**Толоконникова Анна Владимировна,** кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: a.tolokonnikova@mail.ru

**Будакова Дарья Олеговна,** аналитик международного брендингового агентства ForwardPMX, Москва, Россия; e-mail: dashabudakova@gmail.com

## РОЛЬ ТЕЛЕКАНАЛА *RT* В ФОРМИРОВАНИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ИМИДЖА РОССИИ

*Статья посвящена изучению роли телеканала RT (ранее: Russia Today) в формировании имиджа России на международной арене. Сегодня наша страна осознанно работает над своим внешним образом: имеет четкую коммуникационную стратегию и активно ее продвигает. Чтобы оценить вклад телеканала RT в этот процесс, был проведен контент-анализ наиболее популярных выпусков программ данного вещателя на предмет присутствия в них элементов, позволяющих конструировать положительный образ государства. Результаты исследования показали, что в популярных программах флагманского (англоязычного) телеканала присутствовали все наиболее значимые имиджевые маркеры. Это свидетельствует о целенаправленном вкладе RT в формирование позитивного образа России за ее пределами, а также об использовании властями этого телеканала для его продвижения.*

***Ключевые слова:*** *имидж государства, имидж России, формирование имиджа, телеканал RT, Russia Today.*

**Anna V. Tolokonnikova,** PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: a.tolokonnikova@mail.ru

**Daria O. Budakova,** Analyst at ForwardPMX, a global brand performance agency, Moscow, Russia; e-mail: dashabudakova@gmail.com

## THE ROLE OF RT TELEVISION CHANNEL IN FORMING RUSSIA'S GLOBAL IMAGE

*The article examines the role of RT television channel (previously known as Russia Today) in shaping Russia's image on the international arena. The channel was established in 2005, aiming to show the country's official point of view on significant political issues and to inform foreign audiences about Russia's life. Today the channel broadcasts in more than a hundred countries around the world in English, Spanish, French and Arabic languages and, when it comes to technical performance, stands in line with such giants of news broadcasting as BBC, CNN and Al Jazeera. The article starts with an analysis of the key study concepts such as image,*

*country image and state image. Further, it briefly describes the historical prerequisites for the emergence of new approaches to the formation of Russia's external image policy in 2000–2005. The launch of the English-language RT channel can be considered as a consequence of the set priorities and clear objectives of promoting Russia's positive image: the article contains confirmatory comments of officials indicating the purpose and reasons for the launch of such a broadcaster. The main part of the article analyzes RT's programs for the use of the key components that affect the perception of the country image – the so-called "image markers". Such "markers" were determined on the basis of the approach to the study of Russia's international image formation strategy by Erast Galumov, research of image concepts structure by Dmitry Gavra and Alena Savitskaya and visualization of six national brand perception indicators by Simon Anholt. Having highlighted similar key elements in the researchers' studies, the authors of the article identified such significant image indicators as "territory", "state power", "economy", "culture and science" and "people". Due to the choice of a news channel as the center of the authors' attention, the "information" marker is also included in the list of the key image indicators. The results of the content analysis of RT channel's programs for the use of image markers is presented further in the article. The empirical base of the research is built upon the programs aired on the flagship (English-language) RT channel between January, 1st and January, 31st, 2017 – the time period before and after Donald Trump's inauguration, which took place on January 20th and added potential improvement of relations between Russia and the USA to the agenda. The authors analyzed the programs' episodes with the leading number of views on RT's official English channel on YouTube, since the international format of content distribution does not allow to rely on rating indicators. The study showed that all the country image markers highlighted theoretically were reflected in the most popular programs of the channel. This confirms RT's deliberate contribution to shaping Russia's positive image abroad, as well as the targeted use of this media outlet by the Russian authorities for branding purposes.*

***Key words:*** *state image, image of Russia, image formation, RT channel, Russia Today.*

*DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2019.89119*

**Введение**

Разработка стратегии по формированию имиджа страны сегодня приобретает все бóльший вес в кругу стратегических приоритетов государств. Это связано с постоянно усложняющимся характером международных отношений, возрастающей информатизацией общества (Булгаров, Тонян, Кутовая, 2017), модификацией политических практик, а также влиянием глобальных трансформаций

и процессов экономической природы на СМИ (Вартанова, 2017, 2018). Они усиливают связь между статусом государства в мире и усилиями власти по созданию благоприятного образа страны за рубежом, все чаще требуя использования специальных технологий направленного информационного воздействия на глобальную аудиторию (Дзахова, 2017; Леонова, 2014, 2015). Современная история ярко демонстрирует нам замену традиционной битвы идеологий битвой имиджей государств – крупнейших игроков мировой политики (Гаджиев, 2007: 18–19).

В настоящей статье была поставлена задача изучить, какую роль играет телеканал *RT* в формировании имиджа России на международной арене, и посредством анализа его телепрограмм выявить, какие компоненты целостного образа страны, влияющие на ее восприятие зарубежной аудиторией, представлены в эфире этого СМИ.

Сегодня телеканал *RT* вещает более чем в 100 странах мира на английском, испанском, французском и арабских языках и по уровню технического исполнения встает в один ряд с такими гигантами новостного вещания, как *BBC, CNN, Al Jazeera*. Это позволяет предполагать, что транслируемые *RT* идеи могут оказывать ощутимое влияние на формирование образа России за ее пределами.

### Запуск телеканала *RT* как отражение нового подхода к формированию имиджа России

Вопрос о целенаправленном формировании имиджа России на международном уровне впервые встал в 2000 г. после прихода к власти президента В. В. Путина (Рожков, Кисмерешкин, 2008: 60). Именно тогда заговорили о необходимости нового подхода к внешней имиджевой политике России. Пережитки советского прошлого – устоявшиеся стереотипы времен холодной войны – нередко мешали России выстраивать партнерские отношения с другими странами, сдерживали процесс ее интеграции в мировое сообщество.

В 2001 г. правительством страны было предложено несколько шагов по продвижению позитивного образа государства. Ряд коммуникационных проблем при этом был выдвинут в число приоритетных. Среди них:

- разрушение стереотипов о России;

- уменьшение негативного влияния проблем российской действительности на восприятие образа государства;

- позиционирование страны как инвестиционно привлекательной для зарубежных инвесторов;

- повышение уровня доверия к России как к государству – участнику международного сообщества;

- поддержание позитивного отношения граждан к родине внутри России[1].

Идея необходимости интеграции России в мировое сообщество в качестве неотъемлемого союзника, «разделяющего с демократическими странами фундаментальные понятия о строительстве демократического сбалансированного мироустройства»[2], становится одной из важнейших во внешнеполитической деятельности России к середине 2000-х гг. Принципиально важным при этом является обозначение самобытности России: она позиционируется властями как государство с собственным взглядом на мировые события[3].

Следствием обозначенных государством приоритетов можно считать и открытие англоязычного телеканала *Russia Today (RT)*, ориентированного на международную аудиторию, в июне 2005 г. Канал был создан с целью «отражать российскую позицию по главным вопросам международной политики», а также «информировать аудиторию о событиях и явлениях российской жизни»[4]. После нескольких месяцев работы в тестовом режиме *RT* начал полноценное вещание на Европу, некоторые страны Азии и Африки, Австралию, США и Канаду (10 декабря 2005 г.).

Запуск медиапредприятия, способного конкурировать со СМИ международного уровня, потребовал составления безошибочной теоретической концепции: принципы международного вещания *RT* стали своего рода кульминацией многолетней работы по определению места и имиджа России в контексте мирового опыта.

Главный редактор телеканала *RT* Маргарита Симоньян провела любопытную параллель между национальным информационным телеканалом и Министерством обороны страны, подчеркнув, что отсутствие одного равнозначно упразднению другого. По ее мнению, принцип подачи информации о нашей стране за рубежом крайне однобок: «Люди, выражающие точку зрения 90% россиян, в западных СМИ получают лишь 10% эфирного времени, и наоборот – люди, выражающие точку зрения 10% россиян, получают там 90% эфирного времени»[5]. Говоря о миссии телеканала *RT*, Си-

моньян делала акцент на проблеме борьбы со стереотипами советского прошлого страны[6].

Тем не менее ключевой особенностью телеканала считается не столько новостная сводка о жизни России, сколько подача информации о мировых событиях под альтернативным углом. Данный вывод можно сделать, опираясь на опыт работы одного из авторов на телеканале *RT* в качестве редактора службы выпуска англоязычных новостей. На фоне западных международных телеканалов *RT* резко выделяется нестандартным контентным наполнением: события одного дня могут быть освещены диаметрально противоположным образом в сравнении, к примеру, с британским информационным гигантом *BBC*.

Любопытно, что первоначальная настороженность по отношению к телеканалу и критика со стороны зарубежной общественности постепенно сменились на частично положительные отзывы: «Как это ни парадоксально, миссия представить западной публике альтернативный взгляд на происходящее выпала на долю России. Наконец, появилось нечто действительно отличное от наших каналов, контролируемых либо правительством, либо крупными корпорациями...»[7].

С момента первого выхода в эфир телеканал *RT* трансформировался в глобальную телевизионную сеть, включающую в себя четыре информационных телеканала круглосуточного вещания на разных языках, а также каналы *RT America*, *RT UK*, видеоагентство *RUPTLY* и онлайн-порталы на шести языках. К десятилетию телеканала еженедельная аудитория *RT* достигла 68 млн зрителей в 37 странах мира[8].

В 2018 г. телеканал совершил прорыв на видеохостинге *YouTube*, достигнув показателя в 7 млрд просмотров и преодолев отметку в 10 млн подписчиков на каналы *RT*, опередив своих конкурентов на международном информационном поле[9]. Любопытно, что резкий рост трафика телеканала на интернет-платформе произошел после исключения *RT* из двух сетей вещания в США в 2018 г. – *Spectrum* и *Comcast Chicago*[10].

Важно заметить, что запуск телеканала *RT* стал лишь первым шагом на пути создания российских СМИ нового типа, ориентированных на зарубежную аудиторию. Свидетельством особой значимости информационной политики в области продвижения положительного имиджа России тогда стал ряд официальных

документов, подписанных президентом России Владимиром Путиным[11, 12]. А уже в декабре 2013 г. по его указу было создано международное информационное агентство «Россия сегодня», генеральный директор которого отметил значимость «восстановления справедливого отношения к России как важной страны мира с добрыми намерениями»[13]. В 2014 г. МИА «Россия сегодня» представило международное новостное агентство и радио *Sputnik*, заместившее радиостанцию «Голос России». Кроме того, в 2014 г. начался новый этап развития информационного агентства ТАСС как мощного проводника бренда нашей страны за рубеж[14].

Впрочем, сегодня нельзя не обратить внимания на прогрессирующее ухудшение ситуации с принятием российских СМИ на Западе. Так, в ноябре 2016 г. в резолюции Европарламента отмечена необходимость противодействия российским средствам массовой информации. При этом в тексте документа телеканал *RT* рассматривается как информационный ресурс, представляющий наибольшую угрозу (наряду с радио *Sputnik*)[15]. Спустя год, в ноябре 2017 г., *RT* был признан иностранным агентом на территории США. Американское министерство юстиции объяснило это тем, что жители страны должны быть осведомлены относительно того, кто оказывает влияние на общественность и правительство[16]. Вскоре телеканал был также лишен аккредитации в конгрессе США. Некоторые зарубежные политики открыто высказывают рекомендации отказаться от просмотра «пропагандистского» канала, сотрудники которого «не являются журналистами», как это сделал пресс-секретарь правительства Франции Бенжамен Гриво осенью 2018 г.[17] В ответ на эти обвинения МИД России сообщил, что российская сторона не получила для рассмотрения ни одного примера информационного сообщения, которое бы западные власти сочли пропагандой, и предложил властям Франции поделиться «пропагандистскими» фактами. Президент России Владимир Путин также прокомментировал непростую ситуацию с телеканалом *RT* на Западе и отметил, что ситуация, когда российские СМИ закрывают за рубежом, в то время как зарубежные СМИ открыто вещают в нашей стране, свидетельствует о том, что Россия выигрывает в конкуренции с ведущими мировыми СМИ[18].

**Основные подходы к определению понятия «имидж страны»: обзор библиографии и теоретических концепций**

Цели и задачи исследование потребовали дать четкие определения таким основным понятиям, как *имидж, имидж страны* и *имидж государства*.

Слово *имидж* (от англ. *image*) появилось в русском языке лишь в 1980-х гг. Оно включает множество значений, в том числе такие, как образ, роль, мотив, амплуа, типаж, облик, стереотип, репутация, вид и так далее (Лисовский, 2000: 41). Согласно Д. А. Вылегжанину, имидж может иметь характеристику разновидности образа, появившегося при осознанном и целенаправленном моделировании ряда качеств объекта восприятия (2008). При этом имидж подразумевает круг определенных характеристик, отобранных в соответствии с поставленными задачами (Почепцов, 2000). О том же пишет и Т. Э. Гринберг: «Имидж связан с прообразом, но, тем не менее, живет по собственным законам в соответствии с духовными ориентациями обыденного сознания. Имидж объединяет представления аудитории и характеристики, свойственные самому объекту, активизируя в аудитории те характеристики, которые уже были там помещены» (2008). Будучи описательным элементом объективной действительности, имидж может быть искусственно закреплен благодаря целенаправленной деятельности (Сигарева, 2009: 588).

В качестве объекта имиджа может выступать как отдельный человек (лидер страны, представитель элиты), так и сама страна или конкретная сфера жизнедеятельности – экономика, власть, демократия, армия, информационная политика и т. д. (Матюшевская, 2003).

Важно заметить, что, хотя понятие *страна* может быть рассмотрено как более широкое образование, включающее в себя государство, а также территорию и общество, в большинстве отечественных исследований преобладает стихийный характер использования данных определений в качестве тождественных (Ефимов, Таланов, 2011). Данного подхода мы будем придерживаться и в этой работе, используя понятия *страна* и *государство* как синонимичные и обозначающие территориальное, общественное и государственное единство с общими культурно-историческими и социально-экономическими признаками. Таким образом, понятие *имидж государства* можно считать комплексным понятием, кото-

рое охватывает весь ряд упомянутых компонентов и является прямым показателем авторитета государства, его экономического потенциала, богатства, культуры, а также развития всевозможных аспектов жизни народа (Anholt, 2009).

Исследованиями *странового маркетинга* занимались такие авторитетные исследователи, как Саймон Анхольт и Уолли Олинс (Anholt, 2009; Olins, 2008). Среди наиболее заметных работ российских авторов последних лет можно выделить фундаментальные труды под редакцией И. А. Василенко ((ред.), 2014) и Е. А. Когай ((ред.), 2012), посвященные изучению национального, территориального брендинга и особенностей позиционирования региона в информационном пространстве, а также имеющие более узкий характер научные статьи, сосредоточенные на вопросах формирования позитивного имиджа страны, роли массмедиа в этом процессе, характеристики основных компонентов имиджа региона и изучения тех возможностей, которые дает благоприятный образ государства на внешнеполитической арене (в частности, имидж страны как элемент *мягкой силы* в международных отношениях). Раскрытию этих тем посвящены работы И. А. Василенко (2013, 2014), М. И. Ведерниковой (2018), Д. В. Гаджиева (2017), Ю. Г. Чернышова (2017), Д. К. Хаутова и С. В. Хребиной (2016), Е. А. Захаровой (2018), а также многочисленные диссертационные исследования, в частности И. А. Безотосного (2011), А. М. Сузи (2015), Л. Г. Мартыновой (2011), С. К. Харбих (2016) и др.

Стоит заметить, что тема изучения имиджа государств и основных подходов к его формированию по-разному преломляется в подходах различных исследователей.

Так, отличительной чертой имиджевого подхода Э. А. Галумова можно считать разделение аудитории на *внешнюю* и *внутреннюю* с целью дальнейшего формирования имиджа, отвечающего запросам аудиторного сегмента (2003: 24–42). Исследователь представляет внешний, или «международный», имидж, в качестве «посредника» между конкретной страной с рядом образных «компонентов» и массой людей.

Альтернативной позицией представляется имиджевый подход Д. П. Гавры и А. С. Савицкой, также разделяющих понятие имиджа на внешний и внутренний (2008: 92–111). Исследователи предлагают рассматривать внешний имидж страны как совокупность компонентов – основных имиджевых концепций, составляющих вместе целостный территориально-государственный

имидж. Имиджевую модель этих исследователей можно визуализировать как кристаллическую решетку, представляющую собой завершенную структуру имиджа государства. Любопытно, что в узлах такой решетки зиждутся ключевые слагаемые целостного имиджа страны (см. табл. 1).

Британский исследователь С. Анхольт считает, что имидж является главным конкурентным преимуществом, а также ключевым объектом стратегического долгосрочного капитала государства. В вопросе бренд-менеджмента государства Анхольт видит возможность создания и развития базы преимуществ, позволяющих занимать лидирующие позиции в борьбе имиджей различных государств (Анхольт, 2007). Кроме того, исследователь вводит понятие самоидентификации, которая, по его мнению, напрямую связана с эффективностью имиджа. Анхольт отмечает, что понятие самоидентификации можно охарактеризовать ответами на вопросы «кто мы такие?» и «в чем наша сила и талант?» (Anholt, 2009: 222–223). Ученый также выделяет шесть ключевых показателей – компонентов «национального бренда» (см. табл. 1).

Проанализировав концепции различных исследователей, изучающих проблематику формирования имиджа государства, мы обратили внимание на наличие сходных ключевых элементов в их работах – своего рода имиджевых показателей, или маркеров, которые могут быть использованы для оценки внешнего имиджа страны. Важно отметить, что для формирования общей и целостной картины имиджа государства необходимо исследовать набор имиджевых маркеров, которые в совокупности дают полное представление о современном положении вещей (Черевко, 2013: 87). Ниже, для сравнения, они объединены авторами в единую матрицу.

*Таблица 1*

**Основные составляющие имиджа страны в подходах различных исследователей**

| Э. А. Галумов | Д. П. Гавра, А. С. Савицкая | С. Анхольт |
|---|---|---|
| -политико-географический образ страны;<br>-природно-ресурсный образ страны;<br>-цивилизационно-культурный образ страны;<br>-социоментальный образ страны;<br>-производственно-экономический образ страны;<br>-национально-ценностный образ страны. | -география и ресурсы;<br>-ценности и идеи;<br>-международный авторитет;<br>-лидеры;<br>-политическая история;<br>-политический дискурс;<br>-менталитет;<br>-крупные бренды. | -туризм;<br>-народ;<br>-культура и традиции;<br>-торговые марки;<br>-внешняя и внутренняя политика;<br>-инвестиции и миграционное законодательство. |

*Источник:* составлено авторами на основании исследований Э. А. Галумова, Д. П. Гавры, А. С. Савицкой и С. Анхольта.

**Описание исследования и методология**

Целью проведенного исследования было проанализировать содержание программ телеканала *RT* на предмет использования в них основных маркеров оценки внешнего имиджа страны.

Для этого – с опорой на отдельные составляющие имиджа страны в подходах различных исследователей (см. табл. 1) – был выделен круг основных компонентов целостного образа (см. табл. 2). Учитывая специфику данного СМИ, показалось необходимым также внести в таблицу один дополнительный показатель – *Информация*, отражающий желание телеканала представлять зрителю темы под уникальным углом, упущенным западными СМИ и благоприятным для конструирования положительного образа России.

*Таблица 2*

**Основные маркеры оценки внешнего имиджа страны**

| Маркер | Тематика |
|---|---|
| Территория | - Географические особенности<br>- Природные ресурсы<br>- Туризм<br>- Уникальные локации |
| Государственная власть | - Лидер страны<br>- Официальные представители правящей власти<br>- Внешняя и внутренняя политика<br>- Положение на международной арене<br>- Участие в международных организациях<br>- Вооруженные силы страны |
| Экономика | - Бренды страны<br>- Экономическое положение<br>- Инвестиционная привлекательность |
| Культура и наука | - Выдающиеся достижения<br>- Обычаи и традиции<br>- Религия<br>- Духовные ценности<br>- Научные открытия<br>- Исторические события и персоны<br>- Отношения народа к своей культуре |
| Люди | - Менталитет<br>- Ценности<br>- Развитие общества<br>- Уровень жизни населения<br>- Занятость населения<br>- Демографическое положение |
| Информация | - Продвижение позиции государства за рубеж<br>- Нестандартный угол подачи информации |

*Источник:* составлено авторами, с опорой на исследования Э. А. Галумова, Д. П. Гавры, А. С. Савицкой, С. Анхольта.

После выделения основных компонентов имиджа страны, внимание было сосредоточено на изучении содержательной направленности программ телеканала *RT* с точки зрения использования в них данных имиджевых маркеров. Исследование проводилось с помощью метода контент-анализа.

Поскольку охватить всю сетку вещания телеканала за весь период его существования в рамках одной статьи не представляется возможным, внимание было сосредоточено на наиболее востребо-

ванных у аудитории передачах, вышедших в эфир на флагманском (англоязычном) телеканале *RT* в начале 2017 г.

Временные рамки анализа ограничиваются одним месяцем – с 1 по 31 января 2017 г. Данный промежуток был выбран в связи с пристальным вниманием аудитории к периоду до и после инаугурации Дональда Трампа, состоявшейся 20 января 2017 г., и возникшему вопросу потенциального улучшения отношений между Россией и США. Кроме того, январь – это месяц относительно рутинной работы телеканала ввиду отсутствия специальных проектов, выездных студий и т. п.

Зона вещания телеканала *RT* охватывает более ста стран, определить наиболее востребованные программы по рейтингу довольно трудно: подобные показатели традиционно считаются для каждого государства в отдельности. В связи с этим были выявлены наиболее популярные выпуски программ или новостные сюжеты с опорой на статистику просмотров официального англоязычного канала *RT* в рамках видеохостинга *YouTube*. В силу того что телеканал делает упор на охват мировой аудитории в сети Интернет, редакция *RT* уделяет особое внимание этой наиболее популярной платформе для публикации видеоматериалов и обеспечивает своевременное размещение всех элементов эфирного контента на видеохостинге сразу же после выхода передачи в эфир[19].

Программная сетка телеканала *RT* традиционно делится на новостной блок, который занимает первую половину каждого часа, и другую передачу, замыкающую час. Список таких передач включает более 15 программ, некоторые из которых выходят ежедневно *(News, Watching the Hawks)*, другие – раз в неделю *(The Big Picture, SophieCo)*. В течение дня программы могут повторяться несколько раз с промежутком в четыре часа, а также выходить циклом из двух и более частей между новостными блоками.

На первом этапе отбора было отсмотрено 267 выпусков 13-ти программ, а также 322 новостных сюжета, выходивших в рамках новостных блоков телеканала, размещенных на видеохостинге *YouTube* в обозначенный период. Общее количество рассмотренных материалов составило: *News* – 332, *Documentary* – 26, *Cross Talk* – 13, *SophieCo* – 9, *Going Underground* – 8, *Boom Bust* – 18, *In the Now* – 37, *Watching the Hawks* – 19, *The Big Picture* – 19, *Worlds Apart* – 7, *Keiser Report* – 13, *Redacted Tonight* – 7, *Larry King Now* – 3, *Politicking* – 2. Хронометраж новостных сюжетов в среднем соста-

вил 2 минуты, программы *Worlds Apart* – 1 мин., выпусков прочих передач – 28 мин. Общая продолжительность просмотренных материалов составила 8 157 мин.

На втором этапе исследования внимание было сосредоточено на контент-анализе программ. Для изучения был взят один выпуск каждой передачи, набравший рекордное число просмотров на официальном канале *RT* в *YouTube* (по данным на 31 мая 2017 г.). Исключение составили сюжеты новостного блока, опубликованные на *YouTube* каждый по отдельности и в силу этого отражавшие лишь фрагмент информационного выпуска. Данная рубрика была рассмотрена с позиции четырех наиболее рейтинговых сюжетов на видеохостинге. Их общий хронометраж составил 321 мин.

Оговоримся, что в тот период телеканал *RT* только проявился на арене социальных медиа, поэтому показатели просмотров некоторых видео у него еще не были столь велики, как сейчас, и показывают довольно большие колебания: от 1 128 просмотров у самого популярного на тот момент выпуска *Politicking* до 295 545 просмотров у выпуска *Documentary*[20]. Впрочем, в силу специфики публикации, подобный контент имеет свойство постепенно «добирать просмотры».

**Присутствие маркеров оценки внешнего имиджа страны в программах телеканала *RT***

Рассмотрим более подробно самые популярные выпуски программ телеканала *RT* за январь 2017 г. на предмет наличия или отсутствия в них имиджевых маркеров.

- *News* («Новости») – выпуск новостей, выходящий в эфир ежечасно. Средний хронометраж – 30 минут. В случае трансляции срочных новостей хронометраж может быть увеличен до 1 часа, то есть программа по необходимости может идти в эфире непрерывно.

Информационные выпуски являются основным продуктом телеканала *RT,* который позиционируется как *новостной*[21]. Именно они традиционно собирают наибольшую аудиторию. В силу составной структуры новостного блока, анализировались отдельные его элементы – сюжеты – с максимальным количеством просмотров.

Наибольшее внимание аудитории в этот период привлекла инаугурация Дональда Трампа, а также предшествовавший ей скандал, в ходе которого западные СМИ обвинили Россию во влиянии на исход президентских выборов в США. Телеканал оперативно ответил на эти обвинения и попросил зарубежных журналистов представить доказательства российского вмешательства (30 632 просмотра)[22]. Кроме того, *RT* выпустил сюжет в поддержку Трампа, сравнивающий схожие заявления Трампа и Обамы с реакцией на них населения страны (150 267 просмотров)[23].

Интерес аудитории также вызвали сюжеты о ситуации в Сирии и роли России в нормализации конфликта. Более всего просмотров набрали материалы об антитеррористических операциях нашей страны, и, в частности, о том, что российские самолеты нанесли удары по позициям террористов (75 934 просмотра)[24]. Кроме того, зрителей заинтересовало решение Великобритании выделить 1,4 млн долларов на обеспечение контроля за «путинской машиной» после того, как к участию в военных действиях подключился российский авианосец «Адмирал Кузнецов», который западные СМИ ранее неоднократно называли «развалиной» (31 572 просмотра)[25]. Данные факты сопоставлялись в эфире.

Наконец, третьим по популярности сюжетом стал репортаж о жизни воспитанников Суворовского военного училища: корреспондент провел один день среди подростков, которые в будущем должны стать опорой российской армии, познакомился с исторически сложившимися традициями учебного заведения, попросил суворовцев рассказать о своих целях (216 835 просмотров)[26].

Обобщая информацию относительно наиболее востребованных тем новостных сюжетов января и сопоставляя ее с маркерами оценки внешнего имиджа страны, можно выделить здесь следующие имиджевые маркеры: *государственная власть, культура и наука, люди, информация*.

- *Documentary* («Документальный фильм») – документальные фильмы различной тематики, иногда состоящие из нескольких серий. Хронометраж – 26 минут. Каждый выпуск посвящен уникальным историям из жизни людей всего мира. Самым рейтинговым выпуском за исследуемый период стал выпуск «Мой сумасшедший русский влог» *(My crazy Russian vlog)*, в котором иностранец Питер Скотт решил испытать на себе все возможные

развлечения заснеженной Сибири: посещал горнолыжный склон, русскую баню и др. (295 542 просмотра)[27]. В рамках данного фильма можно выделить такие имиджевые маркеры, как *территория* (экстремальный туризм), *культура и наука*, *люди*.

– *Cross Talk* («Перекрестный разговор») – программа-дискуссия с Питером Лавеллем, в рамках которой эксперты обмениваются впечатлениями о главном политическом событии дня. В число наиболее востребованных в январе 2017 г. попал выпуск, посвященный первому телефонному разговору президентов России и Америки – В. Путина и Д. Трампа (35 792 просмотра)[28]. Основными темами дискуссии при этом стали: положение России и США на международной арене, готовность стран к сотрудничеству, подход американской и российских сторон к вопросу санкций. Таким образом, основные маркеры, которые здесь можно выделить, – это *государственная власть, экономика, информация*.

- *SophieCo* («СофиКо») – аналитическая программа Софи Шеварнадзе в формате интервью. Наиболее обсуждаемой январской темой стала беседа с политологом Джозефом Найем о будущем российско-американских отношений, возможности отмены санкций и общих интересах народов (36 270 просмотров)[29]. Упомянутыми здесь маркерами стали: *государственная власть, экономика, люди, информация*.

- *Going Underground* («Уходя в подполье») – программа лондонской редакции телеканала, рассказывающая о мировых событиях, которые не освещали СМИ Великобритании. В самом популярном выпуске января ведущий Афшин Раттанзи обсуждает с главным редактором программы, как один из ее выпусков стал для ЦРУ значимым доказательством влияния России на исход президентских выборов в США (25 487 просмотров)[30]. В шоу можно выделить такие маркеры, как *государственная власть, информация*.

- *Boom Bust* («Бум Баст») – ежедневное шоу, где ведущая Линдси Франс помогает зрителям разобраться в актуальных экономических и финансовых вопросах. Самым просматриваемым выпуском января стала передача, посвященная исчезновению среднего класса в США, которое обусловлено ростом цен на жилье, продукты, образование и медицинские услуги на фоне неизменного уровня заработных плат (17 037 просмотров)[31]. Данная передача анализирует проблемы в США, маркеры имиджа России в ней не прослеживаются.

- *In the Now* («Сейчас»). Программа представляет собой 5-минутный видеоролик, для которого характерна яркая подача и узнаваемая графическая обработка. Тематика чрезвычайно разнообразна – от удивительных и комичных фактов, до сюжетов политической тематики с нарративом ведущего. Блоки этой программы нередко транслируются в рамках новостного эфира. Наибольшее число просмотров в январе 2017 г. набрал сюжет о крещении младенцев в православной церкви (в настоящий момент видео изъято из публичного доступа)[32]. Рассказ о религиозной традиции относится к маркерам *люди* и *культура*.

- *Watching the Hawks* («Наблюдая за ястребами») – ежедневное ток-шоу политической тематики, где ведущие Шон Стоун, Тайрел Вентура и Табета Уоллес обсуждают с приглашенными гостями проблемы мира политики, медиа и поп-культуры. В самом рейтинговом выпуске января бывший сотрудник ЦРУ Роберт Стил обсуждает взаимоотношения американского президента Дональда Трампа с главным органом разведки США (81 535 просмотров)[33]. Дискуссия затрагивает в том числе и вопрос влияния России на итоги выборов. Гость программы замечает, что если президентские выборы в Америке и подверглись влиянию извне, то исходило оно от лагеря Хиллари Клинтон. Таким образом, маркерами выпуска становятся *государственная власть* и *информация*.

- *The Big Picture* («Общая картина») – актуальные политические дебаты с ведущим Томом Хартманом. Наиболее популярным стал выпуск о планах Трампа изменить ранее действующую систему здравоохранения и перевести американцев на обязательное медицинское страхование (34 297 просмотров)[34]. В передаче обсуждались все возможные перспективы этого решения. Имиджевые маркеры в программе выявить не удалось.

- *Worlds Apart* («В разных мирах») – авторская программа Оксаны Бойко, где журналистка обсуждает острые вопросы с авторитетными гостями. В наиболее популярном выпуске января гостем программы стал американский журналист Тео Паднос, который провел два года в плену сирийских боевиков «Фронта ан-Нусра» и был освобожден (2 058 просмотров)[35]. Паднос рассказал о реалиях жизни в Сирии, возможностях диалога с враждующими сторонами и ошибках американской власти в оценке ситуации. Здесь можно выделить маркер *информация*.

- *Keiser Report* («Доклад Кайзера») – еженедельная программа о проблемах мировой экономики. Ведущие – Макс Кайзер, бывший

трейдер и критик американской экономической системы, а также его жена Стейси Херберт. Наибольшую аудиторию в январе 2017 г. собрал выпуск о смещении кадров на ключевых позициях американского государственного управления и нехватке рабочих мест для представителей демократического лагеря Х. Клинтон после инаугурации Д. Трампа (50 721 просмотра)[36]. Данная дискуссия не содержит характерных признаков имиджевых маркеров России.

- *Redacted Tonight* («Отредактировано сегодня») – сатирическое шоу американского комика Ли Кемпа о политике. Наиболее популярным стал январский выпуск о «корпоративном захвате государства» в США (242 561 просмотр)[37]. В нем обсуждалась программа телеканала *Fox Business Network*, где глава горнодобывающей корпорации Роберт Мюррей комментировал назначение на должность президента *ExxonMobil* Рекса Тиллерсона. Сопоставление и анализ фактов, не нашедших отражения в иных СМИ, в данном случае соответствует маркеру *информация*.

- *Larry King Now* («Ларри Кинг сейчас») – программа Ларри Кинга в формате интервью с известными личностями. Наиболее популярным в январе стал выпуск с американской фотомоделью Брэнди Глэнвилл, которая работала на одной площадке с Трампом во время съемок реалити-шоу «Кандидат» (41 513 просмотров)[38]. Рассказ Глэнвилл о «настоящем» Трампе, которого она видела за кадром, тематически отвечает критерию маркера *информация*.

- *Politicking* («Политикинг») – другая еженедельная программа Ларри Кинга, которая посвящена политическим элитам современности. Наиболее востребованным у аудитории оказался выпуск с аналитиком Гарри Энтеном, где обсуждались первые сто дней Трампа на посту президента США и возможные ходы президента в будущем (1 128 просмотров)[39]. Имиджевые маркеры в данной передаче встречены нами не были.

Обобщая данные контент-анализа программ телеканала *RT* на предмет использования маркеров имиджа России, включим их для наглядности в сводную таблицу.

*Таблица 3*

**Присутствие имиджевых маркеров в наиболее популярных программах телеканала *RT*, январь 2017 г.**

| Программы / Имиджевые маркеры | Территория | Государственная власть | Экономика | Культура и наука | Люди | Информация |
|---|---|---|---|---|---|---|
| News | | X | X | X | X | X |
| Documentary | X | | | X | X | |
| Cross Talk | | X | X | | | X |
| SophieCo | | X | X | | X | X |
| Going Underground | | X | | | | X |
| Boom Bust | | | | | | |
| In the Now | | | | X | X | |
| Watching the Hawks | | X | | | | X |
| The Big Picture | | | | | | |
| Worlds Apart | | | | | | X |
| Keiser Report | | | | | | |
| Redacted Tonight | | | | | | X |
| Larry King Now | | | | | | X |
| Politicking | | | | | | |

*Источник:* составлено авторами.

Из таблицы 3 следует, что сюжеты выпусков новостей, которые выходят на телеканале каждый час, даже в небольшой исследуемый период охватили бóльшую часть маркеров продвижения имиджа России на зарубежную аудиторию. В других программах они также присутствуют, но в меньшем объеме (0–4 маркера за исследуемый период). Доминирует при этом маркер *информация*, что кажется довольно логичным для новостного телеканала и во многом объясняется его политикой, ориентированной на подачу информации под нестандартным углом – отличным от западных СМИ.

Значительная часть программ телеканала *RT* продвигала образ России по критериям *государственная власть, культура и наука, экономика, люди*. Это во многом отвечает запросам зарубежной аудитории: как показывает кросс-культурное исследование «Имидж России. Особенности восприятия иностранцами внешнего образа России», в числе наиболее интересных аспектов жизни нашей страны иностранцы склонны выделять такие темы, как политика России, ее культурная жизнь, а также мотив загадочного русского человека[40]. Все это напрямую соотносится с тем, что транслирует *RT,* и имиджевыми маркерами, которые телеканал систематически использует в программах.

При этом, даже несмотря на разную степень причастности передач к формированию имиджа России на международной арене, полный программный цикл вещания телеканала *RT* включает в себя все выделенные маркеры конструирования образа государства.

**Выводы**

Подводя итог вышесказанному, можно сделать следующие выводы:

1. Имидж страны в современных условиях представляет собой важнейшую категорию, включающую в себя достижения государства в области политики, экономики, культуры, науки и прочих аспектов жизни державы и составляющую базу элементов конкурентоспособности на мировой арене. Формирование позитивного образа России напрямую связано с укреплением статуса страны в международном сообществе, а также с успешной деятельностью государства во внешнеполитических и внешнеэкономических вопросах.

2. Россия целенаправленно работает над своим внешним имиджем: страна имеет активную коммуникационную стратегию и продвигает ее в том числе посредством телеканала *RT*. На сегодняшний день этот телеканал является ключевым информационным ресурсом, транслирующим позицию России на зарубежную аудиторию и при этом представляющим для нее интерес: в 2018 г. телеканал *RT* преодолел отметку в 7 млрд просмотров на *YouTube*, став абсолютным лидером среди международных телеканалов. По совокупному числу просмотров он опередил такие новостные гиганты, как

*BBC, CNN, Al Jazeera* и *Euronews*. Кроме того, уже более десяти миллионов человек подписались на *YouTube*-каналы *RT*[41].

3. Телеканал *RT* активно использует группы основных компонентов имиджа России в продвижении положительного образа нашей страны на международной арене. Все наиболее значимые маркеры имиджа страны – такие, как *территория, государственная власть, экономика, культура и наука, люди и информация,* – выделенные нами в процессе изучения научных трудов, в период исследования нашли свое отражение в наиболее популярных программах телеканала *RT*. Это свидетельствует об осознанном вкладе телеканала в формирование позитивного образа нашей страны за рубежом.

**Примечания**

[1] Администрация Путина будет «пиарить» имидж России // РБК. 2001. Июнь, 18. Режим доступа: http://www.rbc.ru/politics/18/06/2001/5703b2629a7947783a5a1cb1. (дата обращения: 16.09.2019). Загл. с экрана.

[2] *Троянский М. Г.* Европейский парламентаризм и международный имидж России. Доклад на заседании «круглого стола» // Стенограмма заседания в Комитете по международным делам Федерального Собрания РФ. 2004. Ноябрь, 26.

[3] Там же.

[4] Имидж России собираются улучшить при помощи нового телеканала // Lenta.ru. 2005. Июнь, 6. Режим доступа: https://lenta.ru/news/2005/06/06/channel/ (дата обращения: 16.09.2019).

[5] Война за умы: США начинают бояться Russia Today // Око планеты. Режим доступа: http://oko-planet.su/politik/newsday/65952-voyna-za-umy-ssha-nachinayut-boyatsya-russia-today.html/ (дата обращения: 16.09.2019).

[6] Rowland K. (2008) «Russia Today»: Youth served. *The Washington Times*. 27 Oct. Режим доступа: https://www.washingtontimes.com/news/2008/oct/27/russia-today-youth-served/ (дата обращения: 16.09.2019).

[7] *Баулз У.* Russia Today: СМИ нового образца? // Pacific Free Press. 2011. Июль, 5. Режим доступа: http://www.inosmi.ru/politic/20110705/171615730.html (дата обращения: 16.09.2019).

[8] Исследование Ipsos проводилось в 37 странах мира среди выборки, репрезентативной населению каждой страны в возрасте старше 15 лет, с помощью телефонных либо онлайн-интервью, с августа по ноябрь 2015 года. 2015. Дек., 10. Режим доступа: https://10.rt.com (дата обращения: 16.09.2019).

[9] Рекордные 7 млрд просмотров: RT — №1 среди новостных телеканалов на YouTube // Официальный сайт телеканала RT. 2017. 1 нояб. Режим доступа: https://russian.rt.com/press_releases/article/564457-rt-7-mlrd-prosmotrov-youtube (дата обращения: 16.09.2019).

[10] Симоньян: трафик RT на YouTube вырос после исключения из сетей вещания США // РИА Новости. 2018. Окт., 17. Режим доступа: https://ria.ru/mediawars/20181016/1530740887.html?inj=1 (дата обращения: 16.09.2019).

[11] Указ Президента Российской Федерации от 8 ноября 2011 г. № 1478 «О координирующей роли Министерства иностранных дел Российской Федерации в проведении единой внешнеполитической линии Российской Федерации». Дата обращения: 04.11.2018. Режим доступа: http://kremlin.ru/acts/bank/34205 (дата обращения: 16.09.2019).

[12] Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 605 «О мерах по реализации внешнеполитического курса Российской Федерации». Дата обращения: 04.11.2018. Режим доступа: http://kremlin.ru/acts/bank/35269 (дата обращения: 16.09.2019).

[13] Киселев: цель новой структуры – восстановить справедливое отношение к России // Vesti.ru. 2013. Дек., 9. Режим доступа: http://www.vesti.ru/doc.html?id=1165191 (дата обращения: 16.09.2019).

[14] Официальный сайт ТАСС. Раздел «Об агентстве». Дата обращения: 04.11.2018. Режим доступа: https://tass.ru/tass-today (дата обращения: 16.09.2019).

[15] European Parliament resolution of 23 November 2016 on EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties // Официальный сайт Европейского парламента. 2016. Ноябрь, 23. Режим доступа: http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2016-0441+0+DOC+XML+V0//EN (дата обращения: 16.09.2019).

[16] Production Company Registers Under the Foreign Agent Registration Act as Agent for the Russian Government Entity Responsible for Broadcasting RT // Министерство юстиции США. 2017. Ноябрь, 13. Режим доступа: https://www.justice.gov/opa/pr/production-company-registers-under-foreign-agent-registration-act-agent-russian-government (дата обращения: 16.09.2019).

[17] В МИД шокированы заявлением Парижа, что Sputnik и RT не являются СМИ // РИА Новости. 2018. Ноябрь, 1. Режим доступа: https://ria.ru/mediawars/20181101/1531963612.html (дата обращения: 16.09.2019).

[18] Россия выигрывает конкуренцию с мировыми СМИ, заявил Путин // РИА Новости. 2018. Ноябрь, 1. Режим доступа: https://ria.ru/mediawars/20181018/1530980366.html (дата обращения: 16.09.2019).

[19] RT преодолел отметку в пять миллиардов просмотров на Youtube // РИА Новости. 2017. Сент., 6. Загл. с экрана. Режим доступа: https://ria.ru/media/20170906/1501882256.html (дата обращения: 16.09.2019).

[20] Здесь и далее количество просмотров видеоматериалов на YouTube приведено в соответствии с данными, которые отображались на момент отправки статьи в редакцию. 9 декабря 2018 г.

[21] Официальный сайт телеканала *RT*. Раздел «О канале». Режим доступа: https://russian.rt.com/about (дата обращения: 1.04.2018).

[22] Fake News Reality: NYT, Washington Post implicated in publishing false facts on Russia // Официальный канал RT в YouTube. 2017. Янв., 15. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=qFDIqhxMsb4 (дата обращения: 16.09.2019).

[23] 'Post-truth Age': Anger at Trump's ‚Muslim ban', but not for Obama's similar moves // Официальный канал RT в YouTube. 2017. Янв., 31. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=dpAwHKzliZU&t=1s (дата обращения: 16.09.2019).

[24] Russian Tu-22M3 bombers target ISIS positions in Deir ez-Zor, Syria Defense Ministry// Официальный канал RT в YouTube. 2017. Янв., 21. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=iDbprcdtNJ0&t=2s (дата обращения: 16.09.2019).

[25] Money well spent? Royal Navy $1.7mn Russian fleet escort mission // Официальный канал RT в YouTube. 2017. Янв., 25. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=yWQaNCeBPgE (дата обращения: 16.09.2019).

[26] Russian army Hogwarts': RT looks into daily routine at elite military boarding school // Официальный канал RT в YouTube. 2017. Янв., 29. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=lFsU0j8jSqg&t=60s (дата обращения: 16.09.2019).

[27] My Crazy Russian Vlog // Официальный сайт телеканала RT. 2017. Янв., 29. Режим доступа: https://www.rt.com/shows/documentary/344365-bikini-russia-festivals-fun/ (дата обращения: 16.09.2019).

[28] CrossTalk Bullhorns: Russia-USA // Официальный канал RT в YouTube. 2017. Янв., 30. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=UEqjVPDIZUc (дата обращения: 16.09.2019).

[29] Republicans will try to stop Trump from getting close with Moscow // Официальный канал RT в YouTube. 2017. Янв., 20. Режим доступа: https://www.rt.com/shows/sophieco/374311-trump-russia-foreign-policy/ (дата обращения: 16.09.2019).

[30] Putin, Propaganda and Hacking – CIA ‚proof' that RT changed the US election result // Официальный канал RT в YouTube. 2017. Янв., 15. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=4PrSL-zr2gg (дата обращения: 16.09.2019).

[31] Why is the America middle class disappearing? // Официальный канал *RT* в YouTube. 2017. Янв., 17. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=M33DI95gTLU (дата обращения: 16.09.2019).

[32] Diving for Jesus? Baby baptisms in Georgia will make your head spin // Официальный канал RT в YouTube. 2017. Янв., 16. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=vvORRfrhOdo (дата обращения: 16.09.2019).

[33] Can Trump Overcome // Официальный канал RT в YouTube. 2017. Янв., 15. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=Lhgtg-4EU8U (дата обращения: 16.09.2019).

[34] What Trump Means with «Insurance for Everybody» // Официальный канал RT в YouTube. 2017. Янв., 17. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=fBZ97NNWzvI (дата обращения: 16.09.2019).

[35] Hostages to Dogma? // Официальный канал RT в YouTube. 2017. Янв., 21. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=a_mt4P8pReU (дата обращения: 16.09.2019).

[36] Trumphoria // Официальный канал RT в YouTube. 2017. Янв., 15. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=fVD2fI_uXSk (дата обращения: 16.09.2019).

[37] Billionaire CEO Slips Up, Reveals Truth About Trump Gov't // Официальный канал RT в YouTube. 2017. Янв., 16. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=ktYdU45K7-8 (дата обращения: 16.09.2019).

[38] Brandi Glanville on how Donald Trump treated her during 'Celebrity Apprentice' // Официальный канал RT в YouTube. 2017. Янв., 15. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=ydgllcCGWlQ (дата обращения: 16.09.2019).

[39] FiveThirtyEight's Harry Enten discusses Donald Trump's first 100 days // Официальный канал RT в YouTube. 2017. Янв., 25. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=wYtzD_Ikqvg (дата обращения: 16.09.2019).

[40] Исследование компании «ИМА-консалтинг». Весна 2001 года. В опросе принимали участие граждане Великобритании, Германии, Китая, США, Франции, находившиеся в момент проведения исследования в Москве. Методологическая база работы объединяла полуформализованные личные интервью и психосемантическое исследование. Режим доступа: http://ima-consulting.ru

[41] Рекордные 7 млрд просмотров: *RT* – № 1 среди новостных телеканалов на YouTube // Официальный сайт телеканала RT. 2017. Ноябрь, 1. Режим доступа:

https://russian.rt.com/press_releases/article/564457-rt-7-mlrd-prosmotrov-youtube (дата обращения: 16.09.2019).

**Библиография**

*Анхольт С.* Создание бренда страны // Бренд-менеджмент. 2007. № 1.

*Безотосный И. А.* Позитивный имидж России: конструирование и репрезентация символической социальной реальности: дис. ... канд. филос. наук. Ростов-на-Дону, 2011.

*Булгаров М. А., Тонян М. Н., Кутовая А. А.* К вопросу о сущности понятия «Имидж страны» // Word Science: Problems and Innovations: сб. ст. победителей IX Междунар. науч.-практ. конф. в 2 ч. Ч. 2. Пенза: Наука и Просвещение, 2017. С. 110–113.

*Вартанова Е. Л.* Теория медиа и общественная динамика // МедиаАльманах. 2017. № 5 (82). С. 8–12.

*Вартанова Е. Л.* Медиа в контексте общественных трансформаций: к постановке проблемы // МедиаАльманах. 2018. № 1 (84). С. 8–13.

Имидж России: концепция национального и территориального брендинга. 2-е изд., доп. и перераб. / под ред. *И. А. Василенко*. М.: Экономика, 2014.

*Василенко И. А.* Имиджевая стратегия России в контексте мирового опыта // Власть. 2013. № 7. С. 24–28.

*Василенко И. А.* Новые тенденции мирового опыта ребрендинга государств: уроки для России // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. 2014. № 1. С. 131–139.

*Василенко И. А.* Проблема эффективности имиджевых кампаний: мировой и российский опыт // Дипломатическая служба. 2014. № 3. С. 37–41.

*Ведерникова М. И.* Имидж страны как элемент «мягкой силы» // Политика и общество. 2018. № 1 (158). С. 35–43. DOI: 10.7256/2454-0684. 2018.1.22501

*Вылегжанин Д. А.* Введение в политическую имиджелогию. М.: Флинта: МПСИ, 2008.

*Гавра Д. П., Савицкая А. С.* Структурная модель имиджа государства/региона для внешних и внутренних аудиторий // Коммуникативные практики в современном обществе. СПб: Изд-во Санкт-Петербургск. гос. ун-та, 2008.

*Гаджиев К. С.* Имидж государства в конфликте идеологий. М.: Андалус, 2007.

*Гаджиев Д. В.* Характеристика основных компонентов, формирующих имидж страны // Актуальные вопроса права, экономики и управления: сб. ст. VII Междунар. науч.-практ. конф. Пенза: Наука и просвещение, 2017. С. 56–58.

*Галумов Э. А.* Международный имидж России: стратегия формирования. М.: Известия, 2003.

*Гринберг Т. Э.* Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели // Медиаскоп. 2008. Вып. 2. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/образ-страны-или-имидж-государства-поиск-конструктивной-модели (дата обращения: 16.09.2019).

*Дзахова Л. Х.* Позитивный имидж государства как инструмент реализации властной миссии государства в практиках мягкосилового влияния // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2017. № 5 (84). С.109–112.

*Ефимов В. И., Таланов В. М.* Общечеловеческие ценности. Новочеркасск: ЮРГТУ (НПИ), 2011.

*Захарова Е. А.* О влиянии имиджа главы государства на формирование имиджа страны на примере имиджа президента РФ В. В. Путина // Вестник современных исследований. 2018. № 4 (19). С. 130–132.

*Леонова О. Г.* Барьеры имиджа страны // Социально-гуманитарные знания. 2014. № 1. С.135–146.

*Леонова О. Г.* Интерпретация понятия «мягкая сила» в науке // Обозреватель – *Observer.* 2015. № 2. С.80–89.

*Лисовский С. Ф.* Политическая реклама. М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000.

*Мартынова Л.Г.* Современный имидж России: проблемы и перспективы: дис. ... канд. полит. наук. М., 2011.

*Матюшевская П. А.* Имидж // Социология: Энциклопедия / сост. *А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко*. М.: Книжный Дом, 2003.

*Сузи А. М.* Формирование современного имиджа российских регионов (на примере республики Карелия): политологический аспект: дис. ... канд. полит. наук. М., 2015.

Позиционирование имиджа региона в пространстве коммуникаций: Курская область / под ред. проф. *Е. А. Когай*. Курск: Изд-во Курск. гос. ун-та, 2012.

*Почепцов Г. Г.* Коммуникативные технологии двадцатого века. М.: Рефл-бук, 2000.

*Рожков И. Я., Кисмерешкин В. Г.* Имидж России. Ресурсы. Опыт. Приоритеты. М.: РИПОЛ классик, 2008.

*Сигарева Е. П.* Демографический имидж России: мат-лы Всероссийск. науч. конф. «Стратегии России в историческом и мировом пространствах». М., 2009.

*Харбих С. К.* Международный имидж государства: факторы и коммуникативная стратегия формирования (на примере Чили): дис. ... канд. полит. наук. М., 2016.

*Хаутов Д. К., Хребина С. В.* Роль масс-медиа в формировании политического имиджа страны // Вестн. Пятигорск. гос. лингвистического ун-та. 2016. № 4. С. 179–181.

*Черевко Т. С.* Информационно-аналитические программы федеральных телеканалов как инструмент формирования имиджа страны: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2013.

*Чернышов Ю. Г.* Имидж страны как фактор «мягкой силы» в международных отношениях: история и современность (итоги интернет-конф.) // Известия Алтайск. гос. ун-та. 2017. № 5 (97). С. 178–183.

Anholt S. (2009) *Brands and Branding*. London.

Olins W. (2008) *The Brand Handbook*. Thames, Hudson.

## Notes

About the Channel (2018) *RT channel official website*. April. Available at: https://russian.rt.com/about (accessed: 16.09.2019).

Administraciya Putina budet «piarit'» imidzh Rossii (2001) [Putin's Administration Will Promote the Image of Russia (2001)]. *RBK*. June, 18. Available at: http://www.rbc.ru/politics/18/06/2001/5703b2629a7947783a5a1cb1 (accessed: 16.09.2019).

Baulz U. (2011) Russia Today: SMI novogo obrazca? [Russia Today: Is It a New Type of Media?] *Pacific Free Press* July 5. Available at: http://www.inosmi.ru/politic/20110705/171615730.html (accessed: 16.09.2019).

Billionaire CEO Slips Up, Reveals Truth About Trump Gov't (2017) *Official RT channel on YouTube*. January, 16. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=ktYdU45K7-8 (accessed: 16.09.2019).

Brandi Glanville on How Donald Trump Treated Her During 'Celebrity Apprentice' (2017) *Official RT channel on YouTube*. 15 January. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=ydgllcCGWlQ (accessed: 16.09.2019).

Can Trump Overcome (2017) *Official RT channel on YouTube*. 15 January. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=Lhgtg-4EU8U (accessed: 16.09.2019).

CrossTalk Bullhorns: Russia-USA (2017) *Official RT channel on YouTube*. 30 January. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=UEqjVPDIZUc (accessed: 16.09.2019).

Diving for Jesus? Baby Baptisms in Georgia Will Make Your Head Spin (2017) *Official RT channel on YouTube*. January. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=vvORRfrhOdo (accessed: 16.09.2019).

European Parliament Resolution of 23 November 2016 on EU Strategic Communication to Counteract Propaganda Against It by Third Parties (2016) *European Parliament official website*. 23 November. Available at: http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2016-0441+0+DOC+XML+V0//EN (accessed: 16.09.2019).

Fake News Reality: NYT, Washington Post Implicated in Publishing False Facts on Russia (2017) *Official RT channel on YouTube*. 15 January. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=qFDIqhxMsb4 (accessed: 16.09.2019).

FiveThirtyEight's Harry Enten Discusses Donald Trump's First 100 Days (2017) *Official RT channel on YouTube*. 25 January. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=wYtzD_Ikqvg (accessed: 16.09.2019).

Hostages to Dogma? (2017) *Official RT channel on YouTube*. January, 21. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=a_mt4P8pReU (accessed: 16.09.2019).

IMA-Consulting Research (2001) Spring. Available at: http://ima-consulting.ru (accessed: 16.09.2019).

Imidzh Rossii sobirayutsya uluchshit' pri pomoshchi novogo telekanala [The Image of Russia is Going to Be Improved with the Help of a New TV Channel] (2005) *Lenta.ru*. 6 June. Available at: https://lenta.ru/news/2005/06/06/channel/ (accessed: 16.09.2019).

Kiselev: cel' novoj struktury – vosstanovit' spravedlivoe otnoshenie k Rossii [Kiselev: the Purpose of the New Structure is to Restore a Fair Attitude Towards Russia] (2013) *Vesti.ru*. 9 December. Available at: http://www.vesti.ru/doc.html?id=1165191 (accessed: 16.09.2019). (In Russian)

*Money Well Spent? Royal Navy $1.7mn Russian Fleet Escort Mission* (2017) Official RT channel on YouTube. 25 January. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=yWQaNCeBPgE (accessed: 16.09.2019).

My Crazy Russian Vlog (2017) RT channel official web site. January. Available at: https://www.rt.com/shows/documentary/344365-bikini-russia-festivals-fun/ (accessed: 16.09.2019).

Oficial'nyj kanal RT v YouTube [RT's official YouTube channel] (2017) 25 January. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=yWQaNCeBPgE (accessed: 16.09.2019).

Oficial'nyj sajt TASS. Razdel «Ob agentstve» [TASS's official website, section «About the Agency»] (2018) 4 November. Available at: https://tass.ru/tass-today (accessed: 16.09.2019). (In Russian)

'Post-Truth Age': Anger at Trump's 'Muslim Ban', but not for Obama's Similar Moves (2017) *Official RT channel on YouTube*. 31 January. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=dpAwHKzliZU&t=1s (accessed: 16.09.2019).

Production Company Registers Under the Foreign Agent Registration Act as Agent for the Russian Government Entity Responsible for Broadcasting RT (2017) *United States Department of Justice*. 13 November. Available at: https://www.justice.gov/opa/pr/production-company-registers-under-foreign-agent-registration-act-agent-russian-government (accessed: 16.09.2019).

Putin, Propaganda and Hacking – CIA ‚Proof' that RT Changed the US Election Result (2017) *Official RT channel on YouTube*. 15 January. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=4PrSL-zr2gg (accessed: 16.09.2019).

Rekordnye 7 mlrd prosmotrov: RT – №1 sredi novostnyh telekanalov na YouTube [Record 7 Billion Views: RT is №1 Among News Channels on YouTube ] (2017) *RT channel official website*. November, 1st. Available at: https://russian.rt.com/press_releases/article/564457-rt-7-mlrd-prosmotrov-youtube (accessed: 16.09.2019). (In Russian)

Republicans Will Try to Stop Trump from Getting Close with Moscow (2017) *Official RT channel on YouTube*. 20 January. Available at: https://www.rt.com/shows/sophieco/374311-trump-russia-foreign-policy/ (accessed: 16.09.2019).

Rossiya vyigryvaet konkurenciyu s mirovymi SMI, zayavil Putin [Russia Wins Competition with Global Media, Putin Said] (2018) *RIA Novosti*. 1 November. Available at: https://ria.ru/mediawars/20181018/1530980366.html (accessed: 16.09.2019). (In Russian)

Rowland K. (2008) "Russia Today": Youth Served. *The Washington Times*. 27 October. Available at: https://www.washingtontimes.com/news/2008/oct/27/russia-today-youth-served/

RT preodolel otmetku v pyat' milliardov prosmotrov na Youtube [RT Overcame a Mark of Five Billion Views on Youtube] (2017) *RIA Novosti*. 6 September. Available at: https://ria.ru/media/20170906/1501882256.html (accessed: 16.09.2019). (In Russian)

*RT press release* (2015) 10 December. Available at: https://10.rt.com (accessed: 16.09.2019).

Russian Army Hogwarts': RT Looks into Daily Routine at Elite Military Boarding School (2017) *Official RT channel on YouTube*. 29 January. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=lFsU0j8jSqg&t=60s (accessed: 16.09.2019).

Russian Tu-22M3 Bombers Target ISIS Positions in Deir ez-Zor, Syria – Defense Ministry (2017) *Official RT channel on YouTube*. 21 January. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=iDbprcdtNJ0&t=2s (accessed: 16.09.2019).

Simon'yan: trafik RT na YouTube vyros posle isklyucheniya iz setej veshchaniya SSHA [Simonyan: RT Traffic on YouTube Increased after Exclusion from the US Broadcast Networks] (2018) *RIA Novosti*. 16 October. Available at: https://ria.ru/mediawars/20181016/1530740887.html?inj=1 (accessed: 16.09.2019). (In Russian)

Troyanskij M. G. (2004) *Evropejskij parlamentarizm i mezhdunarodnyj imidzh Rossii. Doklad na zasedanii «kruglogo stola»*: stenogramma zasedaniya v Komitete po mezhdunarodnym delam Federal'nogo Sobraniya RF [European Parliamentarism and the International Image of Russia. Report at the round table meeting: Transcript of the meeting in the Committee on Foreign Affairs of the Federal Assembly of the Russian Federation]. November, 26. (In Russian)

Trumphoria (2017) *Official RT channel on YouTube*. 15 January. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=fVD2fI_uXSk (accessed: 16.09.2019).

*Ukaz Prezidenta Rossijskoj Federacii ot 8 noyabrya 2011 g. № 1478 «O koordiniruyushchej roli Ministerstva inostrannyh del Rossijskoj Federacii v provedenii edinoj vneshnepoliticheskoj linii Rossijskoj Federacii»* [Presidential Decree of November 8, 2011 No. 1478 "On the Coordinating Role of the Russian Federation Ministry of Foreign Affairs in the Conduct of a Single Foreign Policy Line of the Russian Federation"] (2018) 4 November. Available at: http://kremlin.ru/acts/bank/34205 (accessed: 16.09.2019). (In Russian)

*Ukaz Prezidenta Rossijskoj Federacii ot 7 maya 2012 g. № 605 «O merah po realizacii vneshnepoliticheskogo kursa Rossijskoj Federacii»* [Presidential Decree of May 7, 2012 № 605 "On Measures to Implement the Foreign Policy of the Russian Federation"] (2018) 4 November. Available at: http://kremlin.ru/acts/bank/35269 (accessed: 16.09.2019). (In Russian)

V MID shokirovany zayavleniem Parizha, chto Sputnik i RT ne yavlyayutsya SMI [The Foreign Ministry is Shocked by the Statement of Paris that Sputnik and RT Are not Mass Media] (2018) *RIA Novosti*. 1 November. Available at: https://ria.ru/mediawars/20181101/1531963612.html (accessed: 16.09.2019). (In Russian)

Vojna za umy: SSHA nachinayut boyat'sya Russia Today [The War for the Minds: the United States Is Beginning to Fear Russia Today]. *Oko planety*. Available at: http://oko-planet.su/politik/newsday/65952-voyna-za-umy-ssha-nachinayut-boyatsya-russia-today.html/ (accessed: 16.09.2019). (In Russian)

What Trump Means with "Insurance for Everybody" (2017) *Official RT channel on YouTube*. 17 January. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=fBZ97NNWzvI (accessed: 16.09.2019).

Why Is the America Middle Class Disappearing? (2017) *Official RT channel on YouTube*. 17 January. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=M33DI95gTLU (accessed: 16.09.2019).

## References

Anholt S. (2009) *Brands and Branding*. London.

Ankhol't S. (2007) Sozdanie brenda strany [Creating a Country's Brand]. *Brend-menedzhment* 1. (In Russian)

Bezotosnyj I. A. (2011) *Pozitivnyj imidzh Rossii: konstruirovanie i reprezentaciya simvolicheskoj social'noj real'nosti*: dis. ... kand. filosof. nauk. [A Positive Image of Russia: the construction and representation of symbolic social reality: PhD philos. sci. diss.] Rostov-on-Don. (In Russian)

Bulgarov M. A., Tonyan M. N., Kutovaya A. A. (2017) K voprosu o sushchnosti ponyatiya «Imidzh strany» [Towards the Essence of the Concept of "Image of the Country"]. In *Word Science: Problems and Innovations. Sbornik statej pobeditelej IX Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii: v dvuh chastyah. CHast' 2.* [A Collection of Articles by Winners of the 9th International Research-to-Practice Conference: in 2 parts. Part 2]. Penza: Nauka i Prosveshchenie Publ. Pp. 110–113. (In Russian)

Cherevko T. S. (2013) *Informacionno-analiticheskie programmy federal'nyh telekanalov kak instrument formirovaniya imidzha strany*: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. [Information and Analytical Programs of Federal TV Channels as a Tool for Shaping the Image of the Country: extended abstract of PhD philol. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Chernyshov Yu. G. (2017) Imidzh strany kak faktor «myagkoj sily» v mezhdunarodnyh otnosheniyah: istoriya i sovremennost' (itogi internet-kon-

ferencii) [The Image of the Country as a Factor of "Soft Power" in International Relations: History and Modernity (results of the Internet conference)]. *Izvestiya Altajskogo gosudarstvennogo universiteta* 5 (97): 178–183. (In Russian)

Dzahova L. H. (2017) Pozitivnyj imidzh gosudarstva kak instrument realizacii vlastnoj missii gosudarstva v praktikah myagkosilovogo vliyaniya [The Positive Image of the State as a Tool for the Implementation of the State's Imperious Mission in the Practices of Soft-Power Influence]. *Nauka i obrazovanie: hozyajstvo i ehkonomika; predprinimatel'stvo; pravo i upravlenie* 5 (84): 109–112. (In Russian)

Efimov V. I., Talanov V. M. (2011) *Obshchechelovecheskie tsennosti* [Human Values]. Novocherkassk: YuRGTU (NPI) Publ. (In Russian)

Gadzhiev D. V. (2017) Harakteristika osnovnyh komponentov, formiruyushchih imidzh strany [Characteristics of the Main Components That Form the Image of the Country]. In *Aktual'nye voprosy prava, ehkonomiki i upravleniya. Sbornik statej VII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii* [Current Issues of Law, Economics and Management. A Collection of Articles of the 7th International Research-to-Practice Conference]. Penza: Nauka i Prosveshchenie Publ. Pp. 56-58. (In Russian)

Gadzhiev K. S. (2007) *Imidzh gosudarstva v konflikte ideologiy* [The image of the state in the conflict of ideologies]. Moscow: Andalus Publ. (In Russian)

Galumov E. A. (2003) *Mezhdunarodnyy imidzh Rossii: strategiya formirovaniya* [The International Image of Russia: Formation Strategy]. Moscow: Izvestiya Publ. (In Russian)

Gavra D. P., Savitskaya A. S. (2008) Strukturnaya model' imidzha gosudarstva/regiona dlya vneshnikh i vnutrennikh auditoriy [The Structural Model of the Image of the State/Region for External and Internal Audiences]. In *Kommunikativnye praktiki v sovremennom obshchestve* [Communication Practices in Modern Society]. St. Petersburg: Saint-Petersburg State University Publ. (In Russian)

Grinberg T. E. (2008) Obraz strany ili imidzh gosudarstva: poisk konstruktivnoj modeli [The Image of the Country or the Image of the State: a Search for a Constructive Model]. *Mediaskop* 2. Available at: http://www.mediascope.ru/obraz-strany-ili-imidzh-gosudarstva-poisk-konstruktivnoj-modeli (accessed: 16.09.2019). (In Russian)

Harbih S. K. (2016) *Mezhdunarodnyj imidzh gosudarstva: faktory i kommunikativnaya strategiya formirovaniya (na primere Chili):* dis. ... kand. polit. nauk. [The International Image of the State: Factors and Communication Strategy of Formation (on the example of Chile): PhD polit. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Hautov D. K., Hrebina S. V. (2016) Rol' mass-media v formirovanii politicheskogo imidzha strany [The Role of Mass Media in Shaping the Country's Political Image]. *Vestnik Pyatigorsk. gos. lingvisticheskogo un-ta* 4: 179–181. (In Russian)

Kogaj E. A. (ed.) (2012) *Pozicionirovanie imidzha regiona v prostranstve kommunikacij: Kurskaya oblast'* [Positioning the Image of the Region in the Com-

munication Space: the Kursk Region]. Kursk: Kursk State University Publ. (In Russian)

Leonova O. G. (2014) Bar'ery imidzha strany [Barriers of the Country's Image]. *Social'no-gumanitarnye znaniya* 1: 135–146. (In Russian)

Leonova O. G. (2015) Interpretaciya ponyatiya «myagkaya sila» v nauke [An Interpretation of the Concept of "Soft Power" in Science]. *Observer* 2: 80–89. (In Russian)

Lisovskiy S. F. (2000) *Politicheskaya reklama* [Political Advertising]. Moscow: IVTs «Marketing» Publ. (In Russian)

Martynova L. G. (2011) *Sovremennyj imidzh Rossii: problemy i perspektivy*: dis. ... kand. polit. nauk. [Modern Image of Russia: Problems and Prospects: PhD polit. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Matyushevskaya P. A. (2003) Imidzh [Image]. In A. A. Gritsanov, V. L. Abushenko, G. M. Evel'kin, G. N. Sokolova, O. V. Tereshchenko (eds.) *Sotsiologiya: Entsiklopediya* [Sociology: Encyclopedia]. Moscow: Knizhnyi Dom Publ. (In Russian)

Olins W. (2008) *The Brand Handbook*. Thames & Hudson.

Pocheptsov G. G. (2000) *Kommunikativnye tekhnologii dvadtsatogo veka* [Communication Technologies of the Twentieth Century]. Moscow: Refl-buk Publ. (In Russian)

Rozhkov I. Ya., Kismereshkin V. G. (2008) *Imidzh Rossii. Resursy. Opyt. Prioritety* [The Image of Russia. Resources. Experience. Priorities]. Moscow: RIPOL klassik Publ. (In Russian)

Sigareva E. P. (2009) *Demograficheskij imidzh Rossii. Materialy Vserossijskoj nauchnoj konferencii «Strategii Rossii v istoricheskom i mirovom prostranstvah»* [The Demographic Image of Russia. Proceedings of the All-Russian Scientific Conference "Strategies of Russia in the Historical and Global Spaces"]. Moscow. (In Russian)

Suzi A. M. (2015) *Formirovanie sovremennogo imidzha rossijskih regionov (na primere respubliki Kareliya): politologicheskij aspect*: dis. ...российских авторов kand. polit. nauk. [Formation of the Modern Image of Russian Regions (on the example of the Republic of Karelia): the Political Science Aspect: PhD polit. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Vartanova E. L. (2018) Media v kontekste obshchestvennyh transformacij: k postanovke problemy [Media in the Context of Social Transformations: Towards Problem Statement]. *MediaAl'manah* 1 (84): 8–13. (In Russian)

Vartanova E. L. (2017) Teoriya media i obshchestvennaya dinamika [Media Theory and Social Dynamics]. *MediaAl'manah* 5 (82): 8–12. (In Russian)

Vasilenko I. A. (ed.) (2014) *Imidzh Rossii: koncepciya nacional'nogo i territorial'nogo brendinga. 2-e izd*. [The Image of Russia: the Concept of National and Territorial Branding. 2nd ed.] Moscow: Ekonomika. (In Russian)

Vasilenko I. A. (2013) Imidzhevaya strategiya Rossii v kontekste mirovogo opyta [Image Strategy of Russia in the Context of World Experience]. *Vlast'* 7: 24–28. (In Russian)

Vasilenko I. A. (2014) Novye tendencii mirovogo opyta rebrendinga gosudarstv: uroki dlya Rossii [New Trends in the Global Experience of the Rebrand-

ing of States: Lessons for Russia]. *Problemnyj analiz i gosudarstvenno-upravlencheskoe proektirovanie* 1: 131–139. (In Russian)

Vasilenko I. A. (2014) Problema ehffektivnosti imidzhevyh kampanij: mirovoj i rossijskij opyt [The Problem of Effectiveness of Image Campaigns: the Global and Russian Experience]. *Diplomaticheskaya sluzhba* 3: 37–41. (In Russian)

Vedernikova M. I. (2018) Imidzh strany kak ehlement «myagkoj sily» [The Image of the Country as an Element of "Soft Power"]. *Politika i obshchestvo* 1 (158): 35–43. (In Russian)

Vylegzhanin D. A. (2008) *Vvedenie v politicheskuyu imidzhelogiyu* [Introduction to Political Imagology]. Moscow: Flinta, MPSI Publ. (In Russian)

Zaharova E. A. (2018) O vliyanii imidzha glavy gosudarstva na formirovanie imidzha strany na primere imidzha prezidenta RF V.V. Putina [On the Influence of the Image of the Head of State on the Formation of the Country's Image on the Example of the Image of RF President V.V. Putin]. *Vestnik sovremennyh issledovanij* 4.2 (19): 130–132.

Поступила в редакцию
06.09.2018