

Юрьев Александр Иванович

доктор психологических наук,
профессор кафедры российской политики
Санкт-Петербургского государственного университета

Ханнанова Эльвина Илдаровна

аспирант кафедры российской политики
Санкт-Петербургского государственного университета

РОЛЬ СМИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СТАБИЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация:

В статье предпринята попытка соотнесения теоретических и практических оснований в систематизации научного знания в сфере обеспечения средствами массовой информации стабильности политической системы. Предполагается, что основное внимание журналистского сообщества должно быть уделено легитимации политической системы («медиалегитимации»), реализации технологии мобилизационного потенциала, содействию обеспечения безопасности и противодействию терроризму, обеспечению установления каналов обратной связи.

Ключевые слова:

средства массовой информации, политическая стабильность, политическая система, легитимация, медиалегитимация, мобилизационный потенциал, противодействие терроризму, сеть Интернет.

Yuriev Alexandr Ivanovich

D.Phil. in Psychology, Professor,
Russian Politics Department,
Saint-Petersburg State University

Khannanova Elvina Ildarovna

PhD student, Russian Politics Department,
Saint-Petersburg State University

THE ROLE OF MASS MEDIA IN THE SUPPORT OF POLITICAL STABILITY IN THE MODERN RUSSIA

Summary:

The article attempts to correlate the theoretical and practical bases in the systematization of scientific knowledge in the field of mass media support of the political system stability. It is expected that the focus of the journalistic community should be on the legitimation of the political system (media legitimation), implementation of the mobilization potential technology, promotion of security and terrorism countering, ensuring the establishment of feedback channels.

Keywords:

mass media, political stability, political system, legitimation, media legitimation, mobilization potential, counteraction to terrorism, the Internet.

Понятие «стабильность» прочно вошло в российский политический дискурс. В современной отечественной науке достаточно широко представлены исследования, посвященные анализу протестных настроений, политических конфликтов, восприятия понятия «стабильность». Некоторые аспекты информационного влияния на состояние политической системы представлены в работах А.И. Юрьева, Д.В. Березнякова, Ю.В. Буровой, И.В. Брежнева, А.И. Вертешина, Г.Г. Филипповой, Ю.А. Ильичевой, Л.С. Леонтьевой, Ю.А. Нисневича. Наименования научных работ, как правило, соответствуют современным вызовам: социально-экономическое положение России; внутренние конфликты в странах Ближнего Востока и «цветные революции» на постсоветском пространстве; протестные настроения в 2011–2012 гг. и т. д.

Соотнесение теоретических и практических оснований в систематизации научного знания в сфере обеспечения СМИ политической стабильности является своевременной задачей. Под политической стабильностью подразумевается характеристика политической системы, предполагающая устойчивое функционирование политических институтов, способность политических субъектов к реализации политических решений, представленность общественных интересов на высшем уровне и принятие обществом правил и норм, воспроизводимых политической системой. Деятельность средств массовой информации в сфере обеспечения политической стабильности должна быть направлена на легитимацию политической системы, обеспечение мобилизационного потенциала (в особенности в период политических и экономических кризисов), содействие обеспечению безопасности и противодействию терроризму, а также обеспечение и сохранение каналов обратной связи в условиях развития информационного общества.

Проблема связи стабильности со средствами массовой коммуникации обострилась в связи с появлением феномена «информационной войны». В современной научной парадигме этот феномен формально нельзя квалифицировать как войну, потому что по международным соглашениям война ограничена условиями, такими как «право войны» (правовые ограничения, которые международное право налагает на воюющих в деле применения средств подавления неприятеля), «международное военное право», «обычаи войны», «законы войны» (ограничения, установленные

международным правом, в пределах которых возможно применение силы для поражения противника). В современной цивилизации для признания войны войной применяются так называемые «право Гааги» (1907), «право Женева» (1949), Гагская конвенция 1954 г. Юридически война регулируется тремя группами норм: 1) защита гражданского населения, раненых, больных, военнопленных, правовой режим военной оккупации, меры по защите культурных ценностей; 2) порядок объявления войны, театр войны, состав вооруженных сил, прекращение войны; 3) запрещение химического и бактериологического оружия, любого оружия, причиняющего излишние страдания. По этим положениям деятельность средств массовой коммуникации, конечно, не война.

Понятие информационной войны отсутствует среди признанных международным сообществом определений войны. Принято считать, что «война – это социальное явление, представляющее одну из форм разрешения общественно-политических, экономических, идеологических, а также национальных, религиозных, территориальных и других противоречий между государствами, народами, нациями, классами и социальными группами средствами вооруженного насилия» [1]. Однако надо понимать, что военная победа имеет целью психологическое подавление воли противника к сопротивлению. «Огневая война» с кровью, болью, шумовыми и дымовыми эффектами – простейший способ вызвать страх, панику, привести к утрате сознания, сдаче в плен. Испугавшись огня, дыма, грохота, кровавых сцен, противник прекращает сопротивление и принимает условия победителя – война прекращается: цель достигнута. А кровавые сцены огневой войны направлены на разрушение мышления человека, лишение его воли, возникновение неуправляемых аффективных состояний, уничтожение стандартов поведения гражданина и человека. Вся мощь атомных бомб, реактивных снарядов и противопехотных мин – только для превращения «человека сопротивляющегося» в «человека сдающегося». Современная информационная война не использует для достижения своих целей массовых кровавых сражений – глобализация и интернет дали огромный спектр возможностей изменения поведения противника косвенными, опосредованными методами. В этом смысле огневая война и информационная война, похоже, близнецы-братья [2].

По причине противоречивого отношения научного сообщества к мерам информационного обеспечения политической стабильности было осуществлено структурирование имеющихся и необходимых действий СМИ в данной области.

1. Медиалегитимация. Обзор современных исследований позволил выявить, что в научной литературе существует тенденция к обозначению взаимосвязи стабильности политической системы и проблемы легитимации. Важнейшими признаками легитимности политических институтов и сложившихся политических отношений являются общественная поддержка и высокий уровень доверия населения. Однако дисфункция СМИ как инструмента взаимодействия общества и политической власти приводит к увеличению протестных настроений.

Медиалегитимация – легитимация с использованием средств массовой информации – на современном этапе становится все более и более актуальной. В российской политической науке термин «медиалегитимация» был введен относительно недавно и использован в работах Д.В. Березнякова [3], А.И. Вертешина [4], Г.Г. Филиппова [5]. Медиалегитимация в широком смысле предполагает «целостный комплекс организационных и агитационно-пропагандистских мер субъектов политики в целях укрепления ими политической системы, собственной власти, ее признания в обществе на основе включения в процесс имеющегося медийного ресурса, в более узком – журналистскую рефлексию по поводу поддержки, или оппонирования, политических решений власти» [6]. К СМИ, участвующим в медиалегитимации, относят популярные и лояльные к власти федеральные средства массовой информации, поддерживающие развитие выбранной информационной политики и формирующие повестку дня.

Одновременно с этим некоторые исследователи уделяют внимание неоднозначности процесса медиалегитимации. В частности, исходя из позиции немецкого философа и социолога Ю. Хабермаса, следует выделить две стороны легитимации власти: «с одной стороны, коммуникативное формирование легитимной власти, которая рождается в свободном от всякой репрессии процессе коммуникаций, а с другой – такое обеспечение легитимности через политическую систему, с помощью которой административная власть пытается управлять политическими коммуникациями» [7].

Таким образом, «коммуникативное формирование легитимной власти» можно представить в качестве условного определения медиалегитимации. Так, по мнению бывшего премьер-министра Украины Н.Я. Азарова, эффективное проведение реформ предполагает наличие поддержки средств массовой информации и политической стабильности [8].

В ходе опроса общественного мнения ФОМ респондентам был задан следующий вопрос: «В истории страны бывают такие периоды, когда необходимы резкие перемены, радикальные реформы во многих областях. А бывают такие периоды, когда важнее обеспечить стабильность.

Как Вы считаете, сегодня в России важнее проводить радикальные реформы, осуществлять резкие перемены или обеспечить стабильность?» Ответы на него распределились следующим образом: с тезисом о необходимости проведения радикальных реформ в 2008 г. согласились 16 %, в 2013 г. – 26 %, в 2015 г. – 21 % респондентов; о необходимости стабилизации – 70, 57 и 66 % соответственно. На вопрос: «Как Вы думаете, сегодня российская власть в большей мере озабочена проведением реформ или обеспечением стабильности?» ответы распределились следующим образом: «проведением реформ» в 2008 г. – 33 %, в 2013 г. – 34 %, в 2015 г. – 25 % респондентов и «обеспечением стабильности» – 36, 38 и 43 % соответственно [9].

Следует обозначить расхождение пониманий стабильности и реформирования, содержащихся в формулировках вопросов ФОМ. Среди населения России на протяжении 2004–2015 гг. сохраняется запрос на «стабильность», подразумевающую реформы «эволюционного типа» [10]. Таким образом, освещение проведения реформ, затрагивающих жизненно важные сферы общества (пенсионной системы или ЖКХ), требует определенной степени соответствия общественным ожиданиям. Напротив, отрицательное отношение населения к возможному негативным последствием изменений способно активизировать напряжение в обществе в целом [11].

2. Мобилизационный потенциал. Ю.А. Ильичева подчеркивает необходимость использования мобилизационного потенциала СМИ, так как способность «удержания» властью информационного пространства играет большую роль в обеспечении политической стабильности [12, с. 19]. В исследовании автора представлена классификация средств массовых информационных технологий, использующих «мобилизационные технологии» и способствующих как политической стабилизации, так и дестабилизации: «К первой группе относятся государственные газеты, которые поддерживают политику действующей власти. <...> Вторую группу составляют оппозиционные издания. <...> И, наконец, в третью группу входят общественно-политические издания, которые, на наш взгляд, стремятся к интеграции власти и оппозиции, пытаются объективно освещать акции протеста в Москве. Это выражается в изучении причинно-следственных связей, приведении мнений экспертов из различных политических лагерей» [13, с. 82]. Следуя мнению автора исследования, третью группу составляют издания «Независимая газета», «Московский комсомолец», «Коммерсантъ», «РБК daily», «Русский репортер», «Итоги» [14, с. 79]. Аргументация в пользу данных общественно-политических газет и журналов является спорной, так как мобилизационные технологии предполагают приведение к единству мнений в отношении тех или иных вопросов и событий, также предполагается изучение целевой аудитории тех или иных СМИ.

Таким образом, внимание исследователей должно быть сосредоточено на способах интерпретации, которые позволяют оказать значительное влияние на аудиторию [15].

Так, согласно результатам опросов ВЦИОМ от 13 сентября 2015 г. готовность не участвовать в голосовании на выборах в Государственную думу («если бы в ближайшее воскресенье состоялись выборы») обозначили респонденты в возрасте от 18 до 24 лет – 15 %, от 25 до 34 лет – 21 %, от 35 до 44 лет – 16 %. Наиболее активными участниками в голосовании можно назвать респондентов в возрасте от 45 до 59 лет – 13 % и от 60 лет и старше – 10 % [16]. Следует обозначить, что колебания динамики результатов данного ежемесячного опроса составляют в среднем около 5–7 % за 2015 г. и характерны для ответов респондентов в возрасте от 18 до 34 лет.

Таким образом, в российском обществе в условиях относительной политической и экономической нестабильности изменения в предпочтениях в выборах в Государственную думу (как в одной из форм массового участия) характерны для населения в возрасте от 18 до 44 лет и, напротив, устойчивость позиции характерна для возрастной категории от 45 лет и старше. Представляется необходимым обеспечение целевой аудитории информацией, адекватной возрастным, социальным и другим ее характеристикам. Предполагается, что высокий уровень абсентеистских настроений в молодежной среде современной России является следствием недостаточно развитой молодежной политики, а также «усиления принципиальной несовместимости интересов, потребностей и ценностных ориентаций молодежи с политикой» [17].

Мобилизационный потенциал способствует сохранению целенаправленности поведения населения. Он может быть представлен, в частности, отсылками к образцам поведения, примерам успешного решения проблем вследствие обращений в профильные органы, а также комментариями экспертов, облегчающими понимание обсуждаемых на повестке дня законов или законопроектов (качественная аналитика), и др.

3. Следующая необходимая характеристика современных российских средств массовой информации – содействие обеспечению безопасности и противодействие терроризму. Основную информацию о террористических актах население получает через СМИ. В связи с этим исследователями замечается неадекватное отношение журналистов, в частности оппозиционных и зарубежных СМИ, к происходящим событиям. Так, Ю.В. Бузова и И.В. Брежнев указывают на необходимость резко негативного освещения деятельности террористических группировок, поскольку

«оправдание терроризма и экстремизма через средства массовой информации во многом становится угрозой информационной безопасности в современной России» [18]. Анализ характера интерпретации журналистами США захвата заложников в Буденновске, Беслане, взрывов самолетов в 2004 г. и других трагических событий показал, что «просчет» средств массовой информации заключается в информационном обеспечении террористических актов. Подобные интерпретации являются основной причиной «героизации» террористов, вследствие чего и происходит распространение терроризма.

Серьезные попытки регулирования информационного поля путем принятия «моральных кодексов» журналистов были предприняты в 2000-х гг. Первоосновой данных документов является тезис: «Работники СМИ обязаны понимать, что в период теракта и контртеррористической операции спасение людей и право человека на жизнь первичны по отношению к любым другим правам и свободам» [19]. Однако «Антитеррористическая конвенция», принятая в апреле 2003 г., по оценке Л.С. Леонтьевой, оказалась малоэффективной, и «трагедия в Беслане (1 сентября 2004 г.) освещалась вне ограничивающих рамок и руководящих установок Конвенции» [20].

В 2013 г. Национальным антитеррористическим комитетом (НАК) были опубликованы «Методические рекомендации», составленные под редакцией профессора МГУ им. Ломоносова В.В. Попова и подготовленные прежде всего для сотрудников профильных органов и журналистов. Так, для СМИ установлена рекомендация к следованию нормативно-правовым актам: «Речь идет о необходимости подготовки материалов для СМИ исходя из позиций антитеррористического законодательства, в частности Федерального закона “О противодействии терроризму”, статья 2 которого определяет принцип неотвратимости наказания. Журналист должен показывать в своих публикациях, что наказание неотвратимо. Далее речь идет о неразглашении конфиденциальных сведений – соответственно, журналист должен осознавать меру ответственности. Далее – недопустимость уступок террористам – следовательно, необходимо писать о том, что уступки террористам не допустимы. <...> Следование букве закона средствами массовой информации должно претворяться в жизнь» [21].

Следует обозначить, что «инструментом терроризма является психологическое превосходство над противником, который не знает, где, когда, как, зачем будет нанесен очередной удар. Терроризм – это война нервов, рассчитанная на долгосрочную перспективу и глобальные масштабы ее осуществления. Терроризм, как и «цивилизованная война», побеждает не на полях сражений, а во внутреннем пространстве психики человека. Для того чтобы изменить поведение одного человека или больших масс людей, совершенно необязательно их всех убивать или ранить: надо изменить содержание и состояние их сознания [22].

Таким образом, к освещению террористических актов на территории Российской Федерации необходимо допускать компетентных в вышеуказанных вопросах журналистов и специалистов, обеспечивая подходящие условия для их подготовки, переподготовки или повышения квалификации.

4. Обеспечение установления каналов обратной связи. Согласно результатам опросов общественного мнения, представленным в издании Левада-Центра «Общественное мнение», в 2014 г. число респондентов, предполагающих, что их жизнь «во всем зависит от власти», увеличилось с 21 до 28 % по сравнению с 2012 г.; одновременно за соответствующий период число избегающих контактов с властью снизилось с 65 до 59 %; активных участников опроса, вступающих «в контакт с властью», также стало меньше – с 8 до 5 % [23]. Представленные данные отражают предпочтения населения к уклонению от ситуаций, при которых возникает необходимость непосредственных и личных обращений в те или иные структуры. Сохранение данной тенденции является следствием отсутствия должного уровня осведомленности и низкого уровня политического участия российских граждан.

По мнению Ю.А. Нисневича, средства массовой информации должны выступать в качестве источников объективной и достоверной информации: «Для ...общества в целом принципиально важны не столько свобода и независимость каждого конкретного СМИ, сколько наличие множества различных СМИ как альтернативных источников информации и возможности свободно выразить в них весь спектр мнений» [24]. Так, площадки для дискуссий в сети Интернет представляют собой альтернативный способ замещения недостатка качественных информационно-аналитических ресурсов.

Согласно ежегодному отраслевому докладу Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям на современном этапе происходит трансформация предпочтений потребителей массовой информации, в особенности молодежи: значительная часть населения в возрасте от 11 до 34 лет предпочитает развлекательные телеканалы (MTV, Disney, «Пятница» и т. д.); также изменилось среднее время «телесмотрения» данной возрастной группы, ввиду предпочтительности использования сети Интернет как одного из основных источников информации [25]. Согласно основным результатам исследования группы «Циркон», посвященного медиаграмотности

населения, при обнаружении потенциально ложной информации из СМИ 70 % респондентов в возрасте от 18 до 24 лет и 63 % респондентов от 25 до 34 лет предпочитают проверять информацию в сети Интернет, в отличие от респондентов старше 45 лет [26].

Также для последних пяти лет характерно увеличение случаев регистрации средств массовой информации в социальных сетях. На сегодняшний день в России самыми популярными социальными сетями являются «ВКонтакте», Facebook, Twitter и др. Данные сайты стали неотъемлемой частью коммуникации и консолидации российского общества. Популярность регистрации учетных записей СМИ в социальной сети может быть объяснена бесплатной саморекламой путем обеспечения пользователей, вступивших в группу или публичную страницу того или иного СМИ, актуальными информационными сообщениями, а также распространения информационных сообщений через копирование другими пользователями («репосты»). В свою очередь, пользователь, подписавшийся на новости группы или публичной страницы того или иного СМИ, получает возможность читать и обсуждать ту или иную «новость» с другими участниками коммуникации. Пользователь, сделав собственный выбор среди большого числа СМИ, зарегистрированных в социальной сети, демонстрирует приоритетные для него источники информации.

Так, в 2013 г. были проанализированы 72 самых популярных СМИ, зарегистрированных в социальной сети Twitter. Самыми читаемыми учетными записями российских СМИ (от 500 до 100 тыс. читателей) на конец 2012 г. являлись: «профиль» телеканалов «Россия 1» и «Россия 24», учетные записи журнала Forbes в России, интернет-газеты «Газета.Ru», «Первого канала», а также «НТВ», российского агентства международной информации «РИА Новости», телеканала «Дождь», радио «Эхо Москвы», газет «Комсомольская правда» и «Российская газета». Социальные сети являются не только важной составляющей коммуникации в современном мире, но и источником новостей, появляющихся в реальном времени (онлайн-режиме) [27].

Согласно статистике «новостного агрегатора» на основе данных социальных сетей «Медиаметрикс» (Mediametrics) самыми популярными СМИ с июля по ноябрь 2015 г., на чьи публикации активно указывают ссылки аудитории социальных сетей, являются сайты информационного агентства «РИА Новости», телеканала Lifenews, телеканала Russia Today, ВГТРК VESTI.RU, интернет-издания «Газета.Ru», печатного издания «Российская газета», интернет-издания Lenta.ru, интернет-версии газеты «Комсомольская правда», делового медиахолдинга «РБК», телеканалов «Звезда» и «Дождь» [28]. Удобство использования данного ресурса заключается в оперативном отслеживании интересов аудитории социальных сетей.

В дополнение к этому можно говорить о различиях аудитории сети Интернет и телевидения. Отличия телевидения от социальных сетей Интернет можно обозначить в следующих тезисах:

- 1) оперативность: социальные сети быстрее принимают изменения в обществе;
- 2) ускорение адаптации участников социальных сетей к изменениям как следствие оперативности;
- 3) наличие канала обратной связи, участие в диалоге с любым лицом, зарегистрированным в соответствующей социальной сети;
- 4) если телевидение – это «кривое» зеркало общества, то социальная сеть – это «само общество», вскрывающее его психологические и культурные проблемы и особенности.

Увеличение численности аудитории, предпочитающей использование сети Интернет в качестве источника достоверной информации, является следствием потребности в анализе происходящих событий. Так, В.А. Гуторов, анализируя трансформацию средств массовой информации в XX в. (на примере США и Западной Европы), отмечает отсутствие необходимого «времени для серьезного анализа и комментирования передаваемой информации» ввиду интенсивности трансляций репортажей с места событий [29].

В целом обозначенные характеристики российских СМИ, которые должны в соответствующей степени характеризовать деятельность журналистского сообщества, отвечают современным внутренним и внешним вызовам политической стабильности. В условиях информационной войны, подтверждающейся в выступлениях официального представителя российского МИДа, информационное обеспечение политической стабильности является одной из приоритетных задач на сегодняшний день.

Значение роли СМИ в обеспечении политической стабильности в современной России подтверждает один из выводов фундаментальной работы А.И. Серавина и его коллег о том, что «Россия не должна ждать, пока кто-то сформирует ее образ в интернете и социальных сетях мира, так как есть давно выведенное правило: если ты не заботаешься о своем информационном образе, о нем позаботятся другие. То, как формируют его западные коллеги, мы видим: они преследуют свои собственные цели и формируют образ России и ее регионов исходя из собственных национальных интересов» [30].

Ссылки:

1. Политология : энцикл. слов. / под ред. Ю.И. Аверьянова. М., 1993.
2. Юрьев А.И. Предисловие к книге Серавина А.И. // Мониторинг мировых СМИ: образ субъектов, Северный Кавказ, Россия. Анализ открытых источников. СПб., 2014. 186 с.
3. Березняков Д.В. Медиалегитимация и российский политический контекст // Международный конгресс «300 лет Российской газете. От печатного станка к электронным медиа»: сб. материалов. М., 2002. С. 169–170.
4. Вертешин А.И. Медиалегитимация политической власти в современной России : автореф. дис. ... д-ра полит. наук. СПб., 2009.
5. Вертешин А.И., Филиппов Г.Г. Легитимация и делегитимация политической власти средствами журналистики – конструктор исторического развития политической культуры общества // Личность. Культура. Общество. 2008. Вып. 2 (41). С. 310–316.
6. Березняков Д.В. Указ. соч.
7. Хабермас Ю. Социальная проекция Фрейда и утопия общества // Философская и социологическая мысль. 1990. № 2.
8. Азаров Н.Я. Украина на перепутье. Записки премьер-министра. М., 2015. С. 114.
9. Развитие России: стабильность или реформы? [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/Politika/12114> (дата обращения: 22.12.2015).
10. Тарусин М.А. Общественные запросы и реакция власти // Мониторинг. 2009. № 4 (92). С. 10.
11. Пономарев Н.Ф. Стратегии и технологии медиалегитимации власти. Пермь, 2010. С. 118.
12. Ильичева Ю.А. СМИ в мобилизационных технологиях: цели, функции и политические последствия : дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2014. 196 с.
13. Там же. С. 82.
14. Там же. С. 79.
15. Табачков А.С. Интерпретация прошлого и общество // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2010. № 2. С. 118.
16. Скажите, пожалуйста, если бы в ближайшее воскресенье состоялись выборы в Государственную думу России, за какую из следующих партий Вы бы, скорее всего, проголосовали? (закрытый вопрос, один ответ) [Электронный ресурс]. 2015. 13 сент. URL: http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=1040&q_id=71874&date=13.09.2015 (дата обращения: 28.12.2015).
17. Бетехтина А.В., Олухов Н.В. Электоральное поведение молодежи: почему молодежь не ходит на выборы? // Вопросы управления. 2012. № 1 (1). С. 18.
18. Бутова Ю.В., Брежнев И.В. Оправдание терроризма и экстремизма через СМИ как угроза информационной безопасности в современной России // Национальная безопасность и стратегическое планирование. 2015. № 1 (9). С. 84.
19. Антитеррористическая конвенция [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/docs/documents/docs/2003/04/antiterror.html> (дата обращения: 15.12.2015).
20. Леонтьева Л.С. Саморегуляция СМИ как механизм легитимации власти // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2009. № 1. С. 149.
21. Методические рекомендации по совершенствованию пропагандистской работы в сфере противодействия распространению идеологии терроризма в субъектах Российской Федерации. М., 2013. 49 с.
22. Юрьев А.И. Политическая психология терроризма // Психология и психопатология терроризма. Гуманитарные стратегии антитеррора. СПб., 2004. С. 68.
23. Общественное мнение – 2015. М., 2014. С. 46.
24. Нисневич Ю.А. Информационно-коммуникационная стабилизация политической системы // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2006. № 1 (6). С. 79.
25. Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. 2014 [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2014/television-in-russia.html> (дата обращения: 04.02.2016).
26. Текущее состояние и перспективы медиаграмотности населения РФ на основе национального мониторинга медиаповедения [Электронный ресурс] // Исследовательская группа «Циркон». URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/11c/Monitoring_mediaqramotnosti_2014_ZIRCON.ppt (дата обращения: 14.12.2015).
27. Ханнанова Э.И. Представленность современных российских СМИ в социальных сетях [Электронный ресурс] // Новые медиа: от практики к теории : электрон. сб. URL: <http://jf.spbu.ru/conference/3090/3121.html> (дата обращения: 22.02.2016).
28. Топ СМИ [Электронный ресурс] // Mediametrics. URL: http://mediametrics.ru/top_smi/ (дата обращения: 11.12.2015).
29. Гуторов В.А. СМИ как актер политического процесса: эволюция западных концептуальных подходов во второй половине XX в. (часть 2) // Известия Уральского федерального университета. Серия 3: Общественные науки. 2013. № 4 (121). С. 135.
30. Серавин А.И. Мониторинг мировых СМИ: образ субъектов, Северный Кавказ, Россия. Анализ открытых источников. СПб., 2014.

References:

1. Averyanov, YI (ed.) 1993, *Politics: Encyc.*, Moscow.
2. Yuriev, AI 2014, 'Preface to the book of Seravin AI', *Monitoring global media: the image of subjects, Northern Caucasus, Russia. An analysis of open sources*, St. Petersburg, 186 p.
3. Bereznyakov, DV 2002, 'Media legitimation and Russian political context', *International Congress "300 Years of the Russian newspaper. From the printing press to the electronic media": materials*, Moscow, p. 169-170.
4. Verteshin, AI 2009, *Media legitimation political power in modern Russia*, D.Phil. thesis abstract, St. Petersburg.
5. Verteshin, AI & Filippov, GG 2008, 'Legitimization and delegitimization of political power by means of journalism - a construct of the historical development of the political culture of the society', *Personality. Culture. Society*, vol. 2 (41), p. 310-316.
6. Bereznyakov, DV 2002, 'Media legitimation and Russian political context', *International Congress "300 Years of the Russian newspaper. From the printing press to the electronic media": materials*, Moscow, p. 169-170.
7. Habermas, J 1990, 'The social projection of Freud and utopian society', *Philosophical and sociological thought*, no. 2.
8. Azarov, N 2015, *Ukraine is at the crossroads. Notes of the Prime Minister*, Moscow, p. 114.
9. *Development of Russia: stability or reforms?* 2015, retrieved 22 December 2015, <<http://fom.ru/Politika/12114>>.

10. Tarusin, MA 2009, 'Public inquiries and response authorities', *Monitoring*, no. 4 (92), p. 10.
11. Ponomarev, NF 2010, *Strategy and technology media legitimation power*, Perm, p. 118.
12. Ilicheva, YA 2014, *Mass media mobilization techniques: objectives, functions and political consequences*, PhD thesis abstract, St. Petersburg, 196 p.
13. Ilicheva, YA 2014, *Mass media mobilization techniques: objectives, functions and political consequences*, PhD thesis abstract, St. Petersburg, p. 82.
14. Ilicheva, YA 2014, *Mass media mobilization techniques: objectives, functions and political consequences*, PhD thesis abstract, St. Petersburg, p. 79.
15. Tabachkov, AS 2010, 'The interpretation of the past and society', *Bulletin of the Tomsk State University. Philosophy. Sociology. Political science*, no. 2, p. 118.
16. *Please tell me if the next Sunday elections to the State Duma of Russia, for which of the following parties would you most likely vote for? (Close-ended question, one answer)* 2015, Sep. 13, retrieved 28 December 2015, <http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=1040&q_id=71874&date=13.09.2015>.
17. Betekhtina, AV & Olukhov, NV 2012, 'Electoral behavior of young people: why young people do not go to the polls?', *Management issues*, no. 1 (1), p. 18.
18. Burova, YV & Brezhnev, IV 2015, 'The justification of terrorism and extremism in the media as a threat to information security in modern Russia', *National Security and Strategic Planning*, no. 1 (9), p. 84.
19. 'The anti-terrorist convention' 2003, *Federal Agency for Press and Mass Communications*, retrieved 15 December 2015, <<http://www.fapmc.ru/rospechat/docs/documents/docs/2003/04/antiterror.html>>.
20. Leontiev, LS 2009, 'Media Self-regulation as a mechanism for legitimizing power', *Scientific notes of the Kazan University. Series: Humanities*, no. 1, p. 149.
21. *Guidelines for improving advocacy in the field of combating the spread of terrorist ideology in the Russian Federation* 2013, Moscow, 49 p.
22. Yuriev, AI 2004, 'Political psychology of terrorism', *Psychology and Psychopathology of Terrorism. Humanitarian anti-terror strategy*, St. Petersburg, p. 68.
23. *Public opinion – 2015* 2014, Moscow, p. 46.
24. Nisnevich, YA 2006, 'Information and communication stabilization of the political system', *Bulletin of Russian Peoples Friendship University. Series: Political science*, no. 1 (6), p. 79.
25. 'Television in Russia. Status, Trends and Prospects' 2014, *Federal Agency for Press and Mass Communications*, retrieved 04 February 2016, <<http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2014/television-in-russia.html>>.
26. 'The current state and prospects of media literacy of the population of the Russian Federation on the basis of national monitoring media behavior' 2014, *Research group "Zircon"*, retrieved 14 December 2015, <http://www.zircon.ru/upload/iblock/11c/Monitoring_mediagramotnosti_2014_ZIRCON.ppt>.
27. Khannanova, EI 2016, 'Representation of modern Russian media on social networks', *New media: from theory to practice*, retrieved 22 February 2016, <<http://jf.spbu.ru/conference/3090/3121.html>>.
28. 'Media Top' 2015, *Mediametrics*, retrieved 11 December 2015, <http://mediametrics.ru/top_smi/>.
29. Gutorov, VA 2013, 'The media as actors of the political process: the evolution of Western conceptual approaches in the second half of XX century (part 2)', *Proceedings of the Ural Federal University. Series 3: Social Sciences*, no. 4 (121), p. 135.
30. Seravin, AI 2014, *Monitoring the world's media: the image of subjects, Northern Caucasus, Russia. An analysis of open sources*, St. Petersburg.