



ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

DOI: 10.22363/2313-1438-2019-21-3-397-408

Научная статья

Образ России в российском телеэфире (исследование 2017—2019 гг.)

Н.С. Виноградова

Московский государственный университет технологий и управления
им. К.Г. Разумовского (ПКУ)
Земляной Вал, 73, Москва, Россия, 109004

Аннотация. Образ России является одним из ключевых компонентов определения самоидентичности населения, роста доверия к власти, понимания текущей политики и экономики, проводимых в стране. Цель — выявление образа России в эфире российских политических и неполитических телепередач за период 2017—2019 гг. Методология исследования включала контент-анализ программ эфира российского телевидения. Для интерпретации данных использовались количественные и качественные методы, в том числе кейс-стади. Образ страны состоит из пространственного (территориального) образа, образа населения, образа власти и образа лидера. При анализе были выделены субъектный, объектный, пространственный, темпоральный и коммуникативный факторы. Проведенный анализ позволил выявить некоторые особенности формирования образа России в эфире телепередач. Полученный образ напрямую зависит от событийного контекста и является его отражением, глубинные параметры, такие как политическая культура, не затрагиваются. Основными темами, поднимаемыми в эфирах телепередач, стали конфликт в Украине, конфликт в Сирии, санкции и международные отношения России, США и ЕС, выборы Президента РФ и выборы Президента США. Образ страны транслируется как сильный, когнитивно сложный, динамичный. Большинство сообщений носит позитивный характер, так как они ориентированы на отечественного зрителя, политика самих каналов призвана показать многообразие мнений, но при этом поднять престиж страны в глазах зрителей. Негативные характеристики образа преобладают в комментариях зарубежных политиков и экспертов, которые транслируются в эфире российского телевидения. Изменения пространственного образа ярко проявились в связи с присоединением Крыма. Данная тема на протяжении пяти лет не теряет свою актуальность. Образ лидера представлен сильным как на международной арене, так и при решении внутренних вопросов.

Ключевые слова: политическое восприятие, идентичность, образ России, пространственный (территориальный) образ, образ населения, образ власти, образ лидера, контент-анализ, российские телевизионные СМИ

© Виноградова Н.С., 2019.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Постановка проблемы

При анализе образа страны исследуется внешнеполитический образ, так как позитивный внешний образ создает условия для развития и поддержания международных, политических, экономических и других отношений. Внутренний образ страны также необходимо анализировать. Формирование позитивного образа страны у граждан является одной из главных задач власти, так как позитивный образ в сознании граждан способствует устойчивости государственной власти, стабильности экономической ситуации и обеспечивает поддержку проводимой политики.

Современный образ страны формируется с учетом исторического прошлого государства. Так, образ России в 1990-е, 2000-е и современный — это различные образы. Образ в 1990-е внутри страны имел негативный характер, происходила смена политической власти, гражданам приходилось выживать в условиях экономической турбулентности. В 2000-е наметились первые шаги власти к позитивному сдвигу в политическом и экономическом состоянии страны. При этом «в глазах большинства наших сограждан Россия представляла неразвитой, отсталой, несовременной, что свидетельствовало о серьезном комплексе «национальной неполноценности» [1. С. 52]. Ситуация начала меняться к 2014 г.: на основании референдума Республика Крым и г. Севастополь снова вошли в состав Российской Федерации; прошла зимняя Олимпиада в Сочи, богатая золотыми медалями для российских спортсменов; полным ходом шла подготовка к чемпионату мира по футболу 2018 г. В обществе начали формироваться новые чувства — гордость за свою страну. Российские СМИ активно освещают текущую повестку дня, формируя событийную картину. При этом образ России в СМИ не совпадает полностью с образом России в сознании граждан.

Возникают вопросы: Как формируют образ страны отечественные медиа-ТВ? По каким критериям определяется образ страны (эмоциональный, когнитивный, поведенческий)? Как отечественные СМИ влияют на образ страны? Является коммуникативный фактор устойчивым или изменчивым? Как на него оказывает влияние объектный фактор? Мы попытаемся ответить на вопрос, какой образ страны формируется в эфире центральных российских телеканалов.

Теоретические основания исследования

В анализе формирования образа России в российских СМИ мы опирались на классическую модель коммуникации Г. Лассуэлла [2], на теорию политического восприятия [3] и теорию политической идентичности [4]. Первая позволяет выявить роль коммуникаций в процессе анализа образа России, вторая — психологические механизмы восприятия данного образа, третья — дает возможность соединить понимание образа страны с механизмами формирования и отнесения индивидуумов к той или иной общности (в данной работе — к нашей стране). Также данное исследование базируется на разработках политических географов, которые позволяют оценить пространственный фактор политического восприятия страны [5].

Концептуальная модель формирования образа России в СМИ

В основе концептуальной модели исследования находится классическая модель коммуникации Г. Лассуэлла: *коммуникатор — сообщение — канал-реципиент (получатель) — эффект (обратная связь)*. Данная модель была доработана в соответствии с целями и задачами исследования. В психологическом плане анализировались рациональные и бессознательные компоненты, в том числе когнитивные, поведенческие и эмоциональные. Также в психологической структуре отслеживались параметры привлекательности, силы и активности. В структурном плане образ страны разделен на *пространственный образ (образ территорий), образ населения, образ власти и образ лидера*.

При описании структуры выявленного в российских СМИ образа страны и определении психологических параметров подачи и влияния СМИ на анализируемый образ важно отметить роль и значение факторов, под влиянием которых данный образ складывается. В представленной работе образы рассматриваются, с одной стороны, как отражения реальных характеристик объекта восприятия, то есть детерминируются *объектными факторами*, а именно политическая культура страны и событийный ряд. С другой стороны, на формирование образа страны в СМИ оказывают влияние *субъектные факторы*, то есть социально-демографический портрет граждан и их психологические характеристики. В рамках исследования также представлен *пространственный фактор*, ориентированный на понимание географии страны, ее полезных ископаемых и соотнесение России в отношении к другим странам. *Темпоральный фактор* показывает развитие образа страны в динамике и дает представление об образе в прошлом, настоящем и будущем. Основным фактором в рамках данного исследования является *коммуникативный*. Средства массовой информации играют двоякую роль: формируют точки зрения на основании текущего событийного ряда и в то же время создают новостное поле в соответствии с ожиданиями своей аудитории [1. С. 53—54].

Методология и выборка

В рамках исследования использовался ряд методов политико-психологического исследования, в частности контент-анализ (качественные и количественные данные), case-studies (качественные данные).

Эмпирическая база исследования получена в результате политико-психологического анализа материалов, сюжетов, представленных в сообщениях ведущих российских СМИ за период 2017—2019 гг. Для данного исследования были выбраны следующие центральные российские телеканалы: «Первый канал», «Россия-1», «НТВ», «Звезда», «ТНТ», «Пятница», в эфире которых анализировались такие передачи, как «Пусть говорят», «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым», «Центральное телевидение», «Итоги недели с Ирадой Зейналовой», «Не факт!», «Камеди клуб», «Поедем, поедим!», «На ножах».

Критерии отбора СМИ:

1) телевизионные передачи разделены по принципу подачи сообщений: качественная и желтая, новостная, ток-шоу и развлекательная;

2) широкий охват аудитории;

3) актуальность тех или иных каналов, передач, сообщений выявлялась на основе рейтинга независимой международной исследовательской группы Медиаскоп (Mediascope) [6].

Область анализа — актуальные новостные события, имевшие резонанс в данных СМИ: политические события, нашедшие отражения в выступлениях ведущих политиков: Президента РФ, Премьер-министра РФ, членов Совета Федерации, депутатов ГД РФ, экспертов и др.

Анализ результатов исследования

Образ страны формируется на основе, во-первых, пространственного образа (образа территорий), во-вторых, образа населения, в-третьих, образа власти и, наконец, образа лидера. Все компоненты образа страны являются самостоятельными образованиями и также могут быть подвергнуты анализу. В данном исследовании мы анализируем компоненты образа страны для выявления образа страны в целом.

Таблица 1 / Table 1

Количественный подсчет упоминаний образа России в эфире российского ТВ в позитивном, негативном или нейтральном контексте / Quantitative calculation of references to the image of Russia on Russian TV in a positive, negative or neutral context

№	Наименование СМИ (канал и телепередача) / Media (channel and telecast)	Характер упоминания России / The pattern of the mention of Russia		
		Позитивный / Positive	Негативный / Negative	Нейтральный / Neutral
1.	Первый канал, «Пусть говорят» / Channel one, "Let them talk"	112	105	201
2.	Россия-1, «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым» / Russia-1, "Sunday evening with Vladimir Solovyov"	192	116	23
3.	НТВ, «Итоги недели с Ирадой Зейналовой» / NTV, "Results of the week with Irada Zeynalova"	60	88	150
4.	НТВ, «Центральное телевидение» / NTV, "Central television"	115	94	123
5.	НТВ, «Поедем, поедим!» / NTV, "Let's go, and eat!"	76	6	14
6.	Звезда, «Не факт!» / Zvezda, "Not fact!"	83	87	14
7.	ТНТ, «Камеди клуб» / TNT, "Comedy club"	42	28	17
8.	Пятница, «На ножках» / Friday, "At knifepoint"	22	7	7
Всего / Total (1782)		702	531	549

По данным табл. 1, упоминание образа России в позитивном характере составляет большинство — 39%, негативных — 29% и нейтральных — 30%. Анализируемые передачи ориентированы на российскую аудиторию и расска-

зывают о событиях, важных темах для россиян, в связи с этим отечественные каналы стремятся показывать страну позитивно. Важно отметить, что нейтральные и негативные характеристики почти равны. Сами передачи ориентированы на позитивную подачу, однако для привлечения внимания общественности во всех передачах используется метод скандала, негативно окрашивающий сообщения.

Передачи были разделены на политические и неполитические. Первый тип политических передач ориентирован на фактологическую передачу событийного ряда — это новостные сообщения. Второй тип ориентирован на экспертные обсуждения и дискуссии — это ток-шоу. Неполитические передачи рассказывают о России в общем, не погружаясь в политическую подоплеку или используя ее вскользь. Наибольшую политическую окраску имеют политические передачи, они показывают пропорционально соотносимые показатели положительных, нейтральных и негативных оценок. И только Россия-1 показывает однозначно позитивную динамику сообщений, что соответствует формату и официальной политике государственного канала. Остальные передачи в большинстве своем дают нейтральную оценку, предоставляя возможность зрителю самому оценить сообщение. Максимальное количество негативных оценок отмечено в эфире передач «Пусть говорят» (Первый канал) и «Итоги недели с Ирадой Зейналовой» (НТВ). Обе передачи различны по манере подачи сообщения, однако передача «Пусть говорят» представляет собой дискуссионную площадку, которая призвана создать максимально скандальную ситуацию, в связи с этим негативная окраска сообщений преобладает. В основе передач Ирады Зейналовой лежит фактологическая подача информации, носящая нейтральный характер, при этом в эфире представлено множество комментариев западных экспертов с отрицательной трактовкой политики России в основном в отношении Украинского конфликта¹, Сирийского конфликта², международных отношений ЕС, США и России и анти-российских санкций³.

Факторы формирования образа страны

Под *объектными факторами* подразумевается, прежде всего, политический контекст восприятия, включающий как изменчивый событийный контекст, так и устойчивую политическую культуру. В данном исследовании анализируется событийный контекст. Политическая культура является постоянным фоном и не поднимается в сообщениях СМИ.

За представленный период выделен следующий *событийный контекст*, получивший резонанс в ведущих российских СМИ: 15.03.2011 — по н. в. — конфликт

¹ См.: Украинский вопрос // Итоги недели с Ирадой Зейналовой. НТВ. Выпуски от 05.02.2017, 05.03.2017, 02.04.2017, 04.06.2017, 03.06.2018.

² См.: Сирийский вопрос // Итоги недели с Ирадой Зейналовой. НТВ. Выпуски от 05.02.2017, 02.07.2017, 01.10.2017, 05.11.2017.

³ См.: Международные отношения ЕС, США и России и антироссийские санкции // Итоги недели с Ирадой Зейналовой. НТВ. Выпуски от 02.04.2017, 04.06.2017, 02.07.2017, 03.09.2017, 01.10.2017, 05.11.2017, 04.02.2018, 04.03.2018, 01.04.2018, 03.06.2018, 01.07.2018.

в Сирии; 16.03.2014 — по н. в. — конфликт в Украине; 16.03.2014 — по н. в. — санкции против РФ и российские контрсанкции; 07.02.2014 — по н. в. — скандалы в сфере российского спорта; 05.2014 — по н. в. — взаимодействие со странами АТР; 08.11.2016 — обвинение России во вмешательстве в выборы Президента США; 18.03.2018 — выборы Президента РФ; 15.12.2015 — по н. в. — политические, экономические и социальные реформы в РФ; 24.03.2017 — по н. в. — трагические события в РФ.

Представленный событийный ряд выходит за пределы анализа (2017—2019 гг.). Большинство событий носят длительный резонансный характер. Рассматривать данные события без аналитики начального периода не представляется корректным, так как вектор развития события чаще всего задан в начале события.

В основном все эфиры телепередач показывают текущий событийный ряд. Образ страны во временной перспективе, *темпоральный фактор*, формируется вокруг значимых исторических событий. Наиболее ярко и постоянно в эфире присутствуют темы, связанные с Крымом, взаимоотношениями с Украиной, ЕС, США, военным конфликтом в Сирии. Современный контекст расширился с текущего момента на годы, даже десятилетия. Присутствуют отсылки к историческому прошлому, к периоду СССР, при этом эти отсылки используются только в току — как пример для сравнения.

Субъектные факторы ориентированы на социально-демографический портрет граждан и их психологические характеристики. В данном исследовании субъектный фактор представлен образом населения. Образ населения представлен тематическими сообщениями через общественные мероприятия, поднятие социально значимых тем.

Пространственный фактор выражен в транслируемых в СМИ географических характеристиках и взаимоотношениях с ближайшими соседями и международным сообществом. Во многом пространственный компонент образа страны формируется, отталкиваясь от обсуждений или упоминаний таких тем, как: частые споры о государственной границе (отделение Крыма от Украины и присоединение к России⁴, отделение ЛНР и ДНР от Украины⁵), частое упоминание позиции стран Запада, западной прессы и украинской стороны о нелегитимном вхождении Крыма в состав Российской Федерации⁶, обсуждение действий стран НАТО о размещении оружейных комплексов в странах Евросоюза, граничащих с Россией⁷, вопрос с Северным потоком-2⁸ и отсылки в разных контекстах телевизионного эфира на обширность государственной территории и природных богатств.

⁴ См.: Обсуждение фильма «Крым» // Пусть говорят. Первый канал. Выпуск от 04.10.2017.

⁵ См.: Дискуссии на тему отделения ЛНР и ДНР от Украины // Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым. Россия-1. Выпуск от 05.02.2017.

⁶ См.: Дискуссии на тему несогласия Украины о вхождении Крыма в состав РФ // Центральное телевидение. НТВ. Выпуски от 02.09.2017, 04.11.2017.

⁷ Комментарий председателя комитета Госдумы по образованию В. Никонова // Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым. Россия-1. Выпуск от 04.03.2018.

⁸ Дискуссии на тему международных отношений и Северный поток-2 // Итоги недели с Ирадой Зейналовой. НТВ. Выпуск от 01.04.2018.

Коммуникативный фактор прослеживается во всех аспектах анализа, так как анализируется образ России в российских СМИ — в эфире ведущих российских телеканалов. Именно СМИ транслируют текущую повестку дня, задают тон анализа и формируют общественное мнение, привлекая экспертов.

Содержательный образ России

Политические программы, такие как «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым», «Итоги недели с Ирадой Зейналовой», «Центральное телевидение», стремятся сформировать и поддерживать у зрителей интерес к геополитическому и экономическому состоянию России, акцентируя внимание на зависимости окружающих стран от природных ресурсов Российской Федерации, а также оповещая зрителей о постоянных сомнениях стран Запада о легитимности государственной границы отдельно взятых районов России, вследствие чего возникает конфликт с противостоянием антироссийским санкциям. *Образ территорий (пространственный образ)* выстраивается когнитивно сложным и четким. Страна показана как богатая природными ресурсами, имеющая военный потенциал, чтобы защитить свои территории.

Все передачи стремятся показать Россию с понятными данными о географическом и политико-экономическом состоянии страны, что увеличивает когнитивную ясность у российского населения — получателя формируемого образа. В связи с присоединением Крыма произошло изменение границ Российской Федерации, что было воспринято гражданами вполне благожелательно, позиционирование в эфире телепередач выстраивалось как дихотомия Россия и Крым, где Крым — новое образование в географическом и экономическом поле России, последнее время подача материалов изменилась на единую подачу России, в составе которой Крым.

В то же время образ страны представлен как экономически слабый с явным пониманием, что международное сообщество «...не друзья и не партнеры... мы должны вести себя сдержанно. Там, где нам выгодно сотрудничать, продолжать сотрудничать»⁹.

Эмоциональный срез пространственного образа России представлен ярко. Сообщения имеют четкую окраску, образ страны подается как позитивный.

Сложность пространственного компонента образа России в отечественных телевизионных СМИ заключается в стереотипном, темпоральном и устаревшем позиционировании образа страны из-за смешивания идеалов прошлых исторических периодов — Российской империи или СССР — и современной России.

Образ населения представлен неоднозначно. В сообщениях новостных и политических передач образ населения дан скупое, четко, без эмоциональной окраски. В неполитических передачах представлен двояко: в ток-шоу образ населения стереотипирован, в экспертных передачах — образ яркий, позитивный. «У россиян душа более широкая, и у нас есть свой ценностный код, который мы часто забываем, но который нас во многом определяет: жажда справедливости, понятие свободы,

⁹ Комментарий о денуклеаризации Северной Кореи и потенциальных угрозах для РФ // Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым. Россия-1. Выпуск от 06.08.2017.

понятие веры (в бога, в Аллаха, в себя и т.д.), вопросы, связанные с честью, совестью и достоинством»¹⁰. Население представлено как многообразие народов, населяющих Россию. Образ населения сопровождается символами, традициями и историей народа, который проживает на той или иной территории, при этом «впервые больше половины россиян ответили, что единство у нас в стране есть»¹¹.

Образ власти позиционируется как сильный централизованный аппарат управления государством. Примерами, демонстрирующими силу российской власти, являются меры, активно регулирующие как внутреннюю, так и внешнюю политику. «Очень важно, что власть четко усваивает уроки разных революционных дней, то есть власть в нашей стране может быть какой угодно, но только не слабой...»¹². В ряде сообщений проявляется образ власти непривлекательный и отстраненный от населения. «Насчет проблемы угроз: В. Путин утвердил официальный документ — доктрину национальной безопасности страны, в которой есть раздел про основные реальные угрозы. Главные угрозы, которые там написаны, — это: незащищенность конституционных прав граждан РФ, слабость национальной экономики и так далее. Эти угрозы имеют внутренний характер и связаны не с происками врагов, а с тем, что мы рискуем повторить ту самую ловушку Царской Российской империи и Советского Союза в 91-м году. Вроде сильная страна всем врагам показала, а доверие людей к существующей власти падает. Вот в чем проблема...»¹³.

Образ лидера персонифицирован образом Президента РФ В.В. Путина. В отечественных телевизионных медиа образ лидера сложился как беспрецедентно решительный и стратегически сильный и непредсказуемый политик — для мировых оппонентов России, так и отзывчивый на просьбы и внимательный к внутренним проблемам руководитель — для населения страны.

«Как назвали западные таблоиды встречу короля Саудовской Аравии с Президентом В. Путиным — встреча, которая может изменить мир. Восток уважает силу, Россия же эту силу недвусмысленно продемонстрировала на разгроме ИГИЛа на Ближнем Востоке. Владимир Путин — новый хозяин Ближнего Востока»¹⁴. «Дональд Трамп обратился к своим советникам для составления списка уступок, на которые США могут пойти в отношении России и к которым Трамп мог бы прибегнуть на планируемой встрече с В. Путиным на саммите G20»¹⁵. Образ В. Путина в эфире российского телевидения является привлекательным.

¹⁰ Обсуждение национальной идеи // Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым. Россия-1. Выпуск от 05.11.2017.

¹¹ Комментарий на тему отношения россиян ко дню Народного единства // Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым. Россия-1. Выпуск от 05.11.2017.

¹² Дискуссия о митингах и реакции властей на них // Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым. Россия-1. Выпуск от 05.11.2017.

¹³ Комментарий Б. Надеждина о реальных угрозах России // Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым. Россия-1. Выпуск от 06.08.2017.

¹⁴ Комментарий ведущего о встрече В. Путина с королем Саудовской Аравии по вопросу терроризма в Сирии // Центральное телевидение. НТВ. Выпуск от 07.10.2017.

¹⁵ Комментарий по вопросу отмены ряда антироссийских санкций и налаживания отношений между США и РФ на встрече G20 двух Президентов // Центральное телевидение. НТВ. Выпуск от 01.07.2017.

Заключение

Данное исследование продолжается. Задуманная методология данного проекта предполагает дополнительные исследования образа России в электронных версиях печатных СМИ, в радиозфире, в блогосфере и сериалах. Представленные выше результаты носят промежуточный характер. Но и они позволяют сделать некоторые предварительные выводы.

1. Процесс формирования образа страны является динамическим. Каждая историческая эпоха накладывает свой отпечаток на образ страны. В 1990-х годах развитие страны, самосознание общества в политическом, экономическом, военном аспектах двигалось от великой державы СССР к отрицанию прошлого опыта и непониманию как остановить разрушение политико-экономического строя страны. Ярким примером является экономический кризис 1998 года, который выразился в дефолте экономики страны. Кризис 2008 года — противоположность кризису 1998 года, так как он был преодолен без дефолта, без обесценивания национальной валюты и больших волнений масс. 2000-е годы характеризуются процессом становления образа России как новой, сильной страны. Ряд проделанных шагов стал фундаментом для новой России: Мюнхенская конференция, которая впервые обозначила на международной арене собственные национальные интересы страны, военный конфликт в Грузии, показавший восстановление военного потенциала страны, особенно в сравнении с Чеченской кампанией. Ярким событием в политике стало присоединение Крыма к РФ, что дало возможность сделать скачок в самосознании населения, в восприятии России как полноценного государства, которое отстаивает свои собственные интересы, интересы своих граждан, интересы российского (русскоговорящего) населения.

2. В медийном пространстве образ страны представлен с учетом таких факторов, как субъектные, объектные, пространственный, темпоральный и коммуникативный, которые оказывают влияние на процесс формирования образа страны. В субъектном факторе выделяется событийный контекст. Проанализированный контекст является фоном и плацдармом для проявления пространственного (территориально) образа, который кардинально изменился в связи с присоединением Крыма; образ власти, которая показала возможности быстрого реагирования и ответа на вызовы международного сообщества, в том числе на санкционные выступления против России; образ лидера как способного принимать стратегические решения, например молниеносного свертывания и развертывания военных операций в Сирии. Коммуникативный фактор выражен в том, что образ страны в эфире российского телевидения положительный. Этот факт подтверждается постоянными социологическими исследованиями, в которых на протяжении долгого периода граждане поддерживают текущую власть и лидера нашей страны.

3. Содержательный образ представлен пространственным (территориальным) образом, образом населения, образом власти и образом лидера.

Пространственный (территориальный) образ напрямую связан с географическим изменением, а именно присоединением Крыма. Прошло пять лет с момента присоединения, при этом обсуждения и дискуссии не умолкают, почти каждую неделю в эфире политических передач упоминается данный вопрос.

Образ народа показан как единый, с уважением к национальным мультикультурным, религиозным различиям. Текущая политика окрашена идеологией патриотизма и любви к Родине, что принято населением, которое активно принимает участие в праздновании Дня народного единства, празднования 9 Мая, шествиях «Бессмертного полка» и др. При этом образ населения не персонифицирован выдающимися людьми из разных сфер жизни, а активно представлен обычными обывателями с их обычными, бытовыми проблемами, которые гипертрофированно представлены в СМИ как что-то достойное внимания.

Образ власти неоднозначен. На протяжении последних 20 лет образ власти был оторван от образа населения. Власть была размытой, неясной, работающей ради собственных интересов, в том числе носящая коррупционный характер. Современный образ власти стал более персонифицирован, выделились яркие представители властной элиты, такие как руководители Министерства иностранных дел, Министерства обороны, Министерства промышленности и торговли, Совета Федерации ФС РФ, Государственной Думы ФС РФ и др. Общество, через сообщения СМИ, заметило новые маркеры внимания к власти, основанные на санкционных списках, где стало ясно, что люди и компании, попавшие в этот список, не случайные, а являются воплощением власти в России. При этом образ власти все так же непонятен, у населения складывается впечатление, что страна и народ могут прожить и без этих властных структур. Также отсутствует связь между условиями жизни народа и деятельностью властных структур, населению непонятно, что власть делает для страны и для них персонально.

Образ лидера отстранен от образа власти. Негативные послы перенесены на образ власти, а позитивные ассоциируются с образом лидера. Данная тенденция усиливает противоречивое восприятие образа власти. СМИ активно подчеркивают негативный контекст образ власти. Образ лидера персонифицирован образом Президента РФ. В.В. Путин представлен как лидер, имеющий вес на международной арене, решающий внутривластные вопросы и принимающий личное участие в жизни граждан с помощью прямых линий.

Отсутствует образ региональных лидеров, которые отвечают за уровень жизни в своих регионах, все сводится к федеральной повестке дня.

Благодарности: Исследование выполнено в рамках проекта РФФИ № 18-011-01138А «Образ страны в российском обществе: политико-психологический анализ».

Библиографический список

- [1] Шестопал Е.Б., Смутькина Н.В. Какой видят свою страну сегодня российские граждане? // *Полития*. 2018. № 2 (69). С. 51—68. DOI:10.30570/2078-5089-2018-89-2-51-68.
- [2] *Lasswell H. The Structure and Function of Communication in Society* // *The Communication of Ideas* / ed. by L. Bryson. N.Y.: Harper, 1948. P. 32—51.
- [3] Психология политического восприятия в современной России / под ред. Е.Б. Шестопал. М.: РОССПЭН, 2012. 432 с.
- [4] Семенов И.С. Культура, общество и образ России // *Неприкосновенный запас*. Дебаты о политике и культуре. 2007. № 1. Режим доступа: http://www.intelros.ru/2007/05/29/irina_semenenko_kultura_obshhestvo_i_obraz_rossii.html. Дата обращения: 14.03.2019.

- [5] *Замятин Д.Н.* Политико-географические образы российского пространства // Вестник Евразии. 2003. № 4. С. 34—45.
- [6] Официальный сайт Mediascope. Режим доступа: <http://mediascope.net/about/company/russia/>. Дата обращения: 07.08.2018.

История статьи:

Статья поступила в редакцию 10.03.2019.

Статья принята к публикации 15.06.2019.

DOI: 10.22363/2313-1438-2019-21-3-397-408

Research article

The Image of Russia in the Russian Television (Research Conducted in 2017—2019)

N.S. Vinogradova

Moscow State University of Technologies and Management
named after K.G. Razumovsky (FCU)
Zemlyanoy Val, 73, Moscow, Russian Federation, 109004

Abstract. The image of Russia is one of the key components for determining the self-identity of the population, the growth of trust in the government, and an understanding of current politics and economics conducted in the country. The purpose of this study is to identify the image of Russia in Russian political and non-political television programs for the period of 2017—2019. The research methodology included content analysis of Russian television programs. Quantitative and qualitative methods, including case studies, were used to interpret the data. The image of a country consists of a spatial (territorial) image, an image of a population, an image of power, and an image of a leader. In the analysis, subjective, objective, spatial, temporal and communicative sections were identified. The performed analysis made it possible to identify some features of the formation of the image of Russia in TV shows. The resulting image is directly dependent on the event context and is its reflection. The underlying parameters, such as political culture, are not considered. The main topics raised in TV shows were the conflict in Ukraine, conflict in Syria, sanctions and international relations of Russia, the USA and the EU, election of the President of the Russian Federation and the election of the President of the United States. The image of the country is translated as strong, cognitively complex, dynamic. Most of the messages are positive, since they are focused on the domestic audience, the policy of the channels themselves is designed to show the diversity of opinions, but, at the same time, to raise the country's prestige in the eyes of the audience. The negative characteristics of the image involve the comments of foreign politicians and experts, which are broadcast on Russian television. Changes in the spatial image due to the reunification with Crimea are shown most vividly. This topic has been relevant for a period of five years. The political leader is represented as strong both in the international arena and in dealing with domestic issues.

Keywords: political perception, identity, image of Russia, spatial (territorial) image, image of population, image of power, image of leader, content analysis, Russian television media

Acknowledgments: The study was carried out within the framework of RFBR project No. 18-011-01138A “Image of the country in Russian society: political and psychological analysis”.

References

- [1] Shestopal E.B., Smulkina N.V. How do Russian Citizens See Their Country Today? *Politika*. 2018; 2 (69): 51—68. DOI: 10.30570/2078-5089-2018-89-2-51-68 (In Russ.).
- [2] Lasswell H. The Structure and Function of Communication in Society. *The Communication of Ideas*. Ed. by L. Bryson. N.Y.: Harper, 1948: 32—51.

- [3] *Psychology of Political Perception in Modern Russia*. Ed. by E.B. Shestopal. Moscow: ROSSPEN; 2012. 432 p. (In Russ.).
- [4] Semenenko I.S. Culture, Society and the Image of Russia. *Neprikosnovennyj zapas. Debaty o politike i kul'ture*. 2007; 1: 51—57. Available from: http://www.intelros.ru/2007/05/29/irina_semenenko_kultura_obshhestvo_i_obraz_rossii.html. Accessed: 04.03.2019 (In Russ.).
- [5] Zamyatin D.N. Political and Geographical Images of the Russian Space. *Herald of Eurasia*. 2003; 4: 34—45 (In Russ.).
- [6] *Mediascope: official website*. Available from: <http://mediascope.net/about/company/russia/>. Accessed: 08.07.2018 (In Russ.).

Article history:

The article was submitted on 10.03.2019.

The article was accepted on 15.06.2019.

Информация об авторе:

Виноградова Надежда Сергеевна — кандидат политических наук, доцент кафедры общественных процессов, средств массовой информации и рекламных технологий Московского государственного университета технологий и управления им. К.Г. Разумовского (ПКУ) (ORCID ID: 0000-0003-0625-2236) (e-mail: nadivinogradova@gmail.com).

Information about the author:

Nadezhda S. Vinogradova — PhD in Political Science, Associate Professor of the Social Processes, Mass Media and Advertising Technologies Department, Moscow State University of Technology and Management Named after K.G. Razumovsky (FCU) (Russian Federation) (ORCID ID: 0000-0003-0625-2236) (e-mail: nadivinogradova@gmail.com).

Для цитирования:

Виноградова Н.С. Образ России в российском телеэфире (исследование 2017—2019 гг.) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2019. Т. 21. № 3. С. 397—408. DOI: 10.22363/2313-1438-2019-21-3-397-408.

For citation:

Vinogradova N.S. The Image of Russia in the Russian Television (Research Conducted in 2017—2019). *RUDN Journal of Political Science*. 2019; 21 (3): 397—408. DOI: 10.22363/2313-1438-2019-21-3-397-408.