. Bound Over [Электронный ресурс] // *The Economist*. URL: <http://www.economist.com/news/leaders/21656186-kremlin-cares-little-rule-law-home-western-courts-are-less-malleable-bound> (дата обращения 01.05.2017).

в рамках политической конъюнктуры и интересов правящей группы<sup>1</sup>. При этом отмечается, что в период правления В.В. Путина даже конституционный суд, по мнению ряда исследователей, стал менее независимым и более подчиненным исполнительной власти и президенту<sup>2</sup>.

В подобных условиях как исследователи, так и журналисты указывают на наличие так называемого избирательного преследования, особенно в отношении политической оппозиции. Все обвинения и судебные процессы с участием оппозиционных лидеров или правозащитников за выбранный период не рассматривались всерьез и считались сфабрированными и ангажированными. Журналы единогласно указывают, что решения по всем политическим процессам в современной России принимаются не в зале суда, а в Кремле. Это усугубляется критикой законодательной власти, которая принимает, по мнению журналистов, дискриминационные законы.

Таким образом, как выбранные журналы, так и значительное количество западных исследователей отмечают, что в современной России присутствует ощутимый дисбаланс в разделении властей. Более того, указывается, что действующий президент, исходя из вышеуказанных целей и личного характера, всячески стремится укрепить контроль над всеми ветвями власти с целью их использования для удержания власти и преследования оппозиции. В этом положении их самостоятельность находится под большим вопросом, а сами институты рассматриваются в качестве инструментов легитимации действующей власти.

Исходя из всего вышесказанного, мы пришли к следующим выводам, а именно:

- политический режим современной России рассматривается в качестве чисто авторитарного режима или гибридного режима, который отказался от демократического развития и на данный момент сползает в авторитаризм;

---

<sup>1</sup> Solomon P., Jr. Courts and Judges in Authoritarian Regimes // World Politics. 2007. № 60(1). – P.124.

<sup>2</sup> Trochev A. Judging Russia: The Role of the Constitutional Court in Russian Politics, 1990-2006. Cambridge, 2008; Trochev A. Less Democracy, More Courts: A Puzzle of Judicial Review in Russia // Law & Society Review. 2004. № 38(3). – P.513–548.

- политическая элита воспринимается в качестве закрытой и автономной группы, которая преследует только свои собственные цели и использует недемократические методы;
- отображение политической элиты в качестве преступной группировки ставит под вопрос ее легитимность и законность в глазах читателей, создавая ярко негативный образ;
- институт парламентских и президентских выборов не рассматривается всерьез как независимый и законный, а считается инструментом для легитимации власти В.В. Путина и его элиты;
- наличие реальных политических свобод в России ставится под вопрос, подчеркивается преследование реальной демократической оппозиции;
- указывается на отсутствие независимости трех ветвей власти, которые рассматриваются как инструмент поддержания легитимности, а также защиты режима от возможных угроз;
- важно подчеркнуть, что фрейминг, прайминг и информационная повестка дня являются лишь медиаинструментами и должны рассматриваться отдельно от контента, которым наполняются. Они являются инструментами донесения информации и коммуникации в условиях современного информационного общества. Иными словами, их использование не говорит о том, что продвигаемая ими порой эмоционально заряженная информация является ложной или сфабрикованной;
- западные журналисты и исследователи отмечают, что личность В.В. Путина является ключевым элементом политического режима современной России – как для политической элиты, которая формируется и отбирается им, так и для политических институтов, которые находятся под полным его контролем;
- «Путинский режим» чаще всего используется СМИ в качестве собирательного образа с целью упрощения представления существующего в России политического режима, а также эмоционального наполнения той или иной проблемы, рассматриваемой в медиатексте, в свою очередь, среди

западных академических кругов отсутствует единый термин или определение в отношении современного политического режима в России.

## **2.3 Структура негативного имиджа России и основные имиджевые вызовы**

Интенсивность информационного противостояния между западными странами и Россией столь высока и масштабна, что невольно напоминает многолетнюю и широкомасштабную информационную кампанию периода «холодной войны». Россия в настоящее время находится в сложном политическом и экономическом положении и вынуждена отвечать на серьезные внутри- и внешнеполитические вызовы и экономические шоки. Вместе с тем по причине всевозрастающей медиатизации политических отношений и активной роли СМИ России приходится отстаивать свое право на независимую политику, по большей части в недоброжелательно настроенном западном медиaprостранстве. Так, уже более четырех лет уровень агрессивности западных СМИ в отношении России остается высоким<sup>1</sup>. Более того, анализируя результаты социологических опросов института Гэллага, была выявлена тенденция к ухудшению образа России в глазах американцев наравне с обострением негативной информационной повестки дня в отношении России как недружественной и даже враждебной силы<sup>2</sup>. В подобном информационном противостоянии международный имидж подвергается сильнейшему давлению, что, в свою очередь, может повлиять и на реализацию внешнеполитических проектов. Проанализировав основные элементы имиджа российского

---

<sup>1</sup>Россия в зеркале мировых СМИ: санкции и селедка кусочками. [Электронный ресурс] // РИА Новости. URL: <http://ria.ru/analytics/20150827/1208925145.html> (дата обращения 01.05.2017); Россия в зеркале мировых СМИ: "путинофобия" или "антипутинизм"? [Электронный ресурс] // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/analytics/20160406/1403457282.html> (дата обращения 01.05.2017); Россия в зеркале мировых СМИ: Россия Западу не по зубам [Электронный ресурс] // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/analytics/20161228/1484834618.html> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup> Russia [Электронный ресурс] // Официальный сайт института Гэллага. URL: <http://www.gallup.com/poll/1642/russia.aspx> (дата обращения 01.05.2017); In U.S., Record 68% View Russia as Unfriendly or an Enemy [Электронный ресурс] // Официальный сайт института Гэллага. URL: [http://www.gallup.com/poll/168110/record-view-russia-unfriendly-enemy.aspx?g\\_source=Russia+favorability&g\\_medium=search&g\\_campaign=tiles](http://www.gallup.com/poll/168110/record-view-russia-unfriendly-enemy.aspx?g_source=Russia+favorability&g_medium=search&g_campaign=tiles) (дата обращения 01.05.2017).

государства в западной периодике, в данной части нашего исследования мы укажем возможную структуру негативного имиджа России, его характеристики, а также отобразим основные механизмы, которые позволяют его воспроизводить. Помимо этого, будут показаны основные сложности или вызовы, которые минимизируют или полностью нивелируют позитивные эффекты имиджевых проектов и международной информационной политики.

В процессе проведения исследования была обнаружена определенная закономерность. Почти во всех статьях, описывающих политическое и экономическое положение в стране, как в медиатекстах, так и в академических статьях, присутствует прямая или косвенная ссылка на личность президента как на причину текущего положения в стране или проводимой политики. Другие темы, такие как политическая элита, внешняя и внутренняя политика, выстраиваются вокруг личности президента. Это позволяет визуализировать структуру современного негативного имиджа России в англоязычной периодике в виде перевернутого треугольника. Данный треугольник состоит из нескольких уровней, начиная с основания:

- личность президента и его интересы;
- идеологический конструкт «путинизма»;
- политическая элита;
- государственные институты;
- проводимая внутренняя и внешняя политика;
- последствия данной политики или описание общественно-политической и экономической ситуации в стране.

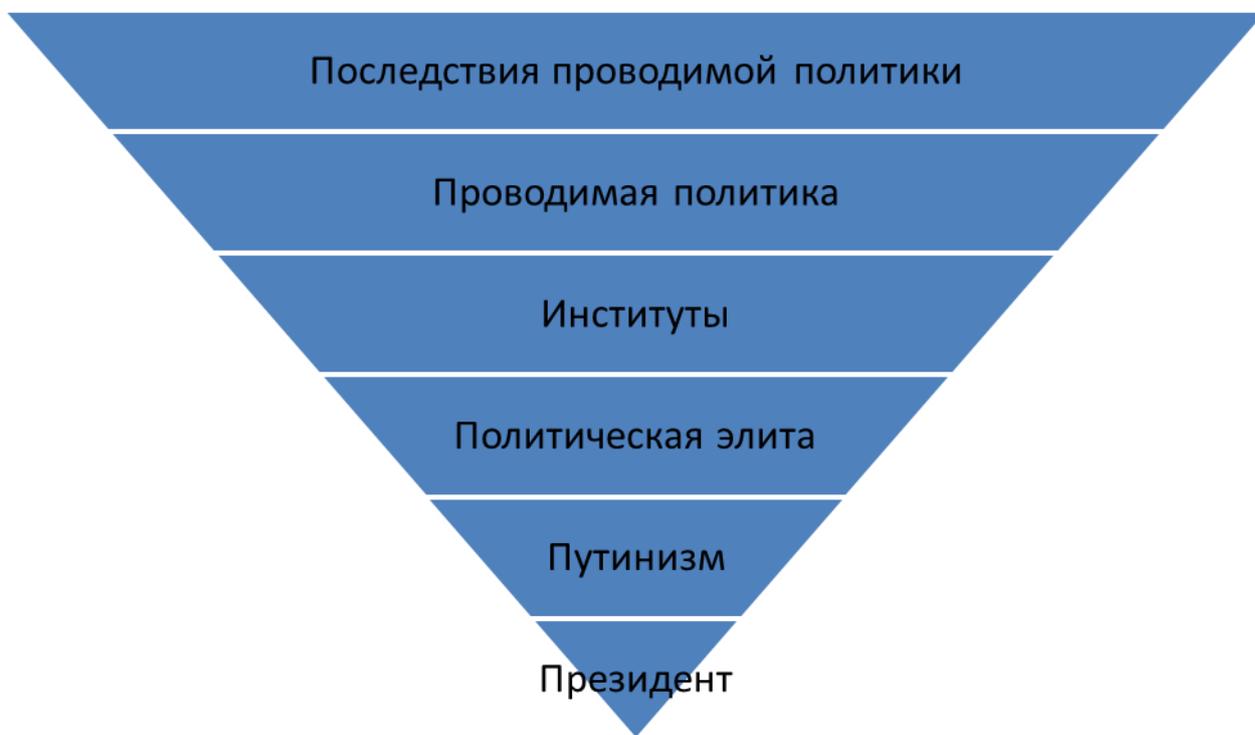


Рис. 1 – Модель структуры негативного имиджа

Как отмечалось выше, в основании структуры находится личность президента, она помещена нами туда по двум причинам. Во-первых, из-за более частого использования в медиатекстах в сравнении с другими темами и группами. Во-вторых, из-за особого внимания, которое уделяется его личности в ранее рассмотренных западных академических работах. Это может быть объяснено тем, что сам по себе интерес к личности президента России, его вкладу в формирование имиджа страны определяется его ролью в сложившейся отечественной политической культуре<sup>1</sup>, особенностями «героического брендинга политического товара», к которому можно отнести и составные части имиджа России<sup>2</sup>. Более того, черты личности и критика В.В. Путина в основании треугольника во многом однообразны и не столь широки, вместе с тем критика его окружения, проводимой политики, а также описание последствий значительно разнообразней и шире. Анализируя собранный материал, мы пришли к заключению, что за все пять с половиной лет личность

<sup>1</sup> Щербинин А.И. Государь и гражданин // Полис. Политические исследования. 1997. – № 2. – С.159–171.

<sup>2</sup> Щербинина Н.Г. Конструирование виртуальной реальности и героический брендинг политического товара// Политический маркетинг. 2009. – № 2. – С.34–57.

В.В. Путина являлась осью повествования для большинства журнальных статей, сохраняя первенство по количеству упоминаний и использований.

В описании личности президента делается упор на его прошлое в КГБ и симпатию к эпохе СССР. Его личности приписывается грубость, циничность, бескомпромиссность, отсутствие такта, непредсказуемость, жесткость и порой жестокость и т.д. Помимо этого, она чаще всего описывается с использованием фреймов: авторитарный лидер/новый Сталин или царь/монарх. Подобные черты являются устоявшимися и могут быть замечены почти в каждой статье, посвященной президенту или его действиям. К тому же, сравнивая исследовательские работы, которые рассматривали схожую тематику за более ранний период и на основании иных источников<sup>1</sup>, мы пришли к заключению, что данные характеристики устоялись и транслируются из года в год почти без изменений. Наблюдается только изменение их набора и соотношения в отдельно взятом медиатексте, однако каких-либо новых негативных и, более того, позитивных характеристик почти не появляется.

Его личность является призмой в описании почти любой проблемы современной России, а также ее внешней и внутренней политики и рассматривается как причина именно неблагоприятных последствий. Например, любовь к СССР приводит к копированию структуры власти, служба в КГБ – к жесткой иерархичности и нарушениям прав человека, меркантильность – к государственной коррупции и цинизму. Как отметил Андрей Цыганков, в западных, и особенно американских СМИ присутствует чуть ли не прямое отождествление В.В. Путина и политической системы<sup>2</sup>. Так,

---

<sup>1</sup>Давыборец Е.А. Формирование имиджа лидера современного государства: на примере президентов России и США: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. Санкт-Петербург, 2008. – 183 с.; Феклюнина В.С. Политический имидж России в американской прессе 2000-2004 гг.: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. Саратов, 2005. – 200 с.; Бондарева Л.В. Динамика политического имиджа России в качественной прессе США: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. Москва, 2007. – 144 с.; Tsygankov A.P. The dark double: the American media perception of Russia as a neo-Soviet autocracy, 2008-2014 // Politics. 2016. [Электронный ресурс] academia.edu. URL: [https://www.academia.edu/24791418/The\\_dark\\_double\\_the\\_American\\_media\\_perception\\_of\\_Russia\\_as\\_a\\_neo-Soviet\\_autocracy\\_2008-2014](https://www.academia.edu/24791418/The_dark_double_the_American_media_perception_of_Russia_as_a_neo-Soviet_autocracy_2008-2014) (дата обращения 01.05.2017); Weber Yu. Petropolitics and Foreign Policy: Fiscal and Institutional Origins and Patterns of Russian Foreign Policy, 1964–2012: PhD dissertation. Austin, 2014.

<sup>2</sup>Tsygankov A.P. The dark double: the American media perception of Russia as a neo-Soviet autocracy, 2008–2014 // Politics. 2016. [Электронный ресурс] academia.edu. URL: [https://www.academia.edu/24791418/The\\_dark\\_double\\_the\\_American\\_media\\_perception\\_of\\_Russia\\_as\\_a\\_neo-Soviet\\_autocracy\\_2008-2014](https://www.academia.edu/24791418/The_dark_double_the_American_media_perception_of_Russia_as_a_neo-Soviet_autocracy_2008-2014) (дата обращения 01.05.2017).

налицо сильнейшая корреляция между позицией ряда периодических журналов относительно личности президента и общим отношением к политическому режиму. Подобное отношение американских политических элит можно увидеть в последнем докладе исследовательского управления конгресса США<sup>1</sup>, где подчеркивается, что президент буквально вездесущ («omnipresence» или «ubiquity») и участвует чуть ли не во всех делах страны. Во многом данный взгляд на структуру политической системы современной России позволяет понять, почему многие реформы и преобразования не приносят, по мнению западных СМИ, позитивного эффекта. Они попросту преподносятся западными средствами массовой информации в качестве новой уловки президента, которую не стоит рассматривать всерьез.

Помимо этого, на первом уровне также располагаются интересы президента и причины, по которым он находится у власти. Говоря о его интересах, журналисты, как и широкий ряд западных исследователей, чаще всего описывают их как эгоистичные и меркантильные. Его первостепенной целью, по мнению журналистов, является удержание и, по возможности, постоянное расширение его власти как внутри страны, так и за рубежом. Его интересы и цели напрямую увязываются с личностными характеристиками президента и указанными выше фреймами его восприятия и описания. Достаточно редко эта тема может выступать в качестве самостоятельной, однако почти всегда является вспомогательной, описывая причины и интенции, которые двигают президентом при принятии того или иного политического решения.

После личности президента идет идеологический конструкт «путинизм», который вбирает в себя личностные характеристики и интересы В.В.Путина. Как указывалось выше, «путинизм» имеет двойственную натуру. С одной стороны, академическими кругами он рассматривается в качестве идеологического конструкта для проведения внутренней и внешней политики,

---

<sup>1</sup>Information Warfare: Russian Activities [Электронный ресурс] // Federation of American Scientists. URL: <https://fas.org/sgp/crs/row/IN10563.pdf> (дата обращения 01.05.2017).

который также позволяет президенту и правящей элите трактовать прошлое и выстраивать конструкт будущего. Вместе с тем это также набор принципов, на основании которых существует политический режим, например, то, что «большой бизнес» в России не должен влиять на политику и т.д. Именно в данном понимании он используется в нашей структуре. С другой стороны, данный концепт чаще всего используется журналистами в качестве инструмента критики и описания общественно-политической и экономической ситуации в стране. При этом он не имеет четких границ и может подразумевать как критику поведения президента (опоздания на встречи и грубость при общении), методов ведения внешней и внутренней политики, так и отдельных законов и действий.

После интересов и идеологического конструкта следует уровень, посвященный окружению президента, или современной российской политической элите (в первую очередь имеется в виду так называемое кремлевское окружение). Политическая элита является закрытой и напрямую связана с личностью президента, ввиду того что она объединяется и рекрутируется исходя из степени лояльности кандидатов к его интересам и приверженности принципам, указанным в схеме, именуемой на Западе «путинизмом». Помимо этого, западные исследователи отмечают, что российская политическая элита не является гомогенной и состоит из разнообразных группировок, порой имеющих диаметрально противоположные интересы. В подобных условиях охарактеризованные выше компоненты «идеологический конструкт» и «президент» позволяют объединить элиту. Более того, исходя из логики медиатекстов, почти любое действие каждого члена «кремлевской элиты» совершается по приказу президента или, как минимум, с его молчаливого одобрения. Подобное отношение также отражается в вопросах, задаваемых иностранными журналистами в личных интервью с президентом. Темы, посвященные его окружению, рознятся от года к году (выбор личности, темы, в рамках которых они обсуждаются), но все же остаются достаточно гомогенными, благодаря его личности. Имеется в виду,

что в большинстве медиатекстов, посвященных члену «элиты», обязательно присутствует референс в сторону президента. Помимо этого, его окружение зачастую описывается, как мафия, которая опять же объединена общими преступлениями и меркантильными планами по получению большего количества денег и удержанию власти в своих руках, не гнушаясь использованием незаконных приемов.

Далее в структуре имиджа следуют институты, которые контролируются элитой президента и используются им для достижения своих меркантильных целей. В этом контексте западные исследователи и журналисты ставят под вопрос функционирование механизма сдержек и противовесов, а также независимость ветвей власти. Судебная власть компрометируется ими на основании судебных процессов над М. Ходорковским, А. Навальным и рядом других представителей внесистемной оппозиции, законодательная – критикой института выборов и принятием, по их мнению, антидемократичных законов, подконтрольность исполнительной власти не оспаривается вовсе.

Следующий уровень вбирает в себя внешнюю и внутреннюю политику, которая принимает форму определенных законов, действий и заявлений властей. Исходя из личности и интересов президента, характера политических элит и степени подконтрольности им государственных институтов, журналисты формируют и описание внешней политики. Чаще всего она описывается в негативных тонах. В свою очередь, проводимая политика приводит к определенным политическим и социально-экономическим последствиям, которые и являются последним уровнем данного треугольника. Данный уровень включает очень широкий спектр тем, которые могут меняться исходя из общей конъюнктуры и информационного повода и описываются более разнообразным языком и эпитетами: конец 2011 – начало 2012 года – это выборы, вторая половина 2012 и начало 2013 года – борьба с оппозицией, провальная борьба с коррупцией, подготовка к олимпиаде, 2014 год – олимпиада и связанные с ней коррупционные скандалы, ухудшение экономического положения и кризис на Украине, Крым, катастрофа Боинга 777

над Донецком, вмешательство в выборы США и других стран, «дело Скрипалей» и т.д.

Исходя из результатов проведенного анализа можно отметить, что имидж России, создаваемый зарубежными изданиями, формируется вокруг имиджа президента, что, как мы считаем, делает имидж страны очень косным. Данная косность выражается в том, что любые действия по улучшению имиджа страны, действующие выше базового уровня, не имеют достаточного эффекта, так как они нивелируются негативным имиджем президента. Вместе с тем улучшение имиджа самого президента является чрезвычайно сложной задачей в условиях современных международных отношений и ввиду уже сложившегося языка критики. В качестве примера можно привести несколько наиболее заметных попыток: освещение полномасштабной борьбы с коррупцией 2012–2013 гг., а также действия по повышению инвестиционной привлекательности страны. Данные кампании освещались выбранными журналами как симуляция борьбы, так как коррупция не является тем преступлением, за которое в России сажают в тюрьму, или, более того, «коррупция склеивает современную экономическую и политическую систему России»<sup>1</sup>. Что касается повышения инвестиционной привлекательности, указывается, что в условиях «путинского режима» повышение привлекательности невозможно, так как выстроенная им экономическая система из друзей-олигархов очень опасна для ведения бизнеса. Чаще всего данное утверждение рассматривается изданиями на примере дела Ходорковского или соглашения ВР и Роснефти (утверждается, что Роснефть пытается продать часть имущества, незаконно полученного после суда над «Юкосом»). Таким образом, эти кампании не рассматриваются всерьез данной периодикой, главной причиной неудач в их осуществлении, по мнению журналистов, является личность президента.

Политические реформы, к примеру, понижение порога членства для регистрации партии или введение прямых выборов губернаторов,

---

<sup>1</sup>Russia's future. Putin his place [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/node/21538800> (дата обращения 01.05.2017).

рассматриваются не как повышение конкурентоспособности и возможность появления новых, свежих политических сил на сцене, а однозначно, как очередной «трюк» и попытка сохранения власти В.В. Путиным и его элитой. С одной стороны, путем расчленения политических сил, а с другой – с помощью административной чистки и создания новых контролируемых Кремлем партий. Олимпийские игры в Сочи, рассматриваемые внутри страны как самая большая имиджевая победа в современной истории России, считаются примером масштабной коррупции на всех уровнях и злоупотребления властью, которые опять же являются следствием слабости институтов, непродуманной политики президента и коррумпированности элит. *The Olympics are widely seen as an extravagant caprice of Russia's rulers, especially its flamboyantly macho president, rather than a common national effort. Олимпийские игры (2014 года. – Пер.) широко рассматриваются как экстравагантный каприз правителей России, и особенно ее яркого президента-мачо, а не как общенациональное стремление*<sup>1</sup>. В «The Economist», «The New York History» и «The Current History» авторы не скрывали своей позиции относительно Игр и указывали, что они обязаны провалиться и что они являются отчетливым примером нежизнеспособности системы. Более того, в дальнейшем так называемые допинговые скандалы напрямую связывались с политическим режимом и личностью В.В. Путина. Критика имела следующую структуру: допинговая политика проводилась системно и государственными структурами (Министерство спорта), контролируемые ставленниками президента (В.Л. Мутко и др.) по его личному указу, так как ничего не происходит без согласия президента. Результаты крупного имиджевого проекта «Сочи-2014» начали ставиться под большой вопрос.

Таким образом, указанная структура объясняет низкую эффективность в улучшении имиджа России. Действия, направленные на периферийные уровни имиджа, малоэффективны, так как не могут исключить фактор личности

---

<sup>1</sup>Putin's Russia: Sochi or Bust [Электронный ресурс] // The Economist. URL: <http://www.economist.com/news/briefing/21595428-conspicuous-dazzle-games-masks-country-and-president-deepening-trouble-sochi> (дата обращения 01.05.2017).

президента как базового элемента политической и экономической системы страны. Фактор разделения властей также не может быть использован с максимальной эффективностью. Законодательная власть (Дума и Совет Федерации) рассматриваются как институты, имеющие своей целью создание репрессивных законов и законов, укрепляющих власть В.В. Путина. Исполнительная власть и так находится под прямым контролем президента, особенно силовые структуры, т.н. «siloviks». Судебная власть не рассматривается всерьез, каждый раз, когда поднимается вопрос касательно суда над оппозицией и Ходорковским, напрямую указывается, что решения спускаются сверху, т.е. от президента. Экономический сектор контролируется олигархами В.В. Путина. Таким образом, любое воздействие на периферию постепенно спускается к основанию – образу президента.

Таким образом, имиджу России сложно отойти от его личности, сужая пространство для информационного маневра. Негативный политический имидж России сложно разбавить другими личностями или структурами, так как все они воспринимаются изданиями и исследователями как часть т.н. «путинского режима». С позиции стороны, которая формирует негативный имидж России, данное положение вещей очень удобно, всю многогранность политической и социально-экономической систем можно легко свести к описанию одного человека, его биографии и личностных черт. Так, в некоторых статьях авторы напрямую строят свои предположения о выборе той или иной политики исходя из анализа личности президента, которая на данный момент имеет ярко негативный имидж, созданный с использованием таких фреймов, как «царь», «Сталин» и других. При этом использование и постепенное укрепление схожих метафор и фреймов можно найти также и в таких изданиях, как «The Washington Post», «The Wall Street Journal», «The Times» и других<sup>1</sup>.

В эпоху «постправды» информационные технологии и массмедиа позволяют эффективно упрощать и эмоционально заряжать информацию и

---

<sup>1</sup>Виноградова Н.С. Политико-психологический анализ образа России в англо-американских печатных СМИ: исследование 2008-2009 гг.: дис. ... канд. полит. наук: 19.00.12. М., 2010. – 138 с.

образы действительности, давая возможность сознанию человека воспринимать их легче и быстрее. Новые медиатехнологии помогают сделать их яркими, повышая шанс, что они не будут пропущены человеком в огромном потоке повседневной информации. Это можно видеть на примере современного политического имиджа России, который постепенно упрощается, все отчетливее представляя из себя яркую и порой гневную критику личности президента и его политики. Язык же этой критики из года в год начинает принимать форму структурированного метанарратива с четкой градацией и иерархией символов, которые используются в описании. Опасным является то, что этот метанарратив начинает использоваться и по отношению к другим странам и описанию их положения, а именно термины «путинский путь», «путинский стиль», «путинизм» и др. по отношению к ряду восточноевропейских стран. Если личность президента играет столь большую роль в формировании внешнеполитического имиджа страны, возможно, необходимо пересмотреть соотношение внешнеполитических и внутривнутриполитических элементов в его структуре с целью сделать его гибче и универсальнее. Важно четко систематизировать язык современного политического имиджа России и использовать полученные знания с целью снижения влияния негативных информационных, политических и экономических шоков.

В итоге можно утверждать, что имидж президента В.В. Путина играет решающую роль в формировании имиджа России, который имеет форму перевернутого треугольника. Сама личность президента используется для упрощения и примитивизации имиджа власти в России. Критика же президента напрямую или косвенно присутствует в большинстве статей из указанных периодических изданий. За указанный период 2011–2016 гг. наблюдается тенденция по структурированию языка критики и его использованию в отношении других стран и политических лидеров.

Помимо этого, говоря о выбранной структуре имиджа, стоит подчеркнуть, что такого рода разделение на уровни/группы ставит своей целью

упрощение восприятия огромного массива информации, что создает широкие конструктивистские возможности, как для традиционных, так и современных технологий, а сами группы не имеют и не могут иметь четких границ, особенно в рамках отдельно взятого текста. По нашему мнению, именно данная структура указывает в первую очередь на важность того или иного элемента, а также отображает разнообразие тем и характеристик. К примеру, рассмотрение политической элиты невозможно без ссылок на президента и его интересы, при рассмотрении государственных институтов чаще всего обнаруживаются ссылки на политическую элиту и президента с его интересами и т.д. Это показывает, что почти любые имиджевые проекты или информация из российских СМИ или официальных источников, скорее всего, будут рассмотрены через личность президента.

Помимо этого, в процессе анализа западных академических работ также выявлен ряд вызовов и проблем, которые способствуют сохранению негативного имиджа, а также минимизируют позитивный эффект имиджевых проектов. В первую очередь, стоит упомянуть следующие четыре вызова:

- закрытость политических элит;
- конфликт национальных и международных медиатекстов;
- несогласованность имиджевой политики;
- негативные стереотипы и крайне критическое отношение к России.

Как указывает И.А. Василенко, «в целенаправленном формировании имиджа государства участвуют не только политтехнологи, но и прежде всего элита страны. При этом ключевая роль при продвижении позитивного имиджа государства отводится публичной дипломатии, осуществляющейся с помощью неофициальной внешнеполитической деятельности не зависящих непосредственно от правительства политических акторов – неправительственных организаций, движений и институтов, деятельность которых направлена на сохранение мира, развитие и улучшение

межгосударственных отношений»<sup>1</sup>. Таким образом, главной чертой политической элиты должна быть открытость и, исходя из высокой степени медиатизации политических отношений, умение общаться со СМИ. Вместе с тем в процессе анализа медиатекстов и западных академических работ обнаружилось, что российская политическая элита описывается в первую очередь как закрытая. В подобных условиях стороннему наблюдателю (как исследователю, так и журналисту) очень сложно разглядеть, что происходит внутри политической системы, и предугадать возможные действия. Вкупе с превалированием неформальных связей над формальными требованиями и процедурами такое положение вещей отводит значительное место для спекулятивных рассуждений и предположений относительно закулисных интриг. Это опять же может трактоваться как непредсказуемость и превалирование неформальных связей, ведь когда борьба переносится за кулисы, это повышает непредсказуемость политического процесса, что, в свою очередь, понижает и доверие к игрокам.

На Западе для политиков жизненно важным является умение общаться со СМИ, как с национальными, так и с зарубежными, особенно в периоды острых кризисов и шоков. Более того, как указывалось ранее, на Западе внимание СМИ рассматривается в качестве стратегического ресурса, за который идет постоянная борьба. Однако в России до сих пор присутствует своеобразная реактивность во взаимодействии со СМИ, слабой является и культура данного взаимодействия. Проблема информационной закрытости является результатом ряда причин, среди которых историческая память (СССР), менталитет, нехватка ресурсов или непонимание важности проведения политики открытости, которая требует дополнительных вложений, как материальных, так и временных<sup>2</sup>. Однако в современном информационном сообществе становится все сложнее обходиться только ограничением утечек негативной информации в СМИ. Власти приходится реагировать на сторонние раздражители, что, в свою

---

<sup>1</sup>Василенко И. А. Имидж России: концепция национального брендинга // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2012. – №4 (24). – С. 69–70.

<sup>2</sup>Ачкасова В.А., Минтусов И.Е., Филатова О.Г. GR и лоббизм: теория и технологии. М., 2015. – С. 100.

очередь, приводит к реактивной открытости, краткосрочным проектам ad hoc, нацеленным на минимизацию уже произошедших негативных шоков и сторонних раздражителей. Подобные, как выразилась И.А. Василенко, «кавалерийские наскоки»<sup>1</sup> не способствуют созданию живого и цельного имиджа элиты и страны, более того, подрывая его преемственность.

Впрочем, западные ученые, помимо закрытости политической элиты для СМИ, также указывают на ее закрытость для исследователей<sup>2</sup>. В этом контексте бесценной является работа Пауля Гуди<sup>3</sup>, в которой он проанализировал научные методы, используемые западными политологами и русистами в своих исследованиях, посвященных российской политической системе. Он пришел к заключению, что западные исследователи начиная с 1999 г. все чаще предпочитают контент-анализ полевым методам (интервью или опросы). Одно из объяснений данного положения вещей заключается в банальном нежелании западных исследователей ехать в Россию по причине недоверия к отечественным специалистам, проводящим исследования на местах, а также закрытости политической элит, с которыми сложно провести интервью или встречи со свободным пулом вопросов. Ведь, как отмечает Пауль Ричардсон, для западного исследователя очень сложно «достучаться» до высокопоставленных чиновников и, более того, уговорить их участвовать в интервью или исследовании без разрешения на это свыше или без рекомендации<sup>4</sup>. Более того, указывается, что порой полевые исследования и интервьюирование на местах может быть опасно для исследователей и привести к аннулированию визы, отказу в ее продлении или повторной выдаче

---

<sup>1</sup>Василенко И.А. Имиджевая стратегия России в контексте мирового опыта // Власть. – 2013. – №7. – С. 28.

<sup>2</sup>Татарина Ю.Н. Современная российская политическая элита: имидж в электоральных предпочтениях: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. М., 2013. – 257 с.; Черкесов Р.А. Модернизационный потенциал российской политической элиты // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2011. – №. 4. – С. 194–200.

<sup>3</sup>Goode P.J. Redefining Russia: Hybrid Regimes, Fieldwork, and Russian Politics // Perspectives on Politics. 2010. №8(4). – P. 1060–1065.

<sup>4</sup>Richardson P.B. Engaging the Russian Elite: Approaches [Электронный ресурс] // Methods and Ethics. Politics. 2014. № 34. – P. 180–190. URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-9256.12036/pdf> (дата обращения 01.05.2017).

и другим сложностям<sup>1</sup>. Вместе с тем продуманная политика по допуску или нейтралитету к зарубежным исследователям позволила бы западным академическим кругам более трезво смотреть на проводимую политику и мотивы, движущие политической элитой, или, как минимум, создать большее разнообразие мнений, которое может быть использовано для выявления положительных элементов режима и формирования позитивного имиджа.

Подобная закрытость приводит к тому, что президент опять же является единственным публичным указателем положения дел и направления предполагаемой внутренней и внешней политики страны. Мы согласны с И.А. Василенко в том, что личность лидера является важнейшим инструментом, используемым для создания позитивного имиджа страны и наращивания «мягкой силы»<sup>2</sup>, однако в случае России это сопряжено с рядом сложностей. Как указывалось ранее, В.В. Путин является ключевым игроком на национальной и международной арене почти 18 лет. За столь долгий срок за президентом в западных СМИ закрепились определенные фреймы и характеристики, которые почти не меняются из года в год. Большая часть из них имеет ярко негативный тон. При этом ему уделяется значительное время и в национальных СМИ, дополнительное внимание к нему и игнорирование имиджа политических элит лишь подчеркивает в глазах западных исследователей и журналистов тезис о культе личности президента и его авторитарной природе.

Таким образом, возникает крайне острая проблема, связанная с тем, что политические элиты не способны или не хотят в полной мере участвовать в создании и поддержании позитивного имиджа России, как в академической, так и медийной плоскости. Тем самым данный стратегический ресурс не приносит выгод, более того, исходя из своей закрытости заставляет СМИ и

---

<sup>1</sup>Schrek C. Western Scholars Alarmed By Russian Deportations, Fines. Radio Free Europe/Radio Liberty [Электронный ресурс] // Radio Free Europe. URL: <http://www.rferl.org/content/russia-western-scholars-alarmed-deportations/26929921.html> (дата обращения 01.05.2017); Goode P.J. Eyes Wide Shut: Democratic Reversals, Scientific Closure, and the Study of Politics in Eurasia [Электронный ресурс] // Social Science Quarterly. 2016. № 97(4). URL: [https://www.academia.edu/29220250/Eyes\\_Wide\\_Shut\\_Democratic\\_Reversals\\_Scientific\\_Closure\\_and\\_the\\_Study\\_of\\_Politics\\_in\\_Eurasia](https://www.academia.edu/29220250/Eyes_Wide_Shut_Democratic_Reversals_Scientific_Closure_and_the_Study_of_Politics_in_Eurasia) (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup>Василенко И. А. Имидж России: концепция национального брендинга // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2012. №4 (24). – С.74.

исследователей уделять больше внимания личности президента, что лишний раз дает повод говорить о политическом режиме современной России как о гибридном или авторитарном.

Следующий конфликт напрямую связан с такими элементами, как излишнее внимание к личности президента, а также отсутствие четко выстроенной и выверенной имиджевой стратегии, а именно: противоречия между медиатекстами и информационными сообщениями для национальной и международной общественности. Схожую проблему ранее уже поднимала Валентина Феклюнина в своем исследовании, указывая, что «попытка играть сразу на двух досках» (национальном и международном информационном поле)<sup>1</sup> может привести к серьезным имиджевым потерям для власти как внутри страны, так и за рубежом. Подобное противоречие особенно заметно в столь чувствительной для российского общества и власти теме, как внешняя политика.

Например, анализируя последние опросы и исследования ВЦИОМ<sup>2</sup>, ФОМ<sup>3</sup> и Левада-центра<sup>4</sup> в отношении президента В.В.Путина и его команды и поддержки их политики, можно заметить существенную закономерность. Одним из важнейших элементов его имиджа является успех во внешней политике, а также возвращение России на мировую арену в качестве важного игрока. Как отмечает Алексей Левинсон, «...главное для них (российского общества. – *Авт.*) – то, что при Путине вернулось, как считается, уважение к России в мире. Россия снова есть великая держава, какой был Союз. За что же ее уважают, в чем видится это уважение, как с этим вяжется хор осуждений –

---

<sup>1</sup>Feklyunina V. National Images in International Relations: Putin's Russia and the West. PhD dissertation. [Электронный ресурс] // University of Glasgow. 2009. – P. 182. URL: <http://theses.gla.ac.uk/1391/2/2009feklyuninaphd.pdf> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup>Пресс-выпуск № 3262 [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115991> (дата обращения 01.05.2017); Пресс-выпуск № 3329 [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116113> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>3</sup>О внешней политике России. Внимание к проблемам внешней политики и ее оценки [Электронный ресурс] // ФОМ. URL: <http://fom.ru/Politika/12505> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>4</sup>Владимир Путин: восприятие и доверие [Электронный ресурс] // Левада Центр. URL: <http://www.levada.ru/2016/08/08/vladimir-putin-vospriyatie-i-doverie/> (дата обращения 01.05.2017); Россия и мир [Электронный ресурс] Левада Центр. URL: <http://www.levada.ru/2017/01/30/rossiya-i-mir-2/> (дата обращения 01.05.2017).

это все вопросы менее важные для людей»<sup>1</sup>. Подобное положение вещей не удивительно, для современного российского общества успехи во внешней политике, а также мнения зарубежных стран являются важным элементом мироощущения. По этой причине внешняя политика играет важную роль в процессе легитимации политической власти в России. При этом в отношении Запада используется крайне критический метанарратив, объясняющий его поведение недовольством успехами России, а также всяческим желанием ослабить ее или политически и экономически, или культурно и ценностно. Более того, подчеркивается, что Запад стремился к этому в прошлом и будет стремиться в будущем. Трансляция подобных идей политическими элитами и государственными СМИ приводит к негативному отношению к Западу в российском обществе, фреймированию его как соперника или врага и использованию этого образа в качестве легитимации проводимой политики. Важно оговориться, что схожий подход «мы-они» практикуют и западные страны, в особенности США, однако это тема отдельного исследования. Подобная острая антизападная риторика используется западными исследователями и журналистами в качестве доказательства того, что идеология «путинизма» и сам «путинский режим» по своему характеру являются антизападными. Более того, присутствует и более резкая трактовка, отмечающая их направленность против универсальных либеральных и демократических ценностей в целом. Отдельные западные исследователи, исследовательское управление конгресса США<sup>2</sup> и парламента Великобритании<sup>3</sup>, а также Европарламент<sup>4</sup> указывают, что президент и

---

<sup>1</sup>Президент величия [Электронный ресурс]// Левада Центр. URL: <http://www.levada.ru/2016/12/21/prezident-velichiya/> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>2</sup>Russia: Background and U.S. Interests [Электронный ресурс] // Исследовательской службе Конгресса США. URL: <https://fas.org/sgp/crs/row/R44775.pdf> (дата обращения 01.05.2017); Russia's March 2012 Presidential Election: Outcome and Implications [Электронный ресурс] // Исследовательской службе Конгресса США. URL: <https://fas.org/sgp/crs/row/R42407.pdf> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>3</sup>The EU and Russia: Before and Beyond the Crisis in Ukraine [Электронный ресурс] // Официальный сайт парламента Великобритании. URL: <https://www.publications.parliament.uk/pa/ld201415/ldselect/ldaucr/115/115.pdf> (дата обращения 01.05.2017).

<sup>4</sup>EU Strategic Communications with View to Counteracting Propaganda [Электронный ресурс] // Официальный сайт парламента Европы. URL: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/5ghb78008/EXPO\\_IDA\(2016\)578008\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/5ghb78008/EXPO_IDA(2016)578008_EN.pdf) (дата обращения 01.05.2017).

государственные СМИ систематически транслируют антизападные меседжи, порой демонизируя Запад, формируя в сознании россиян представление о стране как «осажденной крепости», на основании чего исследователи подчеркивают антизападность и агрессивность существующего режима. В первую очередь, это касается тем, связанных с обвинением Запада в большом количестве национальных и международных неудач и общих конспирологических медиатекстов. Стоит отметить, что проблема фрейма «жертвы» или «жертвенности» России в официальных заявлениях и медиатекстах также была отмечена в ряде отечественных и зарубежных исследований и отчетов<sup>1</sup>.

Мы можем предположить, что данные эмоциональные и критические русскоязычные медиатексты о Западе созданы для использования внутри государства с целью легитимации проводимой политики. Однако в эпоху интернета подобный медиаконтент для внутреннего пользования может легко оказаться за рубежом, а значит, западные партнеры получают полную информацию об их образе, создаваемом в России. Подобные антизападные медиатексты влияют и на восприятие современного российского политического режима Западом, и на его имидж, приписывая ему антиамериканизм, антизападность, авторитаризм и национализм. Помимо этого, присутствуют и другие противоречия, на более низком уровне, например, отдельные черты имиджа В.В. Путина, такие как сила, рассматриваются позитивно внутри страны, однако за рубежом трактуются как излишняя маскулинность, мачизм, а прагматичность – как цинизм и т.д.

Вместе с тем Россия стремится выстроить свой внешнеполитический имидж как страны, открытой для сотрудничества и конструктивного диалога с любой страной, в том числе и с западными партнерами. Однако противоречие между тем, что говорит власть внутри страны, и тем, что транслируется вовне,

---

<sup>1</sup>Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine (NATO STRATCOM) [Электронный ресурс]// Официальный сайт Стратком НАТО. URL: <http://stratcomcoe.org/analysis-russias-information-campaign-against-ukraine-1> (дата обращения 01.05.2017); Aro J. The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools [Электронный ресурс] // European View. 2016. № 15(121). URL: <http://link.springer.com/article/10.1007/s12290-016-0395-5> (дата обращения 01.05.2017).

бесспорно не способствует созданию ясного и достойного доверия внешнеполитического имиджа, давая как экспертам, так и журналистам широкие возможности для спекуляций. Подобный «гордиев узел» крайне затруднительно просто «разрубить» без внешне- или внутривнутриполитических репутационных издержек: эрозия имиджа лидера внутри страны или дальнейшее ухудшение международного имиджа. Более того, это особенно актуально в период серьезных экономических и политических шоков, когда российская власть нуждается в легитимации и поддержке общества в проведении внутри- и внешнеполитических проектов. Как указывает в своей работе К.Б. Пиковская, «процесс формирования внешнеполитического образа России является противоречивым, что обусловлено отсутствием у России четкой стратегии формирования имиджа, попытками российских политиков создать образ России как сильного государства и жертвованием внешнеполитическим имиджем в пользу укрепления позиций лидера внутри страны»<sup>1</sup>.

Более того, вышеприведенная дилемма связана с реактивностью и в некоторой мере с непоследовательностью и несогласованностью имиджевой политики российской власти. Так, в создании внешнеполитического имиджа России принимают участие следующие акторы: администрация президента, Министерство иностранных дел, Министерство культуры Российской Федерации, ФГУП МИА «Россия сегодня», Русская православная церковь, а также фонд «Русский мир» и «Фонд поддержки публичной дипломатии имени А.М. Горчакова». Это наиболее активные и влиятельные акторы, в списке отсутствуют более мелкие структуры и отдельные проекты, такие как: Russia Beyond Headlines или PR-агентство Ketchum и др. Проблема исходит, в первую очередь, из модели подчинения и ответственности, а также разделения обязанностей между акторами. Министерство культуры подчиняется премьер-министру, а Министерство иностранных дел отчитывается напрямую перед

---

<sup>1</sup>Пиковская К.Б. Формирование образа России в США (1991–2008 гг.): проблемы позиционирования и восприятия // Социальные явления – журнал международных исследований. 2012. №1. – С.62.

президентом. Помимо этого, «Русский мир» и ФГУП МИА «Россия сегодня» формально подчиняются соответствующим федеральным министерствам, но их руководители назначаются непосредственно президентом. Однако стоит отметить, что ликвидация «РИА Новости» и «Голоса России» в 2013 г. и создание на их базе ФГУП МИА «Россия сегодня» усилили централизованность информационной политики. Вопрос относительно подотчетности РПЦ является открытым. Отдельно стоит остановиться на Администрации Президента, которая выступает самостоятельным актором, порой кардинально меняющим информационную повестку дня и тесно связанным лично с президентом. Ряд отечественных исследователей указывают на решающую роль МИД в формировании и поддержании позитивного имиджа. Однако, исходя из-за ограниченности ресурсов самого министерства и неидеальной модели подчинения и координации между вышеуказанными организациями, оно не способно выполнять эту роль в полной мере.

Западные исследователи также подчеркивают слабую координацию между вышеуказанными институтами. Так, в докладе исследовательского центра НАТО отмечается, что в имиджевые проекты и проекты, связанные с наращиванием «мягкой силы» России в Прибалтике и ЕС, вовлечено сразу несколько российских государственных и негосударственных акторов. Однако эти организации порой выполняют одни и те же мероприятия, что снижает их эффективность и порождает конфликты сфер компетенций. На данный момент очень сложно заметить четкое разделение обязанностей между Россотрудничеством и «Русским миром», а также Россотруничеством и Министерством иностранных дел<sup>1</sup>. Вместе с тем автор, работая в международном отделе Томского государственного университета, сам столкнулся с недостаточной координацией между Министерством образования, МИД РФ и Россотрудничеством в таких вопросах, как создание позитивного

---

<sup>1</sup>Winnerstig M. Tools of Destabilization. Russian Soft Power and Non-military Influence in the Baltic State [Электронный ресурс]// The official website of the NATO Stratcom. URL: <http://stratcomcoe.org/mike-winnerstig-ed-tools-destabilization-russian-soft-power-and-non-military-influence-baltic-states> (дата обращения 01.05.2017).

имиджа российских университетов для иностранных студентов и способов их рекрутинга.

Подобная несогласованность и отсутствие единого центра по координации информационной политики приводят к снижению эффективности создания и поддержания позитивного имиджа и, более того, могут быть использованы для формирования негативного имиджа. Помимо этого, не стоит забывать, что появление новых технологий в области телекоммуникаций не изменило общих принципов, на основе которых народы судят друг о друге. «Национальный (государственный, страновой) имидж по-прежнему базируется на устойчивых представлениях, т.е. на стереотипах, которые уходят корнями в глубины национального сознания и зачастую ложно отождествляются с «исторической памятью». Они могут быть позитивными или негативными, но в любом случае выполняют функцию информационного фильтра»<sup>1</sup>. Более того, работы О.В.Рябова и А. де Лазари<sup>2</sup>, Л.Вульфа<sup>3</sup>, Э.Я. Баталова<sup>4</sup> показали высокую жизнеспособность негативных стереотипов о России и их использование в политике. В таких условиях снижение влияния негативных стереотипов возможно только при продуманной и согласованной информационной политике.

На основании вышесказанного мы пришли к следующим выводами, а именно:

- на данный момент международный имидж России испытывает беспрецедентное информационное давление со стороны западных СМИ;
- структура негативного имиджа России имеет вид перевернутого треугольника, в основании которого находится личность президента. Подобная структура позволяет увидеть важность того или иного элемента в

---

<sup>1</sup>Соловьев Э.Г., Смирнов А.Н. Международный имидж современной России: дефицит привлекательности или дефицит идей // Полис. Политические исследования. – 2008. – №5. – С. 19.

<sup>2</sup>«Русский медведь»: История, семиотика, политика / под ред. О.В.Рябов и А. де Лазари. М., 2012.

<sup>3</sup> Вульф Л. Изобретая Восточную Европу: Карта цивилизации в сознании эпохи просвещения / пер. с англ. И. Федюкина. М., 2003.

<sup>4</sup> Баталов Э. Я. и др. «Рычащий медведь» на «диком Востоке» (Образы современной России в работах американских авторов: 1992–2007) М., 2009.

международном имидже России и выявить причины, которые снижают эффективность международных имиджевых проектов;

- основной сложностью является рассмотрение политической системы современной России через призму личности президента. Это снижает гибкость и упрощает имидж страны и эмоционально заряжает восприятие России. Более того, это серьезно истощает ресурсы личной харизмы лидера;

- перенесение внимания СМИ на политическую элиту осложняется ее закрытостью. Закрытость и реактивность элиты в вопросе взаимодействия со СМИ, особенно в период острых политических и экономических шоков, дает как свободу для маневра ее критикам и оппозиционным силам, так и свободу для спекуляций и домыслов относительно ее структуры, характера и поведения, делая ее действия непредсказуемыми. Ее идентичность в выбранных изданиях, а также в большинстве рассмотренных академических работ опять же строится на личности президента, лояльности ему и его интересам. Впрочем, перенесение внимания на другие элементы также осложнено из-за решающей роли президента в имидже России;

- конфликт национальных и международных медиатекстов, а также несогласованность действий акторов, ответственных за создание и поддержание международного имиджа, и реактивность самой имиджевой политики, которая очень зависима от сторонних факторов, становятся серьезными вызовами на пути создания и поддержания позитивного имиджа России;

- помимо этого, важным элементом остаются уже существующие негативные стереотипы и русофобские настроения на Западе, роль которых в моменты политических конфликтов только усиливается.

## Заключение

В данный момент истории наблюдается активный процесс медиации социально-политических отношений, который стирает грань между реальным событием и его отображением в медиатекстах. В таких условиях медиаобразы, создаваемые СМИ, начинают восприниматься в качестве реально существующего объекта, а не медиатекста. Сами медитексты создаются человеком, что говорит о присутствии фактора субъективности на всех этапах конструирования новости и о наличии манипулятивного потенциала. При этом медиатизация политических отношений приводит к преобладанию символических вопросов над реальными социальными и политическими. Имидж как символический конструкт в условиях медиатизации становится неотъемлемым элементом политических отношений и эффективным способом коммуникации с целевыми группами. В этих условиях можно говорить о возможности создания искусственного негативного имиджа другого государства для его использования актором-создателем с целью получения политических, экономических, социокультурных и иных выгод.

В процессе конструирования международного имиджа России на Западе значительную роль играет качественная пресса, так как ее целевой аудиторией является экономическая и политическая элита. Более того, качественные периодические издания являются информационными «привратниками» и участвуют в установлении информационной повестки дня, фокусируя внимание реципиентов на определенных событиях или явлениях. Другие объекты, события или черты могут быть просто проигнорированы и, следовательно, могут остаться незамеченными читателями. Таким образом, информационная повестка дня формирует фундамент для медиафрейминга, который строится на предположении, что человек будет относиться к тому или иному объекту исходя из характеристик и черт, которые были приданы данному объекту посредством СМИ.

Однако стоит подчеркнуть, что несмотря на значительное количество примеров использования фрейминга, прайминга и информационной повестки для продвижения предвзятой информации, они являются лишь инструментами и должна рассматриваться отдельно от контента, который продвигают. На данный момент человек ежедневного окружен плотным информационным шумом, в этих условиях указанные технологии позволяют достучаться до него.

На данный момент Россия столкнулась с рядом серьезных вызовов. В условиях всевозрастающей медиатизации политических отношений и активной роли СМИ России приходится отстаивать свое право на независимую политику в по большей части недоброжелательно настроенном западном медиапространстве. Одним из важнейших информационных и внешнеполитических инструментов выступает международный имидж государства. Однако в настоящем информационном противостоянии имидж России испытывает сильнейшее информационное давление и критику. Более того, оппоненты России на международной арене активно участвуют в создании и поддержании негативного имиджа, который препятствует эффективной реализации внешнеполитических проектов.

Проанализировав медиатексты и академические работы, мы пришли к заключению, что структура негативного имиджа России имеет вид перевернутого треугольника, в основании которого находится личность президента. Подобная структура наглядно демонстрирует важность элементов и частоту их использования в описании России. Помимо этого, она объясняет, почему любые действия по улучшению имиджа страны, нацеленные на уровень выше базового, не имеют достаточного эффекта: они нивелируются негативным имиджем президента. Сам имидж президента имеет ярко негативную тональность и представляет из себя полностью сформированный символический конструкт, который почти не меняется. Для его описания используются яркие фреймы, такие как авторитарный лидер, Сталин, культ личности, царь, и другие субфреймы. Рассмотрение политической системы России через призму личности президента снижает гибкость имиджа страны,

особенно в период кризисов, упрощает и эмоционально заряжает ее восприятие. Таким образом, результаты исследования подтверждают предложенную гипотезу.

Вместе с тем такой ресурс, как имидж политической элиты или государственных институтов современной России, также не может быть реализован в полной мере. Закрытость и реактивность элиты в вопросе взаимодействия со СМИ, особенно в период острых политических и экономических шоков, дает свободу для маневра ее критикам и оппозиционным силам, которые, напротив, очень активно взаимодействуют с иностранными СМИ. Это также создает почву для спекуляций и домыслов относительно ее структуры, характера и будущего поведения, делая ее действия непредсказуемыми. Ее идентичность в выбранных изданиях, а также в большинстве рассмотренных академических работ, строится на личности президента, лояльности ему и его интересам. Перенесение внимания на другие элементы политического режима также осложнено из-за решающей роли президента и его негативного имиджа.

Помимо этого, западные исследователи указывают на несогласованность информационной и имиджевой политики. Отсутствие четкой системы подчинения, регулирования и принятия решений в данной сфере не позволяет выработать и реализовать единую и системную информационную стратегию. Ввиду этого присутствует большое количество имиджевых «кавалерийских наскоков», которые не способны создать устойчивый и законченный имидж. Более того, это усугубляется наличием негативных стереотипов и русофобских настроений, эффект которых может быть снижен только за счет открытости и продуманной информационной политики. Вместе с тем противоречия между национальными и международными месседжами, транслируемыми политическими элитами и национальными СМИ, также не способствуют созданию позитивного образа. Таким образом, необходимо в первую очередь говорить о снижении влияния имиджа президента на имидж страны, систематической информационной открытости, а также о необходимости

проведения модернизации институтов, ответственных за международную информационную политику. За счет использования значительного количества англоязычных материалов, ранее не рассматриваемых отечественной школой, исследование расширяет понимание проблемы негативного имиджа России, его структуры и методов его создания. Таким образом, оно может стать базой для проведения дальнейших исследований в данной сфере.

В эпоху «постправды» ключевыми становятся информационные активы в виде позитивных образов и имиджей, методов и способов создания и распространения информации и образов, умения «оседлать» информационные волны и инфоповоды, и т.п. Бесспорно, не стоит отбрасывать возможность появления «черных лебедей», которые могут позволить улучшить имидж России. Однако, при условии сохранения внутренних и внешних негативных тенденций, будет продолжаться дальнейшая деградация международного имиджа России. Изменение положения возможно благодаря постоянной и системной работе. Мы надеемся, что высказанные в данной работе соображения и идеи будут полезны для улучшения международного имиджа России.

## Литература

1. Америка подает голос. Вашингтон усилит свою пропаганду в России [Электронный ресурс] // Российская газета. – URL: <http://www.rg.ru/2014/08/14/smi-site.html> (дата обращения 01.05.2017).
2. Аристотель. Политика // Аристотель. Соч.: В 4-х т. Т.4. М.: Мысль, 1983. С.375-644.
3. Ачкасова В.А., Минтусов И.Е., Филатова О.Г. GR и лоббизм: теория и технологии / В.А. Ачкасова, И.Е. Минтусов, О.Г. Филатова. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 315 с.
4. Баранов А.В. Введение в прикладную лингвистику / А.В. Баранов. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
5. Баталов Э.Я., Журавлева В.Ю., Хозинская К.В. «Рычащий медведь» на «Диком Востоке» / Э.Я. Баталов, В.Ю. Журавлева, К.В. Хозинская. – М.: РОССПЭН, 2009. – 385 с.
6. Бейтсон Г. Экология разума. Избранные статьи по антропологии, психиатрии и эпистемологии / Г. Бейтсон; пер. с англ. Д.Я. Федотова, М.П. Папуша. – М.: Смысл, 2000. – 476 с.
7. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. — Изд. 2-ое, испр. и доп. — М.: Academia, 2004. – 788 с.
8. Белов Е.С. Метафорическое моделирование внешнеполитического дискурса России и США: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Е.С. Белов. – Екатеринбург, 2011. – 237 с.
9. Белт Т. Политическое убеждение путем метафорического моделирования // Политическая лингвистика. – Вып. 2 (22). – Екатеринбург, 2007. – С. 18-25.

10. Березкина О.П. Политический имидж в современной политической культуре: дисс. ... докт. полит. наук : 23.00.03 / О.П. Березкина. – Санкт-Петербург, 1999. – 404 с.
11. Берковиц Л. Агрессия: причины, последствия и контроль / Л. Берковиц. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2007. – 251 с.
12. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция [Электронный ресурс] / Ж. Бодрийяр // Lib.ru: Современная литература. – URL: [http://lit.lib.ru/k/kachalow\\_a/simulacres\\_et\\_simulation.shtml](http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml) (дата обращения 01.05.2017).
13. Бодрунова С.С. Рамочная медиаполитическая ситуация: концепт и практика (на примере Британской медиаполитики 1980-2000-х гг.) / С.С. Бодрунова // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – №1-2. – С. 182-186.
14. Бондарева Л.В. Динамика политического имиджа России в качественной прессе США: дисс.... канд. полит. наук: 23.00.02 / Л.В. Бондарева. – Москва, 2007. – 144 с.
15. Брунер Дж. Психология познания / Дж. Брунер; пер. с англ. К.И. Бабицкого. – М.: Прогресс, 1977. – 239 с.
16. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Метафора в политической коммуникации: монография / Э.В.Будаев, А.П. Чудинов. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 248 с.
17. Василенко И. А. Имидж России: концепция национального брендинга // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2012. – №4(24). – С. 66-78.
18. Василенко И.А. Имиджевая стратегия России в контексте мирового опыта / И.А Василенко // Власть. – 2013. – №7. – С. 24-29.
19. Василенко И. А. Значение публичной дипломатии в имиджевой политике России/ И.А Василенко // Власть. — 2015. — № 2. — С. 48–53.
20. Василенко И. А. Новые тенденции мирового опыта ребрендинга государств: уроки для России/ И.А Василенко // Проблемный анализ и

государственное управленческое проектирование: политология, экономика, право. — 2014. — № 1. — С. 131–139.

21. Василенко И.А. Имидж России «после Крыма»: парадоксы информационной войны/ И.А Василенко // Власть. — 2014. — № 10. — С. 204–208.

22. Вести недели с Д.Киселевым» [Электронный ресурс]// Телеканал Россия URL: [http://russia.tv/video/show/brand\\_id/5206/episode\\_id/618717](http://russia.tv/video/show/brand_id/5206/episode_id/618717) (дата обращения 01.05.2017).

23. Виноградова Н.С. Политико-психологический анализ образа России в англо-американских печатных СМИ: исследование 2008-2009 гг.: дисс. ... канд. полит. наук: 19.00.12 / Н.С. Виноградова. – Москва, 2010. – 138 с.

24. Владимир Путин: восприятие и доверие [Электронный ресурс] // Левада Центр. – URL: <http://www.levada.ru/2016/08/08/vladimir-putin-vozpriyatie-i-doverie/> (дата обращения 01.05.2017).

25. Вульф Л. Изобретая Восточную Европу: Карта цивилизации в сознании эпохи Просвещения / Л. Вульф. – М.: Новое литературное обозрение, 2003. – 560 с.

26. Гельман В. Расцвет и упадок электорального авторитаризма в России [Электронный ресурс] / В. Гельман // Европейский университет в Санкт-Петербурге. – URL: [https://eu.spb.ru/images/M\\_center/Electoral\\_Authoritarianism\\_in\\_Russia.pdf](https://eu.spb.ru/images/M_center/Electoral_Authoritarianism_in_Russia.pdf) (дата обращения 01.05.2017).

27. Грановская Р.М. Элементы практической психологии [Электронный ресурс] / Р.М. Грановская // Психологическая библиотека. – URL: [http://bookap.info/praktik/granovskaya\\_elementy\\_prakticheskoy\\_psihologii/g110.shtml](http://bookap.info/praktik/granovskaya_elementy_prakticheskoy_psihologii/g110.shtml) (дата обращения 01.05.2017).

28. Гусельникова О.В. Терминологический аппарат структуры фрейма / О.В. Гусельникова // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2010. – №9. – 150 с.

29. Давыборец Е.А. Формирование имиджа лидера современного государства: на примере президентов России и США: дисс. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / Е.А. Давыборец. – Санкт-Петербург, 2008. – 183 с.
30. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) / Т.Г. Добросклонская. – изд. 2-е, стереотипное. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 286 с.
31. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ [Электронный ресурс] // Academia.edu URL: [www.academia.edu/9291054/Медиалингвистика\\_системный\\_подход\\_к\\_изучению\\_языка\\_СМИ](http://www.academia.edu/9291054/Медиалингвистика_системный_подход_к_изучению_языка_СМИ) (дата обращения 01.05.2017).
32. Друзья и «враги» России: эпоха санкций [Электронный ресурс] // ВЦИОМ URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115016> (дата обращения 01.05.2017).
33. Дьякова Е.Г. Массовая коммуникация и власть в теории установления повестки дня / Е.Г. Дьякова // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. – 2002. – №3. – С. 144-168.
34. Дьякова Е.Г. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу / Е.Г. Дьякова // Полис. Политические Исследования. – 2003. – №3. – С. 109-119.
35. Егорова-Гантман Е.В. Имидж лидера / Е.В. Егорова-Гантман. – М., 1994. – 256 с.
36. Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.В. Политическая реклама / Е.В. Егорова-Гантман, К.В. Плешаков. – М., 1999. – 240 с.
37. Засурский Я.Н. Средства массовой информации постсоветской России / Я.Н. Засурский. – М.: Аспект-пресс, 2002. – 187 с.
38. Землянова Л.М. Медиатизация культуры и компаративизм в современной коммуникативистике / Л.М. Землянова // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2002. – №5. – С.82-91.

39. Казаков А.А. Западная коммуникативистика об установлении информационной повести дня: анализ основных подходов / А.А. Казаков // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. – 2014. – №4 (14). – С.55-61.

40. Казаков А.А. Политические технологии информационно-коммуникационного взаимодействия России и США: на материалах «Российской газеты» и «Вашингтон Пост» за 2007-2008 годы: дисс.... канд. полит. наук: 23.00.02 / А.А. Казаков. – Саратов, 2009. – 202 с.

41. Казаков А.А. Фрейминг медиа-текстов как инструмент воздействия на аудиторию обзор распространенных трактовок / А.А. Казаков // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. – 2014. – № 4(14). – С. 85-89.

42. Кастельс М. Власть коммуникации: учеб, пособие. – Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. — 564 с.

43. Койбаев Б.Г., Пекониди А.В. Внутриполитический имидж России в медийном пространстве США (2008-2011 гг.): монография: / Б.Г. Койбаев, А.В. Пекониди. – Владикавказ: ИПЦ СОИГСИ ВНЦ РАН и РСО-А, 2013. – 216 с. (13)

44. Краткий словарь когнитивных терминов [Электронный ресурс] / Сост. Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина // Глубинная психология: учения и методики. – URL: <http://www.psyoffice.ru/slovar-s125.htm> (дата обращения 01.05.2017).

45. Кузоятова О.С. Основные направления в когнитивных исследованиях метафор [Электронный ресурс] / О.С. Кузоятова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2011. – №4. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyye-napravleniya-v-kognitivnyh-issledovaniyah-metafor> (дата обращения 01.05.2017).

46. Лапина Н.Ю. Российский политический режим: оценки и интерпретации / Н.Ю. Лапина // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2009. – №6. – С. 17-30.
47. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман; пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М.: Праксис, 2005. – 253 с.
48. Лучкин Д.А. Политическая пропаганда в информационной политике российского государства: дисс. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Д.А. Лучкин. – Москва, 2005. – 171 с.
49. Лябухов И.В. Государственная политика по формированию имиджа Российской Федерации на международной арене : дисс. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / И.В. Лябухов. – Барнаул, 2011. – 195 с.
50. Малаканова О.А. Политическая коммуникация / О.А. Малаканова // *Полис*. – 2000. – № 2. – С. 81-101.
51. Малинова О. Ю. Конструирование смыслов: Исследование символической политики в современной России: Монография. — ИНИОН РАН. Центр социальных науч.-информ. исслед. Отдел полит. науки М, 2013. — 421 с.
52. Малинова О. Ю. Политическое использование прошлого как инструмент символической политики: эволюция дискурса властвующей элиты в постсоветской России // *Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС*. — 2012. — № 8. — С. 179–204.
53. Малинова О. Ю. Символическая политика и конструирование макрополитической идентичности в постсоветской России. – № 2. – С. 90-105 // *Полис. Политические исследования*. — 2010. — № 2. — С. 90–105.
54. Манойло А. В. Эволюция информационных технологий и новый пещерный век человечества/ А. В. Манойло // *Электронный журнал "Вестник МГОУ"*. — 2016. — № 3. — С. 34–38.
55. Манякина Е.С. Политический лидер: процесс формирования имиджа / Автореферат дисс... кандидата политических наук. – М., 1994. – 25 с.

56. Минский М. Фреймы для представления знаний [Электронный ресурс] / М. Минский // <http://myai.narod.ru>. – URL: <http://www.myai.narod.ru/Minsky/ch1.htm#1ch1> (дата обращения 01.05.2017).
57. Многодетные семьи поддержали чиновника, отстраненного из-за Димы Яковлева. [Электронный ресурс] // Ведомости. – URL: [http://www.vedomosti.ru/politics/articles/2012/12/29/zhitpskovich\\_i\\_podderzhali\\_chinovnika\\_otstranennogo\\_izza](http://www.vedomosti.ru/politics/articles/2012/12/29/zhitpskovich_i_podderzhali_chinovnika_otstranennogo_izza) (дата обращения 01.05.2017).
58. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания [Электронный ресурс] / Э. Ноэль-Нойман // [socioline.ru](http://socioline.ru). – URL: [http://socioline.ru/files/5/39/noel-public\\_opinion.rar](http://socioline.ru/files/5/39/noel-public_opinion.rar) (дата обращения 01.05.2017).
59. О внешней политике России. Внимание к проблемам внешней политики и ее оценки [Электронный ресурс] // ФОМ. – URL: <http://fom.ru/Politika/12505> (дата обращения 01.05.2017).
60. Образы государств, наций и лидеров / под ред. Е.Б. Шестопал. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 288 с.
61. Орлова О.Г. Дискурсивная теория стереотипа: дисс. ... док. филол. наук: 10.02.19 / О.Г. Орлова. – Кемерово, 2013. – 388 с.
62. Пешкова И.В. Особенности функционирования геометрической метафоры в английском медиа-дискурсе / И.В. Пешкова // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2013. – № 1 (22). – С. 218-223.
63. Пиковская К.Б. Формирование образа России в США (1991-2008 гг.): проблемы позиционирования и восприятия // Социальные явления — журнал международных исследований. – 2012. – №1. – С. 56-62.
64. Пляйс Я.А. Политико-административная элита современной России: проблемы трансформации / Я.А. Пляйс// Власть. – 2015. – №4. – С. 29-35.
65. Пляйс Я.А. Почему России нужна новая элита? /Я.А. Пляйс// Научно-аналитический журнал Обозреватель – Observer. – 2015. – №2(301). – С. 57-67.

66. Политическая информация. Некоторые вопросы теории и практики. Под ред. Позднякова П.В. – М.: Мысль, 1974. – 140 с.
67. Помощь Украине. Следовало ли помогать Украине? [Электронный ресурс] // ФОМ. – URL: <http://fom.ru/Mir/11285> (дата обращения 01.05.2017).
68. Пономарев Н.Ф. Когнитивные аспекты медиарилейшнз: на примере информационной деятельности органов государственной власти: дисс.... канд. филол. наук: 10.01.10 / Н.Ф. Пономарев. – Воронеж, 2010. – 199 с.
69. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 698 с.
70. Президент величия [Электронный ресурс] // Левада Центр. – URL: <http://www.levada.ru/2016/12/21/prezident-velichiya/> (дата обращения 01.05.2017).
71. Пресс-выпуск № 3262 [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115991> (дата обращения 01.05.2017).
72. Пресс-выпуск № 3329 [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116113> (дата обращения 01.05.2017).
73. Публичная сфера: теория, методология, кейс стади: коллектив. моногр. М.: ООО «Вариант»: ЦСПГИ. 2013. – 361 с.
74. Рогозина И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: дисс. ... док. филол. наук : 10.02.19 / И.В. Рогозина. – Барнаул, 2003. – 430 с.
75. Россия в зеркале мировых СМИ: «путинофобия» или «антипутинизм»? [Электронный ресурс] // РИА Новости. – URL: <https://ria.ru/analytics/20160406/1403457282.html> (дата обращения 01.05.2017).
76. Россия в зеркале мировых СМИ: Россия Западу не по зубам [Электронный ресурс] // РИА Новости. – URL: <https://ria.ru/analytics/20161228/1484834618.html> (дата обращения 01.05.2017).
77. Россия в зеркале мировых СМИ: санкции и селедка кусочками. [Электронный ресурс] // РИА Новости. – URL: <http://ria.ru/analytics/20150827/1208925145.html> (дата обращения 01.05.2017).

78. Россия и мир [Электронный ресурс] Левада Центр. – URL: <http://www.levada.ru/2017/01/30/rossiya-i-mir-2/> (дата обращения 01.05.2017).

79. Россия сегодня. Избирательную систему США нельзя проверить. [Электронный ресурс]// Russia Today. – URL: <http://www.youtube.com/watch?v=jS4RX7fQSmw> (дата обращения 01.05.2017).

80. Русский медведь: История, семиотика, политика / под ред. О.В. Рябова и А. де Лазари. — М.: Новое литературное обозрение, 2012. — 368 с.

81. Сдельников В.А. Внутренние вызовы международному имиджу России // Вестник томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2017. – №40. – С. 277-285.

82. Сдельников В.А. Концепт «путинизм» в западной политической науке и периодике // Теории и проблемы политических исследований. – 2017. – №6(2). – С.422-430.

83. Сдельников В.А. Отображение современных отношений «Запад-Россия» посредством медиафрейма «Учитель-Ученик» // Вестник томского государственного университета. – 2016. – № 404. – С.138-142.

84. Сдельников В.А. Роль личности президента В.В.Путина в современном имидже России // Вестник томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2016. – №3(35). – С. 217-225.

85. Сдельников В.А. Советский дискурс о США и его роль в формировании образа врага (начало 1950-х гг.) // Труды молодых ученых Алтайского государственного университета. – 2013. – №10. – С. 50-51.

86. Семечкин Н.И. Социальная психология на рубеже веков: История, теория, исследования [Электронный ресурс] / Н.И. Семечкин // Учебные материалы. – URL: <http://txtb.ru/120/124.html> (дата обращения 01.05.2017).

87. Символическая политика: Сб. науч. тр. / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. полит. науки; Ред. кол.: Малинова О.Ю., гл. ред., и др. М.: 2014. – Вып. 2: Споры о прошлом как проектирование будущего. – 382 с.

88. Современная западная социология: Словарь / Сост. Давыдов Ю. Н. и др. – М.: Политиздат, 1990. – 432 с.
89. Соколов А.В. Имидж политического лидера как фактор легитимации политической власти в современной России: дисс. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / А.В. Соколов. – Москва, 2009. – 186 с.
90. Соловьев А.И. «Институциональные сети» российского государства и стратегия самолегитимации правящего режима / А.И. Соловьев // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. — 2012. — Т. 8, № 3. — С. 5–21.
91. Соловьев А.И. Имитация публичности как инструмент политического господства /А.И. Соловьев // Демократия и управление. Бюллетень исследовательского комитета РАПН. — 2012. — Т. 1, № 13. – С. 10–18.
92. Соловьев А. И. Медиаспособности государства как фактор развития российского общества: проблемы и практики // Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика / Под ред. Л.Тимофеевой. — Издательство РОССПЭН Москва, 2012. — С. 222–232.
93. Соловьев А. И. Дискурс медиакратий: проблемы информационной эпохи // Полис. Политические исследования. — 2004. — № 2. — С. 124–133;
94. Соловьев Э.Г., Смирнов А.Н. Международный имидж современной России: дефицит привлекательности или дефицит идей // Полис. Политические исследования. — 2008. — №5. – С. 19–33.
95. США держат на прицеле Россию и Китай // Российская газета [Электронный ресурс]// Российская газета. – URL: <http://www.rg.ru/2014/03/26/politika.html> (дата обращения 01.05.2017).
96. Талев Н.Н. Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости / Н.Н. Талев; пер. с англ. В. Сонькина, А. Вердического, М. Костионовой, О. Попова; под ред. М. Тюнкиной. – М.: Изд. КоЛибри, 2009. – 475 с.
97. Татарина Ю.Н. Современная российская политическая элита: имидж в электоральных предпочтениях: дисс. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / Ю.Н. Татарина. – Москва, 2013. – 257 с.

98. Тимофеева Л. Н., Малинова О.Ю. Тенденции развития идейно-символического пространства постсоветской России/ О.Ю.Малинова // Вестник РГНФ. — 2012. — Т. 3. — С. 79–87.
99. Тощенко Ж.Т. Элита? Клань? Касты? Клики? Как назвать тех, кто правит нами? / Ж.Т. Тощенко // Социологические исследования. – 1999. – № 11. – С.123-133.
100. Тульчинский Г.Л. Массовая культура как воплощение гуманизма просвещения, или почему российское общество самое массовое? / Г.Л. Тульчинский // Философские науки. – 2008. – № 10. – С. 38-58.
101. Феклюнина В.С. Политический имидж России в американской прессе 2000-2004 гг.: дисс. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / В.С. Феклюнина. – Саратов, 2005. – 200 с.
102. Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса [Электронный ресурс] / Л. Фестингер // Флогистон. – URL: <http://flogiston.ru/library/festinger> (дата обращения 01.05.2017).
103. Фролов Е.В. Политический имидж институтов государственной власти России: Современное состояние и перспективы совершенствования: дисс. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Е.В. Фролов. – Москва, 2005. – 171 с.
104. Хахалова С.А. Метафора в аспектах языка, мышления и культуры: монография / С.А. Хахалова. – 2-е изд., испр. и доп. – Иркутск: ИГЛУ, 2011. – 292 с.
105. Хилл Ф., Гэдди К. Шесть масок Владимира Путина [Электронный ресурс] / Ф. Хилл, К. Гэдди // ЛитРес. – URL: <https://www.litres.ru/static/trials/17/98/25/17982509.a4.pdf> (дата обращения 01.05.2017).
106. Хоменко С.М. Политический режим как элемент формы государства: теоретико-правовые и методологические особенности исследования / С.М. Хоменко // Юрист-Правоведь. – 2010. – № 4. – С.77-81.
107. Цуладзе А.М. Формирование имиджа политического лидера в условиях становления новой политической системы в России / Автореферат дисс... кандидата политических наук. – М., 1997. – С. 25.

108. Черкесов Р.А. Модернизационный потенциал российской политической элиты / Р.А. Черкесов // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2011. – №. 4. – С. 194-201.
109. Черных А. Мир современных медиа [Электронный ресурс] / А. Черных // Электронная библиотека bookz.ru. – URL: [http://bookz.ru/authors/alla-4ernih/mir-sovr\\_807/page-3-mir-sovr\\_807.html](http://bookz.ru/authors/alla-4ernih/mir-sovr_807/page-3-mir-sovr_807.html) (дата обращения 01.05.2017).
110. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: Монография / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2003. – 248 с.
111. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000) [Электронный ресурс] / А.П. Чудинов // Русский филологический портал. – URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-01.htm#20> (дата обращения 01.05.2017).
112. Шевцова Л.Ф. Смена Режима или Системы? / Л.Ф. Шевцова // Полис. – 2004. – №1. – С.46-50.
113. Шестопал Е.Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования// Образы государств, наций и лидеров/ под ред. Е.Б. Шестопал. – М.: Аспект Пресс, – 2008. С. 8-23.
114. Шестопал Е.Б. Теоретико-методологические проблемы исследования политических образов// Психология восприятия власти / Под ред. Е.Б. Шестопал. М.: Издательство «Социально - политическая МЫСЛЬ». – 2002. – С. 10-21.
115. Щербинин А.И. Государь и гражданин / А.И. Щербинин// Полис. Политические исследования. – 1997. – № 2. – С. 159-171.
116. Щербинин А.И. Плакатный стиль политического мышления: своеобразие и пути формирования / А.И. Щербинин // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2011. – №3(15). – С. 59-75.

117. Щербина Н.Г. Конструирование виртуальной реальности и героический брендинг политического товара / Н.Г. Щербина // Политический маркетинг. – 2009. – № 2. – С. 34-57.
118. Эриксен Т.Х. Тирания момента. Время в эпоху информации / Т.Х. Эриксен. – М.: Весь Мир, 2003. – 207 с.
119. Abelson R.P., Fiske S.T. Developmental Research on Candidate Instrumentation: Results and Recommendations / R.P. Abelson, S.T. Fiske. – Report Submitted to National Election Studies Board, 1979.
120. Aguilar E., Fordham B.O., Lynch P.G. The foreign policy beliefs of political campaign contributors: A post-Cold War analysis / E. Aguilar et al // Social Science Quarterly. – 2001. – №82(1). – P. 90-105.
121. Alefirenko N.F. Phraseological Meaning: Nature, Essence, Structure / N.F. Alefirenko // Word Sides. – М: ELPIS, 2005. – P. 21-27.
122. Alexa.com [Электронный ресурс] // URL: <http://Alexa.com> (дата обращения 06.10.2017).
123. Alozie E. International Diplomacy and the prelude to the 2003 Invasion of Ira. African new coverage and Assessment / E. Alozie // International Communication Gazette. – 2006. – №68(5-6). – P. 449-472.
124. Althaus S.L., Tewksbury D. Agenda Setting and the ‘New’ News: Patterns of Issue Importance Among Readers of the Paper and Online Versions of the New York Times / S.L. Althaus, D. Tewksbury // Communication Research. – 2002. – №29(2). – P. 180-208.
125. Amber E., Boydston A.E. Making the news: Politics, the media, and agenda setting / E. Amber, A.E. Boydston. – University of Chicago Press, 2013. – 240 p.
126. Analysis of Russia’s Information Campaign Against Ukraine (NATO STRATCOM) [Электронный ресурс]// Официальный сайт Стратком НАТО. URL: <http://stratcomcoe.org/analysis-russias-information-campaign-against-ukraine-1> (дата обращения 01.05.2017).

127. Anderson J. Religion, state and 'sovereign democracy' in Putin's Russia / J. Anderson // *Journal of Religious and Political Practice*. – 2016. – № 2(2). – P. 249-266.
128. Anholt-GfK Nation Brands Index [Электронный ресурс] // URL: <http://nation-brands.gfk.com/> (дата обращения 01.05.2017).
129. Applebaum A. Putinism: the Ideology [Электронный ресурс] / A. Applebaum // [www.lse.ac.uk](http://www.lse.ac.uk). – URL: <http://www.lse.ac.uk/IDEAS/publications/reports/pdf/SU13-2-Putinism.pdf> (дата обращения 01.05.2017).
130. Armony A., Schamis H. Babel in Democratization Studies / A. Armony, H. Schamis // *Journal of Democracy*. – 2005. – №16(4). – P. 113 -128.
131. Aro J. The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools [Электронный ресурс] / J. Aro // *European View*. – 2016. – № 15(121). – URL: <http://link.springer.com/article/10.1007/s12290-016-0395-5> (дата обращения 01.05.2017).
132. Baev P.K. What Drives Moscow's Military Adventurism? / P.K. Baev// *The Current History*. – 2016. – №115(783). – P. 251-260.
133. Balzer H. Managed Pluralism: Vladimir Putin's Emerging Regime / H. Balzer // *Post-Soviet Affairs*. – 2003. – № 19(3). – P. 189-227.
134. Bantimaroudis P., Ban H. Covering the crisis in Somalia: Framing choices by The New York Times and The Manchester Guardian / P. Bantimaroudis, H. Ban. – Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2001. – P.175-184.
135. Baranov A.N., Dobrovolsky D.O. Structures of Knowledge and Their Linguistic Representation in Idiomatic Meaning / A.N. Baranov, D.O. Dobrovolsky // *Researches of Cognitive Linguistic Aspects*. – Tartu, 1990. – № 903. – P. 20-36.
136. Baumgartner F.R., Jones B. Agendas and instabilities in American politics / F.R. Baumgartner, B. Jones. – Chicago: University of Chicago Press, 1993. – 368 p.

137. Bennett W.L., Lawrence R.G., Livingston S. None Dare Call it Torture: Indexing and the Limits of Press Independence in the Abu Ghraib Scandal // *Journal of Communication*. – 2006. – №56(3). – P. 467-485.

138. Billionaire Condemns Party He Led as a Kremlin 'Puppet' [Электронный ресурс] // *The New York Times*. URL: [http://www.nytimes.com/2011/09/16/world/europe/amid-political-rancor-russian-party-leader-mikhail-prokhorov-quits.html?hp&\\_r=0](http://www.nytimes.com/2011/09/16/world/europe/amid-political-rancor-russian-party-leader-mikhail-prokhorov-quits.html?hp&_r=0) (дата обращения 01.05.2017).

139. Birkenstein J., Froula A., Randell K. Reframing 9/11: film, popular culture and the "war on terror" / J. Birkenstein, A. Froula, K. Randell. – New York (Continuum), 2010. – 256 p.

140. Boers F. No Pain, No Gain' in a Free-Market Rhetoric: A Test for Cognitive Semantics? // *Metaphor and Symbol*. – 1997. – №12. – P.231-241.

141. Boulding K. National Image and International Systems / K. Boulding // *Journal of Conflict Resolution*. – 1959. – №3. – P. 120-131.

142. Boynton G.R., Richardson G.W. Agenda setting in the twenty-first century / G.R. Boynton, G.W. Richardson // *New media & society*. – 2016. – № 18(9). – P. 1916-1934.

143. Bronfenbrenner U. The Mirror Image in Soviet-American Relations: A Social Psychologist's Report / U. Bronfenbrenner // *Journal of Social Issues*. – 1961. – № 17 (3). – P. 45-56.

144. Brown A. Vladimir Putin and the reaffirmation of central state power / A Brown // *Post-Soviet Affairs*. – 2001. – № 17(1). – P. 45-55.

145. Bundesamt für Verfassungsschutz [Электронный ресурс] // Сайт Федеральная служба защиты конституции Германии. – URL: <https://www.verfassungsschutz.de>.

146. Cameron R. Federalism and Electoral Authoritarianism under Putin / R. Cameron // *Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization*. – 2005. – №13(3). – P. 347-372.

147. Campbell A., Converse P.E. et al. *The American Voter* / A. Campbell. – Chicago: University of Chicago Press, 1960. – 576 p.

148. Campbell C. Presidential Leadership // Peel G., Bailey Ch. J., Cain B. (eds). Development in American Politics. L., 1992.
149. Campbell C. The American Campaign. Texas A&M University Press, 2000. – P. 145-151.
150. Cardoso F.H. Charting a New Course: The Politics of Globalization and Social Transformation / F.H. Cardoso. – Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2001. – P. 436-438.
151. Carothers T. The End of the Transition Paradigm / T. Carothers // Journal of Democracy. – 2002. – № 13(1). – P. 5-21.
152. Cassidy J.A., Johnson E.D. Putin, Putiniana and the Question of a Post-Soviet Cult of Personality / J.A. Cassidy, E.D. Johnson // The Slavonic and East European Review. – 2010. – № 88 (4). – P. 681-707.
153. Castells M. The new public sphere: Global civil society, communication networks, and global governance // Annals of the American Academy of Political and Social Sciences. – 2008. – №616. – P. 78-93;
154. Castells M. Materials for an exploratory theory of the network society // British Journal of Sociology. – 2000. – №51(1). – P. 5-24;
155. Castells M. A Network Theory of Power // International Journal of Communication. – 2011. – №5. – P.773-787.
156. Chong D., Druckman, J.N. A theory of framing and opinion formation in competitive elite environments // Journal of Communication. – 2007. – №57. – P. 99-118.
157. Christie Th. B. Framing Rationale for the Iraq War. The International of Public Support with Mass Media and Public Policy Agendas / Th.B. Christie // International Communication Gazette. – 2006. – №68 (5-6). – P. 519-532
158. Christopher T.H. The Developmental Implication of Image Theory in Inciting a Population to War: a Content analysis of Bush Administration Discourse Leading to the Iraq War., Ph.D. Dissertation / T.H. Christopher. – Institute of Transpersonal Psychology, 2009. – 300 p.

159. Circulation analysis [Электронный ресурс] // Официальный сайт The Economist. – URL: <http://www.abc.org.uk/Certificates/48418481.pdf> (дата обращения 01.05.2017).
160. Cohen B.C. The Press, the Public and Foreign Policy / B.C. Cohen. – Princeton, 1963. – 279 p.
161. Cohen J.E. Presidential Rhetoric & the Public Agenda // American Journal of Political Science. – 1995. – №39(1). – P. 87-107.
162. Collier D., Levitsky S. Democracy with Adjectives: Conceptual Innovation in Comparative Research / D. Collier, S. Levitsky // World Politics. – 1997. – № 49. – P. 430-451.
163. Collier R., Collier D. Shaping the Political Arena: Critical Junctures, the Labor Movement, and Regime Dynamics in Latin America / R. Collier, D. Collier. – Princeton: Princeton University Press, 1991. – 904 p.
164. Colton T.J., Hale H.E. Putin's Uneasy Return and Hybrid Regime Stability The 2012 Russian Election Studies Survey / T.J. Colton, H.E. Hale // Problems of Post-Communism. – 2014. – № 61(2). – P. 3-22.
165. Colton T.J., Hale H.E. The Putin Vote: Presidential Electorates in a Hybrid Regime / T.J. Colton, H.E. Hale // Slavic Review. – 2009. – № 68(3). – P. 473-503.
166. Colton T.J., McFaul M. Popular Choice and Managed Democracy: The Russian Elections of 1999 and 2000 [Электронный ресурс] / T.J. Colton, M. McFaul // Библиотека он-лайн. – URL: <http://bookre.org/reader?file=1141602> (дата обращения 01.05.2017).
167. Cook E. The news media as a political institution: Looking backward and looking forward / E. Cook // Political Communication. – 2006. – № 23(2). – P. 159-171.
168. Corrales J., Penfold M. Dragon in the Tropics: Hugo Chavez and the Political Economy of Revolution in Venezuela / J. Corrales. – Washington DC: Brookings Institute Press, 2011. – 209 p.

169. Coulloudon V. Elite Groups in Russia [Электронный ресурс] / V. Coulloudon // *Demokratizatsiya*. – 2002. – №6. – URL: [https://www2.gwu.edu/~ie-resgwu/assets/docs/demokratizatsiya%20archive/06-03\\_coulloudon.pdf](https://www2.gwu.edu/~ie-resgwu/assets/docs/demokratizatsiya%20archive/06-03_coulloudon.pdf) (дата обращения 01.05.2017).
170. Dahl R.A. *Polyarchy: Participation and Opposition* / R.A. Dahl. – New Haven: Yale University Press, 1971. – 267 p.
171. De Landtsheer C. Collecting Political Meaning from the Count of Metaphor / C. de Landtsheer // *Metaphor and discourse*. – 2009. – P. 59-78.
172. Dearing J.W., Rogers E. *Agenda-Setting* / J.W. Dearing, E. Rogers. – SAGE Publications, 1996. – 196 p.
173. Diamond L. Is the Third Wave Over? / L. Diamond // *Journal of Democracy*. – 1996. – № 7(3). – P. 20-37.
174. Diamond L. Thinking About Hybrid Regimes / L. Diamond // *Journal of Democracy*. – 2002. – № 13(2). – P. 21-35.
175. Diamond L., Juan J.L., Lipset S.M. *Democracy in Developing Countries: Latin America* / L. Diamond. – Boulder, CO: Lynne Rienner, 1988. – 594 p.
176. Domke D., Shah D.V., Wackman D.B. Media priming effects: Accessibility, association, and activation / D. Domke [et al] // *International Journal of Public Opinion Research*. – 1998. – №10(1). – P. 51-74.
177. Donaldson R.H., Noguee J.L. *The foreign policy of Russia: changing systems, enduring interests* / R.H. Donaldson, J.L. Noguee. – New York: ME Sharpe, 2005. – 419 p.
178. Douglas E.S. *Putin's Master Plan: To Destroy Europe, Divide NATO, and Restore Russian Power and Global Influence* / E.S. Douglas. – Encounter Books, 2016. – 200 p.
179. Edelman M. *Politics as Symbolic Action*. – Chicago: Markham Pub. 1971. – 118 p.
180. Edy J.A., Meirick P.C. Wanted, Dead or Alive: Media Frames, Frame Adoption, and Support for the War in Afghanistan / J.A. Edy, P.C. Meirick // *Journal of Communication*. – 2007. – №57 (1). – P. 119-141.

181. EFEPİ. EF English Proficiency Index [Электронный ресурс] // Официальный сайт English First. – URL: <http://www.ef-russia.ru/epi/regions/europe/russia/> (дата обращения 01.05.2017).
182. Election in Russia. Welcome to the Circus [Электронный ресурс] // The Economist. – URL: <http://www.economist.com/node/21529105> (дата обращения 01.05.2017).
183. Ellis R. Rival Visions of Equality in American Political Culture. // The Review of Politics. – 1992. – №54. – P.253-280.
184. Entman R.M. Framing, U.S. Coverage of International News: Contrast in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents [Электронный ресурс] / U.S. Framing // Journal of Communication. – 2006. – № 41(4). – URL: [https://www.researchgate.net/publication/229461133\\_Framing\\_US\\_Coverage\\_of\\_International\\_News\\_Contrast\\_in\\_Narratives\\_of\\_the\\_KAL\\_and\\_Iran\\_Air\\_Incidents](https://www.researchgate.net/publication/229461133_Framing_US_Coverage_of_International_News_Contrast_in_Narratives_of_the_KAL_and_Iran_Air_Incidents) (дата обращения 01.05.2017).
185. Entman R.M. Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm / R.M. Entman // Journal of Communication. – 1993. – № 43. – P.51-59.
186. Entman R.M., Matthes J., Pellicano L. Nature, Sources and Effects of News Framing / R.M. Entman, J. Matthes, L. Pellicano // The Handbook of Journalism Studies. – N.Y., 2009. – 177 p.
187. Epstein E. News from nowhere: Television and the news / E. Epstein. – EJE Publication, 1973. – 347 p.
188. EU Strategic Communications with View to Counteracting Propaganda [Электронный ресурс] // Официальный сайт парламента Европы. – URL: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/578008/EXPO\\_IDA\(2016\)578008\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/578008/EXPO_IDA(2016)578008_EN.pdf) (дата обращения 01.05.2017).
189. Feifer G. Incorruptible Putin [Электронный ресурс] / G. Feifer // Foreign Affairs. – 2016. URL. – <https://www.foreignaffairs.com/articles/russian-federation/2016-04-19/incorruptible-putin> (дата обращения 01.05.2017).
190. Feklyunina V. Battle for perceptions: Projecting Russia in the West / V. Feklyunina// Europe Asia Studies. – 2008. – №60(4). – P. 605-629.

191. Feklyunina V. National Images in International Relations: Putin's Russia and the West [Электронный ресурс] / V. Feklyunina // University of Glasgow. – 2009. – 250 p. – URL: <http://theses.gla.ac.uk/1391/2/2009feklyuninaphd.pdf> (дата обращения 01.05.2017).
192. Fish M.S. Democracy Derailed in Russia: The Failure of Open Politics / M.S. Fish. – New York: Cambridge University Press, 2005. – 336 p.
193. Fishman, R.M. Rethinking State and Regime: Southern Europe's Transition to Democracy / R.M. Fishman // World Politics. – 1990. – №42(3). – P. 422-440.
194. Fisk, R. Pity the Nation: Lebanon at War / R. Fisk. – London: Oxford University Press, 2001. – 727 p.
195. Foreign Policy. Putin's Empire of the mind [Электронный ресурс] // Foreign Policy. URL: <http://foreignpolicy.com/2014/04/21/putins-empire-of-the-mind/> (дата обращения 01.05.2017).
196. Fukuyama's Vague Criticism of 'Putinism' Distracts from Failures of Liberal Democracy [Электронный ресурс] // [russia-insider.com](http://russia-insider.com). – URL: <http://russia-insider.com/en/politics/fukuyamas-vague-criticism-putinism-distracts-failures-western-liberal-democracy/ri12787> (дата обращения 01.05.2017).
197. Gamson W.A. Modigliani A. Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach / W.A. Gamson, A. Modigliani // American Journal of Sociology. – 1989. – №95(1). – P. 1-37.
198. Gel'man V. The Rise and decline of electoral authoritarianism in Russia [Электронный ресурс] / V. Gel'man // The George Washington University. – URL: [https://www2.gwu.edu/~ieresgwu/assets/docs/503-522\\_Gelman.pdf](https://www2.gwu.edu/~ieresgwu/assets/docs/503-522_Gelman.pdf) (дата обращения 01.05.2017).
199. George A.L. The «operational code»: A neglected approach to the study of political leaders and decision-making / A.L. George. – Santa Monica, CA: RAND Corporation, 1967. – P.190-222.
200. Germany sours on Russia. Fool me once [Электронный ресурс] // The Economist. – URL: <http://www.economist.com/news/europe/21697236-germanys->

establishment-once-believed-conciliation-russia-no-longer-fool-me-once (дата обращения 01.05.2017).

201. Ghenem S. Filling in the Tapestry: the Second Level of Agenda Setting / S. Ghenem // Communication and Democracy Exploring the Intellectual Frontiers in agenda – Setting Theory / Ed. Maxwell McCombs, Donald L. Shaw and David Waever. – Mahwah, NJ: Lawrence Erlbauro Assoc., 1997. – P. 3-14.

202. Gill G. The Decline of a Dominant Party and the Destabilization of Electoral Authoritarianism? / G. Gill // Post-Soviet Affairs. – 2012. – № 28(4). – P. 449-471.

203. Global politics. League of nationalists [Электронный ресурс]// The Economist. – URL: <http://www.economist.com/news/international/21710276-all-around-world-nationalists-are-gaining-ground-why-league-nationalists> (дата обращения 01.05.2017).

204. Goffman E. Frame analysis: An essay on the organization of experience / E. Goffman. – Harvard University Press, 1974. – 600 p.

205. Goode P.J. Eyes Wide Shut: Democratic Reversals, Scientific Closure, and the Study of Politics in Eurasia [Электронный ресурс] / P.J. Goode // Social Science Quarterly. – 2016. – №97(4). – URL: [https://www.academia.edu/29220250/Eyes\\_Wide\\_Shut\\_Democratic\\_Reversals\\_Scientific\\_Closure\\_and\\_the\\_Study\\_of\\_Politics\\_in\\_Eurasia](https://www.academia.edu/29220250/Eyes_Wide_Shut_Democratic_Reversals_Scientific_Closure_and_the_Study_of_Politics_in_Eurasia) (дата обращения 01.05.2017).

206. Goode P.J. Redefining Russia: Hybrid Regimes, Fieldwork, and Russian Politics / P.J. Goode // Perspectives on Politics. – 2010. – №8(4). – P. 1055-1075.

207. Gorbachev M. Perestroika Lost [Электронный ресурс]// The New York Times. – URL: <http://www.nytimes.com/2010/03/14/opinion/14gorbachev.html>.

208. Gorham B.W. Stereotypes in the media: So what? / B.W. Gorham // The Howard Journal of Communication. – 1999. – №10. – P. 229-247.

209. Grand S. L. The Battle for Imagery: Visual Metaphor and Televisual Persuasion in The Gulf War. Ph.D. Diss.: University of Southern California. 1994. – 185 p.

210. Grau C.H. What publications are most frequently quoted in the Congressional Record / C.H. Grau // *Journalism Quarterly*. – 1976. – №53 (4). – P. 716-719.

211. Greene A.S. The End of Ambiguity in Russia / A.S. Greene // *The Current History*. – 2015. – №114 (774). – P. 251-258.

212. Gronke P., Rejali D., Drenguis D., Hicks J., Miller P., & Nakayama B. U.S. Public Opinion on Torture, 2001–2009/ Gronke P., Rejali D., Drenguis D., Hicks J., Miller P., & Nakayama B. // *Political Science & Politics*, 2010. - 43(3). – P.437-444.

213. Grzymala-Busse A., Informal Institutions and the Post-Communist State : The National Council for Eurasian and East European Research. – 2004. [Электронный ресурс] / A. Grzymala-Busse // University Center for International Studies. – URL: [https://www.ucis.pitt.edu/nceer/2004\\_818-02f\\_Grzymala-Busse.pdf](https://www.ucis.pitt.edu/nceer/2004_818-02f_Grzymala-Busse.pdf) (дата обращения 01.05.2017).

214. Habermas J. Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research // *Communication Theory*. 2006. № 16. – P. 411–426.

215. Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Cambridge, Mass: The MIT Press, 1991. – P. 200–201.

216. Hahn G. Managed Democracy? Building Stealth Authoritarianism in St. Petersburg / G. Hahn // *Demokratizatsiya*. – 2004. – №12(2). – P. 195-231.

217. Hale H.E. Hybrid Regimes: When Democracy and Autocracy Mix. In *Dynamics of Democratization* / H.E. Hale. – Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2011. – P. 23-45.

218. Hale H.E. Russian regime dynamics through 2025: Comparative thinking about the future / H.E. Hale // *Russia 2025: Scenarios for the Russian Future*, 2013. – P. 125-142.

219. Hallahan K. Seven Models of Framing: Implications for Public Relations / K. Hallahan // *Journal of Public Relation Research*. – 1999. – №3. – P. 205-242

220. Hallin D.C., Mancini P. Comparing media systems: Three models of media and politics. Communication, society, and politics [Электронный ресурс] / D.C. Hallin, P. Mancini. – Cambridge, UK; New York: Cambridge University Press, 2004. – URL: <http://catdir.loc.gov/catdir/samples/cam041/2003069684.pdf> (дата обращения 01.05.2017).
221. Harsin J. Regimes of Posttruth, Postpolitics, and Attention Economies // Communication, Culture & Critique. №8(2). 2015. – P. 327–333.
222. Hastie R., Park B. The relationship between memory and judgment depends on whether the judgment task is memory-based or on-line / R. Hastie, B. Park // Psychological Review. – 1986. – №93(3). – P. 260-264.;
223. Hernmann R.K. Image Theory and Strategic Interaction in International Relations / R.K. Hernmann // Oxford Handbook of Political Psychology/ ed. by D.O. Sears, L. Huddy. R. Jervis. – Oxford University Press, 2003. – P. 285-314.
224. Herpen M. Putinism: The Slow Rise of a Radical Right Regime in Russia / M. Herpen. – Palgrave Macmillan, 2013. – 278 p.
225. Hill F., Gaddy C. Mr. Putin: Operative in the White House / F. Hill, C. Gaddy. – The Brookings Institute, Washington, 2013. – 520 p.
226. Hirsch P. Occupational, organizational and institutional models in mass media research: Toward an integrated framework / P. Hirsch // Strategies for Communication Research. – 1977. – № 6. – P. 13-42.
227. Holsti K.J. National role conceptions in the study of foreign policy / K.J. Holsti // International Studies Quarterly. – 1970. – №14(3). – P. 233-309.
228. Howard M.M., Roessler P.G. Liberalizing Electoral Outcomes in Competitive Authoritarian Regimes / M.M. Howard, P.G. Roessler // American Journal of Political Science. – 2006. – № 50(2). – P. 365-381.
229. Hutchings S., Rulyova N. Television and Culture in Putin's Russia: Remote Control / S. Hutchings, N. Rulyova. – London and New York: Routledge, 2009. – 272 p.

230. Ibarra P.R., Kitsuse J.I. Claims-making discourse and vernacular resources / G. Miller, J.A. Holstein (eds.). Challenges and choices: constructionist perspectives on social problems. – Hawthorne: Aldine de Gruyter, 2003. – P. 17-50.

231. Ibroshcheva E. Hostile Imagination at Work: American Opinion Makers' Representations of the Media Role in Stereotypes of Russians and Eastern Europeans / E. Ibroshcheva // American Journal of Media Psychology. – 2009. – 254 p.

232. In U.S., Record 68% View Russia as Unfriendly or an Enemy [Электронный ресурс] // Официальный сайт института Гэллопа. – URL: [http://www.gallup.com/poll/168110/record-view-russia-unfriendly-enemy.aspx?g\\_source=Russia+favorability&g\\_medium=search&g\\_campaign=tiles](http://www.gallup.com/poll/168110/record-view-russia-unfriendly-enemy.aspx?g_source=Russia+favorability&g_medium=search&g_campaign=tiles) (дата обращения 01.05.2017).

233. Information Warfare: Russian Activities [Электронный ресурс] // Federation of American Scientists. – URL: <https://fas.org/sgp/crs/row/IN10563.pdf> (дата обращения 01.05.2017).

234. Is there Separation of Powers in Russian [Электронный ресурс] // Carnegie Endowment for International Peace. – URL: <http://carnegieendowment.org/2001/01/09/is-there-separation-of-powers-in-russia-event-250> (дата обращения 01.05.2017).

235. Iyengar S., Kinder D.R. News That Matters: Television and American Opinion (American Politics and Political Economy Series) / S. Iyengar, D.R. Kinder. – The University of Chicago Press, London, 1987. – 298 p.

236. Jamieson K.H., Cappella J.N. Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment / K.H. Jamieson, J.N. Cappella. – New-York, NY: Oxford University Press, 2008. – 320 p.

237. Karl T.L. The Hybrid Regimes of Central America / T.L. Karl // Journal of Democracy. -1995. – № 6(3). – P. 72-86.

238. Kertzer D. I. Ritual, Politics and Power. New Haven; London: Yale University Press, 1988. – 235 p.

239. Keyes R. The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life. New York: St. Martin's. 2004. – 312 p.

240. Kinder D.R. Presidential Traits: Pilot Study Report to the 1984 NES Planning Committee and NES Board [Электронный ресурс] / D.R. Kinder. – Ann Arbor: University of Michigan, Center for Political Studies, 1983. URL: [https://www.psc.isr.umich.edu/dis/infoserv/isrpub/pdf/PresidentialTraits\\_report\\_4660.PDF](https://www.psc.isr.umich.edu/dis/infoserv/isrpub/pdf/PresidentialTraits_report_4660.PDF) (дата обращения 01.05.2017).
241. Kinder D.R., Peters M.D. et al. Presidential Prototypes / D.R. Kinder et al // Political Behavior. – 1980. – № 2(4). – P. 315-337.
242. Kinder, D.R. Presidential Character Revisited / D.R. Kinder // Political Cognition: The 19th Annual Carnegie Symposium on Cognition. Hillsdale. – NJ: Erlbaum, 1986. – №19. – 233 p.
243. Kingdon J.W. Agendas, Alternatives and Public Policies / J.W. Kingdon. – Boston, 1984. – 304 p.
244. Kreitner R. Post-Truth and Its Consequences: What a 25-Year-Old Essay Tells Us About the Current Moment [Электронный ресурс] // Официальный сайт The Nation. URL: <https://www.thenation.com/article/post-truth-and-its-consequences-what-a-25-year-old-essay-tells-us-about-the-current-moment/> (дата обращения 01.05.2017).
245. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. [Электронный ресурс] / University of Chicago Press. 2003. — 193 p. URL: <http://shu.bg/tadmin/upload/storage/161.pdf> (дата обращения 01.05.2017).
246. Lakoff G. Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf. // Journal of Urban and Cultural Studies. 1991. №2. – P.59-72.
247. Lakoff G. Women, Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind. Chicago: University of Chicago Press. 1987. – 614 p.
248. Laqueur W. Putinism: Russia and Its Future with the West / W. Laqueur. – Thomas Dunne Books, 2015. – 288 p.
249. Lau R. R., Sears D.O. (eds). // Political Cognition: The 19th Annual Carnegie Symposium on Cognition. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum. 1986.

250. Ledeneva A.V. Can Russia modernise? Sistema, power networks and informal governance / A.V. Ledeneva. – Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2013. – 327 p.
251. Leffler M.P. For the soul of mankind: the United States, the Soviet Union, and the Cold War / M.P. Leffler. – N.Y., 2007. – 608 p.
252. Leites N.C. A study of Bolshevism / N.C. Leites. – New York: Free Press, 1953. – 639 p.
253. Leites N.C. The operational code of the politburo / N.C. Leites. – New York: McGraw-Hill Book Company, 1951. – 118 p.
254. Levitsky S., Lucan A.W. The Rise of Competitive Authoritarianism / S. Levitsky, A.W. Lucan // Journal of Democracy. – 2002. – № 13(2). – P. 51-65.
255. Levitsky S., Way L.A. Competitive Authoritarianism: Hybrid Regimes After the Cold War / S. Levitsky, L.A. Way. – New York: Cambridge University Press, 2010. – 536 p.
256. Lewin K. Forces behind food habits and methods of change [Электронный ресурс]/ К. Lewin // Bulletin of the National Research Council. – 1943. – № 108 (1043). – P. 35-65. – URL: <https://www.nap.edu/read/9566/chapter/8#37> (дата обращения 01.05.2017).
257. Lewin K. Frontiers in group dynamics II: Channels of group life; social planning and action research / К. Lewin // Human Relations. 1947. – №1(2). – P. 143-153.
258. Lewis S.C., Reese S.D. What is the War on Terror? Framing Through the Eyes of Journalists / S.C. Lewis, S.D. Reese // Journalism and Mass Communication Quarterly. – 2009. – №86(1). – P. 85-112.
259. Lippmann, W. Public opinion / W. Lippmann. – New York, 1922.
260. Lo B. Russian foreign policy in the post-Soviet era: Reality, Illusion and Mythmaking. Basingstoke [Электронный ресурс] / В. Lo // Большая онлайн библиотека. – URL: [http://www.e-reading.club/bookreader.php/135956/Russian\\_Foreign\\_Policy\\_in\\_the\\_Post-Soviet\\_Era\\_-\\_Reality,\\_Illusion\\_and\\_Mythmaking.pdf](http://www.e-reading.club/bookreader.php/135956/Russian_Foreign_Policy_in_the_Post-Soviet_Era_-_Reality,_Illusion_and_Mythmaking.pdf) (дата обращения 01.05.2017).

261. Lodge Milton and Kathleen McGraw. Where is the Schema? // American Political Science Review. 1991. – №85. – P.1357-1364.
262. Lodge M., Ruth H. A Partisan Schema for Political Information Processing. // American Political Science Review. 1986. №80. – P.505-520.
263. Lodge M., McGraw K. Where is the Schema? // American Political Science Review. 1991. – №84. – P.1357-1364.
264. Lukin A. Russia's New Authoritarianism and Post-Soviet Political Ideal / A.Lukin // Post-Soviet Affairs. 2009. – №25(1). – P. 66-92.
265. Macridis R.C. Modern Political Regimes: Institutions and Patterns / R.C. Macridis. – Boston: Little, Brown & Company, 1986. – 292 p.
266. Magaloni B. The Game of Electoral Fraud and the Ousting of Authoritarian Rule / B. Magaloni // American Journal of Political Science. 2010. – № 54(3). – P. 751-765.
267. McCann J. Electoral Choices and Core Value Change: The 1992 Presidential Campaign. // American Journal of Political Science. 1997. – №42 – P.564-583.
268. McCombs M., Eyal C. H., Graber D., Weaver D. Media Agenda-Setting in the Presidential Election / M. McCombs [et al]. – N.Y., 1981. – 43 p.
269. McCombs M., Llamas J.P., Lopez-Escobar E., Rey F. Candidate images in Spanish elections: second-level agenda-setting effects / M. McCombs [et al] // Journalism & Mass communication Quarterly. 1997. – №74(4). – P. 703-717.
270. McCombs M.E. The agenda-setting approach // Handbook of political communication / D. Nimmo, K.R. Sanders (Eds.). – Newbury Park, CA: Sage, 1981. – P. 121-140.
271. McCombs M.E., Shaw D.L. The agenda-setting function of mass-media / M. E. McCombs, D. L. Shaw // Public Opinion Quarterly. 1972. – №36. – P. 176-187.
272. McFaul M. The Perils of a Protracted Transition / M. McFaul // Journal of Democracy. 1999. – № 10(2). – P. 4-18.

273. McGraw K.M. Political Impressions: Formation and Management / K.M. McGraw // The Handbook of Political Psychology. – New York: Oxford University Press, 2003. – P. 394-432.
274. McQuail D. Communication Models for the Study of Mass Communications / D. McQuail. – Prentice Hall, 1993. – P. 238.
275. Mendelson E.S. Generation Putin [Электронный ресурс] / S.A. Mendelson// Foreign Affairs. 2014. URL. – <https://www.foreignaffairs.com/reviews/2014-12-15/generation-putin> (дата обращения 01.05.2017).
276. Millar F.E., Beck D.B. Metaphors of crisis / F.E. Millar, D.B. Beck // Responding to Crisis. A Rethorical Approach to Crisis Communication. – New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2004. – P.153-166.
277. Miller A.H. et al. Schematic Assessments of Presidential Candidates / A.H. Miller et al // American Political Science Review. 1986. – № 80(2). – 528 p.
278. Moor R. The Path to the New Russian Constitution [Электронный ресурс] / R. Moor // The George Washington University. – URL: [https://www2.gwu.edu/~ieresgwu/assets/docs/demokratizatsiya%20archive/03-1\\_Moore.PDF](https://www2.gwu.edu/~ieresgwu/assets/docs/demokratizatsiya%20archive/03-1_Moore.PDF) (дата обращения 01.05.2017).
279. Mughees-uddin. The case of Pakistan (1980-1990) editorial treatment of U.S. foreign policy in The New York Times // Quarterly Journal. 1997. – №4(2). – P. 33-68.
280. Munck G.L. Disaggregating Political Regime: Conceptual Issues in the Study of Democratization [Электронный ресурс] / G.L. Munck. – The Helen Kellogg Institute for International Studies, 1996. – 41 p. – URL: <https://kellogg.nd.edu/publications/workingpapers/WPS/228.pdf> (дата обращения 01.05.2017).
281. Muzar L., Lee J. Sounding the Global Alarm – Environmental-issues in the United States National News / L. Muzar, J. Lee // Social Studies of Science. – 1993. – №23(4). – P. 681-720.

282. Myers S.L. The New Tsar: The Rise and Reign of Vladimir Putin / S.L. Myers. – Vintage, 2016. – 592 p.
283. New York Times, Washington Post, and Local Newspapers Seen as Having Liberal Bias. Rasmussen Reports [Электронный ресурс] // web.archive.org. – URL: [https://web.archive.org/web/20080307061018/http://www.rasmussenreports.com/public\\_content/politics/current\\_events/general\\_current\\_events/media/new\\_york\\_times\\_washington\\_post\\_and\\_local\\_newspapers\\_seen\\_as\\_having\\_liberal\\_bias](https://web.archive.org/web/20080307061018/http://www.rasmussenreports.com/public_content/politics/current_events/general_current_events/media/new_york_times_washington_post_and_local_newspapers_seen_as_having_liberal_bias) (дата обращения 01.05.2017).
284. Nichol J. Russia's March 2012 Presidential Election: Outcome and Implications [Электронный ресурс] // Congressional Research Service. – URL: <https://fas.org/sgp/crs/row/R42407.pdf> (дата обращения 01.05.2017).
285. Nisbet M.C., Brossard D. Framing science the stem cell controversy in an age of press/politics / M.C. Nisbet, D. Brossard // The International Journal of Press/Politics. – 2003. – № 8(2). – P. 36-69.
286. Nogales P. D. Metaphorically Speaking. Stanford, CA: CSLI Publications. 1999. – 256 p.
287. O'Donnell G., Schmitter P. Transitions from Authoritarian Rule: Tentative Conclusions about Uncertain Democracies / G. O'Donnell, P. Schmitter. – Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1986. – 96 p.
288. O'Donnell G. Illusions about Consolidation / G. O'Donnell // Journal of Democracy. 1996. – № 7(2). – P. 34-51.
289. Parry-Giles S.J., Parry-Giles T. Meta-imaging, The War Room, and the hyperreality of US politics / S.J. Parry-Giles, T. Parry-Giles // Journal of Communication. 1999. – № 49(1). – P. 28-45.
290. Partlett W. Separation of Powers without Checks and Balances: The Failure of Semi-Presidentialism and the Making of the Russian Constitutional System, 1991-1993 / W. Partlett // The Legal Dimension in Cold-War Interactions: Some Notes from the Field, 2012. – P. 105-140.

291. Peter H. Solomon, JR. Courts and Judges in Authoritarian Regimes / H. Peter, Jr. Solomon // *World Politics*. – 2007. – № 60(1). – P. 122-145.
292. Petrov N., Lipman M., Hale H.E. Three dilemmas of hybrid regime governance: Russia from Putin to Putin / N. Petrov, M. Lipman, H.E. Hale // *Post-Soviet Affairs*. – 2014. – № 30(1). – P. 1-26.
293. Petrov N.V., Lipman M., Hale H.H. Overmanaged Democracy in Russia: Governance Implications of Hybrid Regimes / N.V. Petrov [et al]. – *Carnegie Papers*, 2010. – №106.
294. Piontkovsky A. The Dying Mutant / A. Piontkovsky // *Journal of Democracy*. 2009. – № 20(2). – P. 52-55.
295. Political Polarization & Media Habits [Электронный ресурс] // URL: <http://www.journalism.org/2014/10/21/political-polarization-media-habits/> (дата обращения 06.10.2017).
296. Pollock P.H. III. Issues, Values, and Critical Moments: Did 'Magic' Johnson Transform Public Opinion on Aids? // *American Journal of Political Science*. 1994. №38. – P.426-446.
297. Poornananda D.S. Coverage of South Asia in Two Leading U.S. Newspapers. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01296612.1998.11727178?journalCode=rmea20> (дата обращения 01.05.2017).
298. Price V., Tewksbury D. News values and public opinion: A theoretical account of media priming and framing / V. Price, D. Tewksbury // *Progress in communication sciences: Advances in persuasion*.1997. – №13. – P. 173-212.
299. Putin's popularity. Vladimir unbound [Электронный ресурс] // *The Economist*. – URL: <http://www.economist.com/news/europe/21689626-russias-president-impervious-woes-afflict-normal-leaders-vladimir-unbound> (дата обращения 01.05.2017).
300. Putin's Russia: Sochi or Bust [Электронный ресурс] // *The Economist*. – URL: <http://www.economist.com/news/briefing/21595428-conspicuous-dazzle->

games-masks-country-and-president-deepening-trouble-sochi (дата обращения 01.05.2017).

301. Putin's Tips for What to Do When Negotiations Collapse [Электронный ресурс] // The New York Times. – URL: <http://www.nytimes.com/2008/10/08/world/europe/08putin.html> (дата обращения 01.05.2017).

302. Putin's Year in Scandals [Электронный ресурс] // The New York Times. – URL: <http://www.nytimes.com/2016/01/06/opinion/putins-year-in-scandals.html?rref=collection%2Ftimestopic%2FPutin%2C%20Vladimir%20V> (дата обращения 01.05.2017).

303. Putinism Looms, Essay [Электронный ресурс] // The New York Times. – URL: <http://www.nytimes.com/2000/01/31/opinion/essay-putinism-looms.html> (дата обращения 01.05.2017).

304. Putin's absence. When the tsar vanishes [Электронный ресурс] // The Economist. – URL: <http://www.economist.com/news/europe/21646400-history-presents-interesting-reasons-why-autocrat-might-disappear-public-view-tsar-vanishes> (дата обращения 01.05.2017).

305. Putin's RIA Novosti revamp prompts propaganda fears [Электронный ресурс] // BBC. – URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-25309139> (дата обращения 01.05.2017).

306. Putin's speech. Vladimir the Great [Электронный ресурс] // The Economist. – URL: <http://www.economist.com/news/europe/21635690-russias-president-tells-his-people-west-out-get-them-vladimir-great> (дата обращения 01.05.2017).

307. Richardson P.B. Engaging the Russian Elite: Approaches [Электронный ресурс] / P.B. Richardson // *Methods and Ethics. Politics.* – 2014. – № 34. – P. 180-190. – URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-9256.12036/pdf> (дата обращения 01.05.2017).

308. Roeder F. *Red Sunset. The Failure of Soviet Politics* / F. Roeder. – Princeton, 1993. – 317 p.

309. Rokeach M. and Sandra J. Ball-Rokeach. Stability and Change in American Value Priorities, 1961-1981. // American Psychologist. 1989. №44. – P.775-784.

310. Rosefielde S. Russia in the 21st Century. The Prodigal Superpower / S. Rosefielde. – Cambridge, 2005. – .268 p.

311. Russia [Электронный ресурс] // Официальный сайт института Гэллопа. – URL: <http://www.gallup.com/poll/1642/russia.aspx> (дата обращения 01.05.2017).

312. Russia and Yukos. Bound Over [Электронный ресурс] // The Economist. – URL: <http://www.economist.com/news/leaders/21656186-kremlin-cares-little-rule-law-home-western-courts-are-less-malleable-bound> (дата обращения 01.05.2017).

313. Russia Beyond The Headlines [Электронный ресурс]// Официальный сайт Russia Beyond The Headlines. – URL: <http://rbth.com/>

314. Russia, Ukraine and Crimea Asymmetric wars [Электронный ресурс] // The Economist. – URL: <http://www.economist.com/news/leaders/21598999-best-way-get-crimea-back-ukraine-become-prosperous-democrasywith-wests> (дата обращения 01.05.2017).

315. Russia. The threat from Russia [Электронный ресурс] // The Economist. – URL: <http://www.economist.com/news/leaders/21709028-how-contain-vladimir-putins-deadly-dysfunctional-empire-threat-russia> (дата обращения 01.05.2017).

316. Russia. Vlad the impaler [Электронный ресурс] // The Economist. – URL: <http://www.economist.com/node/2173548> (дата обращения 01.05.2017).

317. Russia: Background and U.S. Interests [Электронный ресурс] // Исследовательской службе Конгресса США. – URL: <https://fas.org/sgp/crs/row/R44775.pdf> (дата обращения 01.05.2017).

318. Russia's future. Putin his place [Электронный ресурс] // The Economist. – URL: <http://www.economist.com/node/21538800> (дата обращения 01.05.2017).

319. Russia's March 2012 Presidential Election: Outcome and Implications [Электронный ресурс] // Congressional Research Service. – URL: <https://fas.org/sgp/crs/row/R42407.pdf> (дата обращения 01.05.2017).

320. Russia's presidency. Guess who! [Электронный ресурс] // The Economist. – URL: <http://www.economist.com/node/21530997> (дата обращения 01.05.2017).

321. Russia's president. Vladimir the victor [Электронный ресурс] // The Economist. – URL: <http://www.economist.com/news/europe/21565643-russian-president-firmly-charge-and-he-not-inclined-pursue-any-big-political-or> (дата обращения 01.05.2017).

322. Russia's Syria surprise. Putin the peacemaker [Электронный ресурс] // The Economist. – URL: <http://www.economist.com/news/middle-east-and-africa/21694996-putin-appears-turn-hard-power-diplomacy-russians-show-their-hand> (дата обращения 01.05.2017).

323. Russian Orthodoxy and Politics in the Putin Era [Электронный ресурс] // [carnegieendowment.org](http://carnegieendowment.org). – URL: <http://carnegieendowment.org/2017/02/09/russian-orthodoxy-and-politics-in-putin-era-pub-67959> (дата обращения 01.05.2017).

324. Russia's president. Vlad the webmeister [Электронный ресурс] // The Economist. – URL: <http://www.economist.com/node/2375387> (дата обращения 01.05.2017).

325. Salgó E. Psychoanalytic Reflections on Politics: Fatherlands in mothers' hands / E. Salgó. – Routledge, 2013. – 313 p.

326. Samuel C., Shapiro J. How to Avoid a New Cold War / C. Samuel, J. Shapiro // The Current History. – 2014. – №113 (765). – P. 265-273.

327. Sartori G. Guidelines for Concept Analysis. Social Science Concepts: A Systematic Analysis / G. Sartori. – Beverly Hills: Sage, 1984.

328. Satter D. The Less You Know, The Better You Sleep: Russia's Road to Terror and Dictatorship under Yeltsin and Putin / D. Satter. – Yale University Press., 2016. – 240 p.

329. Scheufele D.A. Framing as a Theory of Media Effects / D.A. Scheufele // *Journal of Communication*. – 1999. – №49(1). – P. 103-122.
330. Scheufele D.A., Tewksbury D. Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models / D.A. Scheufele, D. Tewksbury // *Journal of Communication*. – 2007. – №57(1). – P. 9 – 20.
331. Schmitter P.C., Terry L.K. What Democracy is ... and is not / P.C. Schmitter, L.K. Terry // *Journal of Democracy*. – 1991. – № 2(3). – P. 74-88.
332. Schrek C. Western Scholars Alarmed By Russian Deportations, Fines. Radio Free Europe/Radio Liberty [Электронный ресурс] // Radio Free Europe. – URL: <http://www.rferl.org/content/russia-western-scholars-alarmed-deportations/26929921.html> (дата обращения 01.05.2017).
333. Sears D.O. Symbolic Politics: A Socio-Psychological Theory. / In Iyengar, Shanto and William J. McGuire (eds.). *Explorations in Political Psychology*. 1993. Durham, NC: Duke University Press.
334. Shah D., David D., Daniel W. To Thine Own Self Be True: Values, Framing, and Voter Decision-Making Strategies. // *Communication Research*. 1996. №23. – P. 509-560.
335. Sharlet R. Reinventing the Russian State: Problems of Constitution Implementation [Электронный ресурс] / R. Sharlet // The John Marshall Law School library. – URL: <http://repository.jmls.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1766&context=lawreview> (дата обращения 01.05.2017).
336. Solomon P. H, Jr. Law in Public Administration: How Russia Differs / H. Peter, Jr. Solomon // *Journal of Communist Studies and Transition Politics*. – 2008. – № 24(1). – P. 115-135.
337. Solomon P. H, Jr. Threats of Judicial Counterreform in Putin's Russia / H. Peter, Jr. Solomon // *Demokratizatsiia*. – 2005. – № 13(3). – P. 325-345.
338. Taylor S., Fiske T. *Social Cognition : From Brains to Culture*. 2d ed. New York: McGraw Hill. 1991. – P. 632.

339. Shevel O. The Battle for Historical Memory in Postrevolutionary Ukraine // O.Shevel/ The Current History. – 2016. – №115(783). – P. 258 – 264.
340. Shevtsova L. Russia – Lost in Transition: The Yeltsin and Putin Legacies / L. Shevtsova. – Washington, DC: Carnegie Endowment for International Peace, 2007. – 424 p.
341. Shevtsova L. Russia XXI: The Logic of Suicide and Rebirth / L. Shevtsova. – Moscow: Carnegie Moscow Center, 2013. – 86 p.
342. Shoemaker P.J., Vos T. Gatekeeping theory / P.J. Shoemaker, T. Vos. – Routledge Taylor & Francis Group, 2009. – 184 p.
343. Silitski V. Tools of Autocracy / V. Silitski // Journal of Democracy. – 2009. – № 20(2). P. 42-46.
344. Silverstein B. Enemy Image: The Psychology of U.S. Attitudes and cognitions regarding the Soviet Union / B. Silverstein // American Psychologist. – 1989. – № 44(6). – 904 p.
345. Skaaning S.E. Political Regimes and Their Changes: A Conceptual Framework [Электронный ресурс] / S.E. Skaaning // Komparativ demokrativurdering. – URL: <http://www.democracy-assessment.dk/papers/uploaded/7302007141320.pdf> (дата обращения 01.05.2017).
346. Smith B.L. Literature on propaganda technique and public opinion / B.L. Smith // Psychological Bulletin. – 1941. – № 38(6). – P. 469-483.
347. Smith D. American Nightmare: Image of Brainwashing, Thought Control, and Terror in Soviet Russia / D. Smith // The Journal of American Culture. – 2010. – № 33. – P. 217-231.
348. Smyth R., Lowry A., Wilkening B. Engineering Victory: Institutional Reform, Informal Institutions, and the Formation of a Hegemonic Party Regime in the Russian Federation / R. Smyth, A. Lowry, B. Wilkening // Post-Soviet Affairs. – 2007. – № 23(2). – P. 118-137.
349. Sniderman P.M., Bullock J.A Consistency Theory of Public Opinion and Political Choice: The Hypothesis of Menu Dependence / P.M. Sniderman, J.A.

Bullock // *Studies in Public Opinion* / W.E. Saris, P.M. Sniderman (eds). – Princeton: Princeton University Press, 2004. – 339 p.

350. Snow N., Taylor Ph. The Revival of the Propaganda state. US propaganda at Home and Abroad Since 9/11 / N., Snow, Ph. Taylor // *International Communication Gazette*. – 2006. – №68(5-6). – P. 389-407.

351. Sunstein C.R. *Republic.com*, Princeton / C.R. Sunstein. – NJ: Princeton University Press, 2001. – 224 p.

352. Szakonyi D. Putin is still Standing [Электронный ресурс] // A. Barbashin / *Foreign Affairs*. – 2016. URL. – <https://www.foreignaffairs.com/articles/russian-federation/2016-07-26/putin-still-standing> (дата обращения 01.05.2017).

353. Tai Z. The structure of knowledge and dynamics of scholarly communication in Agenda-Setting research, 1996-2005 / Z. Tai // *Journal of Communication*. – 2009. – №59. – P. 481-513.

354. Take care of Russia [Электронный ресурс] // *The Economist*. – URL: <http://www.economist.com/news/special-report/21708881-mr-putin-not-setting-about-it-best-way-take-care-russia> (дата обращения 01.05.2017).

355. Taylor B.D. Force and Federalism: Controlling Coercion in Federal Hybrid Regimes / B.D. Taylor // *Comparative Politics*. – 2007. – № 39(4). – P. 421-440.

356. The battle for Russia's history Remember, remember [Электронный ресурс] // *The Economist*. – URL: <http://www.economist.com/news/europe/21709557-memorial-was-founded-commemorate-victims-state-repression-now-human-rights-group-may> (дата обращения 01.05.2017).

357. The dark double: the American media perception of Russia as a neo-Soviet autocracy, 2008-2014 [Электронный ресурс] // *Academia*. – URL: [https://www.academia.edu/24791418/The\\_dark\\_double\\_the\\_American\\_media\\_perception\\_of\\_Russia\\_as\\_a\\_neo-Soviet\\_autocracy\\_2008-2014](https://www.academia.edu/24791418/The_dark_double_the_American_media_perception_of_Russia_as_a_neo-Soviet_autocracy_2008-2014) (дата обращения 01.05.2017).

358. The EU and Russia: Before and Beyond the Crisis in Ukraine [Электронный ресурс] // Официальный сайт парламента Великобритании. – URL:

<https://www.publications.parliament.uk/pa/ld201415/ldselect/ldeucom/115/115.pdf>

(дата обращения 01.05.2017).

359. The New York Times Annual Report [Электронный ресурс]// Официальный сайт the New York Times Publishing. – URL: The New York Times URL: <http://d18rn0p25nwr6d.cloudfront.net/CIK-0000071691/37d516f5-b9da-4ca8-a50f-d70630760094.pdf> (дата обращения 01.05.2017).

360. The USSR is Back (Clothing Racks) [Электронный ресурс] // The New York Times. – URL: <http://www.nytimes.com/2007/11/27/world/europe/27designer.html> (дата обращения 01.05.2017).

361. Three Rules of Kremlin Power [Электронный ресурс] // The New York Times. – URL: <https://www.nytimes.com/2016/03/24/opinion/international/three-rules-of-kremlin-power.html?rref=collection%2Ftimestopic%2FStalin%2C%20Joseph> (дата обращения 01.05.2017).

362. Trochev A. Judging Russia: The Role of the Constitutional Court in Russian Politics, 1990-2006 / A. Trochev. – Cambridge, 2008. – 384 p.

363. Trochev A. Less Democracy, More Courts: A Puzzle of Judicial Review in Russia / A. Trochev // Law & Society Review. – 2004. – № 38(3). – P. 513-548.

364. Trusting News Project Report 2017 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.rjionline.org/stories/who-trusts-and-pays-for-the-news-heres-what-8728-people-told-us?link=mktw> (дата обращения 06.10.2017).

365. Tsygankov A.P. Assessing Cultural and Regime-Based Explanations of Russia's Foreign Policy. Authoritarian at Heart and Expansionist by Habit? [Электронный ресурс] // Europe-Asia Studies.2012.URL: [https://www.academia.edu/3045108/Assessing\\_Cultural\\_and\\_Regime-](https://www.academia.edu/3045108/Assessing_Cultural_and_Regime-)

Based\_Explanations\_of\_Russias\_Foreign\_Policy.\_Authoritarian\_at\_Heart\_and\_Expansionist\_by\_Habit\_ (дата обращения 01.05.2017).

366. Tsygankov A.P. The dark double: the American media perception of Russia as a neo-Soviet autocracy, 2008-2014 [Электронный ресурс]/ A.P. Tsygankov // Politics. – 2016. URL: [https://www.academia.edu/24791418/The\\_dark\\_double\\_the\\_American\\_media\\_perception\\_of\\_Russia\\_as\\_a\\_neo-Soviet\\_autocracy\\_2008-2014](https://www.academia.edu/24791418/The_dark_double_the_American_media_perception_of_Russia_as_a_neo-Soviet_autocracy_2008-2014) (дата обращения 01.05.2017).

367. Tuchman G. Making news by doing work: Routinizing the unexpected / G. Tuchman // American Journal of Sociology. – 1973. – № 79(1). – P. 110–131.

368. Tucker R.C. The Soviet political mind: Stalinism and post-Stalin change / R.C. Tucker. – New York: WW Norton & Company, 1972. – 320 p.

369. Ukraine and Russia. Putin the uniter [Электронный ресурс] // The Economist. – URL: <http://www.economist.com/news/europe/21654663-war-has-made-most-ukrainians-see-russians-enemies-not-friends-putin-uniter/> (дата обращения 01.05.2017).

370. Valentino N.A. Crime news and the priming of racial attitudes during evaluations of the president / N.A. Valentino // Public Opinion Quarterly. 1999. – № 63. – 293 p.

371. Van den Bosch, J. Political Regime Theory: Identifying and Defining Three Archetypes / J. Van den Bosch // The Copernicus Journal of Political Studies. 2013. – № 2(4). – P. 78–96.

372. Vlad the Victorious [Электронный ресурс] // The Economist. – URL: <http://www.economist.com/node/2280344> (дата обращения 01.05.2017).

373. Walker S.G. The evolution of operational code analysis / S.G. Walker // Political Psychology. 1990. – № 11(2). – P. 403–418.

374. Weaver D.H., Graber D.A., McCombs, M.E., Eyal, C.H. Media agenda-setting in a presidential election: Issues, images and interest / D.H. Weaver [et al]. – New York: Praeger, 1981. – 227 p.

375. Weisman A. Separation of Powers in Post-Communist Government: A Constitutional Case Study of the Russian Federation / A. Weisman // American University International Law Review. 1995. – №10(4). – P.1365-1398.
376. Welbers K. Gatekeeping in the Digital Age. PhD dissertation [Электронный ресурс] // Vrije Universiteit Amsterdam, 2016. P. 207. – URL: <http://dare.uvu.nl/bitstream/handle/1871/54829/complete%20dissertation.pdf?sequence=6> (дата обращения 01.05.2017).
377. Welt C. Russia: Background and U.S. Interests [Электронный ресурс] // Congressional Research Service. – URL: <https://fas.org/sgp/crs/row/R44775.pdf> (дата обращения 01.05.2017).
378. White D. Re-conceptualising Russian party politics / D. White // East European Politics. – 2012. – № 28(3). – P. 210-224.
379. White D.M. The «Gate Keeper»: A Case Study in the Selection of News / D.M. White // Journalism Quarterly. – 1950. – №17(4). – 383 p.
380. Widdowson H.G. Learning purpose and language use / H.G. Widdowson. – Oxford: Oxford University Press, 1983. – 125 p.
381. Willem J., Liina P., Katarzyna S., Leen d’Haenens. The Battle for the Euro: Metaphors and Frames in the Euro Crisis News [Электронный ресурс] / J. Willem [et al.] // International Political Science Association and Secretariat Partners. – URL: [http://paperroom.ipsa.org/papers/paper\\_35503.pdf](http://paperroom.ipsa.org/papers/paper_35503.pdf) (дата обращения 01.05.2017).
382. Willems J. The Russian Orthodox Church Pillar of Power, Mirror of Society / J. Willems // Osteuropa. – 2012. – № 62(6-8). – 179 p.
383. Wilson A. Virtual Politics: Faking Democracy in the Post-Soviet World / A. Wilson. – New Haven: Yale University Press, 2005. – 352 p.
384. Winnerstig M. Tools of Destabilization. Russian Soft Power and Non-military Influence in the Baltic State [Электронный ресурс]// Официальный сайт NATO Stratcom. – URL: <http://stratcomcoe.org/mike-winnerstig-ed-tools-destabilization-russian-soft-power-and-non-military-influence-baltic-states> (дата обращения 01.05.2017).

385. Winter J.P., Eyal C.H. Agenda Setting for the Civil-Rights Issue / J.P. Winter, C.H. Eyal // *Public Opinion Quarterly*. – 1981. – №45(3). – P. 376-383.

386. Winter J.P., Eyal C.H., Rogers A.H. Issue-specific agenda-setting: The whole as less than the sum of the parts / J.P. Winter [et al] // *Canadian Journal of Communication*. – 1982. – №8(2). – P. 1-10.

387. Wood E.A. Performing Memory: Vladimir Putin and the celebration of WWII in Russia [Электронный ресурс] / E.A. Wood // *history.mit.edu*. – URL: [http://history.mit.edu/sites/default/files/documents/SPSR\\_038\\_02\\_06\\_Wood.pdf](http://history.mit.edu/sites/default/files/documents/SPSR_038_02_06_Wood.pdf) (дата обращения 01.05.2017).

388. Zaller J. R. *The Nature and Origins of Mass Opinion*. New York: Cambridge University Press. 1992. – 381 p.