Санкт-Петербургский государственный университет

**Солдатенков Иван Вячеславович**

**Выпускная квалификационная работа**

**Медиафрейминг как технология легитимации политических решений (на примере освещения событий "Крымской весны" в федеральных российских средствах массовой информации)**

Уровень образования: магистратура

Направление 41.04.04 «Политология»

Основная образовательная программа ВМ.5825

«Прикладная политология и этнополитические проблемы в современном мире»

Научный руководитель:

кандидат политических наук, доцент

кафедры политических институтов и

прикладных политических исследований

Санкт-Петербургского государственного

университета

Галина Владимировна Лукьянова

Рецензент:

доктор политических наук, доцент

кафедры социально-политических теорий

Ярославского государственного

университета им. П. Г. Демидова

Александр Владимирович Соколов

Санкт-Петербург

2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О РОЛИ МЕДИА В ПОДДЕРЖАНИИ ЛЕГИТИМНОСТИ ВЛАСТИ 10

1.1 Основные дефиниции и модели легитимности10

1.2 Особенности взаимодействия власти и медиа в процессе политической коммуникации21

1.3 Медиафрейминг: истоки, сущность и роль в медиаполитике29

ГЛАВА 2. ФРЕЙМИНГ НОВОСТНЫХ СООБЩЕНИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ МЕДИАЛЕГИТИМАЦИИ: ПРАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ 43

2.1 Специфика фрейм-аналитического подхода к анализу медиасферы43

2.2 Особенности освещения событий украинского кризиса телеканалами «Первый» и «Россия-1» 55

2.3 Фрейминг событий политического кризиса в Украине и «Крымской весны» в эфирах информационных программ «Время» и «Вести» 58

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 89

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 92

ПРИЛОЖЕНИЯ 104

ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы исследования**

Одной из тенденций общемирового развития в настоящее время является стремительное расширение и усложнение медиасферы. Следствием этого выступают повышение значимости информационных технологий в политике и общая медиатизация данной сферы. Многие политические акторы активно используют СМИ как инструмент достижения политических целей. Одним из направлений применения данного ресурса является обоснование легитимности сложившегося политического порядка и принимаемых решений — в особенности тех, которые могут быть неоднозначно восприняты обществом. При этом в медиаполитике задействован достаточно обширный технологический арсенал, в составе которого выделяется медиафрейминг. В настоящее время не достигнуто исчерпывающее знание о легитимационном потенциале медиафрейминга в период проведения референдумов. В частности, не выявлены особенности фрейминга плебисцитов со стороны российских федеральных СМИ. В связи с этим актуален вопрос о том, использовалась ли (и если использовалась, то каким образом) данная технология в ходе освещения событий политического кризиса в Украине и, в частности, «Крымской весны» 2014 года.

**Степень разработанности темы**

Традиция понимания легитимности власти как веры граждан в то, что существующая система политических институтов легитимна и ей следует подчиняться, была заложена М. Вебером и содержалась в работах С. Липсета, Р. Баркера, Х. Линца, Р. Мерельмана[[1]](#footnote-1). В духе данной традиции легитимность рассматривали представители системного подхода: Д. Истон, Г. Алмонд и С. Верба[[2]](#footnote-2). М. Доган[[3]](#footnote-3) и Д. Битхэм[[4]](#footnote-4) отмечали недостатки веберианской трактовки, а Д. Битхем расширил понимание легитимности, выделив в ней три измерения: во-первых, соответствие власти установленным правилам и нормам, во-вторых, их верификация путем ссылки на общеразделяемые ценности и, в-третьих, выраженность поддержки власти со стороны граждан в конкретных действиях. Дж. Везерфорд[[5]](#footnote-5) выделяет двухуровневую трактовку легитимности: на макроуровне она обеспечивается эффективностью и справедливостью власти в глазах людей, на микроуровне — активностью гражданской позиции масс и уверенности в том, что система отражает интересы граждан. Как правило, российскими учеными легитимность рассматривается как проявление поддержки и доверия. В данной связи необходимо отметить исследования М. В. Ильина и А. Ю. Мельвиля, Н. А. Баранова, К. С. Гаджиева, В. П. Макаренко, К. Ф. Завершинского[[6]](#footnote-6). Многомерная модель легитимности содержится в работах В. А. Ачкасова, С. М. Елисеева, С. А. Ланцова[[7]](#footnote-7). Проблемы легитимации власти рассматривались С. Липсетом, Р. Далем, М. Хайслером, Ю. Хабермасом[[8]](#footnote-8).

Истоками медиафрейминга послужили работы Ф. Хайдера (теория атрибуции), И. Гоффмана (теория фреймов), М. Шерифа, Д. Канемана и А. Тверски (теория перспектив), Д. Сноу и Р. Бенфорда[[9]](#footnote-9). Наибольшую роль в данном контексте играет концепция И. Гоффмана, где фреймы определяются как содержащие знания о социальном мире первичные интерпретативные схемы, на которые индивиды опираются в процессе классификации новой информации. Российские исследователи В. С. Вахштайн С. И. Некрасов, Н. С. Молчанова Е. В. Дмитриенко[[10]](#footnote-10) активно применяют данный подход в своих исследованиях.

В свою очередь, описание фрейминга как феномена, связанного с политической сферой и медиа, содержится в работах Р. Энтмана, Ш. Иенгара, В. Беннета, Д. Киндера, Т. Нельсона, Ш. Ганема, М. МакКомбса, Д. Токсбери, Д. Шойфеля, П. Д’Анжело, З. Пана и Г. Косицки[[11]](#footnote-11) и др. Так, Ш. Иенгар[[12]](#footnote-12) рассматривает медиафрейминг как осуществляемый СМИ отбор определенных аспектов вопроса, с целью повышения их ранга для подчеркивания особой причины некоторого явления. Р. Энтман[[13]](#footnote-13) определяет данный феномен как сортировку, преувеличение или преуменьшение элементов изображенной реальности, с целью повышения или понижения их «выпуклости» на общем информационном фоне. Помимо этого, он рассматривает вопрос о влиянии медифреймов на общественное мнение и принятие политических решений З. Пан и Г. Косицки[[14]](#footnote-14) отмечают, что медиафрейминг представляет собой особую стратегию обработки и конструирования новостного дискурса. Д. Шойфель, В. Гамсон и А. Модильяни[[15]](#footnote-15) отмечает неразрывную связь политических элит с производством фреймов. В России исследованию данного медиаэффекта посвящены работы А. А. Казакова, Н. Ф. Пономарёва, Г. В. Лукьяновой[[16]](#footnote-16). Вопросам медиафрейминга референдумов посвящены исследования М. Декаваллы, К. де Вреза, С. Хоблот, Х. Семетко, А. Шука, М. Хеллман[[17]](#footnote-17). Данные авторы выделяют общие фреймы, характерные для плебисцитов, а также демонстрируют, что фрейминг данных событий оказывает воздействие на их восприятие гражданами

**Объект исследования —** новостной дискурс федеральных российских СМИ о политическом кризисе в Украине 2013-2014 гг.

**Предмет исследования —** фреймы легитимности общекрымского референдума в политическом дискурсе телеканалов «Первый» и «Россия-1».

**Цель исследования** — выявить особенности применения технологии медиафрейминга российскими федеральными СМИ в процессе легитимации Крымского референдума.

Задачи исследования:

1. В ходе рассмотрения концепций легитимности и представлений о медиатизации политики выявить роль медиа в процессе легитимации власти и политических решений;
2. На основе анализа исследовательских подходов к медиафреймингу раскрыть сущность данного феномена;
3. Выявить фреймы в дискурсе федеральных российских телеканалов «Россия-1» и «Первый» о событиях политического кризиса в Украине;
4. На основе результатов контент-анализа раскрыть содержание обнаруженных фреймов;
5. С помощью многомерных методов статистического анализа осуществить классификацию выделенных фреймов;
6. Рассмотреть легитимирующий и делегитимирующий аспекты медиафрейминга событий в ходе «Крымской весны».

**Гипотеза исследования.** Применение технологии медиафрейминга российскими федеральными СМИ в ходе событий «Крымской весны» имело двунаправленный характер. С одной стороны, фрейминг использовался в целях легитимации решений и действий, предпринимаемых руководством Автономной Республики Крым и Севастополя, а также Российской Федерации, с другой ‒ применялся в целях делегитимации украинской власти.

Рабочие гипотезы:

1. В сюжетах телеканалов «Первый» и «Россия-1» о событиях «Крымской весны» отсутствуют общие фреймы, характерные для референдумов;
2. Фрейминг легитимности соответствует нескольким измерениям данного феномена: констатацией законности; утверждением соответствия убеждениям большинства; демонстрацией действий в поддержку режима; эффективности политического курса;
3. Между телеканалами «Первый» и «Россия-1» отсутствуют значимые различия в медиафрейминге политического кризиса в Украине и «Крымской весны»;
4. Фреймы в сюжетах о событиях Украинского кризиса с течением времени претерпевают трансформацию;

**Методология исследования.** Основой исследования выступает фрейм-аналитический подход в аспекте его применения к изучению медиа. Данный раскрыт в работах Р. Энтмана, Ш. Иенгара, З. Пана, Г. Косици и др.

В ходе исследования применен сравнительный подход. Во-первых, в целях сравнения практики реализации медиафрейминга телеканалами «Россия-1» и «Первый». Во-вторых, в целях классификации фреймов.

В качестве методов исследования выступает качественный контент-анализ с элементами количественного анализа. Подход к выявлению фреймов индуктивный, предусмотрен холистский подход к кодированию. Применены статистические методы исследования, в частности, анализ таблиц сопряженности, многомерное шкалирование.

**Эмпирическая база** исследования включает 496 новостных сюжетов информационных программ «Вести» (252) и «Время» (244) о событиях политического кризиса в Украине. В выборку были включены сюжеты программ, выходивших в вечерний эфир в период с 21 ноября 2013 г. по 26 апреля 2014 г. по будням. Выбор данного временного периода был обусловлен необходимостью не только определить фреймы в освещении вышеуказанного события, но и зафиксировать их динамику и возможную трансформацию.

На этапе качественного контент-анализа сюжетов в целях установления типологии фреймов было проанализировано 36 сюжетов (по 18 от каждой программы), выходивших в указанный период. Шаг выборки – 6 выпусков программ. На следующем этапе исследования была сформирована кодировочная схема и осуществлен количественный подсчет присутствия фреймов и средств фрейминга в отобранных для анализа публикациях.

**Структура работы**

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и двадцати приложений.

В первой главе представлены теоретические основы исследования. Проанализированы наиболее влиятельные концепции легитимности. Исследованы особенности политической коммуникации, выявлено значение СМИ для легитимации власти. Рассмотрена сущность феномена медиафрейминга. Во второй главе представлены результаты эмпирического исследования. Указаны особенности фрейм-аналитического подхода к исследованию медиадискурса. Раскрыто содержание обнаруженных фреймов, рассмотрен их легитимирующий аспект. Проанализирована динамика фреймирования. Произведена классификация выявленных фреймов. В заключении приведены выводы исследования.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О РОЛИ МЕДИА В ПОДДЕРЖАНИИ ЛЕГИТИМНОСТИ ВЛАСТИ

**1.1 Основные дефиниции и модели легитимности**

Исследование медиафрейминга в качестве стратегии медиалегитимации политических решений требует, прежде всего, описания ряда теоретических вопросов, что заложит необходимый фундамент для дальнейшего анализа. В частности, в данном параграфе предполагается рассмотреть, что понимается под понятием «легитимность» различными исследователями, что представляет собой процесс легитимации власти и какова роль медиа в нем.

Понятие «легитимность» возникает в начале XIX века, что в значительной мере было инспирировано событиями Великой французской революции. В этот период под данным понятием подразумевалась законность власти (т.е. её легальность)[[18]](#footnote-18). Данная трактовка легитимности развивалась в течение XIX столетия представителями юридической науки, для которых, как отмечает исследователь Д. Бетхем, «власть легитимна тогда, когда ее приобретение и осуществление согласуется с установленным законом. Для них легитимность ‒ эквивалент законности»[[19]](#footnote-19).

Однако, юридическое понимание «легитимности» не смогло устояться в качестве единственно верного. Связано это с тем, что возникновению данного понятия предшествовало многовековое осмысление сущности отношений господства и подчинения (в частности, достаточных оснований таких отношений) в рамках политической философии и этики. Можно утверждать, что данная проблема привлекала внимание мыслителей, начиная с Античности. Так, с проблемой легитимности связана идея Платона о справедливости, аристотелевское разграничение между монархией, аристократией и демократией[[20]](#footnote-20). Однако, наиболее примечательна в этом ключе политическая мысль Нового времени. Легитимность, пусть и без прямой концептуализации, выступала предметом политико-философского анализа в работах Т. Гоббса, Дж. Локка, Ж. Ж. Руссо, Г. В. Ф. Гегеля и др.[[21]](#footnote-21) С точки зрения этики и политической философии, понимание легитимности как законности не может быть исчерпывающим, поскольку необходимо, чтобы право само по себе соответствовало моральным или политическим принципам, которые могли бы быть рационально обоснованы. Таким образом, отношения господства и подчинения легитимны тогда, когда они не только законны, но и оправданы с этической точки зрения[[22]](#footnote-22).

Тем не менее, ни один из вышеуказанных подходов не стал доминирующим, поскольку большинство существующих определений понятия «легитимность» восходит к концепции М. Вебера, где данное понятие характеризуется в общем смысле как вера подвластных в значимость господства, причем только в силу этой веры господство и обретает значимость[[23]](#footnote-23). При этом выделяется три идеальных типа легитимного господства: традиционное (опирается на веру в святость пришедших из прошлых времен порядков); харизматическое (основано на убеждении в святости, совершенстве какой-либо персоны); легальное (связано с готовностью подчиниться установлениям, которые формально правильны и сообразуются с установленными нормами)[[24]](#footnote-24).

Рассматривая причины, по которым данное понимание легитимности стало превалирующим, Д. Бетхем приходит к выводу: «Социологи, в отличие от политических философов, рассматривают легитимность скорее в условиях конкретных исторических общностей, а не универсально»[[25]](#footnote-25). В результате, большинство определений сводит легитимность к убеждению или мнению. Иными словами, среди исследователей доминирует представление о том, что если люди убеждены в «уместности» или «совершенности» действующих институтов, то они могут считаться легитимными. Эта позиция может быть подтверждена рядом достаточно известных определений понятия «легитимность».

Например, известный социолог С. М. Липсет определяет данное понятие как «способность системы формировать и сохранять убежденность в том, что существующие институты оптимальны для общества»[[26]](#footnote-26). Р. Мерельман считает, что легитимность ‒ это «качество, приписываемое режиму народонаселением. Это качество является результатом деятельности правительства по формированию легитимности»[[27]](#footnote-27). Х. Линц под рассматриваемым понятием понимает убежденность граждан в оптимальности установленных институтов, что становится основанием для повиновения власти даже несмотря на некоторые её провалы и неудачи[[28]](#footnote-28). Р. Баркер полагает, что понятие «легитимность» может быть определено как «вера в правомочность государства, в его полномочия издавать приказы с таким расчетом, что они каким-то образом основаны на моральном праве людей верить в свою обязанность подчиняться»[[29]](#footnote-29). М. Сачмэн дает следующую дефиницию: «Легитимность — обобщенное представление или предположение общности о том, что действия структуры желательны, правильны или оправданы в рамках определенной социально сконструированной системы норм, ценностей, убеждений и значений»[[30]](#footnote-30). Также можно отметить концепцию «политической поддержки» Д. Истона, где легитимность выступает в качестве составного элемента политической системы. Легитимность выступает как убежденность граждан в обоснованности требований режима и принимаемых решений[[31]](#footnote-31). При этом различается два вида легитимности: диффузная (как долговременная поддержка идей и общих принципов общественно-политического устройства) и специфическая (как кратковременная поддержка властей и конкретных проявлений их деятельности)[[32]](#footnote-32).

Данный подход также прослеживается в работах российских исследователей. Так, Н. А. Баранов в качестве характеристики легитимной власти устанавливает признание за ней права управлять[[33]](#footnote-33). А. Ю. Мельвиль и М. В. Ильин ключевой характеристикой легитимности считают «веру в право того и иного политического актора на властвование»[[34]](#footnote-34). В. П. Макаренко рассматривает легитимность как некий «кредит доверия»[[35]](#footnote-35), который выдается власти со стороны граждан. К. Ф. Завершинский понимает под легитимностью «специфическое состояние политической системы, где существующий порядок распределения (наделения) властью обеспечивает возможность направлять действия политических субъектов с минимальным использованием принуждения и насилия»[[36]](#footnote-36). Таким образом, можно констатировать, что российские ученые, как правило, рассматривают легитимность как проявление поддержки и доверия, проявление лояльности.

Исходя из вышеотмеченного, можно заключить, что, действительно, традиция понимания легитимности, заданная М. Вебером, достаточно влиятельна. В то же время, данный подход не является совершенным, и поэтому зачастую подвергается критике.

Прежде всего, недостатки данного понимания легитимности отмечаются сторонниками политико-философского подхода. Для них легитимность предстает нормативной категорией, связанной с возможностью объективной оценки корректности процедур режима, оправданности принимаемых решений, степени справедливости по отношению к подданным и т.д. В связи с тем, что традиция концептуализации, заданная М. Вебером, не предполагает данного измерения, она критикуется политическими философами за редукционизм и чрезмерный акцент на убеждениях граждан[[37]](#footnote-37). Так, Х. Питкин утверждает: «В стремлении обособить социолога от вынесения оценочных суждений и занятия какой-либо позиции, Вебер в действительности сделал непостижимой возможность вынесения суждения о легитимности или нелегитимности в соответствии с рациональными, объективными нормами»[[38]](#footnote-38). С одной стороны, данная критика оправдана, поскольку, следуя «социологическому» подходу к оценке легитимности политического режима, мы, действительно, не можем выйти за рамки обсуждения того, как эта власть воспринимается подчиненными. С другой стороны, однако, убежденность граждан в обоснованности власти не может быть исключена их ряда ключевых характеристик легитимности.

И поэтому основной проблемой данного определения является не столько исключение возможности ценностно-нормативной оценки, сколько следующая из него ошибочная стратегия исследования, не позволяющая понять причины легитимности или нелегитимности власти в тех или иных обстоятельствах. В этой связи Д. Бтхемом выдвигается два возражения: «...во-первых, оно [определение Вебера] искажает связь между убеждениями и легитимностью и, во-вторых, не принимает во внимание те компоненты легитимности, что связаны с убеждениями лишь в незначительной степени»[[39]](#footnote-39). Решением данной проблемы выступает расширение горизонта восприятия феномена. Во-первых, отношения власти необходимо рассматривать как легитимные не потому, что в этом убеждены люди, а потому, что она может быть обоснована с точки зрения соответствия их убеждениям, ценностям, а также ожиданиям. Во-вторых, необходимо принимать во внимание следующие аспекты: а) соответствие достижения и осуществления власти установленным нормам; б) действия людей, которые следует расценивать как демонстрацию согласия или несогласия с текущей системой отношений власти[[40]](#footnote-40). Таким образом, понимание легитимности должно исходить из признания того, что данное понятие характеризуется многомерностью, и эта позиция, в свою очередь, предстает фундаментом концепции, предложенной британским исследователем.

В данной концепции базовыми компонентами легитимности выступают: во-первых, согласованность власти с установленными нормами; во-вторых, оправданность этих норм путем ссылки на убеждения управляющих и управляемых; в-третьих, наличие доказательств согласия подчиненных с властными отношениями[[41]](#footnote-41). При этом стоит заметить, что эти аспекты не являются альтернативами по отношению друг к другу, и поэтому легитимной может считаться только та власть, что демонстрирует соответствие всем трем положениям. Для более точного понимания концепции необходимо рассмотреть каждый элемент подробнее.

В качестве первого измерения легитимности было выделено соответствие власти установленным нормам, что в некоторой степени отражает юридическое понимание понятия. Стоит отметить, что эти нормы необязательно должны быть закреплены в законодательных актах и могут выступать в качестве неформальных договоренностей, поскольку лишь в немногих обществах борьба за власть осуществляется в условиях строгой формализации. Противоположностью данному измерению легитимности является незаконность власти, т.е. приобретение или отправление власти, осуществляемые с нарушением установленных норм (например, путем узурпации или государственного переворота)[[42]](#footnote-42).

Однако, для того чтобы власть считалась легитимной, недостаточно простого соответствия нормам. Необходимо, чтобы сами «правила власти» соответствовали убеждениям как властвующих, так и подчиненных. В данном ключе отмечается три аспекта: «...власть должна извлекаться из признаваемого источника; правила должны гарантировать, что те, кто приходит к власти, обладают необходимыми для осуществления полномочий качествами; должно предполагаться, что структура отношений власти преследует общий интерес, а не только интересы властвующих»[[43]](#footnote-43). Все три аспекта, соответственно, зависят от господствующих в обществе убеждений о том, во-первых, какой источник власти может считаться приемлемым, во-вторых, какими качествами должны обладать властвующие и, в-третьих, какова сущность концепции общего интереса, направляющей систему отношений власти. Данное измерение легитимности также имеет противоположность — «дефицит легитимности», который возникает в ситуации противоречия между действующими нормами и господствующими убеждениями[[44]](#footnote-44).

Третий же аспект, как было отмечено, связан с человеческим поведением, которое рассматривается в качестве свидетельства согласия с существующей системой отношений власти. Это может выражаться в различных действиях: заключение соглашений с властвующими, принятие присяги, присутствие на акциях в поддержку власти, участие в выборах или референдумах и т.д. При этом вклад действий в легитимность власти раскрывается в двух аспектах: во-первых, они обладают скрепляющей силой, связывая участвующих в них людей друг с другом (даже если мотивы участия различны), что придает отношениям власти качество, сродное коллективному соглашению, и, во-вторых, акции согласия имеют символический характер, демонстрирующий согласие подчиненных с действующей системой отношений власти, что может быть использовано господствующими в качестве доказательства легитимности, предъявляемого тем, кто не выразил действиями свое согласие или не вовлечен в отношения власти. Данное измерение, как и предыдущие, также обладает противоположностью — «делегитимацией». Выражается она в акциях, демонстрирующих несогласие граждан с текущей системой отношений власти (от ненасильственного сопротивления до открытого противостояния)[[45]](#footnote-45).

Взгляд, предложенный Д. Битхемом, достаточно полезен в исследовании медиафрейминга как технологии легитимации политических решений. В данном ключе необходимо обратить внимание на комплексный характер концепции британского исследователя, позволяющий выделить возможные базовые векторы формирования фреймов легитимности: во-первых, указание на законность политического решения; во-вторых, указание на соответствие решения принятым в сообществе убеждениям (в данном ключе, однако, необходимо отойти от точного соответствия концепции Д. Битхема, ограничившись рассмотрением ссылки на поддержку решения); в-третьих, акцент на действиях людей, демонстрирующих одобрение решения.

В пользу данной концепции также говорит то, что в похожем ключе легитимность переосмысливают другие исследователи. В концепции Ж-М. Койко, например, легитимность трактуется как «признание права управлять»[[46]](#footnote-46). Обоснованность властных отношений через констатацию согласия подчиненных с ними сохраняет первичное значение, однако, для того чтобы этот процесс оказался успешным, власть должна соответствовать также состояниям законности и нормативной согласованности. При этом согласие предполагает принятие обязанности подчиняться, соответствие нормам выражается в конгруэнтности между политическими институтами и идентичностью сообщества, чему сопутствует соразмерность закону, т.е. формально закрепленным правилам[[47]](#footnote-47).

C. Везерфорд выделяет макро- и микроуровень политической легитимности. Первая перспектива связана с внешней оценкой системы отношений власти на предмет соответствия следующим формальным характеристикам:

1. Подотчетность (между властвующими и управляемыми через процедуры массового участия устанавливаются отношения подотчетности);
2. Эффективность (правительство, во-первых, формируется без значительных издержек и, во-вторых, призвано реализовывать общественные задачи);
3. Процедурная справедливость (система принятия решений действует в соответствии с принципами транспарентности и равенства);
4. Распределительная справедливость (система распределяет выгоды и издержки равномерно, а случаи отклонения от данного принципа оправданы в терминах всеобъемлющей концепции равенства)[[48]](#footnote-48).

Микроизмерение, в свою очередь, связано с убеждениями граждан и включает три составляющие:

1. Заинтересованность в политике и вовлеченность (чувство того, что участие в политике стоит затраченного на это времени и усилий);
2. Представления о межличностных отношениях, связанных с коллективным действием (доверие к другим людям);
3. Уверенность в восприимчивости политической системы, основанная на представлении граждан о процедурной и распределительной справедливости[[49]](#footnote-49).

Итак, выше были представлены различные подходы к пониманию легитимности. Далее необходимо рассмотреть, что понимается под связанным с ней понятием «легитимация».

Как правило, под ним подразумевается деятельность властвующего субъекта по утверждению собственной легитимности в глазах подчиненных. Так, Р. Даль полагает, что легитимацию можно понимать как «культивирование убеждений в том, что политические структуры, процессы, действия, решения и направления, а также руководители и чиновники обладают свойствами «правоты», компетентности и моральной ценности и должны поддерживаться с учетом этих свойств»[[50]](#footnote-50). М. Хайслер определяет данный процесс как «передачу и внедрение действительных или приписываемых идеалов и ценностей, с точки зрения которых определенная группа людей признает социальный строй в целом, а его политическую систему считает достойной одобрения и поддержки»[[51]](#footnote-51). Исходя из отмеченного, можно отметить, что легитимация имеет два аспекта. Это, с одной стороны, процесс обоснования властью собственной легитимности, реализуемый через использование различных практик. С другой стороны, это оценка легитимности власти со стороны граждан[[52]](#footnote-52).

Тем не менее, не всегда легитимация понимается исключительно в данном ключе. Зачастую данный процесс трактуется как верификация законности власти. Например, в концепции П. Пансарди легитимация предстает актом, подтверждающим правомочность государственных органов на основе законности их формирования[[53]](#footnote-53). Интересен взгляд Д. Битхема, который под данным понятием понимает третий аспект легитимности, т. е. действия, демонстрирующие согласие с текущей системой власти. При этом исследователем устанавливается четкое разграничение между данной формой легитимации и практиками власти, направленными на обоснование режима[[54]](#footnote-54).

Мы, однако, полагаем, что легитимацию необходимо понимать, исходя из наиболее распространенной трактовки, поскольку наше исследование направлено на рассмотрение фрейминга в качестве стратегии медиалегитимации власти. При этом объектом легитимации может быть как система власти в целом, так и отдельные решения и действия со стороны господствующего субъекта. Таким образом, необходимо исходить из того, что властвующие акторы активно культивируют убеждение в легитимности отношений власти и подчинения, поддерживают уверенность в необходимости и эффективности принимаемых ими решений[[55]](#footnote-55).

В то же время необходимо заметить, что господствующий субъект в целях «убедить» подвластных может использовать множество приемов, среди которых, например, адаптация политической системы к политической культуре общества, содействие росту вовлеченности граждан в политику, совершенствование управленческой системы, обеспечение роста эффективности управления и др.[[56]](#footnote-56) Однако успех легитимации зависит не столько от результативности принимаемых решений и управленческой деятельности в целом, сколько от активности власти в политической коммуникации, её способности производить и транслировать смыслы: «Для идеологической борьбы по установлению и удержанию легитимности существующего порядка принципиально значимо производство смыслов и ценностей, осуществляемое институтами культуры, включая церкви, школы и медиа»[[57]](#footnote-57). Более подробно сущность политической коммуникации и её роль в процессе легитимации будет рассмотрена ниже.

Итак, в данном параграфе были представлены различные подходы к определению понятия «легитимность». Было выявлено, что большинство современных определений восходит к концепции М. Вебера, в которой легитимность понималась как убеждение граждан в значимости господства. Рассмотрены основные позиции критики в отношении данного понимания. В качестве альтернативной была принята концепция Д. Битхема, в которой легитимность имеет три измерения: 1) законность; 2) обоснованность правил в пределах разделяемых обществом убеждений; 3) согласие с системой власти, выраженное в действиях. Исходя из данной концепции было выделено три возможных вектора формирования фреймов легитимности. В ходе анализа походов к определению понятия «легитимация» было выявлено, что под ним понимается деятельность властвующего субъекта по утверждению собственной легитимности в глазах подчиненных. Отмечено, что в процессе легитимации центральную роль играет политическая коммуникация.

**1.2 Особенности взаимодействия власти и медиа в процессе политической коммуникации**

Как было отмечено выше, властвующие элиты, используя стратегию манипуляции в процессе политической коммуникации, «плетут паутину информационных дотаций во благо себе»[[58]](#footnote-58), культивируя убеждение в собственной легитимности. Необходимо выявить, что различными исследователями понимается под понятием «политическая коммуникация», более детально рассмотреть значение коммуникации для властвующего субъекта, обратить внимание на процесс медиатизации политики и отметить роль медиалегитимации.

Политическая коммуникация, по определению Р. Ж. Шварценберга, представляет собой «процесс передачи политической информации, благодаря которому она циркулирует от одной части политической системы к другой и между политической системной социальной системой. Идет непрерывный процесс обмена информацией между индивидами и группами на всех уровнях»[[59]](#footnote-59). При этом стоит заметить, что этот процесс не многосторонний: он осуществляется как по вертикали (от правящих институтов к гражданам и обратно), так и по горизонтали (через взаимосвязи между политическими акторами)[[60]](#footnote-60). Исследователи Р. Дентон и Г. Вудворд дают следующее определение: «[политическая коммуникация ‒] это дискуссия о распределении общественных ресурсов (о доходах), государственной власти (о тех, кто наделен властью принимать законодательные, исполнительные и судебные решения), а также об официальных санкциях (о том, что государство поощряет или запрещает)»[[61]](#footnote-61). Б. Макнэйр, исходя из данного определения, уточняет, что политическая коммуникация включает три компоненты: во-первых, все формы информационного взаимодействия, предпринимаемые политиками и иными политическими акторами в специфических целях; во-вторых, формы коммуникации, используемые не-политиками (например, избирателями или журналистами) для взаимодействия с вышеуказанными акторами; в-третьих, коммуникацию о политических акторах и их деятельности, содержащуюся в новостных сюжетах, редакторских колонках и других формах дискуссии о политике в медиа[[62]](#footnote-62). Д. Суонсон и Д. Ниммо, подчеркивая важность убеждающей функции политической коммуникации, понимают под ней «…стратегическое использование коммуникации в целях оказания воздействия на общие знания, убеждения и политипические действия»[[63]](#footnote-63).

Подчеркивая значимость политической коммуникации для легитимизации политической власти, исследователь Н. Ф. Пономарев выделяет следующие её функции:

1. «Информационная функция обеспечивает циркуляцию политической информации, к которой причисляются любые сведения, относящиеся к вопросам власти или имеющие общественную значимость, как внутри политической сферы, так и между политической и другими социетальными сферами;
2. Регулятивная функция нацелена на оптимизацию взаимодействий политических акторов и других социальных субъектов;
3. Функция политической социализации заключается в массовом внедрении норм политического поведения;
4. Манипулятивная функция обслуживает формирование общественного мнения, под которым понимается множество разделяемых в фиксированный период времени большим количеством членов конкретной административно-территориальной общности (или местного сообщества) представлений, оценок и суждений по поводу спорных вопросов из общественной повестки дня»[[64]](#footnote-64).

Исследователями подчеркивается, что основным средством политической коммуникации выступают масс-медиа, которые, таким образом, выступают «Одним из наиболее действенных механизмов обеспечения легитимности власти…»[[65]](#footnote-65). Во многом это определяется способностью СМИ не столько отображать реальность, сколько конструировать собственную картину мира[[66]](#footnote-66), влиять на перераспределение знания и незнания и, как следствие, формировать матрицу восприятия и оценки действительности[[67]](#footnote-67). Особенную важность данная особенность масс-медиа приобретает в настоящее время, когда значение СМИ как для общества в целом, так и для политики в частности все продолжает возрастать. А. Фладмо и Я. Стрёмбек констатируют: «Масс медиа являются могущественной силой в сфере распространения знания по разнообразным вопросам, в том числе, политическим. По сравнению с прошлым столетием, объем новостных сообщений колоссален. Подъем масс-медиа считается одной из движущих сил индивидуальной модернизации, экономического развития, технологического прогресса, а также растущего уровня образования»[[68]](#footnote-68).

Попытки исследователей осмыслить рост значения СМИ для общества привел к появлению концепта «медиатизация». Д. Маззолени определяет его как «…распространение влияния медиа во все сферы общественной жизни»[[69]](#footnote-69). Исследователь С. Хьярвард понимает под данным концептом «…процесс, в ходе которого культура и общество становятся зависимыми от медиа и медиалогики»[[70]](#footnote-70).

При этом исследователи отмечают, что медиатизация оказывает значительное трансформирующее воздействие на политическую сферу общества и поэтому можно говорить о процессе «медиатизации политики». Д. Маззолени и В. Шульц отмечают, что в ходе данного процесса «…политика теряет свою автономию, она постоянно формируется взаимодействиями с масс-медиа, а её основные функции становятся более зависимыми от средств массовой информации»[[71]](#footnote-71). Обобщая различные аспекты медиатизации политики, исследователи Я. Стрёмбек и Ф. Эссер дают следующее определение: «[медиатизация ‒ это] долгосрочный процесс, в ходе которого для политического процесса, институтов, организаций и акторов возрастает значение медиа и их эффектов»[[72]](#footnote-72).

Ключевое значение для понимания процесса медиатизации политики имеют понятия «медиа логика» и «политическая логика». Их возникновение связано с тем, что политика и медиа образуют две различные системы, преследующих различные цели и состоящих из различного набора формальных и неформальных институтов. Таким образом, каждая из этих систем обладает собственной целесообразностью, определяющей различные способы мышления и действия акторов[[73]](#footnote-73).

Как отмечает исследователь Ф. Эссер, для медиа логики «…наиболее важными конституентами являются профессионализация и коммерциализация, за которыми следуют технологические изменения»[[74]](#footnote-74). Это предполагает, что, во-первых, генерация новостных сообщений осуществляется строго в соответствии с журналистскими нормами и критериями (профессионализация), во-вторых, генерация новостных сообщений экономически целесообразна (коммерциализация) и, в-третьих, в ходе продукции и репродукции медиаконтента активно используются прикладные коммуникационные технологии (технологический аспект)[[75]](#footnote-75).

Политическая логика, в свою очередь, также включает три составляющих: во-первых, определение проблем и формирование политического курса (policy aspects), во-вторых, борьбу за общественную поддержку кандидата, партии, программы, т.е. за голоса избирателей (politics aspects), в-третьих, систему формальных и неформальных правил, регулирующих политический процесс (polity aspects)[[76]](#footnote-76).

Процесс медиатизации политики, по Я. Стрёмбеку, предполагает четыре аспекта:

1. Возрастание степени важности медиа для политики и общества;
2. Рост уровня независимости медиа от политических институтов;
3. Рост преобладания медиа логики над политической логикой в ходе производства медиаконтента;
4. Постепенное утверждение медиа логики в качестве основы деятельности политических акторов в медиасфере[[77]](#footnote-77).

При этом исследователем отмечается, что данные аспекты в значительной степени связаны друг с другом. Однако, несмотря на то что процесс медиатизации (в котором выделяется четыре фазы, соответствующих вышеуказанным аспектам), предположительно, однолинеен, в различных обществах медиатизация политики проявляется по-разному. Так, в одних случаях масс-медиа, являясь важнейшим источником информации, предстает самостоятельным институтом, чему сопутствует доминирование медиа логики; в других же она зависима от политических институтов и направляется, по большей части, политической логикой[[78]](#footnote-78).

Итак, выделяется четыре фазы процесса медиатизации политики:

1. Первая фаза достигается в тот момент, когда масс-медиа становятся наиболее важным источником информации, основным каналом коммуникации между политическими институтами и властью. Уже на данном этапе картина мира, конструируемая и транслируемая СМИ, воздействует на индивидуальное восприятие реальности, что, в свою очередь, оказывает влияние на формирование убеждений граждан. Это побуждает участников политической коммуникации принимать в расчёт масс-медиа в процессе формирования общественного мнения и, таким образом, отчасти руководствоваться медиа логикой. Уровень независимости масс-медиа от политических институтов на данном этапе минимален;

2. Вторая фаза наступает, когда масс-медиа приобретают большую независимость от политических институтов и начинают руководствоваться в большей степени медиа логикой, нежели политической логикой. Этому сопутствует процесс роста журналистской профессионализации, прагматичности в освещении политики, а также коммерциализации медиа сферы. Политические акторы и институты еще могут обладать превосходством над медиа, однако уже не способны использовать их в собственных интересах беспрепятственно;

3. На третьей фазе медиа становятся все более независимыми, а их значение возрастает настолько, что политические и социальные акторы вынуждены «подстраиваться» под СМИ. При этом адаптация медиа логики становится необходимым стратегическим инструментом в политической коммуникации.

4. Наступление четвертой фазы знаменуется стремительным ростом значимости медиа логики для политических акторов. СМИ начинают активно используются не только в ходе проведения политических кампаний, но и в процессе принятия политических решений. Таким образом, медиа становятся инструментом государственного управления, а медиа логика интериоризируется политическими акторами окончательно[[79]](#footnote-79).

Стоит отметить, что медиатизация имеет ряд следствий, преображающих политику. Среди них исследователями зачастую отмечается драматизация политики. Как утверждает Д. Маззолени, «…став целью непрерывной драматизации со стороны медиа, политическая деятельность была вынуждена адаптировать традиционные формы коммуникации к новым канонам медиацентричной окружающей среды»[[80]](#footnote-80). К. Калхоун отмечает: «Публичная сфера стала скорее ареной для рекламы, чем для рациональных/критических дебатов. Законодатели ставят спектакли для избирателей. Организации с особыми интересами используют паблисити для усиления престижности собственных позиций, игнорируя темы настоящих дебатов. Массовая коммуникация используется как повод, чтобы дать потребителям возможность солидаризироваться с публичными позициями или имиджами других. Все это равносильно возвращению версии репрезентативной публичности, на которую общественность реагирует скорее шумным одобрением или отказом одобрять, чем критическим дискурсом»[[81]](#footnote-81). Другими словами, медиа стремятся «…конструировать политику как спектакль»[[82]](#footnote-82), что также способствует персонализации политической коммуникации, концентрации на личности и её действиях, а не на проблемах, ситуации и её интерпретации.

Таким образом, в условиях медиатизации политики важное значение для легитимации власти и принимаемых решений приобретает способность управляющих адаптировать медиа логику, сближать медиаповестку с собственной повесткой и презентовать это как необходимый набор решений существующих социальных проблем. Следовательно, можно говорить о медиалегитимации, определяемой как «…комплекс реализуемых органами власти во взаимодействии со средствами массовой информации пропагандистских кампаний для укрепления собственной легитимности»[[83]](#footnote-83).

При этом стоит отметить, что медиатизация, вынуждая политиков действовать в соответствии с медиа логикой, отнюдь не ограничивает их власть. Скорее наоборот, она открывает перед властвующими новые возможности по оказанию воздействия на ценности и убеждения граждан. Д. Маззолени и У. Шульц констатируют: «…прагматичным, беспринципным политикам будет намного проще, чем раньше, манипулировать общественным мнением и конструировать консенсус, используя новые информационные ресурсы и технологии; новые медиа могут поспособствовать распространению популистских установок и убеждений»[[84]](#footnote-84). При этом использование политиками медиа в инструментальных целях сопровождается применением множества механизмов, позволяющих эффективно оказывать воздействие на общественное мнение и убеждения. Среди них отмечаются такие технологии, как установление повестки дня, фрейминг, прайминг и др.[[85]](#footnote-85)

Итак, выше были представлены некоторые взгляды на сущность политической коммуникации. В целом, её можно понимать как процесс непрерывного информационного обмена между гражданами и политическими акторами, зачастую используемая властвующими в стратегических целях. Было отмечено, что основным каналом политической коммуникации являются масс-медиа, а их влияние на политику в современном мире настолько значительно, что позволяет исследователям говорить о процессе «медиатизации политики». При рассмотрении сущности данного процесса было отмечено, что политические акторы, с одной стороны, приходят к необходимости адаптировать логику СМИ, с другой ‒ получают новые возможности по оказанию воздействия на общественное мнение. Стратегия медиалегитимации, таким образом, становится одним из наиболее простых и эффективных способов утверждения легитимности действующего порядка или принимаемых решений.

**1.3 Медиафрейминг: истоки, сущность и роль в медиаполитике**

В процессе массовой коммуникации авторы информационных сообщений, используя различные медиа-эффекты, оказывают воздействие на представления и мнения адресатов о политических проблемах и событиях, культивируют и трансформируют убеждения граждан. В частности, влиянию СМИ подвержена вера в легитимность политической власти. Одним из использующихся медиа-эффектов в процессе политической коммуникации является медиафрейминг. В данном разделе будут указаны теоретические истоки данного эффекта, представлены различные подходы к пониманию сущности и типологизации фреймов и фрейминга, рассмотрены механизмы формирования и производные эффекты фреймов.

Прежде всего, необходимо заметить, что исследования фрейминга как медиа-эффекта имеют достаточно глубокие дисциплинарные корни, обнаруживающиеся в рамках психологической науки и в области социологии[[86]](#footnote-86).

Наиболее примечательной в данном ключе концепцией, обнаруживающейся в социологии, предстает фрейм-анализ И. Гофмана[[87]](#footnote-87). Исследователь в работе «Анализ фреймов» утверждает, что индивиды активно классифицируют, организуют и интерпретируют жизненный опыт, чтобы понять его. В данной связи И. Гофманом отмечается действие «фреймов» ‒ интерпретативных схем, позволяющих индивидам «локализовать, воспринимать, определять практически бесконечное количество единичных событий и присваивать им наименования»[[88]](#footnote-88). Значение данной концепции для исследований в области политической коммуникации, как отмечают Д. Токсбери и Д. Шёйфеле, проявляется в двух отношениях: «Во-первых, первичные системы фреймов представляют собой социально сконструированные категориальные системы, служащие важным средством обработки информации для граждан. Во-вторых, дискурс общества и медиа зачастую подстраивается под определенные первичные системы фреймов в целях оказания воздействия на интерпретации аудитории»[[89]](#footnote-89).

К наиболее влиятельному источнику из области психологических исследований относится теория перспектив, разработанная Д. Канеманом и А. Тверски. Исследователи выявили, что восприятие информации зависти от того, какая интерпретативная схема применяется индивидом. При этом, что наиболее важно, та или иная схема может быть «пробуждена» с помощью фрейминга или, другими словами, представления информации различными способами[[90]](#footnote-90). Таким образом, восприятие сообщения находится в зависимости от способа его презентации. Данный вывод, в свою очередь, предстает одним из основоположений теории медиафрейминга, что позволяет говорить о влиянии теории перспектив на исследования в области политической коммуникации.

Прежде чем перейти к рассмотрению сущности медиафрейминга, необходимо выявить, что исследователями понимается под понятием «фрейм». В данном ключе важно отметить, что указанное понятие может означать, с одной стороны, схему презентации новостного текста, с другой ‒ индивидуальную схему осмысления сообщения. Р. Энтман в данной связи отмечает: «Новостные фреймы существуют на двух уровнях: в качестве хранимых в мысли принципов обработки информации и в виде характеристик новостного текста»[[91]](#footnote-91). Таким образом, можно выделить два вектора концептуализации рассматриваемого понятия и, как следствие, два рода фреймов, которым исследователь Д. Шёйфеле дает следующие наименования: «медиа фреймы» и «индивидуальные фреймы»[[92]](#footnote-92).

В исследованиях фрейминга как медиа эффекта рассматриваются, как правило, медиа фреймы. В качестве обобщённого определения данного понятия можно привести трактовку У. Гамсона и А. Модильяни. Исследователи полагают, что медиа фрейм ‒ это «центральная организующая идея или сюжетная линия, придающая значение разворачивающейся цепи событий… Фрейм подсказывает, о чем идет дискуссия, какова сущность проблемы»[[93]](#footnote-93). Исследователь Т. Гитлин рассматривает фреймы как «принципы селекции, акцентирования и презентации, состоящие из небольших неявных теорий о том, что существует, что произойдет и что значимо»[[94]](#footnote-94). При этом, что примечательно, медиа фреймы также служат «шаблонами» для журналистов, которые позволяют авторам новостных сообщений идентифицировать, классифицировать информацию, а также подавать её в определенном свете.

Важно отметить, что медиа фреймы неразрывно связаны с индивидуальными когнитивными схемами. Так, Р. Энтман констатирует: «Мысленные представления, возникающие в результате контакта с новостным фреймом, можно рассматривать как «событийную схему» ‒ истолкование сообщенных событий, направляющее индивидуальные интерпретации исходной информации, а также обработку последующих сведений о них. Существует двусторонняя связь между фреймами в тексте и… фреймами в мышлении аудитории. Новостные организации формируют сообщения таким образом, чтобы добиться позитивной реакции со стороны читателей и зрителей, а ожидаемые реакции общественности воздействуют на риторику и действия политических элит, являющихся первичными «спонсорами» новостных фреймов»[[95]](#footnote-95).

Переходя к рассмотрению определений фрейминга, необходимо отметить, что исследовательского единства в концептуализации данного понятия нет. Связано это, прежде всего, с тем, что существует несколько уровней анализа фрейминга, и, как следствие, несколько спектров восприятия рассматриваемого концепта. Более того, пестротой перспектив характеризуется осмысление данного концепта в области коммуникационных исследований. Нами будут представлены определения, связанные с анализом фрейминга как понятия, относящегося к политической коммуникации.

Прежде всего, стоит обратить внимание на трактовку, данную Р. Энтманом: «Сущность фрейминга в изменении размерности ‒ преувеличении или преуменьшении элементов изображенной реальности с целью придания им большей или меньшей резкости»[[96]](#footnote-96). В более поздней работе исследователь добавляет, что «изменение резкости» осуществляется таким образом, чтобы «содействовать распространению особого определения проблемы, интерпретации её причин и следствий, моральной оценки и/или предписания по решению»[[97]](#footnote-97).

Д. Танкард полагает, что под фреймингом необходимо понимать «центральную организующую идею новостного контента, которая дополняет контекст и сообщает сущность проблемы посредством использования селекции, акцентирования, исключения и уточнения»[[98]](#footnote-98). Данным исследователем, что примечательно, «фрейминг» и «фрейм» используются как эквивалентные понятия. С этим, однако, нельзя согласиться, поскольку понятие «фрейминга» отсылает также к деятельности, связанной с формированием и установлением фреймов.

Это подтверждается рядом других трактовок. Например, Д. Чонг и Д. Дракман полагают, что термин «фрейминг» означает «процесс, посредством которого люди формируют определенную концептуализацию проблемы или переориентируют собственных ход мыслей о ней»[[99]](#footnote-99). Исследователями Д. Паном и Г. Косицки фрейминг понимается как «стратегия конструирования и обработки новостного дискурса»[[100]](#footnote-100). М. МакКомбс дает следующее определение: «Фрейминг ‒ это отбор некоторого количества характеристик, связанных с темой, с целью включения в медиа повестку при обсуждении определенного предмета»[[101]](#footnote-101). Ш. Иенгар подразумевает под рассматриваемым понятием «Осуществляемый СМИ отбор определенных аспектов вопроса, с целью повышения их ранга для подчеркивания особой причины некоторого явления»[[102]](#footnote-102).

Далее необходимо более подробно разобрать сущность медиафрейминга. Учитывая то, что, исследования данного процесса не отличаются однородностью, необходимо обратиться к обобщающей модели. Наиболее примечательные объяснительные схемы предлагались исследователями П. Д’Анжело[[103]](#footnote-103), К. де Врезом[[104]](#footnote-104), Д. Шёйфеле[[105]](#footnote-105). Различия между ними, однако, незначительны, и поэтому ниже будет рассмотрена более ранняя модель, представленная Д. Шёйфеле.

Исследователь предлагает процессуальную модель медиафрейминга, включающую четыре аспекта: формирование фрейма *(Frame-building)*; установление фрейма *(Frame-setting)*; эффекты фрейминга на индивидуальном уровне *(Individual-level consequences of framing)*; связь между индивидуальными фреймами и медиа фреймами *(«Journalists as audiences»)*. Помимо этого, исследователем выделяются элементы, находящиеся на «входе» и «выходе» этих процессов[[106]](#footnote-106).

Под первым процессом ‒ «формированием фрейма» ‒ исследователем подразумевается деятельность журналистов по созданию схемы интерпретации. Основное внимание, однако, сосредотачивается не столько на непосредственной работе производителя новостного сообщения, сколько на воздействии различных внутренних и внешних факторов на эту деятельность. Как отмечает Д. Шёйфеле, «ключевой вопрос в том, какие виды организационных или структурных факторов медиа системы, или какие индивидуальные характеристики журналистов, могут воздействовать на фрейминг новостного контента»[[107]](#footnote-107).

Автором модели выделяется три потенциальных источника влияния (другими словами, элементов «входа»). Во-первых, это факторы, так или иначе связанные с журналистами. К ним, как правило, относят идеологические предпочтения, убеждения и профессиональные нормы авторов новостных сообщений. Во-вторых, это некоторая совокупность правил, принятых в той или иной организации-агенте передачи новостных сообщений, которая определяет фокус освещения событий для журналистов. В-третьих, это внешнее влияние, исходящее от представителей власти и элиты, публичных политиков, групп интересов[[108]](#footnote-108). Вышеназванные элементы определяют вектор деятельности журналиста, непосредственно в результате которой создается специфический фрейм, заложенный в новостном сообщении.

В качестве второго подпроцесса выступает «установление фрейма». Под ним понимается взаимодействие между рассмотренными выше медиа фреймами и индивидуальными фреймами в ходе передачи новостных сообщений. Сформированные журналистами схемы интерпретации, акцентирующие внимание на тех или иных особенностях обсуждаемой проблемы, оказывают воздействие на представления граждан о ней (т.е. на «выходе» формируют фреймы аудитории)[[109]](#footnote-109).

В данном ключе необходимо более подробно разобрать, какие механизмы определяют принятие фрейма аудиторией. Как отмечают Д. Чонг и Д. Дракман, «пригодность переданного коммуникационного фрейма, а значит и та вероятность, с которой он повлияет на мнение индивида, возрастает в связи с восприятием его силы, или приемлемости»[[110]](#footnote-110).

Рассматривая контекст конкурирующих фреймов, исследователи выделили две гипотезы об оценке «силы» схем интерпретации. Первая утверждает, что наибольшее влияние на мнения индивидов окажет фрейм, превосходящий своего «оппонента» по частоте трансляции. Таким образом, индивиды не склонны сознательно оценивать фреймы и адаптируют ту схему интерпретации, что наиболее часто встречается в новостных сообщениях.

Альтернативная гипотеза предполагает, что оценка приемлемости фрейма не зависит от частоты повторения новостных сообщений, содержащих его. Наиболее вероятно, что принята будет схема интерпретации, наиболее убедительная в силу иных факторов, среди которых, например, доверие к источнику информации, соответствие общеразделяемым нормам и ценностям, непротиворечие сложившейся системе убеждений индивида и др.

Как полагают исследователи, обе гипотезы отчасти верны. Повторяемость фреймов, по мнению Д. Чонга и Д. Дракмана, оказывает большее воздействие на менее компетентных индивидов, уделяющих значительное внимание периферийным признакам. В свою очередь, компетентная аудитория с наибольшей долей вероятности предпримет более системный подход к оценке новостной информации, поэтому наиболее значимой в данном случае окажется вторая группа факторов[[111]](#footnote-111).

В ходе третьего процесса сформированные индивидуальные схемы интерпретации оказывают воздействие на поведение, установки и знания индивидов. На уровне общества это может сказываться на процессе политической социализации и ходе принятия политических решений, способствовать мобилизации общества и выливаться в коллективные действия[[112]](#footnote-112).

Четвертый процесс предполагает связь между вышеотмеченными эффектами фрейминга и факторами формирования медиа фреймов. Д. Шёфеле отмечает: «Можно ожидать, что журналисты, как и их аудитория, являются когнитивными скрягами. Следовательно, они так же довольно восприимчивы к фреймам, которые используют для описания событий и проблем»[[113]](#footnote-113). Таким образом, эффекты фрейминга, проявившиеся на индивидуальном и общественном уровне, оказывают воздействие на схемы интерпретации авторов новостных сообщений и, как следствие, могут выступать основой формирования последующих медиа фреймов.

Вследствие того, что единая парадигма исследования фрейминга до сих пор не сложилась, нет согласия между исследователями по поводу того, с помощью каких средств фреймы встраиваются в новостное сообщение. Ниже будут рассмотрены некоторые взгляды на определение совокупности таких средств.

Прежде всего, необходимо отметить подход У. Гамсона и А. Модильяни. Исследователями рассматриваются «средства фрейминга» и «средства указания причинности». Первая группа включают пять элементов: метафоры, примеры, клише, описания и зрительные образы. Вторая совокупность средств состоит из трех элементов: причины, следствия и апелляция к принципам. Вышеотмеченные средства формируют предписывающие то или иное значение проблеме «медиа пакеты», совокупность которых образует медиадискурс[[114]](#footnote-114).

Р. Энтман полагает, что фреймы в тексте проявляются в виде определенных ключевых слов, клише, стереотипных представлений, источников информации, а также утверждений, содержащих совокупность связанных с тематикой фактов и суждений[[115]](#footnote-115).

Д. Танкард называет одиннадцать «механизмов фрейминга»: заголовки; подзаголовки; фотографии; подписи под фотографиями; аннотации; подбор источников или ссылок на авторов; подбор цитат; броские цитаты; логотипы; статистика, схемы и графики; заключительные комментарии или краткие заметки[[116]](#footnote-116).

Исследователи Д. Пан и Д. Косицки выделяют четыре структурных измерения новостного дискурса, где проявляют себя средства фрейминга: синтаксические структуры; структуры, связанные со сценарием; тематические структуры; риторические структуры[[117]](#footnote-117).

Также необходимо обратить внимание на некоторые типологии фреймов. К. де Врез выделяет два вида: проблемно-специфические фреймы и общие фреймы. Первые связаны с кругом конкретных проблем и событий и проявляются только при их освещении (например, в новостных сообщениях об изменениях в формировании бюджета, о феминистском движении). Вторые не ограничены какими-либо тематическими рамками и могут проявляться в освещении не связанных друг с другом процессов и проблем, а также в различных культурных контекстах (например, фреймы избирательного процесса)[[118]](#footnote-118).

Исследователи Ш. Иенгар и А. Саймон различают эпизодические и тематические фреймы. Первый вид, как отмечают исследователи, «изображает общественные проблемы через конкретные примеры или отдельно взятые события»[[119]](#footnote-119). Так, освещение преступности может осуществляться через повествование об отдельных преступлениях и их жертвах. Тематический фрейминг, напротив, «помещает общественные проблемы в более общий и абстрактный контекст»[[120]](#footnote-120). При этом исследователи выяснили, что подавляющее большинство новостных сообщений о политике носят эпизодический характер.

Х. Семетко и П. Валькенбург идентифицируют пять видов фреймов: «конфликт» (делает акцент на конфликте между индивидами, группами, институтами), «сентиментальная история» (придает эмоциональное измерение освещению события, проблемы), «атрибуция ответственности» (данный фрейм представляет событие или проблему, возлагая ответственность за их возникновение или разрешение на индивида, группу, правительство), «мораль» (интерпретирует событие или проблему в контексте религиозных норм, моральных убеждений), «экономические последствия» (сообщает экономические последствия событий или проблем, которые могут сказаться на благосостоянии индивидов, групп, региона или страны)[[121]](#footnote-121).

В рамках данного раздела также необходимо описать особенности фрейминга референдумов. Прежде всего, стоит отметить, что указанная предметная область встречается в медиаисследованиях достаточно редко. Гораздо большее внимание уделяется освещению в СМИ иной формы волеизъявления граждан ‒ выборам, поскольку они, очевидно, играют одну из наиболее значимых ролей в политической жизни демократических государств. Специфика медиадискурса в период избирательных кампаний рассматривалась через призму фрейм-анализа такими исследователями, как Дж. Капелла и К. Джеймисон[[122]](#footnote-122), Дж. Стрёмбек и Д. Димитрова[[123]](#footnote-123), Р. Педерсен[[124]](#footnote-124) и др.

Несмотря на то, что контекст неизбежно накладывает отпечаток на совокупность фреймов, использующихся в рамках освещения тех или иных выборов, большинством исследователей при анализе отмечается присутствие такой интерпретативной схемы, как «стратегическая игра»[[125]](#footnote-125). Данный фрейм предполагает описание избирательной кампании как соревнования, участниками которого выступают политики или партии. Как отмечают исследователи Дж. Капелла и К. Джеймисон, признаками присутствия данного фрейма в медиа тексте выступает следующее: фокус на описании участников избирательного процесса через оппозицию «побеждающий-проигрывающий»; использование образов «противостояния» и «игры»; анализ поведения, стиля и восприятия кандидатов; ссылки на опросы общественного мнения как показатель успешности предвыборной кампании[[126]](#footnote-126). Таким образом, фрейм «стратегической игры» описывает деятельность политических акторов в рамках предвыборной кампании как попытку «завоевать» голоса избирателей, результатом которой становится либо победа, либо поражение.

Исследовательница М. Декавалла, проанализировав освещение Референдума о независимости в Шотландии в печати[[127]](#footnote-127) и на телевидении[[128]](#footnote-128), показывает, что вышерассмотренный фрейм может присутствовать в медиадискурсе, сопровождающим иные формы волеизъявления граждан.

Помимо этого, М. Декавалла идентифицирует еще одну интерпретативную схему, которую можно считать общей для референдумов ‒ «фрейм политического курса»[[129]](#footnote-129). В данном ключе референдум рассматривается как некое решение, корректирующее политический курс государства и оказывающее воздействие на будущее страны. В частности, исследовательница отмечает два основных типа данного фрейма: экономический и административный. Соответственно, первый тип связан с экономической сферой, второй ‒ с иными областями (например, национальная оборона, иммиграция, социальная политика и т.д.).

Похожие результаты были получены в более раннем исследовании Х. Семетко[[130]](#footnote-130). Исследовательница, проанализировав освещение в медиа нескольких референдумов по вопросу евроинтеграции, выделяет три базовых фрейма: «конфликт» (акцентирует внимание на противоречиях между партиями, политиками или институтами); «последствия» (транслирует события через призму того, как они могут повлиять на индивидов, различные социальные группы или страну в целом); «стратегия» (интерпретирует действия, предпринятые политическими акторами в ходе референдума, как тактические шаги, направленные на максимизацию поддержки со стороны граждан)[[131]](#footnote-131).

Как было отмечено выше, помимо общих фреймов, в каждом отдельном случае может быть идентифицирован набор уникальных схем интерпретации, возникающих под воздействием национального политического контекста, конкретного вопроса, выносимого на референдум, международной обстановки и других условий. Например, М. Хеллман, рассматривая медиафрейминг Референдума по вопросу о членстве Великобритании в Европейском Союзе, выделяет такие фреймы, как «Британия не имеет влияния на общеевропейскую политику»; «Европейский Союз испытывает недостаток демократии»; «Потеря суверенитета в составе ЕС» и т.п.[[132]](#footnote-132) М. Декавалла в вышеотмеченных исследованиях отмечает такие специфические фреймы, как «идентичность», «самоопределение», «проявление демократии» и др.[[133]](#footnote-133)

При этом, как отмечается в работе Х. Семетко, специфика фрейминга референдумов такова, что противостоящими лагерями в ходе кампании используются различные фреймы. Исследовательница выявила, что в ходе референдумов по вопросу о евроинтеграции политические силы, выступающие «За», используют, как правило, экономический фрейм (т.е. подчеркивают положительные экономические последствия вступления в Союз) и фрейм «безопасности и процветания» (рассматривающий траекторию евроинтеграции как стремление к миру и развитию). В свою очередь, партия «Против» использует такие фреймы, как «суверенитет» (рассматривает евроинтеграцию как угрозу независимости страны), «слабость евро», «угроза благосостоянию» (указывают на неоднозначность экономической выгоды от вступления в союз)[[134]](#footnote-134). Различия в фреймировании референдумов между противостоящими в ходе политической кампании силами отмечала также М. Хеллман в вышеотмеченном исследовании о фрейминге Референдума по вопросу о членстве Великобритании в Европейском Союзе[[135]](#footnote-135).

Также необходимо отметить, что фреймы, использующиеся противостоящими политическими лагерями в ходе референдумов, оказывают значительный убеждающий эффект на избирателей. Этот факт был подтвержден в экспериментальных работах С. Хоблот[[136]](#footnote-136), А. Шука[[137]](#footnote-137), К. де Вреза, Х. Бомгардена и Х. Семтко[[138]](#footnote-138). Исследователями было выявлено, что, во-первых, позитивный фрейминг референдумов оказывает мобилизующий эффект на избирателей и, во-вторых, фреймы «За» и «Против» могут смещать мнение граждан и воздействовать, таким образом, на их выбор в ходе голосования.

Итак, в данном параграфе было выявлено, что в исследовательском сообществе нет единства в концептуализации фрейминга. При этом, обобщая различные взгляды, фрейминг можно рассматривать как четырехуровневый медиаэффект, предполагающий стратегию формирования новостного дискурса, с последующим воздействием на индивидуальные интерпретации событий, проблем и, как следствие, сказывающегося на действиях и убеждениях граждан. Было выявлено, что фрейминг активно используется медиа при освещении политических кампаний, сопровождающих референдумы. Отмечено, что при этом проявляют себя как общие, так и проблемно-специфические фреймы, которые могут оказывать значительный убеждающий эффект на избирателей.

ГЛАВА 2. ФРЕЙМИНГ НОВОСТНЫХ СООБЩЕНИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ МЕДИАЛЕГИТИМАЦИИ: ПРАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

**2.1 Специфика фрейм-аналитического подхода к анализу медиасферы**

Как было отмечено выше, до сих пор не достигнуто согласие в исследовательском сообществе в вопросе о том, что необходимо понимать под концептом «фрейминг». Как правило, это связывается с тем, что данный концепт анализируется в нескольких научных областях, каждая из которых обладает собственным набором исследовательских установок, предопределяющих особый взгляд на тот или иной феномен. Усугубляется данное положение тем, что в рамках исследований политической коммуникации также не сложилась концептуализация фрейминга, которая могла бы быть принята в качестве фундаментальной. При этом разночтения возникают не только в области теоретического осмысления, но и в вопросах методологии исследования. В данной связи возникает необходимость выявить наиболее распространенные подходы к анализу медиафрейминга, выяснить их особенности и, исходя из этого, определить траекторию нашего исследования.

Исследователями предлагаются различные типологии стратегий выявления и анализа медиа фреймов. Например, Р. Энтман, Й. Маттес и Л. Пеликано выделяют четыре подхода: качественный, мануально-холистический, мануально-кластерный, а также подход с использованием ЭВМ[[139]](#footnote-139). Исследователи Б. и Д. Шёйфеле выделяют две основные методики: качественную и количественную[[140]](#footnote-140). Тем не менее, наиболее распространено обобщенное разбиение исследовательских подходов на два вектора: дедуктивный и индуктивный. Данная типология была предложена исследователями Х. Семетко и П. Валькенбург[[141]](#footnote-141), в дальнейшем использовалась другими исследователями, среди которых, например, К. де Врез[[142]](#footnote-142), Й. Маттес и М. Коринг[[143]](#footnote-143). Далее мы более детально рассмотрим эту типологию.

Отмечается, что индуктивный подход не предполагает опоры на предустановленный набор фреймов[[144]](#footnote-144). Другими словами, их определение осуществляется «снизу», то есть непосредственно в процессе анализа материала. Как правило, данный вектор исследования принимается в случае рассмотрения особой тематической области, представление о которой либо не было дано заранее или оно недостаточно, либо невозможно осуществить её описание с опорой на распространенные типологии общих фреймов.

Й. Маттес и М. Коринг причисляют к индуктивному вектору следующие походы:

1. Герменевтический (предполагает поиск фреймов путем интерпретации медиа текстов через призму более обобщенных культурных единиц);
2. Лингвистический (фреймы идентифицируются при данном подходе посредством анализа особенностей селекции и размещения в тексте набора специфических слов и предложений; при этом отмечается, что лингвистический подход, по сути, идентичен герменевтическому и отличается лишь тем, что обращает большее внимание на структуру текста);
3. Холистический (предусматривает сочетание двух методов: на первом этапе исследования посредством качественного анализа небольшой выборки текстов определяется набор фреймов, которые кодируются для дальнейшей процедуры контент-анализа);
4. Подход с использованием компьютерных технологий (данный подход предполагает использование ЭВМ, которая с помощью алгоритмов кластеризации помогает находить и идентифицировать фреймы в тексте на основе специально разработанного вокабуляра)[[145]](#footnote-145).

Несомненным преимуществом индуктивного подхода выступает гибкость, предоставляющая исследователям возможность выявить и описать обширный набор фреймов и методов фреймирования, связанных со специфической тематикой. Вместе с тем необходимо отметить два существенных недостатка индуктивного вектора исследований. Во-первых, он предполагает работу с небольшими выборками, что вызывает вопрос о репрезентативности (тем не менее, отчасти данная проблема решается использованием последних двух подходов в вышеотмеченной классификации Й. Маттеса и М. Коринга). Во-вторых, данный подход предполагает высокую степень субъективности, поскольку не может опираться на стратегии исследования, использующиеся для поиска общих фреймов. Как следствие, исследования, выполненные в индуктивном ключе, трудновоспроизводимы, за что зачастую критикуются[[146]](#footnote-146).

В свою очередь, дедуктивный подход предусматривает использование в качестве переменных для контент-анализа уже известного набора фреймов, описанного в иных научных разработках. Многие исследователи полагают, что данный подход позволяет преодолеть вышеотмеченные ограничения индуктивного вектора анализа. В рамках данного подхода в качестве основы зачастую принимается работа Х. Семетко и П. Валькенбург, где выделяется пять общих фреймов: «конфликт», «человеческий интерес», «экономические последствия», «мораль» и «ответственность»[[147]](#footnote-147). Как показывает Й. Маттес, практически в пятой части исследований вопросов медиафрейминга, опубликованных в период с 1990 по 2005 гг., выявлялись общие фреймы, и большая часть данных работ основывалась на вышеотмеченной типологии. Тем не менее, не всегда авторы приходили к идентичным результатам. В данном ключе можно отметить работы двух коллективов авторов: Х. Игартуа, Л. Ченг и К. Муниза[[148]](#footnote-148), а также Д. Димитровой, Л. Кайд, А. Уильямса и К. Траммель[[149]](#footnote-149). Несмотря на то, что их исследования основывались на типологии Х. Семетко и П. Валькенбург, оба коллектива пришли к выводу о том, что данная классификация нуждается в пересмотре и дополнении. Это показывает, что предзаданность, характерная для дедуктивного подхода, может привести к «потере» некоторых фреймов из поля зрения, поэтому исследователь должен внимательно подходить к воспроизводству существующих стратегий анализа. Таким образом, как у индуктивного, так и у дедуктивного подходов есть свои преимущества и недостатки, поэтому невозможно однозначно утверждать, какой из них более предпочтителен.

Стоит отметить, что вышерассмотренные подходы отнюдь не исключают друг друга и могут сочетаться в рамках одного исследования. Мы полагаем, что такое совмещение подходов возможно в ходе нашей работы. Это может объясняться особенностями фрейминга референдумов, которые были рассмотрены выше. Среди них еще раз отметим две характеристики: во-первых, зачастую освещение референдумов содержит такие общие фреймы, как «стратегическая игра» и «политический курс», и, во-вторых, в каждом отдельном случае обнаруживается множество проблемно-специфических когнитивных схем.

При этом данное сочетание определяет специфику контент-анализа, с помощью которого мы сможем идентифицировать фреймы в освещении событий Крымской весны в федеральных российских СМИ. Это выражается в необходимости совмещения количественного и качественного подходов к реализации данного метода. Кроме того, в пользу такого синтеза говорит тот факт, что качественно-количественная методика контент-анализа наиболее полно соответствует замыслу исследований фрейминга в медиа. Так, исследователь Б. ван Горп констатирует: «Существенная абстрактность природы фреймов предполагает, что количественные методы исследования следует сочетать с объяснительными возможностями методов качественных»[[150]](#footnote-150).

Обращая внимание на указанную особенность фрейм-анализа, исследователи М. Линстрём и В. Мараис предлагают семь шагов при его осуществлении[[151]](#footnote-151):

1. Выбор канала передачи информации для анализа. В рамках нашего исследования будут рассмотрены информационные программы «Вести» и «Время», выходящие в эфир ежедневно на российских федеральных телеканалах ‒ «России-1» и «Первом» соответственно. Выбор данных программ в целях анализа связан с тем, что указанные СМИ тесно связаны с государством: оно контролирует большинство акций АО «Первый канал», а «ВГТРК», в свою очередь, является государственным предприятием.

2. Определение временных рамок. Поскольку предметом нашего анализа является фрейминг Референдума по вопросу о статусе Крыма в 2014 г., то нами будут проанализированы новостные сообщения о данном событии начиная с 21 ноября 2013 (начало «Евромайдана») года по 26 апреля 2014 года (месяц после вывода оставшихся украинских военных с территории полуострова). Выбор данного временного периода позволит не только определить фреймы в освещении вышеуказанного события, но и зафиксировать их динамику и возможную трансформацию.

3. Определение выборки. В рамках нашего исследования в выборку войдут новостные сюжеты ежедневных выпусков за вышеуказанный период программ «Вести» и «Время», посвященные событиям Крымской весны, а также предшествующим событиям «Евромайдана». Специфика выбора данного временного периода определяется тем, что в рамках исследования необходимо выявление фрейминга, направленного на делигитимацию украинского политического режима, поскольку это могло служить одним из способов обоснования легитимности референдума.

4. Установление единицы анализа. Как отмечают исследователи Р. Виммер и Дж. Доминик, при анализе медиаконтента «…в качестве единицы анализа могут выступать отдельные слова или символы, тезисы или целые статьи и сюжеты»[[152]](#footnote-152). В нашей работе единицей анализа выступает новостной сюжет о событиях политического кризиса в Украине и, в частности, «Крымской весны». Это определяется, с одной стороны, особенностями индуктивно-дедуктивного подхода к выявлению фреймов, с другой ‒ спецификой самой фрейм-аналитической методологии, которая в большинстве случаев в качестве единицы анализа принимает новостное сообщение в целостности.

5. Установление типологии фреймов. Данный шаг предполагает отбор когнитивных схем для анализа. Как отмечалось, осуществляться эта процедура может тремя способами: индуктивным (то есть в процессе анализа текста), дедуктивным (посредством установления анализируемой совокупности фреймов заранее на основе других исследований или теоретического обоснования) или амбивалентным (другими словами, совмещающим два первых подхода). В рамках нашего исследования, как было отмечено выше, индуктивный и дедуктивный векторы определения совокупности исследуемых фреймов будут совмещены.

6. Операциональные дефиниции. После отбора ряда медиафреймов, исследователю следует раскрыть их содержание. Иными словами, необходимо специфицировать сущность того или иного фрейма. В случае, когда исследуются общие когнитивные схемы, вполне возможно принимать определения, данные другими исследователями. Фреймы, обнаруженные в ходе нашего исследования, будут описаны в следующем разделе.

7. Идентификация новостных фреймов. На данном этапе осуществляется основной анализ новостного дискурса, в ходе которого распознаются искомые фреймы.

В данном ключе необходимо отметить, что в процессе идентификации фреймов исследователю следует обращать внимание на «средства фрейминга». Выше было упомянуто о различных подходах к описанию того, какие элементы сообщения могут служить индикаторами наличия фрейма в тексте. М. Линстрём и В. Мараис, обобщив ряд подходов, выделяют две группы средств[[153]](#footnote-153):

* К первой относятся риторические и другие письменные/грамматические средства. В данную группу включаются следующие механизмы: подбор слов; метафоры; примеры; ключевые слова; устойчивые словосочетания; формулировки, содержащие связанные с темой факты или суждения; заключительные предложения или абзацы;
* Вторая группа объединяет технические средства фрейминга. Она включает следующие механизмы: заголовки; подзаголовки; подписи к фотографиям; аннотации; фотографии; расположение статьи на определенной странице (например, на титульной); верстка статьи; подбор источника информации и цитат; обозначение источника или автора цитаты; расположение цитирования в тексте; ссылка на экспертное мнение в целях эмпирического обоснования; цитирование официальных источников для придания той или иной точки зрения авторитетности; цитирование социально девиантных субъектов в целях маргинализации.

Учитывая, что объектом данного исследования выступают новостные сюжеты телевизионных информационных программ, первоочередное внимание будет сосредоточено на первой группе средств, а также на механизмах визуального фрейминга.

Необходимо также уделить внимание вопросам, связанным с процедурой кодирования. Поскольку фрейм-аналитическая методология не устанавливает каких-либо общих ограничений в этом отношении, в данном аспекте между исследователями также присутствуют различия, что задается множеством подходов к реализации процедуры контент-анализа.

А. М. Мавлетова и Д. В. Лебедев, рассмотрев ряд исследований медиафрейминга, выделяют индикаторо-ориентированный и холистский подходы к кодированию[[154]](#footnote-154).

Первый способ кодирования предусматривает раскрытие содержания каждого фрейма через систему индикаторов, которая впоследствии включается в кодировочную схему. Обычно данные указатели выражаются в форме вопросов, положительный или отрицательный ответ на которые дает представление о том, содержится ли фрейм в анализируемом тексте или определенной его части (в некоторых случаях применяется порядковая шкала оценки «выпуклости» фрейма). Среди исследований, осуществленных с применением индикаторо-ориентированного способа кодирования, наиболее известна упоминавшаяся выше работа Х. Семетко и П. Валькенбург[[155]](#footnote-155). Исследователи, выделив пять общих фреймов, присвоили каждому от трех до пяти вопросов-индикаторов, на которые кодировщик в ходе работы должен был ответить «да» или «нет». К преимуществам такого подхода А. М. Мавлетова и Д. В. Лебедев относят прозрачность и надежность, позволяющие легко воспроизводить полученные результаты[[156]](#footnote-156).

Холистский подход к кодированию, в свою очередь, предусматривает простое фиксирование кодировщиком присутствия или отсутствия фрейма в тексте или его части. Зачастую кодирование, как и в случае с индикаторо-ориентированным подходом, является бинарным, однако в некоторых исследованиях оно выражалось в виде интервальной или порядковой переменной (например, может фиксироваться процент текста, содержащий фрейм). Надежность данного подхода зависима от глубины знаний и внимательности кодировщика, поэтому исследователи Й. Маттес и М. Коринг советуют использовать первый подход, поскольку он придает значительную надежность полученным результатам и делает процедуру анализа более эксплицитной[[157]](#footnote-157). Тем не менее, как показало исследование коллектива авторов во главе с К. Девид, два вышеописанных способа кодирования приводят к более или менее идентичным результатам[[158]](#footnote-158). В рамках нашего исследования будет использован второй подход.

Рассмотрев особенности фрейм-аналитической методологии, необходимо также уделить внимание обоснованию того, почему в целях анализа фрейминга как инструмента медиалегитимации нами выбраны информационные передачи телеканалов «Россия-1» и «Первый». Для этого требуется обозначить два момента: во-первых, каковы позиции данных СМИ в российской медиасфере и, во-вторых, почему контент вышеотмеченных телеканалов может содержать фреймы, направленные на легитимацию принимаемых властью решений.

«Первый» и «Россия-1» ‒ это два лидера российского телеэфира, исторически выступавшие главными телеканалами страны. По данным «Медиалогии», на момент февраля 2021 года данные СМИ уверенно занимают первые строки в рейтинге самых цитируемых ТВ-каналов с индексами цитирования 1 448,35 и 1 278,02 соответственно[[159]](#footnote-159). По данным компании «Mediascope» на конец 2020 года, рассматриваемые телеканалы также выступают лидерами среди ТВ-вещателей. Первое место рейтинга занимает телеканал «Россия-1», среднесуточная аудитория которого по крупным российским городам составила 1 миллион 338 тысяч человек. Рейтинг вещателя составил 1,9%, доля ‒ 12,4%. Телеканал «Первый» занял вторую строчку в рейтинге. В среднем за сутки его просматривал 1 миллион 128 тысяч зрителей, рейтинг и доля составили 1,6% и 10,5% соответственно[[160]](#footnote-160).

Помимо рейтингов медиа, лидерство рассматриваемых ТВ-каналов в отечественной медиасфере подтверждается данными социологических опросов. Как показало исследование Фонда «Общественное мнение», респонденты предпочитают передачи каналов «Первый» (47%) и «Россия-1» (45%) для получения информации о событиях в нашей стране и за рубежном. При этом лидерство данных телеканалов в информировании достаточно устойчивое и фиксируется данными предшествующих опросов ФОМ с 2015 года. Несмотря на постепенное снижение интереса аудитории к информационным программам данных СМИ за последние пять лет, тем не менее, телеканалы сохраняют лидирующие позиции. При этом также примечательно, что рассматриваемые телеканалы делят первые две строчки в рейтинге доверия аудитории ‒ на момент 17 января 2021 года 35% опрошенных доверяют программам данных телеканалов[[161]](#footnote-161).

Необходимо также представить ряд характеристик, свидетельствующих о связи рассматриваемых СМИ с государством. Телеканал «Россия-1» входит в состав крупнейшего медиахолдинга России ‒ «Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании» (ВГТРК). По организационно-правовой форме данная компания является федеральным государственным унитарным предприятием (с 1998 года) и образована Постановлением Президиума Верховного Совета РСФСР от 14 июля 1990 года[[162]](#footnote-162). В связи с отмеченным можно уверенно полагать, что информационно-аналитические программы телеканала «Россия-1», являющегося флагманом ВГТРК, транслируют официальный политический дискурс.

Телеканал «Первый» по форме организации компании являет открытым акционерным обществом. Несмотря на то, что данное СМИ не является государственным предприятием, Российская Федерация является наиболее крупным акционером компании. На конец 2020 года контроль над акциями распределен следующим образом: 38,9% принадлежит Федеральному агентству по управлению государственным имуществом (Росимуществу); 29% ‒ Национальной медиа группе; 9,1% ‒ ФГУП «Информационное телеграфное агентство России (ИТАР-ТАСС)»; 3% ‒ ФГУП «Телевизионный технический центр «Останкино»; владелец оставшихся 20% доподлинно неизвестен[[163]](#footnote-163). Таким образом, государству принадлежит 51% акций телеканала. Помимо этого, акционерное общество «Первый канал», как и ВГТРК, регулярно получает субсидии из федерального бюджета (на 2020 год планировалось выделение сумм в размере 6,5 и 21,4 млрд рублей соответственно)[[164]](#footnote-164). Все вышеуказанное позволяет предположить, что, как и в случае «России-1», дискурс ТВ-канала «Первый», предположительно, соответствует позиции и повестке российской государственной власти.

Также необходимо уделить внимание месту информационных программ «Время» и «Вести» в российском медиапространстве. Как уже отмечалось выше, телеканалы «Россия-1» и «Первый» наиболее часто выбираются ТВ-аудиторией для получения информации о событиях в России и мире. Это также подкрепляется рейтингами вышеотмеченных программ. Так, согласно данным «Mediascope», «Вести» и «Время» входят в число наиболее популярных программ среди россиян (несмотря на то, что список лидеров по эфиру изменяется с каждой неделей, данные новостные программы не опускаются ниже двадцатой строчки по основным показателям)[[165]](#footnote-165). Данный факт в сочетании с вышеотмеченными результатами опросов общественного мнения демонстрируют, что информационные программы «Время» и «Вести» являются одним из важнейших источников информации для россиян. При этом также стоит учитывать, что российское телевидение транслируется на пространстве стран СНГ и Балтии. В данной связи можно предполагать, что рассматриваемые программы могут успешно осуществлять деятельность по формированию и установлению фреймов, воздействующих в последствии на общественное мнение не только граждан Российской Федерации, но и жителей государств-соседей.

Необходимо уделить внимание обоснованию выбора временных рамок исследования. В работе анализируются сюжеты, выходившие в эфир в период 21 ноября 2013 года по 26 апреля 2014 года, то есть с начала протестов в центре Киева до истечения месяца после вывода последних украинских военных частей с Крымского полуострова.

Выбор начальной точки отсчета обусловлен тем, что события Евромайдана послужили прологом «Крымской весны». В частности, необходимо вспомнить, что Крым и восточные регионы Украины уже на первых этапах Евромайдана выступали в поддержку Януковича и правящей «Партии регионов» ‒ жители данных частей страны участвовали в митингах в поддержку власти, организовывали демонстрации с антимайдановской повесткой. В этой связи необходимо отметить, что рассмотрение новостного дискурса о Крымском референдуме должно учитывать общеукраинский контекст. Это позволит нам, во-первых, наиболее полно описать, как осуществлялся процесс медиафреймирования событий воссоединения Крыма с Россией и, во-вторых, ответить на вопрос о соотношении легитимирующего и делегитимирующего векторов фрейминга в дискурсе российских федеральных телеканалов о вышеотмеченных событиях.

Определение конечной временной точки преследует похожие цели. Очевидно, что события «Крымской весны» не могли быть исключены из новостной повестки рассматриваемых телевизионных каналов сразу же после окончания референдума. Кроме того, во временной период после Крымского плебисцита могла измениться конфигурация медиафрейминга, что необходимо учитывать в рамках нашего исследования. Расширение рамок анализа за пределы одного месяца после Крымского референдума, в свою очередь, не является необходимым, поскольку в дальнейшем разворачиваются события Конфликта на Востоке украинского государства ‒ другого акта политического кризиса в Украине.

В данном разделе были рассмотрены особенности фрейм-аналитической методологии при исследовании медиадискурса. Было выявлено, что существует два основных подхода к выявлению фреймов: индуктивный и дедуктивный. Рассмотрение сущности данных подходов показало, что они отнюдь не противоречат друг другу и могут быть совмещены в рамках анализа дискурса, посвященного событиям «Крымской весны». С опорой на работу М. Линстрём и В. Мараис[[166]](#footnote-166) были представлены основные этапы фрейм-анализа в сочетании с особенностями нашего исследования, а также средства фрейминга. Кроме того, была рассмотрена специфика процедуры кодирования в рамках исследований медиафрейминга. Было установлено, что холистский подход к кодированию более предпочтителен. Также были рассмотрены особенности телеканалов «Россия-1» и «Первый», обуславливающие выбор выпускаемых ими информационных программ для анализа.

**2.2 Особенности освещения событий украинского кризиса телеканалами «Первый» и «Россия-1»**

Вслед за рассмотрением ряда методологических аспектов анализа фрейминга новостей мы можем перейти к изложению результатов эмпирического исследования медиафрейминга политического кризиса в Украине и, в частности, событий «Крымской весны». В данном разделе будут представлены, во-первых, общая характеристика освещения вышеотмеченных событий федеральными российскими телеканалами «Первый» и «Россия-1» и, во-вторых, особенности трансформации повестки данных СМИ по мере интенсификации украинского кризиса.

За период с 21 ноября 2013 г. по 26 апреля 2014 г. российскими федеральными телевизионными каналами «Россия-1» и «Первый» было выпущено в будничные эфиры информационных программ «Время» и «Вести» 252 и 244 сюжета о событиях украинского кризиса соответственно (рассматривались программы, выходящие в вечерний прайм-тайм). При этом распределены сюжеты неравномерно *(Приложение 1)*.

Подавляющее большинство сюжетов было выпущено в эфир в период с момента смены власти в Украине до начала конфликта на Востоке страны. Таким образом, повестка рассматриваемых телеканалов активно трансформировалась вместе с интенсификацией событий. Если в период Евромайдана в выпусках присутствовал в среднем один сюжет, посвященный событиям в Украине (исключение составляет второй месяц, что было связано с временным ослаблением интенсивности протестов с конца декабря вплоть до середины января), то с конца февраля информационные программы «Время» и «Вести» содержали в среднем от трех до четырех сюжетов, занимающих значительную долю хронометража. Другими словами, с конца февраля политический кризис в Украине стал занимать центральное место в повестке российских федеральных телеканалов, что, вероятно, было обусловлено двумя причинами: во-первых, активностью точек сопротивления новой украинской власти (прежде всего, в восточной части Украины и на Крымском полуострове), что выражалось в возникновении новых информационных поводов, и, во-вторых, интересом правящей элиты Российской Федерации к данным событиям, поскольку проведение референдума в Крыму и требование плебисцита в восточных областях Украины напрямую затрагивало национальные интересы России.

В ходе анализа новостные сюжеты были разделены на четыре группы в зависимости от освещаемой цепи событий *(Приложение 2)*:

1. Евромайдан (с 21 ноября 2013 г. по 22 февраля 2014 г.);
2. «Крымская весна» (с 21 февраля 2014 г.);
3. Протесты и начало конфликта на Востоке Украины (c начала марта 2014 г.);
4. События в Украине после смены власти (т.е. события после 22 февраля 2014 г., происходившие в иных частях украинского государства).

После смены власти в феврале 2014 года три последующих после Евромайдана цепочки событий присутствуют в новостной повестке рассматриваемых телеканалов практически равноценно. Примечательно, что основное внимание к событиям, связанным с общеукраинской тематикой, было уделено в период с конца февраля по конец марта – во время активного освещения событий «Крымской весны». Вероятно, это может объясняться тем, что в данный отрезок времени указанные событийные цепочки проявляли себя наиболее интенсивно. В связи с этим, необходимо еще раз отметить, что события «Крымской весны» необходимо рассматривать в общем контексте, поскольку представленные тематики пересекаются между собой. Можно предположить, что это проявляется также в аспекте фрейминга новостных сообщений. В частности, обоснование легитимности Крымского референдума в сюжетах телеканалов «Первый» и «Россия-1» могло сочетаться с делегитимацией украинской власти, что оказывало более сильное воздействие на аудиторию.

Примечательно также, что между двумя рассматриваемыми федеральными телеканалами отсутствуют значимые различия в освещении вышеуказанных тематик (p-value < 0,05, станд. отклонение в ячейках по модулю не превышает значение в ±1,6) *(Приложение 3).*

Тем не менее, в эфирах информационной программы «Вести» больше внимания уделялось событиям, связанным с «Крымской весной», а также с интенсификацией конфликта на Востоке Украины. Присутствуют также незначительные различия в динамике освещения вышеотмеченных тематик *(Приложение 4).*

Исходя из того, что значимых различий в рассмотренных аспектах между телеканалами нет, можно констатировать, что повестки двух российских федеральных телеканалов были идентичны. В данной связи более интересным предстает вопрос о том, присутствовали ли расхождения между данными телеканалами в медиафрейминге событий политического кризиса в Украине.

Итак, в данном параграфе были рассмотрены базовые параметры освещения событий украинского кризиса в информационных телепрограммах «Время» и «Вести». Было выявлено, что, во-первых, по мере интенсификации нестабильности в Украине и разворачивания событий «Крымской весны» значительно возрастало количество сюжетов, посвященных данным процессам и, во-вторых, повестки телеканалов «Первый» и «Россия-1» применительно к вышеотмеченным событиям имеют схожую структуру и временную динамику.

**2.3 Фрейминг событий политического кризиса в Украине и «Крымской весны» в эфирах информационных программ «Время» и «Вести»**

После рассмотрения общих характеристик освещения политического кризиса в Украине и, в частности, «Крымской весны», необходимо перейти к анализу фрейминга данных событий в новостных сюжетах российских федеральных телеканалов «Первый» и «Россия-1». В данном разделе будут представлены следующие аспекты: во-первых, описание обнаруженных фреймов и их составляющих компонент, во-вторых, анализ динамики фреймирования, в-третьих, сравнение медиафрейминга двух федеральных телеканалов, в-четвертых, классификация обнаруженных фреймов.

В ходе анализа новостных сюжетов о событиях Кризиса в Украине, вышедших в эфир информационных телевизионных программ «Вести» и «Время» в период с 21 ноября 2013 г. по 26 апреля 2014 г., было обнаружено девять фреймов, характерных для обеих программ: «разгул радикализма», «несостоятельность оппозиции», «международное воздействие», «нелегитимность новой украинской власти», «неэффективность новой украинской власти», «ответная реакция», «воссоединение», «народовластие», «начало новой жизни».

*Фрейм «разгул радикализма».* Данный фрейм акцентирует внимание на неконтролируемости насилия и иной деятельности, угрожающей общественному спокойствию (захваты зданий, погромы, провокации, рейдерство и т.п.), проявляющихся в ходе Евромайдана и после смены власти. Ответственность за данные действия возлагается на представителей ультраправых группировок (именуемых «боевиками», «фашистами», «националистами», «радикалами» и т.п.), которые позиционируются в качестве ведущей движущей силы антиправительственных выступлений. Кроме того, данные группы презентуются как самостоятельный, хорошо организованный субъект, способный не только «дирижировать» протестными акциями, но также оказывать влияние на политику и устанавливать собственный порядок, что сочетается с констатацией безнаказанности его действий. Также необходимо обратить внимание, что в сюжетах рассматриваемых программ делается акцент на идеологической связи радикального крыла протестующих с Украинской повстанческой армией, на основании чего устанавливается связь с идеями национал-социализма. Можно предположить, что данный акцент значительно усиливает эмоциональную составляющую фрейма.

Так, протесты от 21 января 2014 года освещались в сюжете программы «Вести» следующим образом: «*Как только «Беркут» пытается продвинуться за баррикады, разрозненные бойцы революции мгновенно становятся организованной массой и за секунду выдавливают спецназ обратно. Здесь четкое разделение на просто зевак и подготовленные боевые группы, которые на Грушевского появляются посменно и на некоторое время.*

*Правый сектор ‒ организация, организованная на Майдане, но плевавшая на его главный лозунг «Украина – это Европа». Их идеология – бой со всеми, кто против них. На их счету в нынешней революции штурм резиденции президента, снос памятника Ленину, они называют себя наследниками Бандеры, это они отметили день рождения своего идола факельным шествием, словно намекая столице: огонь будет, да еще какой… Против водометов – огонь, автобусов и грузовиков у спецназа теперь больше нет, и теперь жгут самих спецназовцев*»[[167]](#footnote-167).

Как было отмечено выше, данный фрейм проявлялся не только в сюжетах о протестах в ходе Евромайдана, но и о последующих событиях после смены власти. Например, так в программе «Время» освещалась серия инцидентов, произошедших в конце марта 2014 г.:

«…*на Украине одной из главных проблем остаётся полное отсутствие правил. В безопасности себя не чувствуют даже священники. Уроженец западноукраинского города Ровно, протоирей Олег Трофимов сегодня вынужден бежать из страны. Причина - несогласие с порядками Майдана…*

*А на улицах Днепропетровска пострадать может вообще любой прохожий. Вооруженные, в масках, сторонники так называемой украинской революции отлавливают, по их мнению, подозрительных лиц*»[[168]](#footnote-168).

Стоит отметить, что поскольку нами рассматриваются телевизионные сюжеты, также необходимо обратить внимание на визуальные средства фрейминга. В частности, в ходе эфиров демонстрируется множество эпизодов, подкрепляющих фрейм «разгул радикализма». В сюжетах с указанным фреймом (в особенности, в период наиболее активных протестов) присутствуют сцены насилия, погромов, вандализма и т.д. Данные кадры усиливают эмоциональный эффект фрейма, выступая вместе с тем в качестве экземпляров экстремистского поведения. В качестве примера в *Приложении 5* приведен кадр из вышепредставленного сюжета программы «Вести», демонстрирующий жестокость протестующих к оставшимся в их окружении сотрудникам МВД.

Средства выразительности речи, относящиеся к данному фрейму, призваны подчеркнуть радикализм протестующих, бесконтрольность и жестокость ультраправых группировок, действующих в ходе Майдана и после него. Это, например, такие выражения, как: *«насилие ‒ новая украинская реальность», «Александр Музычко [один из лидеров праворадикального движения] обложил данью запад Украины», «кровавые беспорядки на Майдане», «колесо террора на Украине», «никому не приходит в голову спрашивать: а кто это вообще по-хозяйски разгуливает по столице в масках и с дубинками в руках», «на улицах украинской столицы правят бал экстремисты из националистических объединений», «вольница погромщиков», «страна погрязла в махновщине»* и т.д.

Также для формирования данного фрейма активно используется цитирование. Так, в сюжетах приводятся, во-первых, комментарии жителей Украины, выражающих недовольство действиями ультраправых группировок, во-вторых, негативные оценки со стороны представителей власти и органов внутренних дел, в-третьих, экспертные оценки, в-четвертых, цитаты самих экстремистов и их лидеров, демонстрирующих их намерения. С помощью данного средства осуществляется маргинализация участников протеста и деятельности самообороны Майдана после смены власти. Например, сотрудник «Беркута» комментирует действия протестующих следующим образом: «*Мирная акция такая, очень классная. Люди приходят на мирную акцию с топорами, с бензином, мы их не трогаем, они первые начинают нас провоцировать, закидывать, люди горят, я вчера четыре раза горел, приехал ‒ форма вся облезла. Люди агрессивные, наркоманы, перегар от многих. Нам не выдали оружия, и оружия у нас не было, по нас там, как по курам, стреляли*»[[169]](#footnote-169).

*Фрейм «несостоятельность оппозиции».* Данная схема интерпретации акцентирует внимание на деструктивной линии поведения оппозиции в ходе событий Евромайдана. Политики, выступающие за ассоциацию Украины с Европейским союзом (и в дальнейшем – за смену власти), презентуются как политический субъект, неспособный к компромиссам, а при достижении договоренностей – к их исполнению, несмотря на то что власть в лице В. Ф. Януковича предпринимала активные шаги к тому, чтобы достичь согласия. Таким образом, каузальная интерпретация деструктивности действий оппозиции имеет два аспекта: с одной стороны, представители данной силы рассматриваются как политики, жаждущие власти, чем объясняется неприятие уступок со стороны президента, с другой ‒ констатируется слабость руководителей Евромайдана, выражающаяся в утрате ими контроля над протестующими и, как следствие, неспособности обеспечить исполнение достигнутых договоренностей с властью. Кроме того, в данный фрейм стоит отнести также экономическую составляющую, с помощью которой демонстрируется несостоятельность повестки Евромайдана. Это выражается в констатации серьезных экономических потерь для Украины вследствие подписания соглашения об ассоциации с Европейским союзом, что выступало главным требованием оппозиции на первых этапах протестов.

В качестве примера можно привести новостной сюжет программы «Время», в котором освещались переговоры между властью и оппозицией в рамках согласительного совета в Верховной Раде от 2 декабря 2013 года. Итоги заседания были представлены следующим образом:

«*Договориться, впрочем, похоже, не удалось. Оппозиционные депутаты ушли с заседания, действуя, видимо, по принципу, чем хуже, тем лучше. Коллеги сегодня целый день пытались убедить оппозицию попытаться найти компромисс, но, похоже, зря…*

*…все акции, несмотря на запрет суда, будут бессрочными, их называют встречами с депутатами. Одна из таких встреч на Майдане Незалежности. Многие здесь, похоже, не вполне понимают, что сулит Украине евроинтеграция, но все равно готовы добиваться своего*»[[170]](#footnote-170).

Второй аспект фрейма раскрывается в ходе радикализации протестов. Так, например, освещались протесты в конце января (27.01.2014) в сюжете программы «Вести»:

«*Лидеры украинской оппозиции сегодня фактически признали, что не контролируют многотысячные толпы радикалов, штурмующих административные здания. В так называемом «Штабе национального сопротивления» сегодня объявили, что никак не связаны с нападающими на министерства.*

*Такое заявление прозвучало после того, как Виталий Кличко сегодня прибыл в захваченное здание Минюста, и так и не смог убедить митингующих снять блокаду… Виталий Кличко, без пяти минут Вице-премьер, и этими пятью десятками людьми управлять оказался не в состоянии, сколько ни уговаривал разблокировать здание…*

*Власть в замешательстве: вроде бы договорились о начале мирного процесса, а в ответ ‒ выломанные двери и реальная угроза окружения правительственного квартала*»[[171]](#footnote-171).

Визуальные средства в данном случае не так ярко выражены, как в предыдущем фрейме. Тем не менее, и в данной схеме интерпретации событий они присутствуют. К примеру, в сюжетах о возобновившихся в конце января протестах присутствовали кадры, демонстрирующие неспособность одного из лидеров оппозиции – Виталия Кличко – успокоить протестующих, что выразилось в использовании с их стороны огнетушителя против боксера *(Приложение 6).*

Среди метафор, эпитетов и иных средств выразительности речи, формирующих данный фрейм, можно привести следующие: *«официальные вожди Евромайдана уже давно находятся в заложниках у экстремистов», «Господам Кличко, Тягнибоку и Яценюку отведена роль конферансье в сценарии государственного переворота», «оппозиция лишь вбросила протест, а контролировать дальнейшее развитие событий уже не смогла», «оппозиция всегда будет против, что бы ни случилось», «разброд в действиях и мыслях оппозиционных политиков»* и т.п.

Цитаты, транслирующие данный фрейм, представлены комментариями политиков-противников Евромайдана и мнениями экспертов. С помощью цитирования в данном случае усиливается акцент на несостоятельности оппозиции при открытости власти к переговорному процессу. Например, председатель фракции «Партии регионов» Олег Царёв комментирует действия лидеров Евромайдана следующим образом: «*То, что сейчас будет происходить, может привести к экономическому хаосу, это ударит по людям, по заработным платам, по пенсионерам, по врачам, по рабочим. Этого мы не должны допустить. Оппозиции, конечно же, хорошо - чем больше хаоса, тем лучше*»[[172]](#footnote-172). Кроме того, цитируются также сами представители оппозиции, с помощью чего транслируется их позиция и намерения.

*Фрейм «международное воздействие».* Данный фрейм акцентирует внимание на роли международных политических акторов в ходе Евромайдана. Протестное движение в Украине презентуется как организованная, четко спланированная цветная революция, характеризующаяся «классическими» признаками данного явления: участие иностранных консультантов и политиков, применение революционных технологий, спонсирование оппозиции и т.д. Действия и заявления представителей стран Запада, призванные поддержать протестующих, интерпретируются как политический шантаж, как давление на В. Ф. Януковича и правительство Украины. Оппозиция же рассматривается в инструментальном ключе – как агент, реализующий сценарий цветной революции. При этом в рассматриваемом фрейме также содержится указание на выгоду, извлекаемую странами Запада в случае достижения протестующими своих целей.

Так освещались действия Виктории Нуланд и Кэтрин Эштон на фоне протестов в начале декабря 2013 г., в эфире программы «Время»:

«*Запад им поможет и морально, и хлебом насущным. Хлеб сегодня раздавала сама заместитель Госсекретаря США. Виктория Нуланд пришла на Майдан с выпечкой. Плюшки с маком демонстративно перед камерами, раздала и стояльцам «за Европу», и бойцам «Беркута». Мол, подкормим всех, даже тех, кто еще не понял, как на самом деле хочет евроинтеграции.*

*Нуланд сначала идет на майдан, и лишь потом говорит с Януковичем. Еврокомиссар по внешней политике Кэтрин Эштон хотя бы попыталась соблюсти политес и сначала встретилась с президентом. Но затем сразу же - рукопожатия с оппозицией, в том числе с теми, кому в европейских странах руку подавать не принято*»[[173]](#footnote-173).

Оценка Евромайдана как цветной революции уже присутствовала в самом начале протестов (25 ноября 2013 г.). Данные события освещались в программе «Вести» следующим образом:

«*Тем временем, Евросоюз продолжает давить на Киев. Его Президент Ван Ромпёй и глава Еврокомиссии Баррозу заявляют, что предложение [по ассоциации] по-прежнему в силе, то есть зазывают. И вот на этом фоне в Киеве остро почувствовался запах перечного газа. О технологиях «европровокаций» с места событий…*

*…провокациям учат самих оппозиционеров на семинарах грантового фонда «Techcamp». Проходят эти семинары не где-нибудь, а прямо в Киеве, в посольстве Соединенных Штатов Америки…Участники шести таких семинаров уже работают как инструкторы – цепная реакция пошла*»[[174]](#footnote-174).

Визуальные средства, формирующие данный фрейм, связаны с демонстрацией посещений Евромайдана представителями дипломатических ведомств иностранных государств и зарубежными политиками, а также их встреч с представителями оппозиции. Кроме того, присутствуют съемки документального характера, позволяющие охарактеризовать протесты как цветную революцию.

К примеру, отмеченный выше текст сюжета программы «Время» сопровождался кадрами, непосредственно демонстрирующими описываемый эпизод *(Приложение 7).*

В свою очередь, съемки документального характера содержали кадры, в которых была продемонстрирована финансовая отчетность спонсируемого на грантовые средства «командного центра Евромайдана» ‒ центра, занимающегося подготовкой правозащитных групп *(Приложение 8).*

Примерами средств выразительности, транслирующих данный фрейм, могут послужить такие выражения, как *«отработанная оранжевая технология», «евродавление», «неприкрытое вмешательство», «прививка демократии», «отлаженный механизм», «иностранные посольства не влияют только на морозы», «церберовский контроль над ситуацией в Украине»* и т.п.

В сюжетах, содержащих рассматриваемый фрейм, наиболее часто цитируются представители украинской власти, политики, выступающие против евроинтеграции, а также эксперты. Так транслируется, с одной стороны, недовольство действиями западных стран, с другой ‒ характеристика Евромайдана как цветной революции, выгодной Западу. В качестве примера можно привести позицию часто цитируемого в рассматриваемых программах украинского эксперта М. Б. Погребинского: «*Тут у нас побывала масса министров иностранных дел, ОБСЕ, и они чуть ли не все побывали на майдане… Создается впечатление, что они не воспринимают Украину как независимую страну, как государство… Немыслимо это в цивилизованной стране! Но, видимо, для этих ребят, господ, Украина по-прежнему представляется некой территорией, которую нужно завоевать*»[[175]](#footnote-175).

*Фрейм «нелегитимность новой украинской власти».* Данный фрейм интерпретирует смену украинской власти, произошедшую 22 февраля 2014 г., как государственный переворот, осуществленный с применением силы. Акцентируется внимание на том, что смещение В. Ф. Януковича произошло вне легальных процедур импичмента и последующих досрочных выборов, вследствие чего констатируется нелегитимность новой власти. Кроме того, подчеркивается, что назначение новых президента, главы кабинета министров и членов правительства происходило вне рамок установленной системы норм и правил, поскольку кандидатуры согласовывались на Майдане. В качестве следствий вышеотмеченного указывается на несогласие граждан Украины (прежде всего, жителей восточной части страны и Крыма) со сменой власти, что подтверждается освещением протестной активности в указанных регионах. Примечательно, что в данном контексте таже указывается на неисполнение приказов начальства сотрудниками МВД и их переход на сторону протестующих, на присягу большинства военных, находящихся в Крыму, правительству Крымской республики – это интерпретируется как «переход на сторону народа». Таким образом, данный фрейм демонстрирует нелегитимность пост-майдановской власти в соответствии с трехмерной концепцией легитимности Д. Битхема, представленной в первой главе (напомним, что в соответствии с данной концепцией власть может быть признана легитимной, если, во-первых, она соответствует установленной системе норм и правил, во-вторых, данные правила могут быть подвергнуты верификации путем ссылки на убеждения граждан, и, в-третьих, согласие граждан с властью выражается в конкретных действиях). Кроме того, в период обострения конфликта на Востоке Украины в данный фрейм включается констатация жестокости новой украинской власти, что выражается в презентации «Антитеррористической операции» как войны против собственных граждан, акта принуждения к повиновению.

В качестве примера трансляции данного фрейма можно привести сюжет, где освещалось формирование нового правительства 27 февраля 2014 года в сюжете программы «Вести»:

«*С самого утра народ с майдана потянулся к Верховной Раде контролировать работу парламента - теперь здесь так. Но сюрпризов никто не ждал, ведь состав кабинета министров утверждали на народном вече… За кандидатов голосуют в буквальном смысле - громко кричат - это и есть поддержка.*

*Получилось - почти все ключевые посты достались сторонникам Юлии Тимошенко, но на площади такой вариант нравится далеко не всем уже сейчас - а что потом, когда правительство начнет работать?*

*Утверждение нового кабинета министров - последний вопрос в повестке дня Рады. Видимо, не случайно - и так уже все решили, как обычно - на одной площади за всю страну.*

*Снежные баррикады вокруг майдана… разбирать их никто не торопится…Здесь говорят, что будут стоять до тех пор, пока не будут уверены, что новая власть их устраивает. Вот только за всю историю независимой Украины так не случалось, чтобы люди были довольны своим правительством*»[[176]](#footnote-176).

Визуальными средствами фрейминга подчеркивается несогласие граждан с новой властью (как правило, это демонстрация эпизодов, связанных с протестной активностью). Например, в сюжете о согласовании кандидатов на государственные посты с вече на Майдане описание неоднозначной реакции протестующих сопровождалось кадрами, демонстрирующими пикеты против предложенных кандидатур *(Приложение 9).*

В качестве примеров средств выразительности речи, транслирующих данный фрейм, могут послужить следующие выражения: *«майданная власть», «революционное правительство», «революционная Рада», «перестановки под диктовку Майдана», «киевский переворот», «самопровозглашенное правительство», «формирование по принципу «а что ты сделал для революции?»* и т.д.

В целях трансляции данного фрейма в сюжеты включаются цитаты, как правило, жителей Украины, ее восточных областей и Крыма, с помощью чего передается недовольство граждан новым правительством, недоверие к нему. Такое мнение, например, высказывает житель Донбасса, вышедший на протесты в защиту Павла Губарева (арестованного губернатора, избранного протестующими вместо назначенного из Киева Сергея Таруты): «*Это торжество безобразия, когда в Киеве вооруженные молодчики захватывали здания - они теперь пересели в кресла. Они теперь парламент. И мы теперь должны им подчиняться. А мы когда пришли сюда безоружные высказывать свои требования, даже страшно - только танков нет: собаки, лошади, вооруженная милиция*»[[177]](#footnote-177). Кроме того, также цитируются эксперты и выступающие против Майдана политики, констатирующие незаконность смены власти и нелегитимность принимаемых ею решений.

*Фрейм «неэффективность новой украинской власти»* связан с интерпретацией деятельности новой украинской власти как неэффективной. Стоит отметить, что в нем очень значима экономическая составляющая –глубокое кризисное состояние украинской экономики рассматривается как «наследие Майдана», создавшего для Украины риск её превращения в распадающееся на части несостоятельное государство. И в данной связи заостряется внимание на действиях нового правительства, которое вынуждено принимать непопулярные меры для того, чтобы получить кредит от МВФ – данные решения рассматриваются сквозь призму того, как они повлияют на социально незащищенные слои граждан. Кроме того, указывается на неспособность новой власти стабилизировать обстановку в других сферах: обеспечить безопасность граждан и нейтрализовать радикальные группировки, наладить стабильную работу государственных структур (например, набрать новых сотрудников в ряды МВД). Отдельно также стоит отметить акцент на назначении бизнесменов губернаторами регионов (Коломойский, Тарута), что рассматривается как неисполнение одного из требований Майдана ‒ отстранения олигархата от власти.

В качестве примера можно привести сюжет программы «Вести» от 4 марта 2014 г., освещающий встречу украинского правительства с Госсекретарем США Дж. Керри:

«…*в Киеве уже вовсю работали эксперты МВФ чтобы предъявить условия, на которых Украина может получить 15 миллиардов долларов кредита… но дела так плохи, что премьер готов уже на все…*

*И действительно, казна пуста, гривна за время кризиса подешевела наполовину, и поэтому Валютный фонд уже требует резко сократить расходы, а значит, заморозить зарплаты и пенсии, поднять тарифы на услуги ЖКХ, а еще на газ, который и без того с апреля дорожает. Тем, кто ночует на Майдане, об этом не рассказывают*…»[[178]](#footnote-178).

Визуальные средства фрейминга не выражены ярко – повествование о глубоком кризисе экономики иллюстрируют кадры, ограничивающиеся демонстрацией очередей у банкоматов, пунктов обмена валют.

В качестве примеров средств выразительности, сопровождающих данный фрейм, можно привести следующее: *«беспорядки - удовольствие дорогое», «помогите, кто чем может», «забрезжило страшное для любой экономики слово на букву «Д». Дефолт», «обнищание населения», «попытки залатать дыру в бюджете за счёт обычных людей»* и т.п. Также частым средством фрейминга в данном случае выступает статистика, отражающая рост цен, снижение соц выплат, рост государственного долга Украины и т.п.

В целях трансляции данного фрейма приводятся, как правило, высказывания представителей новой власти, констатирующие необходимость принятия непопулярных мер, мнения граждан украины, выражающие недовольство повышением цен, снижением или невыплатой пенсий и зарплат, а также утверждающие необходимость жесткой экономии. Кроме того, зачастую присутствуют оценки экспертов, констатирующих кризисное положение украинской экономики. Например, приводится цитата экономиста В. Белова: «*Выплаты пенсий, выплаты стипендий - это уже дело начала марта и денег нет. Просто студенты не получат свои стипендии, пенсионеры не получат пенсии, соответственно, предприятия, которые раньше получали какие-то дотации, не будут получать эти дотации. Государство с точки зрения своих обязательств перед населением, перед государственным сектором, банкрот*...»[[179]](#footnote-179).

*Фрейм «ответная реакция».* Данная схема интерпретации имеет два проявления. С одной стороны, она присутствует в освещении митингов и демонстраций против Евромайдана, сопровождавшими данную цепь событий с самого её начала и имевшими место после смены власти, с другой – содержится в сюжетах о действиях жителей и представителей власти Восточных областей Украины и Крыма по «обеспечению собственной безопасности». Действия в период Евромайдана презентуются как поддержка легитимной власти в связи с тем, что повестка протестующих проитворечит интересам жителей указанных регионов. Дальнейшая активность интерпретируется как ответ на действия радикалов, представляющих угрозу для жизни граждан, а также как противодействие решениям новой власти, идущими в разрез с интересами жителей Восточной Украины и Крыма. Что примечательно, в формулировке обоснования решения о проведении референдума в Крыму присутствовала строчка «в связи с отсутствием легитимных органов государственной власти в Украине», а в качестве одной из основных причин принятия данного указывалась отмена Закона Кивалова-Колесниченко – закона о языке. При этом также демонстрируются позитивные последствия данных действий (прежде всего, тех, что связаны с организацией самообороны – констатируется, что это позволило не допустить произвола радикальных группировок).

К примеру, следующим образом освещались альтернативные митинги в начале Евромайдана в эфире программы «Время» от 12 декабря 2013 г.:

«*Из центральных, восточных и южных областей в Киев едут десятки тысяч бюджетников, шахтеров и промышленников. Многие для этого даже взяли отпуска за свой счет.*

*В украинскую столицу добираются поездами и автобусами. Евроинтеграция в нынешнем виде грозит тысячам семей безработицей и невыплатой пенсий. Сторонники действующей власти выступают за то, чтобы Европу для начала построить на Украине»[[180]](#footnote-180).*

Тем не менее, наиболее полно данный фрейм начинает раскрываться после радикализации протестов (в некотором смысле как фрейм, оппонирующий вышерассмотренной схеме «разгул радикализма»). В качестве примера можно привести сюжет программы «Вести» от 29 января 2014 года:

«*Уже несколько дней в столице Крыма – Симферополе – проходят акции протеста «СТОП-Майдан». После того, как появились сообщения, что украинские националисты собираются взять штурмом здание Совета министров, люди окружили цепью Совмин и теперь охраняют его круглосуточно.*

*Утром неизвестные бутылками с зажигательной смесью забросали здание Компартии Украины… в ответ на улицы вышли казачьи дружины. В Севастополе под охрану взяты улицы, общественные учреждения, органы власти.*

*Севастополь сегодня, пожалуй ‒ главный город крымского сопротивления украинским националистам… в отличие от экстремистских истерик Майдана, крымские сходы – это, скорее, народное вече*…»[[181]](#footnote-181).

В данном фрейме активно применяются визуальные средства. Что примечательно, они резко контрастируют с визуалом фрейма «разгул радикализма»: транслирующие данную схему сюжеты, как правило, не содержат сцен насилия и беспорядков, передается обстановка спокойствия и безопасности. Есть случаи, когда указанные фреймы присутствуют в одном сюжете (т.е. демонтрация проявлений радикального протеста сочетается с трансляцией безопасной обстановки), что усиливает эмоциональное воздействие фрейма. В *Приложении 10* приведен пример эпизода, сопровождавшего повествование об акциях «СТОП-Майдан».

Примерами средств выразительности речи, используемых в целях формирования фрейма, могут выступать следующие выражения: *«Крым – бастион сопротивления националистам», «здесь готовятся дать отпор», «в оцеплении стоят все вместе плечом к плечу, охраняя порядок», «отряды обороны держатся уверенно», «народная оборона города», «руки прочь от референдума»* и т.п.

Наиболее часто данный фрейм формируется с помощью цитат жителей Крыма и Восточной Украины, выражающих готовность не допустить «произвол» и «хаос». В качестве примера может служить комментарий жителя Харькова, приводимый в сюжете о митингах против экстремизма на Майдане: «*Мы против того, чтобы фашизм проник на нашу территорию, на нашу Харьковщину. Он уже захватил Киев, к сожалению, город-герой Киев позорно сдался. Но Харьков не сдастся*»[[182]](#footnote-182). Кроме того, часто приводятся цитаты представителей власти данных регионов, с помощью которых транслируется обоснование «защитных» решений. Например, так Сергей Аксенов прокомментировал решение о передвижении на более ранний срок сроков Крымского референдума: «*Понимая, что данный конфликт вышел уже за пределы разумного, мы приняли решение ускорить ситуацию, связанную с проведением референдума, и планируем провести его в марте этого года. Ориентировочная дата проведения референдума - 30 марта 2014 года*»[[183]](#footnote-183).

*Фрейм «Воссоединение».* Данный фрейм обосновывает справедливость Крымского референдума через позиционирование его как «воссоединения» и указание на то, что Республика Крым и Севастополь имеют более тесную связь с Российской Федерацией, нежели с Украиной. В рассматриваемом фрейме проявляется три аспекта.

Во-первых, это обоснование с помощью исторического нарратива и акутализации исторических символов – акцент на том, что Крымский полуостров находился в составе Российской империи еще со времен Екатерины II, в состав Украины был включен в результате «волюнтаристского решения Хрущева», Севастополь является городом «воинской славы», история оборон которого выступает важной частью нашей истории.

Во-вторых, в данном фрейме присутствует акцент на том, что Крым – преимущественно русскоязычный регион, в котором абсолютное большинство жителей говорят на русском языке и являются носителями русской идентичности, что демонстрируется с помощью включения в сюжеты статистической информации, связанной с переписями и опросами населения, а также примеров, демонстрирующих это (например, освещался случай пожилого жителя Крыма, не получившего украинский паспорт после распада СССР, но непременно собирающегося стать гражданином Российской Федерации).

В-третьих, указание на глубокие социокультурные и экономические связи Ресублики Крым и Севастополя с Россией в целом и отдельными ее регионами. Так, акцентируется внимание на том, что у многих жителей Крыма есть родственники в областях, граничащих с полуостровом, имеет место активное экономическое сотрудничество крымских регионов с российскими (особо освещалось, например, заключение договора о сотрудничестве между Крымом и Татарстаном – подчеркивалась заинтересованность российского региона в сотрудничестве в бизнесе, взаимодействии с крымскими татарами). Кроме того, данная связь наглядно демонстрируется через освещение акций в поддержку крымчан в российских городах. Как правило, проявляется данный фрейм в эфирах с начала марта и до подписания договора между Российской Федерацией и Республикой Крым 18 марта.

Первый аспект фрейма, помимо упоминания исторической составляющей в репортажах о Крымском референдуме, раскрывался в отдельных сюжетах. В качестве примера можно привести сюжет программы «Вести» от 7 марта 2014 года:

«*Украинский Крым – историческое недоразумение и волюнтаристский ход советского генсека…*

*Таврическая губерния Российской империи, Крымская Автономная Социалистическая Республика в составе СССР, наконец, Крымская область после Великой Отечественной. В 53-м, после смерти Сталина, пока в Кремле царит раздрай, Хрущев тайно посещает Крым, чтобы вернуться в Москву с готовым и необъяснимым решением – отдать полуостров Украинской ССР.*

*Этап обязательного рассмотрения на пленумах Президиумов Верховных Советов республик и СССР элегантно пропустили, несмотря на то что Севастополь – символ русской славы – подчинялся Москве и имел самостоятельный статус. После передачи Крыма он автоматически стал украинским городом*…»[[184]](#footnote-184).

Остальные аспекты раскрывались, к примеру, в сюжете о митингах в российских городах от 3 марта в программе «Время»:

«*Акции в поддержку русскоязычного населения на Украине прошли в нескольких российских городах…*

*Нас слишком много связывает, - считают волгоградцы. Севастополь, как и Волгоград, - город-герой. Но они еще и города-побратимы. Сейчас жители собирают деньги и гуманитарную помощь для тех, по кому сильнее всех бьет украинский финансовый кризис - стариков, детей и инвалидов.*

*Подобные митинги проходят по всей России. В центре Иркутска собрались четыре тысячи человек с плакатами «Крым, Россия с вами», «Майдан не пройдет», «Севастополь, мы с тобой».*

*Мы не просто соседи - признавались сегодня люди. У нас общая история и общие праздники. А в беде мы всегда умели объединяться и не давать друг друга в обиду*»[[185]](#footnote-185).

Визуальные средства, применяемые в целях формирования фрейма, многообразны. Так, исторический аспект фрейма сопровождается хрониками, съемками, передающими исторические символы. Например, отдельное внимание в день подписания договора между Крымом и Россией было уделено месту, где происходило событие – Екатерининскому залу Кремля, где выбит девиз «Отторгнутое – присоединять» *(Приложение 11).*

Другие аспекты фрейма раскрывались с помощью инфографики (в случае, если речь идет о статистических данных), трансляции записей встреч представителей Крыма и регионов России (выше упоминалось, что встрече Сергея Аксенова и Рустама Минниханова был посвящен отдельный сюжет), записей митингов в российских городах. В качестве примера в *Приложении 12* приведен кадр из вышеотмеченного сюжета программы «Время».

Дополнительными примерами средств выразительности речи, формирующими данный фрейм могут служить следующие выражения: *«Крым и Украина переплетены с Россией миллионами судеб», «сопричастность судьбе Крыма объединяет всех», «Крым был, есть и будет Россией», «день, который войдет в историю»* и т.п.

Такое средство фрейминга, как цитирование, представлено двумя векторами. Во-первых, это цитаты представителей власти Крыма и Российской Федерации. Во-вторых, высказывания жителей полуострова и российских граждан. До референдума с помощью цитирования транслируется надежда на лучшее будущее и воссоединение Крыма с Россией, после – связанный с этим оптимизм. В качестве примера приведем небольшой комментарий жителя Хабаровска на митинге в поддержку Крыма: «*Это и есть наше государство, это наши люди, наши граждане*»[[186]](#footnote-186).

*Фрейм «народовластие».* Данный фрейм презентует Крымский референдум как реализацию народом права на самоопределение. При этом делается акцент на том, что только жители Крыма и Севастополя решают судьбу полуострова. Что примечательно, еще до проведения референдума констатируется, что выбор крымчан очевиден – большинство проголосоует за вхождение в состав Росиийской Федерации. Последнее подтверждается акцентом на том, что именно воля народа Крыма стала отправной точкой при принятии решении о проведении референдума, и это подкрепляется указанием на поддержку данного решения ‒ освещаются митинги и демонстрации с российскими триколорами и пророссийскими лозунгами, привествующие действия крымской власти. Кроме того, подкпрепляющей данный фрейм информацией выступает статистика. До проведения референдума озвучиваются данные опросов общественного мнения, подтверждающие массовость поддержки решений, после – результаты плебисцита, на основании чего констатируется, что жители Крыма были единогласны в своем выборе.

Например, следующим образом освещался процесс подготовки к референдуму в сюжете программы «Время» от 7 марта 2014 г.:

«…*с самого утра во всех госучреждениях Крыма работа шла полным ходом. Урны для голосования достают, расчехляют, приводят в порядок… Голос каждого должен быть услышан.*

*Уже сформированы рабочие группы, которые пойдут в народ, и будут разъяснять всем желающим суть референдума. Но, кажется, в городе людей, которые не понимают о чем речь, нет. И каждый уже определился.*

*Вслед за крымским Верховным Советом, в Севастополе на внеочередном заседании горсовета так же было принято решение о проведении референдума. Депутаты заседали не больше получаса. Голосовали единогласно. О своем историческом решении жителям депутаты объявили сами. На улице их с нетерпением ждали сотни людей»[[187]](#footnote-187).*

За день до этого сюжет о решении Верховного Совета Крыма сопровождалось следующими словами:

«*Постановление принято в соответствии с Конституцией Автономной Республики, по которой ответ большинства считается выражением прямого волеизъявление населения Крыма. Из 87 депутатов Верховного совета Крыма «за» проголосовали 78.*

*Перед Верховной радой Крыма с самого утра начали собираться люди. Когда им объявили о решении депутатов и зачитали вопросы, которые будут на референдуме, люди, кажется, тут же ответили, как будут голосовать*»[[188]](#footnote-188).

Визуальные средства фрейминга в данном случае связаны, как правило, с кадрами, подтверждающими утверждения о массовой поддержке крымчанами референдума: митинги и концерты в честь принятия решения о плебисците, очереди на избирательных участках в ходе его проведения. В качестве примера в *Приложении 13* приведен эпизод, демонстрирующий ликование севастопольцев в связи с решением депутатов.

В *Приложении 14* приведен пример эпизода в сюжете о референдуме, на фоне которого идет повествование о беспрецедентной явке.

В качестве примеров средств выразительности, применяющихся в данном фрейме, можно привести следующее: *«сбылась мечта, которую считали нереализуемой», «жители полуострова голосуют, с кем дальше жить и кем дальше быть», «этого дня ждали целых 23 года», «беспрецедентная явка», «референдум прошел удачно, и Крым начинает праздновать», «девиз на гербе республики – «Процветание в единстве» - обретет новый смысл и новое звучание»* и т.д.

Использования цитирования в данном фрейме во многом сходно с предыдущим фреймом (однако, в рамках данной схемы не цитируются российские граждане). Высказывания крымских политиков, как правило, передают принятое решение и выражают надежду на то, что оно будет поддержано народом (после референдума констатируется данная поддержка). К примеру, сюжете о подготовке к референдуму приводился следующий комментарий Сергея Аксенова: «*Уверен, что референдум 16 числа как раз одобрит решение Верховного совета Крыма. И, соответственно, граждане, которые давали нам мандат, поддержат нас в этом волеизъявлении*»[[189]](#footnote-189). Что же касается цитирований жителей полуострова, то они транслируют акцент на поддержке референдума. Примечательно, что приводятся также мнения представителей крымско-татарского народа, которые, как указывается, тоже поддержали решение о воссоединении России и Крыма, например: «*Я здесь родилась, я здесь жила. Я всю жизнь жила со всеми народами, я не различала никаких национальностей, у меня дети выросли, выучились… И как же я должна жить и воспитываться? Вот именно с этим народом. Многонациональным народом. Поэтому вот мои дети, я пришла. Я сказала ‒ я первая пойду выступать на этот референдум*»[[190]](#footnote-190).

*Фрейм «начало новой жизни».* Данный фрейм делает акцент на позитивных последствях референдума для Крыма. Первым компонентом фрейма выступает указание на то, что за 23 года нахождения в составе независимой Украины киевские власти не предпринимали никаких действий для развития полуострова, в связи с чем констатируется, что некогда процветающий Крым «превратился в дотационный регион». Кроме того, украинской властью за все время не были приняты решения, призванные учесть интересы народов, проживающих на данной территории. Помимо игнорирования русскоязычного большинства Крыма, не были решены проблемы крымско-татарского народа, связанные с реабилитацией и земельным вопросом.

В этой связи возникает второй аспект фрейма ‒ указание на то, что после вхождения Республики Крым и Севастополя в состав Российской Федерации те проблемы, которые волновали крымчан продолжительное время, будут решены. Так, утверждается, что, во-первых, социально-экономическое положение Крыма улучшится в связи с расширением сотрудничества с российскими компаниями и образованием на территории полуострова особой экономической зоны, переходом зарплат и социальных выплат на российские стандарты, во-вторых, русскоязычное население, получив гражданство Российской Федерации, перестанет быть меньшинством, с интересами которого не считаются, и, в-третьих, будут решены проблемы крымско-татарского народа в связи с тем, что в России уже с 1991 года действует Закон «О реабилитации репрессированных народов» и законодательство, закрепляющее многонациональный характер государства, а новая власть обратит внимание на неузаконенные постройки (что примечательно, в качестве причины изначальной поддержки крымскими татарами новой украинской власти указывалась их надежда на то, что данная поддержка поможет решить вышеуказаные проблемы).

Наконец, после референдума актуализируется еще один аспект фрейма – демонстрация активно процесса интеграции Крыма в состав Российской Федерации: массовая выдача гражданства, посещение полуострова депутатами Федерального Собрания и членами Правителсьтва России для оценки ситуации и наладки рабочих процессов «на месте», формирование новых институтов (в том числе, призванных учитывать интересы всех этнических групп, населяющих Крым), выдача зарплат и социальных выплат без потерь (а в дальнейшем – увеличение их объемов) и т.д.

В качестве примера можно привести выдержку из сюжета программы «Вести» от 25 марта 2014 года о начале интеграции Крыма в российское политическое и социально-экономиечское пространство:

«*В Севастополе зарплаты и пенсии начали выдавать в рублях, люди выстраиваются в очереди за российскими паспортами. Заработали управления Следственного комитета России, подписан приказ о создании региональных отделений Прокуратуры. Увеличена группировка МЧС, на полуостров прибывают спасатели и современная спецтехника. Представители Федеральной таможенной службы начинают начинают обучение крымских коллег. Ведущие медики из разных городов приезжают помочь крымским врачам. О всех этих переменах в сюжете…*

*…стариков Крыма ‒ они, по большей части, еще граждане Украины ‒ киевское руководство бросило. На пенсии не прислали ни гривны. Социальные выплаты, независимо от гражданства, осуществляет Россия.*

*На рубли в Крыму теперь можно купить любой товар… рубль – главная валюта.*

*Пока что пенсии у крымчан небольшие – эквивалент украинских. Когда жители полуострова получат российские паспорта, пенсия станет больше.*

*За тем, как идет процесс выдачи пенсий и зарплат в Крыму наблюдают руководители федеральных ведомств. Сегодня здесь работают глава Пенсионного фонда России Антон Дроздов и Министр труда Максим Топилин.*

*Тысячи крымчан уже стали гражданами России. С каждым днем все больше…*

*В Крыму надеются на более тесные связи с остальной Россией. Аэропорт Симферополя… уже готовится к наплыву туристов*»[[191]](#footnote-191).

Стоит отметить, что в эфир также выпускались отдельные сюжеты, посвященные проблемам крымско-татарского народа. В качестве примера можно привести сюжет программы «Вести» от 4 апреля 2014 года:

«*Сегодня Госсовет Крыма утвердил в своем составе кандидатуры представителей крымско-татарского населения. Такого в Крыму не было за весь украинский период. Представители третьей по численности общины полусотрова связывают с этим большие надежды…*

*…поселок крымских татар, возникший прямо в поле. Его и на карте нет, но люди здесь живут. За 23 года Украина для них ничего не сделала…*

*Юридически дом вообще не существует – закон о реабилитации депортированных народов на Украине так и не приняли. Земля, на которой живут крымские татары, никак за ними не закреплена.*

*Теперь все меняется кардинально. Линур Ислямов, известный здесь предприниматель, назначен заместителем премьер-министра Крыма. Крымские татары впервые за многие годы представлены в правительстве полуострова.*

*Поддерживать постоянную неопределенность и напряженность межэтнических отношений в Крыму было выгодно украинской власти. Сейчас же вопрос о земле будет решаться в первую очередь*…»[[192]](#footnote-192).

Визуальные средства, используемые для образования фрейма, передают процесс решения проблем и интеграции (кадры, демонстрирующие работу паспортных столов, выдачу пенсий, заседания Правительства Крыма, совещания с федеральными министрами и т.п.). Например, транслировалось заседание Госсовета Крыма по подготовке новой Конституции *(Приложение 15).*

В качестве примеров средств выразительности речи, использующимися для формирования фрейма, можно отметить следующее: *«Крым привыкает к жизни в новом статусе», «в городе двух морей надеются, что откроется море новых возможностей», «из России - с заботой о жителях Севастополя», «перемены, о которых в Крыму так долго мечтали»* и т.д.

В целях трансляции данного фрейма приводятся высказывания, во-первых, представителей власти Российской Федерации и Крыма, во-вторых, жителей полуострова. В первом случае с помощью цитат транслируются ключевые моменты принятых решений и их последствия, планы будущих действий, а также надежды на успешную интеграцию Крыма. В качестве примера можно слова Д. А. Медведева, произнесенные им во время заседания Правительства Российской Федерации в Крыму: «*В результате присоединения ни один житель Крыма, ни один житель Севастополя ничего не должен потерять, может только приобрести. Именно этого ждут от нас люди: создания условий спокойной и достойной жизни, уверенности в завтрашнем дне, ощущения того, что они являются частью сильной страны. И мы с вами должны эти ожидания оправдать*»[[193]](#footnote-193). Цитирование жителей полуострова транслирует позитивную реакцию на принимаемые решения, оптимизм и надежды на будущее. К примеру, при освещении процесса осуществления соц. выплат Российской Федерацией незадолго после референдума приводилось следующее мнение пенсионерки: «*Первый раз такой мешок денег получила! Украина бросила меня на произвол судьбы, а Россия взяла на себя обязательства, хотя я ни копейки денег ей не заплатила, ни налогов, ничего. Я просто удивлена! Я сегодня довольна, главное - и очередей нет. Довольна и счастлива*»[[194]](#footnote-194).

Выше были представлены фреймы, характерные только для событий политического кризиса в Украине. Общие схемы интерпретации референдумов, в свою очередь, в ходе анализа не были выявлены. Конечно, можно заметить, что фрейм «начало новой жизни» достаточно близок к «политическому», поскольку акцентирует внимание на последствиях плебисцита. Тем не менее, он проявляется уже после 16 марта 2014 года, поэтому невозможно утверждать его соответствие общему фрейму – как отмечалось выше, последний проявляется перед голосованием и демонстрирует его гипотетические результаты.

Итак, были представлены фреймы, характерные для сюжетов обеих информационных программ. Таким образом, стоит отметить, что фрейминг новостных сообщений ТВ-каналами «Россия-1» и «Первый» в содержательном аспекте осуществлялся в едином ключе, и рассматриваемые события презентовались в информационных программах данных СМИ сходным образом. Далее будет рассмотрено, присутствовали ли различия в фрейминге между телеканалами в количесвтенном измерении.

Прежде всего, необходимо предстваить общее количесто фреймов, а также динамику их присутствия в сюжетах. В ходе анализа было выявлено, что большинство (84,7%) отобранных сюжетов содержали фреймы. При этом стоит заметить, что зачастую в одном сюжете регистрировалось присутствие нескольких фреймов. Выявлено, что наиболее часто транслировались фреймы «разгул радикализма» и «нелегитимность», а также «ответная реакция» *(Приложение 16).*

Фреймы, проявляющиеся в сюжетах о событиях в рамках Крымского референдума («воссоединение», «народовластие» и «начало новой жизни») на фоне вышеотмеченных представлены не так ярко (тем не менее, в совокупности они сопоставимы с наиболее часто встречающимися фреймами). В качестве причины этого можно выделить тот факт, что подготовка и проведение референдума произошли в достаточно сжатые сроки (с 27 февраля по 16 марта 2014 г.), и это накладывало ограничения как на продолжительность освещения данного события, так и на возможности фрейминга, тогда как три наиболее часто встречающихся фрейма присутствовали в сюжетах о событиях политического кризиса в Украине на большей части выбранного для анализа периода. Можно также предположить, что российские федеральные телеканалы в виду специфики референдума опирались на стратегию совмещения делегитимационного и легитимационного векторов освещения событий в рамках Украинского кризиса. Действительно, если возвратиться к представленной в предыдущем разделе динамике тематик сюжетов, можно отметить, что событиям в Украине после смены власти уделялось даже немногим больше внимания, нежели Крымскому референдуму. В этой связи также необходимо также представить динамику фреймирования *(Приложение 17).*

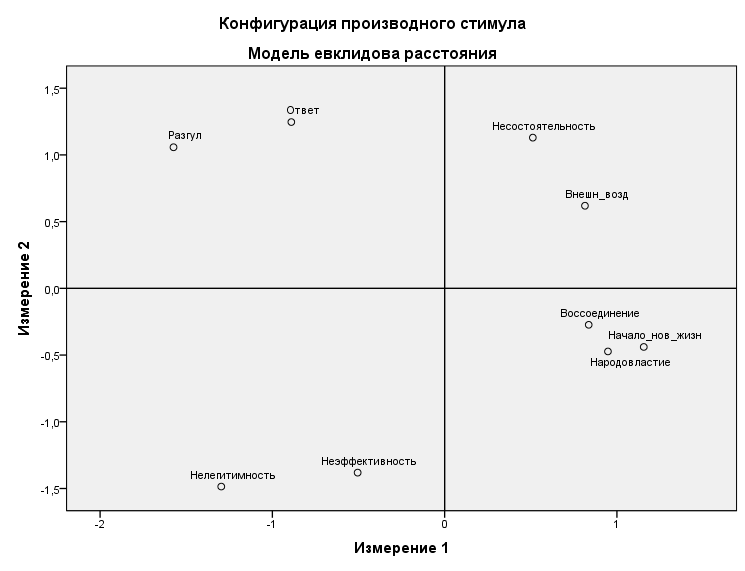
В наиболее активный в аспекте фрейминга период ‒ с конца февраля по конец марта ‒ превалируют, прежде всего, фреймы, не связанные напрямую с Крымским референдумом, что может подтверждать сказанное выше. Что же касается динамики в целом, то можно отметить, что всплеск активности фрейминга вместе с ростом частоты выпуска сюжетов с конца февраля связан со значением происходящих событий. Как утверждалось выше, принятие крымской властью решения о проведении референдума напрямую затрагивало национальные интересы Российской Федерации, что, следовательно, повышало интерес к данным событиям со стороны СМИ.

Также необходимо рассмотреть различия в количественном аспекте фрейминга между информационными программами «Время» и «Вести» (см. *Приложение 18)*.

В ходе анализа таблиц сопряженности было выявлено значимое различие между телеканалами только в случае фрейма «воссоединение», который присутствовал в сюжетах программы «Вести» заметно чаще (p-value < 0,05, станд. остаток по модулю больше ±1,6) *(Приложение 19)*. В остальном значимых различий между телеканалами не регистрируется, что может говорить о схожести осуществляемого ими фрейминга новостных сообщений о событиях политического кризиса в Украине в количественном аспекте. Таким образом, можно заключить, что оба телеканала демонстрируют идентичную линию фреймирования вышеуказанных событий.

Далее необходимо перейти к классификации обнаруженных фреймов. В целях повышения надежности и большей наглядности был использован метод многомерного шкалирования ( = 0,6341)*.*

Рисунок 2.1 Многомерное шкалирование: модель евклидова расстояния



По результатам реализации процедуры в отдельную группу были включены фреймы, связанные с событиями «Крымской весны» и имеющими легитимирующее содержание. В свою очередь, фреймы «нелегитимность» и «неэффективность» расположились на пространстве диаметрально противоположно «несостоятельности» и «внешнему воздействию» ‒ при сохранении делегитимирующего вектора как общего признака данных фреймов данное размежевание может объясняться их трансформацией во временной перспективе, поскольку после смены власти последние фреймы не практически не встречаются. Что примечательно, также отдельную группу составили фреймы «разгул радикализма» и «ответная реакция». Вероятно, это связано с тем, что содержательно данные фреймы тесно взаимосвязано и могут рассматриваться в схеме «вызов-ответ».

Многомерное шкалирование также позволило выявить латентные факторы, связанные с фреймингом новостных сообщений. Так, измерение 1 образуют, с одной стороны, фреймы «народовластие», «начало новой жизни», «воссоединение» и «внешнее воздействие», с другой – «нелегитимность», «разгул радикализма» и «ответная реакция». Можно предположить, что данная ось представляет различие по признаку освещения протестной/непротестной активности. Если первая группа фреймов не предполагает протест в качестве основной линии сюжета (в случае с «внешним воздействием» можно отметить, что в данном фрейме акцентируется внимание не столько на действиях протестующих, сколько на активности внешнеполитических игроков), то во втором случае наблюдается обратное.

Измерение 2 образуют фреймы, с одной стороны, «ответная реакция», «разгул радикализма» и «несостоятельность оппозиции», с другой – «неэффективность» и «нелегитимность». Данное размежевание может интерпретироваться по объекту, на который направлен фрейминг. Если в первом случае это акторы, не находящиеся на властных позициях, то во втором – напротив, власть предержащие. Это же объясняет, почему в данном измерении фреймы, связанные с Крымским референдумом, сместились ближе к центру – они присутствовали в освещении как действий крымской власти, так и гражданской активности.

Итак, в данном разделе был рассмотрен фрейминг новостных сообщений о политическом кризисе в Украине и, в частности, о «Крымской весне». Во-первых, было выделено и описано девять фреймов, через призму которых освещались указанные события телеканалами «Первый» и «Россия-1». Было выявлено, что три фрейма – «народовластие», «воссоединение» и «начало новой жизни» ‒ были характеры для презентации событий Крымского референдума и имели легитимационную направленность. Установлено, что общие фреймы референдумов не характерны для Крымского плебисцита. Во-вторых, была рассмотрена динамика фреймирования и произведено сравнение между телеканалами в аспекте количественного содержания фреймов. Было выявлено, что между проанализированными СМИ нет значительных различий, на основании чего было установлена схожесть освещения данными ТВ-каналами событий Кризиса в Украине. В-третьих, с помощью многомерного шкалирования была произведена классификация обнаруженных фреймов. Было отмечено три группы фреймов: делегитимирующие (куда вошли фреймы, связанные с событиями Евромайдана и последующим кризисным состоянием легитимности новой украинской власти), легитимирующие (направленные на обоснование Крымского референдума), а также отдельная группа, связанная с обоснованием действий жителей и властей Крыма и Восточных регионов по обеспечению безопасности. Было отмечено, что федеральные российские телеканалы активно совмещали как делегитимационный, так и легитимационный векторы фреймирования при освещении событий «Крымской весны».

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Следствием глобальной тенденции медиатизации политики, активно разворачивающейся в настоящее время, предстает неизбежное осознание политическими акторами важности медиаресурса для достижения собственных целей. Это касается, в частности, жизненно важной для власти потребности в обосновании легитимности порядка и принимаемых ею решений, что выражается в практике медиалегитимации. В свою очередь, в целях максимизации эффективности медиаполитики используется множество технологий, среди которых особое место занимает медиафрейминг.

Как было выявлено, фрейминг представляет собой особую стратегию обработки новостного дискурса, заключающуюся в преувеличении или преуменьшении «видимости» тех или иных сторон события. Данная стратегия позволяет медиа формировать и транслировать специфическую интерпретацию фактов реальности, устанавливать их причины и следствия, давать моральную оценку происходящему. При этом индивиды в ходе регулярного взаимодействия со СМИ принимают предлагаемые «рамки» восприятия событий и проблем, встраивая их в собственную картину мира.

В свою очередь, данный эффект активно используется политическими акторами в целях оказания воздействия на общественное мнение. В частности, медиафрейминг зачастую сопровождает информационные кампании, реализуемые в рамках референдумов. При этом транслируемые фреймы могут воздействовать не только на интерпретацию вопросов, выносимых на плебисцит, но и на выбор избирателей, общее восприятие референдума.

Анализ новостного дискурса телеканалов «Первый» и «Россия-1» о событиях политического кризиса в Украине показал, что медиафреймиг активно использовался федеральными российскими СМИ в целях легитимации Крымского референдума. При этом обосновывающий фрейминг соответствовал нескольким измерениям легитимности, рассмотренным в теоретической части работы. Так, фрейм «народовластие» связан с законностью и областью убеждений граждан, «начало новой жизни» ‒ с вопросами эффективности. В меньшей степени с выделенными аспектами легитимности может соотноситься фрейм «воссоединение», поскольку связан он, прежде всего, с историческим и социокультурным обоснованием плебисцита.

При этом в освещении событий «Крымской весны» отсутствовали общие фреймы, характерные для референдумов. Это было связано со специфичностью плебисцита, предопределенной событиями политического кризиса в Украине. Проведенный анализ показал, что, действительно, события Крымского референдума освещались российскими федеральными телеканалами с учетом общеукраинского контекста.

Это, в свою очередь, нашло свое отражение в особенностях медиафрейминга. Как показал анализ, телеканалы «Россия-1» и «Первый» полагались не только на легитимацию общекрымского референдума, но и на делегитимацию украинской власти. При этом данный вектор фрейминга претерпел содержательную трансформацию от дискредитации оппозиции в ходе «Евромайдана» до обоснования неэффективности, незаконности и непопулярности украинской власти после свержения В. Ф. Януковича.

Данная характеристика стратегии российских федеральных телеканалов по осуществлению фрейминга событий «Крымской весны» также подтверждается присутствием особых фреймов, раскрывающихся в логике «вызова-ответа»: если политический кризис в Украине интерпретировался как некая угроза безопасности и благосостоянию крымчан (прежде всего, это фрейм «разгул радикализма»), то референдум выступал в качестве средства защиты от данных угроз (фрейм «ответная реакция»).

При этом можно утверждать, что фрейминг со стороны тесно связанных с государством федеральных телеканалов носил технологический и осознанный характер. Подтверждение этому ‒ идентичность стратегий телеканалов «Россия-1» и «Первый» по освещению событий политического кризиса в Украине и, в частности, «Крымской весны». Это выражалось в схожести повесток телеканалов, близости фрейминга в количественном и качественном измерении.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что медиафрейминг выступает одним из важнейших инструментов обоснования принимаемых решений в ходе референдумов. При этом опыт «Крымской весны» показал, что плебисцит о статусе территории предполагал совмещение двух векторов фрейминга. С одной стороны, это легитимация референдума, с другой ‒ делегитимация власти того государства, в составе которого находится территория. Дальнейшие исследования могут показать, является ли данное сочетание частным случаем, проявившимся в ходе «Крымской весны», или особенностью, характерной для других референдумов.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Ачкасов, В. А. Легитимация власти в постсоциалистическом российском обществе / В. А. Ачкасов, С. М. Елисеев, С. А. Ланцов. – М.: Аспект-пресс, 1996. – 125 с.
2. Ачкасов, В. А. Политология (проблемы теории) / В. А. Ачкасов и др. ‒ СПб.: Издательство «Лань», 2000. ‒ 384 с.
3. Баранов, Н. А. Эволюция современной российской демократии: тенденции и перспективы / Н. А. Баранов. - Санкт-Петербург: БГТУ, 2008. ‒ 275 с.
4. Вайнберг, А. В. Легитимация и делегитимация выборной государственной власти в современной России: автореферат дис. ... кандидата юридических наук: 12.00.01 / Вайнберг Александр Валентинович. - Нижний Новгород, 2003. - 26 с.
5. Вахштайн, В. С. Теория фреймов как инструмент социологического анализа повседневного мира: диссертация ... кандидата социологических наук: 22.00.01. / Вахштайн Виктор Семенович. - Москва, 2007. - 168 с.
6. Вебер М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии: в 4 т. Т 1 / Макс Вебер; [пер. с нем.]; сост., общ. ред. и предисл. Л. Г. Ионина; ‒ М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. – 439 с.
7. Гофман И. Анализ фреймов: Эссе об организации повседневного опыта / Пер. с англ. Р.Е. Бумагина, Ю.А. Данилова, А.Д. Ковалева, О.А. Оберемко под ред. Г.С. Батыгина и Л.А. Козловой. М.: Институт социологии РАН; ФОМ, 2004. – 752 с.
8. Демушина О. Н. СМИ как инструмент легитимации институтов власти // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2008. – №. 3. C. 71-75.
9. Дмитренко Е. В. К вопросу о возможности фреймологического подхода к анализу коммуникации // Гуманітарний часопис. – 2014. – №. 2. – С. 45-53.
10. Дьякова Е. Г. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу // Полис. Политические исследования. – 2003. – №. 3. – С. 109-119.
11. Завершинский К. Ф. Легитимность: генезис, становление и развитие концепта // Полис. Политические исследования. – 2001. – №. 2. – С. 113-131.

Ильин М. В. Власть / М. В. Ильин, А. Ю. Мельвиль // – Полис. Политические исследования. ‒ 1997. ‒ № 6. ‒ С. 146-163.

1. Казаков А. А. Теория установления повестки дня vs. фрейминг: к вопросу о соотношении подходов // Журнал политической философии и социологии политики «Полития. Анализ. Хроника. Прогноз». – 2015. – №. 1 (76). – С. 103-113.
2. Керимов А. А. Легитимность политической власти: проблемы дефиниции и основные теоретические модели // Известия УрФУ. Серия 3. Общественные науки. – 2015. – Т. 10. – №. 1. – С. 81-91.
3. Лебедев Д. В., Мавлетова А. М. Исследования медиа-фреймов: обзор основных методологических подходов // Коммуникации. Медиа. Дизайн. – 2017. – Т. 2. – №. 3. – С. 79-102.
4. Лукьянова Г. В. Медиатехнологии конструирования постправды // ПОЛИТИКА. – 2017. – С. 132-133.
5. Лукьянова Г. В. Медиафрейминг как технология легитимации политической власти в современной России / /Политические коммуникации и публичная политика: концепции, методы, сравнение опыта: материалы ХХVII Всероссийского научного семинара. – Вика-Принт, 2016.
6. Макаренко, В.П. Власть и легитимность // Россия – США: опыт политического развития. – Ростов-на-Д., 1993. ‒ C. 83-108.
7. Мельвиль А. Ю. Демократический транзит в России ‒ сущностная неопределенность процесса и его результата // Космополис. Альманах. – 1997. – С. 66.
8. Некрасов С. И., Молчанова Н. С. Значение теории фреймов в современной науке // NOMOTHETIKA: Философия. Социология. Право. – 2009. – Т. 10. – №. 16 (71). – C. 13-17.
9. Пономарев, Н. Ф. Стратегии и технологии медиалегитимации власти: монография / Н. Ф. Пономарев. ‒ Пермь: Пермский гос. ун-т., 2010. - 191 с.
10. Реутов Е. В. Легитимация региональной власти в Российской Федерации: структура и практики / Реутов Е. В. ‒ Белгород: Изд-во БелГУ, 2007. - 228 с.
11. Шарков Ф. И. Политическая коммуникация в современном информационном обществе // PolitBook. – 2012. – №. 2. – С. 121-130.
12. Aarts K., Fladmoe A., Strömbäck J. Media and political trust across countries //How The Media Inform Democracy: A Comparative Approach, Toril Aalberg and James Curran, eds., Forthcoming. – 2010.
13. Almond G. A., Verba S. The civic culture revisited. – Little, Brown, 1980.
14. Badie B., Berg-Schlosser D., Morlino L. (ed.). International encyclopedia of political science. – Sage, 2011. – Т. 1.
15. Barker, R. Political legitimacy and the state. – Oxford: Clarendon, 1990.
16. Benford, R.D. An Insider`s Critique of the Social Movement Framing Perspective // Sociological Inquiry, №67, 1997. P.415-416.
17. Capella J. N., Jamieson K. H. Spirals of cynicism: The press and the public good. – 1997.
18. Chong D., Druckman J. N. A theory of framing and opinion formation in competitive elite environments //Journal of communication. – 2007. – Т. 57. – №. 1. – С. 99-118.
19. Chong D., Druckman J. N. Framing theory //Annu. Rev. Polit. Sci. – 2007. – Т. 10. – С. 103-126.
20. Coicaud J. M. Legitimacy and politics: a contribution to the study of political right and political responsibility. – Cambridge University Press, 2002.
21. Dahl R. Modern Political Analysis. Englewood Cliffs, NJ Pretence-Hall. – 1966.
22. D'Angelo P. Framing: media frames //The international encyclopedia of media effects. – 2017. – С. 1-10.
23. David B. The Legitimation of Power //Londres, McMillan. – 1991.
24. David C. C. et al. Finding frames: Comparing two methods of frame analysis //Communication Methods and Measures. – 2011. – Т. 5. – №. 4. – С. 329-351.
25. De Vreese C. H. News framing: Theory and typology //Information design journal & document design. – 2005. – Т. 13. – №. 1.
26. De Vreese C. H., Boomgaarden H. G., Semetko H. A. (In) direct framing effects: The effects of news media framing on public support for Turkish membership in the European Union //Communication Research. – 2011. – Т. 38. – №. 2. – С. 179-205.
27. Dekavalla M. Framing referendum campaigns: the 2014 Scottish independence referendum in the press //Media, Culture & Society. – 2016. – Т. 38. – №. 6. – С. 793-810.
28. Dekavalla M. Issue and game frames in the news: Frame-building factors in television coverage of the 2014 Scottish independence referendum //Journalism. – 2018. – Т. 19. – №. 11. – С. 1588-1607.
29. Dimitrova D. V. et al. War on the Web: The immediate news framing of Gulf War II //Harvard International Journal of Press/Politics. – 2005. – Т. 10. – №. 1. – С. 22-44.
30. Dogan M. Conceptions of legitimacy //Encyclopedia of government and politics. – 1992. – Т. 1. – С. 116-126.
31. Dogan M. Political legitimacy: new criteria and anachronistic theories //International Social Science Journal. – 2009. – Т. 60. – №. 196. – С. 195-210.
32. Dowding K. (ed.). Encyclopedia of power. – Sage Publications, 2011.
33. Easton D. A systems analysis of political life. – 1965.
34. Entman R. M. Framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents //Journal of communication. – 1991. – Т. 41. – №. 4. – С. 6-27.
35. Entman R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. – 1993.
36. Entman R. M., Matthes J., Pellicano L. Nature, sources, and effects of news framing //The handbook of journalism studies. – 2009. – С. 175-190.
37. Esser F. Mediatization as a challenge: Media logic versus political logic //Democracy in the Age of Globalization and Mediatization. – Palgrave Macmillan, London, 2013. – С. 155-176.
38. Gamson W. A., Modigliani A. Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach //American journal of sociology. – 1989. – Т. 95. – №. 1. – С. 1-37.
39. Habermas J., Legitimation crisis. – Beacon Press, 1975. – Т. 519.
40. Heisler, М. Politics in Europe. – N.Y., 1984.
41. Hellman M. What's in a Frame? Media Framing in the 2016 'Brexit' Referendum. – 2016.
42. Hobolt S. B. Framing Effects in Referendums on European Integration: Experimental Evidence. – 2009.
43. Igartua J. J., Cheng L., Muňiz C. Framing Latin America in the Spanish press: A cooled down friendship between two fraternal lands //Communications. – 2005. – Т. 30. – №. 3. – С. 359-372.
44. Iri M., Arcan H. E. The Orhan Pamuk Case: How mainstream Turkish media framed his freedom of speech //International Crossroads Conference. – 2006. – С. 2-23.
45. Iyengar S., Simon A. News coverage of the Gulf crisis and public opinion: A study of agenda-setting, priming, and framing //Communication research. – 1993. – Т. 20. – №. 3. – С. 365-383.
46. Kahneman D., Tversky A. Prospect theory //Econometrica. – 1980. – Т. 12.
47. Kaid L. L. (ed.). Handbook of political communication research. – Routledge, 2004.
48. Linstrom M., Marais W. Qualitative news frame analysis: A methodology //Communitas. – 2012. – Т. 17. – С. 21-38.
49. Linz J. J. Legitimacy of democracy and the socioeconomic system //Comparing pluralist democracies. – Routledge, 2019. – С. 65-113.
50. Lipset, S.M. Political man. The social basis of politics. – N.Y.: Doubleday, 1959.
51. Lundby K. Mediatization of Communication: Handbooks of Communication Science, vol. 21 //Berlin: De Gruter Mouton. – 2014.
52. Matthes J. What's in a frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1990-2005 //Journalism & Mass Communication Quarterly. – 2009. – Т. 86. – №. 2. – С. 349-367.
53. Matthes J., Kohring M. The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity //Journal of communication. – 2008. – Т. 58. – №. 2. – С. 258-279.
54. Mazzoleni G. Mediatization of politics //The international encyclopedia of communication. – 2008.
55. Mazzoleni G., Schulz W. " Mediatization" of politics: A challenge for democracy? //Political communication. – 1999. – Т. 16. – №. 3. – С. 247-261.
56. McCombs M. et al. Candidate images in Spanish elections: Second-level agenda-setting effects //Journalism & Mass Communication Quarterly. – 1997. – Т. 74. – №. 4. – С. 703-717.
57. McNair B. An introduction to political communication. – Taylor & Francis, 2017.
58. Merelman R. M. Learning and legitimacy // The American Political Science Review. – 1966. – Т. 60. – №. 3. – С. 548-561.
59. Nimmo D. New directions in political communication: A resource book. – SAGE Publications, Incorporated, 1990.
60. Pan Z., Kosicki G. M. Framing analysis: An approach to news discourse //Political communication. – 1993. – Т. 10. – №. 1. – С. 55-75.
61. Pan Z., Kosicki G. M. Framing as a strategic action in public deliberation //Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world. – 2001. – С. 35-65.
62. Pedersen R. T. News media framing of negative campaigning //Mass Communication and Society. – 2014. – Т. 17. – №. 6. – С. 898-919.
63. Reese S. D., Gandy Jr O. H., Grant A. E. (ed.). Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world. – Routledge, 2001.
64. Schaar J. H. Legitimacy in the modern state. – Transaction Publishers, 1981.
65. Scheufele B., Scheufele D. A. Of Spreading Activation, Applicability, and Schemas Conceptual Distinctions and Their Operational Implications //P. D’Angelo & JA Kuypers, Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives. New York: Routledge. – 2010.
66. Scheufele D. A. Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication //Mass communication & society. – 2000. – Т. 3. – №. 2-3. – С. 297-316.
67. Scheufele D. A. Framing as a theory of media effects //Journal of communication. – 1999. – Т. 49. – №. 1. – С. 103-122.
68. Schuck A. R. T., de Vreese C. H. Reversed mobilization in referendum campaigns: How positive news framing can mobilize the skeptics //The International Journal of Press/Politics. – 2009. – Т. 14. – №. 1. – С. 40-66.
69. Semetko H. A., de Vreese C. H. Political campaigning in referendums: Framing the referendum issue. – Routledge, 2004.
70. Semetko H. A., Valkenburg P. M. Framing European politics: A content analysis of press and television news //Journal of communication. – 2000. – Т. 50. – №. 2. – С. 93-109.
71. Strömbäck J. Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics //The international journal of press/politics. – 2008. – Т. 13. – №. 3. – С. 228-246.
72. Strömbäck J., Dimitrova D. V. Political and media systems matter: A comparison of election news coverage in Sweden and the United States //Harvard International Journal of Press/Politics. – 2006. – Т. 11. – №. 4. – С. 131-147.
73. Strömbäck J., Esser F. Mediatization of politics: Towards a theoretical framework //Mediatization of politics. – Palgrave Macmillan, London, 2014. – С. 3-28.
74. Suchman M. C. Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches //Academy of management review. – 1995. – Т. 20. – №. 3. – С. 571-610.
75. Tewksbury D., Scheufele D. A. News framing theory and research //Media effects. – Routledge, 2009. – С. 33-49.
76. Tyler T. R. Psychological perspectives on legitimacy and legitimation //Annu. Rev. Psychol. – 2006. – Т. 57. – С. 375-400.
77. Van Gorp B. The constructionist approach to framing: Bringing culture back in //Journal of communication. – 2007. – Т. 57. – №. 1. – С. 60-78.
78. Weatherford M. S. Measuring political legitimacy //The American political science review. – 1992. – С. 149-166.
79. Wimmer R. D., Dominick J. R. Mass media research: An introduction 8th ed //Belmont, CA: Thomson Higher Education. – 2006.

**Источники на электронных носителях**

1. Рейтинги СМИ / Медиалогия [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.mlg.ru/ratings/media/ (дата обращения: 20.03.2021).
2. Назван лидер по аудитории среди российских телеканалов в 2020 году / РИА-Новости [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ria.ru/20201225/telekanaly-1590857702.html> (дата обращения: 20.03.2021).
3. Источники информации: ТВ / Фонд «Общественное мнение» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://fom.ru/SMI-i-internet/14536 (дата обращения: 21.03.2021).
4. О телеканале / ВГТРК [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/television/article/2459478 (дата обращения: 22.03.2021).
5. Государство лишится контрольного пакета в «Первом канале» / РБК [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.rbc.ru/technology\_and\_media/22/12/2020/5fe224fb9a794724708617d2 (дата обращения: 22.03.2021).
6. Минфин предложил увеличить субсидии «Первому каналу» и ВГТРК / РБК [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.rbc.ru/technology\_and\_media/26/09/2019/5d8bf96e9a79471a8782ef5a (дата обращения: 23.03.2021).
7. Рейтинги / Mediascope [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://mediascope.net/data/> (дата обращения: 23.03.2021).
8. Вести. Эфир от 21.01.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vesti.ru/video/757835> (дата обращения: 21.04.2021).
9. Украинского священника новая власть объявила сепаратистом и всеми способами выживает из страны / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-03-26/46764-ukrainskogo\_svyaschennika\_novaya\_vlast\_ob\_yavila\_separatistom\_i\_vsemi\_sposobami\_vyzhivaet\_iz\_strany (дата обращения: 21.04.2021).
10. Противостояние власти и демонстрантов в Киеве носило позиционный характер / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.1tv.ru/news/2013-12-02/55068-protivostoyanie_vlasti_i_demonstrantov_v_kieve_nosilo_pozitsionnyy_harakter> (дата обращения: 21.04.2021).
11. Вести. Эфир от 27.01.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/759872 (дата обращения: 22.04.2021).
12. Вести. Эфир от 28.01.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/760223 (дата обращения: 22.04.2021).
13. В Киеве состоялась встреча президента Виктора Януковича с главой дипломатии Евросоюза Кэтрин Эштон/ Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2013-12-11/55681-v\_kieve\_sostoyalas\_vstrecha\_prezidenta\_viktora\_yanukovicha\_s\_glavoy\_diplomatii\_evrosoyuza\_ketrin\_eshton (дата обращения: 23.04.2021).
14. Вести. Эфир от 25.11.2013 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://smotrim.ru/video/710023 (дата обращения: 23.04.2021).
15. Глава дипломатии Евросоюза второй раз за последние сутки встречается с представителями оппозиции / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2013-12-11/55702-glava\_diplomatii\_evrosoyuza\_vtoroy\_raz\_za\_poslednie\_sutki\_vstrechaetsya\_s\_predstavitelyami\_oppozitsii (дата обращения: 23.04.2021).
16. Вести. Эфир от 27.02.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/771892 (дата обращения: 23.04.2021).
17. Новые митинги протеста в ключевых для экономики Украины восточных регионах: Донецке и Харькове / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-03-08/45470-novye\_mitingi\_protesta\_v\_klyuchevyh\_dlya\_ekonomiki\_ukrainy\_vostochnyh\_regionah\_donetske\_i\_harkove (дата обращения: 24.04.2021).
18. Вести. Эфир от 04.03.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://yandex.ru/video/preview/?text=%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D1%8D%D1%84%D0%B8%D1%80%20%D0%BE%D1%82%2004.03.2014&path=wizard&parent-reqid=1618760563562088-1616104687943936762100109-production-app-host-man-web-yp-27&wiz\_type=vital&filmId=5767808010035283104 (дата обращения: 24.04.2021).
19. Власти Украины предлагают объявить мораторий на любые силовые действия с обеих сторон/ Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2013-12-13/55877-vlasti\_ukrainy\_predlagayut\_ob\_yavit\_moratoriy\_na\_lyubye\_silovye\_deystviya\_s\_obeih\_storon (дата обращения: 24.04.2021).
20. Вести. Эфир от 29.02.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/771892 (дата обращения: 25.04.2021).
21. Новое руководство МВД призывает участников столкновений на Майдане снять маски и сдать оружие/ Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-02-26/52758-novoe\_rukovodstvo\_mvd\_prizyvaet\_uchastnikov\_stolknoveniy\_na\_maydane\_snyat\_maski\_i\_sdat\_oruzhie (дата обращения: 25.04.2021).
22. Вести. Эфир от 28.02.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/772297 (дата обращения: 25.04.2021).
23. Вести. Эфир от 07.03.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://smotrim.ru/video/774433 (дата обращения: 25.04.2021).
24. Акции в поддержку русскоязычного населения на Украине прошли в нескольких российских городах / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-03-04/45188-aktsii\_v\_podderzhku\_russkoyazychnogo\_naseleniya\_na\_ukraine\_proshli\_v\_neskolkih\_rossiyskih\_gorodah (дата обращения: 25.04.2021).
25. В Крыму началась активная подготовка к референдуму / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.1tv.ru/news/2014-03-07/45441-v_krymu_nachalas_aktivnaya_podgotovka_k_referendumu> (дата обращения: 26.04.2021).
26. Вести. Эфир от 06.03.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://yandex.ru/video/preview/?text=%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D1%8D%D1%84%D0%B8%D1%80%20%D0%BE%D1%82%2006.03.2014&path=wizard&parent-reqid=1618763829552390-557735375623997200900103-production-app-host-man-web-yp-265&wiz\_type=v4thumbs&filmId=1338031132276480017 (дата обращения: 26.04.2021).
27. Международные наблюдатели отметили прекрасную организацию референдума в Крыму / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-03-16/45980-mezhdunarodnye\_nablyudateli\_otmetili\_prekrasnuyu\_organizatsiyu\_referenduma\_v\_krymu (дата обращения: 26.04.2021).
28. Вести. Эфир от 25.03.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/780589 (дата обращения: 26.04.2021).
29. Вести. Эфир от 07.04.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://yandex.ru/video/preview/?text=%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D1%8D%D1%84%D0%B8%D1%80%20%D0%BE%D1%82%2004.04.2014&path=wizard&parent-reqid=1618790709721507-31101591336240872400162-production-app-host-man-web-yp-185&wiz\_type=vital&filmId=1516159807575292406 (дата обращения: 27.04.2021).
30. Вести. Эфир от 31.03.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/782756 (дата обращения: 27.04.2021).
31. В Крыму депутаты Государственного совета приняли новую Конституцию республики/ Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-04-11/47963-v\_krymu\_deputaty\_gosudarstvennogo\_soveta\_prinyali\_novuyu\_konstitutsiyu\_respubliki (дата обращения: 27.04.2021).

**ПРИЛОЖЕНИЯ**

Приложение 1. Динамика выпуска сюжетов о событиях политического кризиса в Украине

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Период  ТВ-канал | 21 ноября ‒ 21 декабря | 22 декабря – 22 января | 23 января – 23 февраля | 24 февраля – 25 марта | 26 марта – 26 апреля | Всего |
| «Россия-1» | 21 (8,3%) | 14 (5,6%) | 36 (14,3%) | 97 (38,5%) | 84 (33,3%) | 252 |
| «Первый» | 28 (11,5%) | 6 (2,5%) | 29 (11,9%) | 99 (40,6%) | 82 (33,6%) | 244 |
| Всего | 49 (9,9%) | 20 (4%) | 65 (13,1%) | 196 (39,5%) | 166 (33,5%) | 496 |

Приложение 2. Общая динамика выпуска сюжетов по тематикам

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Период  Тематика | 21 ноя ‒  21 дек | 22 дек –  22 ян | 23 ян –  23 фев | 24 фев –  25 мар | 26 мар –  26 апр | Всего |
| Евромайдан | 49 (40,5%) | 20 (16,5%) | 52 (43%) | - | - | 121 |
| Крымская весна | - | - | 3 (2,5%) | 84 (71,2%) | 31 (26,3%) | 118 |
| События на Востоке | - | - | - | 24 (21,8%) | 86 (78,2%) | 110 |
| Украина после смены власти | - | - | 10 (6,8%) | 88 (59,9%) | 49 (33,3%) | 147 |
| Всего | 49 (9,9%) | 20 (4%) | 65 (13,1%) | 196 (39,5%) | 166 (33,5%) | 496 |

Приложение 3. Представленность тематик в эфирах программ «Время» и «Вести»

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Комбинационная таблица Канал \* Тематика\_др** | | | | | | | |
|  | | | Тематика\_др | | | | Всего |
| Евромайдан | Крымская весна | Конфликт на Востоке | Украина после Майдана |
| Канал | Первый | Количество | 62 | 50 | 58 | 74 | 244 |
| Ожидаемое количество | 59,5 | 58,0 | 54,1 | 72,3 | 244,0 |
| % в Канал | 25,4% | 20,5% | 23,8% | 30,3% | 100,0% |
| % общего итога | 12,5% | 10,1% | 11,7% | 14,9% | 49,2% |
| Остаток | 2,5 | -8,0 | 3,9 | 1,7 |  |
| Россия-1 | Количество | 59 | 68 | 52 | 73 | 252 |
| Ожидаемое количество | 61,5 | 60,0 | 55,9 | 74,7 | 252,0 |
| % в Канал | 23,4% | 27,0% | 20,6% | 29,0% | 100,0% |
| % общего итога | 11,9% | 13,7% | 10,5% | 14,7% | 50,8% |
| Остаток | -2,5 | 8,0 | -3,9 | -1,7 |  |
| Всего | | Количество | 121 | 118 | 110 | 147 | 496 |
| Ожидаемое количество | 121,0 | 118,0 | 110,0 | 147,0 | 496,0 |
| % в Канал | 24,4% | 23,8% | 22,2% | 29,6% | 100,0% |
| % общего итога | 24,4% | 23,8% | 22,2% | 29,6% | 100,0% |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Критерии хи-квадрат** | | | |
|  | Значение | ст.св. | Асимптотическая значимость (2-сторонняя) |
| Хи-квадрат Пирсона | 3,026a | 3 | ,388 |
| Отношения правдоподобия | 3,036 | 3 | ,386 |
| Линейно-линейная связь | ,139 | 1 | ,709 |
| Количество допустимых наблюдений | 496 |  |  |
| a. Для числа ячеек 0 (0,0%) предполагается значение, меньше 5. Минимальное предполагаемое число равно 54,11. | | | |

Приложение 5. Динамика выпуска сюжетов по тематикам телеканалами «Первый» и «Россия-1»

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Период  Тематика | 21 ноя ‒  21 дек | 22 дек –  22 ян | 23 ян –  23 фев | 24 фев –  25 мар | 26 мар –  26 апр | Всего |
| «Первый» | | | | | | |
| Евромайдан | 28 (11,5%) | 6 (2,5%) | 28 (11,5%) | - | - | 62 |
| Крымская весна | - | - | - | 35 (14,3%) | 15 (6,1%) | 50 |
| События на Востоке | - | - | - | 20 (8,2%) | 38 (15,6%) | 58 |
| Украина после смены власти | - | - | 1 (0,4%) | 44 (18%) | 29 (11,9%) | 74 |
| Всего | 28 (11,5%) | 6 (2,5%) | 29 (11,9%) | 99 (40,6%) | 82 (33,6%) | 244 |
| «Россия-1» | | | | | | |
| Евромайдан | 21 (8,3%) | 14 (5,6%) | 24 (9,5%) | - | - | 59 |
| Крымская весна | - | - | 3 (1,2%) | 49 (19,4%) | 16 (6,3%) | 68 |
| События на Востоке | - | - | - | 4 (1,6%) | 48 (19%) | 52 |
| Украина после смены власти | - | - | 9 (3,6%) | 44 (17,5%) | 20 (7,9%) | 73 |
| Всего | 21 (8,3%) | 14 (5,6%) | 36 (14,3%) | 97 (38,5%) | 84 (33,3%) | 252 |

Приложение 6. Кадр сюжета программы «Вести» о протестах в ходе Евромайдана: протестующие избивают сотрудников «Беркута»[[195]](#footnote-195)



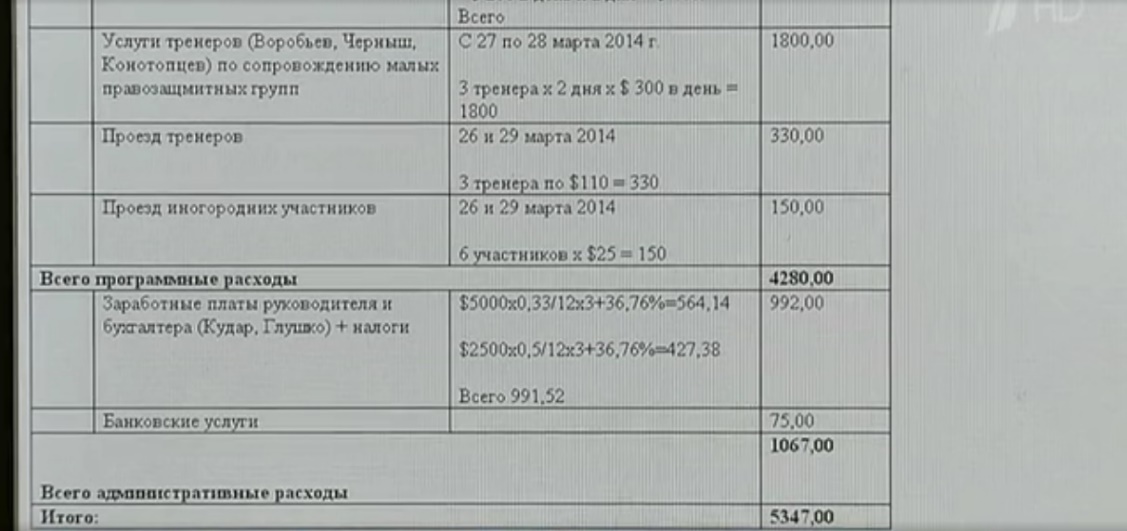
Приложение 7. Кадр сюжета программы «Вести» о протестах в ходе Евромайдана: протестующие используют огнетушитель против В. Кличко[[196]](#footnote-196)



Приложение 8. Кадр сюжета программы «Время» о протестах в ходе Евромайдана: Виктория Нуланд раздает выпечку протестующим и сотрудникам милиции[[197]](#footnote-197)



Приложение 9. Кадр сюжета программы «Время» о деятельности центров по подготовке HR-патрулей[[198]](#footnote-198)



Приложение 10. Кадр сюжета программы «Вести» о формировании нового правительства Украины: участник Майдана, пикетирующий против нового кабинета министров[[199]](#footnote-199)



Приложение 11. Кадр из сюжета программы «Вести» о митингах против Майдана: акция «СТОП-Майдан»[[200]](#footnote-200)



Приложение 12. Кадр сюжета программы «Время» о подписании договора между Крымом и Российской Федерацией: девиз в Екатерининском зале Кремля[[201]](#footnote-201)



Приложение 13. Кадр сюжета программы «Время» о митингах в российских городах в поддержку Крыма: демонстрация Волгограде[[202]](#footnote-202)



Приложение 14. Кадр из сюжета программы «Вести» о принятии севастопольскими депутатами решения о проведении референдума: ликование граждан[[203]](#footnote-203)



Приложение 15. Кадр из сюжета программы «Время» о ходе референдума: очереди на избирательных участках[[204]](#footnote-204)



Приложение 16. Кадр из сюжета программы «Время» о принятии Госсоветом Крыма новой Конституции: процесс подготовки проекта[[205]](#footnote-205)



Приложение 17. Количество фреймов в сюжетах программ "Время" и "Вести" об украинском кризисе

Приложение 17. Динамика содержания фреймов в сюжетах информационных программ «Вести» и «Время» о событиях Украинского кризиса

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Период  Фрейм | 21 ноя ‒  21 дек | 22 дек –  22 ян | 23 ян –  23 фев | 24 фев –  25 мар | 26 мар –  26 апр | Всего |
| Разгул радикализма | 17 (12,2%) | 16 (11,5%) | 35 (25,2%) | 45 (32,4%) | 26 (18,7%) | 139 |
| Несостоят. оппозиции | 27 (46,6%) | 9 (15,5%) | 20 (34,5%) | 2 (3,4%) | - | 58 |
| Межд. воздействие | 14 (33,3%) | 4 (9,5%) | 11 (26,2%) | 6 (14,3%) | 7 (16,7%) | 42 |
| Нелегит. | - | - | 3 (2,2%) | 63 (46,7%) | 69 (51,1%) | 135 |
| Неэффект. | - | - | 1 (1,3%) | 49 (65,3%) | 25 (33,3%) | 75 |
| Ответная реакция | 14 (12,5%) | 4 (3,6%) | 20 (17,9%) | 43 (38,4%) | 31 (27,7%) | 112 |
| Воссоединение | - | - | 1 (3,8%) | 23 (88,5%) | 2 (7,7%) | 26 |
| Народовластие | - | - | - | 39 (78%) | 11 (22%) | 50 |
| Началов нов. жизни | - | - | - | 25 (48,1%) | 27 (51,9%) | 52 |
| Всего | 72 | 33 | 91 | 295 | 198 | 689 |

Приложение 18. Количественное распределение фреймов по ТВ-каналам

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ТВ-канал  Фрейм | «Первый» | «Россия-1» | Всего |
| Разгул радикализма | 62 (44,6%) | 77 (55,4%) | 139 |
| Несостоят. оппозиции | 27 (46,6%) | 31 (53,4%) | 58 |
| Межд. воздействие | 18 (42,9%) | 24 (57,1%) | 42 |
| Нелегит. | 74 (54,8%) | 61 (45,2%) | 135 |
| Неэффект. | 43 (57,3%) | 32 (42,7%) | 75 |
| Ответная реакция | 58 (51,8%) | 54 (48,2%) | 112 |
| Воссоединение | 5 (19,2%) | 21 (80,8%) | 26 |
| Народовластие | 24 (48%) | 26 (52%) | 50 |
| Началов нов. жизни | 28 (53,8%) | 24 (46,2%) | 52 |
| Всего | 339 | 350 | 689 |

Приложение 19. Таблицы сопряженности. Представленность фреймов в сюжетах информационных программ «Вести» и «Время»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Перекрестная таблица** | | | | | |
|  | | | Есть\_фрейм | | Всего |
| Да | Нет |
| Канал | Первый | Количество | 205 | 39 | 244 |
| Ожидаемое количество | 206,6 | 37,4 | 244,0 |
| % в Канал | 84,0% | 16,0% | 100,0% |
| % общего итога | 41,3% | 7,9% | 49,2% |
| Остаток | -1,6 | 1,6 |  |
| Россия-1 | Количество | 215 | 37 | 252 |
| Ожидаемое количество | 213,4 | 38,6 | 252,0 |
| % в Канал | 85,3% | 14,7% | 100,0% |
| % общего итога | 43,3% | 7,5% | 50,8% |
| Остаток | 1,6 | -1,6 |  |
| Всего | | Количество | 420 | 76 | 496 |
| Ожидаемое количество | 420,0 | 76,0 | 496,0 |
| % в Канал | 84,7% | 15,3% | 100,0% |
| % общего итога | 84,7% | 15,3% | 100,0% |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерии хи-квадрат** | | | | | |
|  | Значение | ст.св. | Асимптотическая значимость (2-сторонняя) | Точная знч. (2-сторонняя) | Точная значимость (1-сторонняя) |
| Хи-квадрат Пирсона | ,162a | 1 | ,688 |  |  |
| Поправка на непрерывностьb | ,077 | 1 | ,781 |  |  |
| Отношения правдоподобия | ,162 | 1 | ,688 |  |  |
| Точный критерий Фишера |  |  |  | ,710 | ,391 |
| Линейно-линейная связь | ,161 | 1 | ,688 |  |  |
| Количество допустимых наблюдений | 496 |  |  |  |  |
| a. Для числа ячеек 0 (0,0%) предполагается значение, меньше 5. Минимальное предполагаемое число равно 37,39. | | | | | |
| b. Вычисляется только для таблицы 2x2 | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Перекрестная таблица** | | | | | |
|  | | | Произвол | | Всего |
| Да | Нет |
| Канал | Первый | Количество | 62 | 182 | 244 |
| Ожидаемое количество | 68,4 | 175,6 | 244,0 |
| % в Канал | 25,4% | 74,6% | 100,0% |
| % общего итога | 12,5% | 36,7% | 49,2% |
| Остаток | -6,4 | 6,4 |  |
| Россия-1 | Количество | 77 | 175 | 252 |
| Ожидаемое количество | 70,6 | 181,4 | 252,0 |
| % в Канал | 30,6% | 69,4% | 100,0% |
| % общего итога | 15,5% | 35,3% | 50,8% |
| Остаток | 6,4 | -6,4 |  |
| Всего | | Количество | 139 | 357 | 496 |
| Ожидаемое количество | 139,0 | 357,0 | 496,0 |
| % в Канал | 28,0% | 72,0% | 100,0% |
| % общего итога | 28,0% | 72,0% | 100,0% |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерии хи-квадрат** | | | | | |
|  | Значение | ст.св. | Асимптотическая значимость (2-сторонняя) | Точная знч. (2-сторонняя) | Точная значимость (1-сторонняя) |
| Хи-квадрат Пирсона | 1,627a | 1 | ,202 |  |  |
| Поправка на непрерывностьb | 1,382 | 1 | ,240 |  |  |
| Отношения правдоподобия | 1,630 | 1 | ,202 |  |  |
| Точный критерий Фишера |  |  |  | ,230 | ,120 |
| Линейно-линейная связь | 1,624 | 1 | ,203 |  |  |
| Количество допустимых наблюдений | 496 |  |  |  |  |
| a. Для числа ячеек 0 (0,0%) предполагается значение, меньше 5. Минимальное предполагаемое число равно 68,38. | | | | | |
| b. Вычисляется только для таблицы 2x2 | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Перекрестная таблица** | | | | | |
|  | | | Несост\_оппоз | | Всего |
| Да | Нет |
| Канал | Первый | Количество | 27 | 217 | 244 |
| Ожидаемое количество | 28,5 | 215,5 | 244,0 |
| % в Канал | 11,1% | 88,9% | 100,0% |
| % общего итога | 5,4% | 43,8% | 49,2% |
| Остаток | -1,5 | 1,5 |  |
| Россия-1 | Количество | 31 | 221 | 252 |
| Ожидаемое количество | 29,5 | 222,5 | 252,0 |
| % в Канал | 12,3% | 87,7% | 100,0% |
| % общего итога | 6,3% | 44,6% | 50,8% |
| Остаток | 1,5 | -1,5 |  |
| Всего | | Количество | 58 | 438 | 496 |
| Ожидаемое количество | 58,0 | 438,0 | 496,0 |
| % в Канал | 11,7% | 88,3% | 100,0% |
| % общего итога | 11,7% | 88,3% | 100,0% |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерии хи-квадрат** | | | | | |
|  | Значение | ст.св. | Асимптотическая значимость (2-сторонняя) | Точная знч. (2-сторонняя) | Точная значимость (1-сторонняя) |
| Хи-квадрат Пирсона | ,183a | 1 | ,668 |  |  |
| Поправка на непрерывностьb | ,083 | 1 | ,773 |  |  |
| Отношения правдоподобия | ,184 | 1 | ,668 |  |  |
| Точный критерий Фишера |  |  |  | ,678 | ,387 |
| Линейно-линейная связь | ,183 | 1 | ,669 |  |  |
| Количество допустимых наблюдений | 496 |  |  |  |  |
| a. Для числа ячеек 0 (0,0%) предполагается значение, меньше 5. Минимальное предполагаемое число равно 28,53. | | | | | |
| b. Вычисляется только для таблицы 2x2 | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Перекрестная таблица** | | | | | |
|  | | | Внешн\_возд | | Всего |
| Да | Нет |
| Канал | Первый | Количество | 18 | 226 | 244 |
| Ожидаемое количество | 20,7 | 223,3 | 244,0 |
| % в Канал | 7,4% | 92,6% | 100,0% |
| % общего итога | 3,6% | 45,6% | 49,2% |
| Остаток | -2,7 | 2,7 |  |
| Россия-1 | Количество | 24 | 228 | 252 |
| Ожидаемое количество | 21,3 | 230,7 | 252,0 |
| % в Канал | 9,5% | 90,5% | 100,0% |
| % общего итога | 4,8% | 46,0% | 50,8% |
| Остаток | 2,7 | -2,7 |  |
| Всего | | Количество | 42 | 454 | 496 |
| Ожидаемое количество | 42,0 | 454,0 | 496,0 |
| % в Канал | 8,5% | 91,5% | 100,0% |
| % общего итога | 8,5% | 91,5% | 100,0% |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерии хи-квадрат** | | | | | |
|  | Значение | ст.св. | Асимптотическая значимость (2-сторонняя) | Точная знч. (2-сторонняя) | Точная значимость (1-сторонняя) |
| Хи-квадрат Пирсона | ,737a | 1 | ,391 |  |  |
| Поправка на непрерывностьb | ,486 | 1 | ,486 |  |  |
| Отношения правдоподобия | ,740 | 1 | ,390 |  |  |
| Точный критерий Фишера |  |  |  | ,423 | ,243 |
| Линейно-линейная связь | ,736 | 1 | ,391 |  |  |
| Количество допустимых наблюдений | 496 |  |  |  |  |
| a. Для числа ячеек 0 (0,0%) предполагается значение, меньше 5. Минимальное предполагаемое число равно 20,66. | | | | | |
| b. Вычисляется только для таблицы 2x2 | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Перекрестная таблица** | | | | | |
|  | | | Нелегит | | Всего |
| Да | Нет |
| Канал | Первый | Количество | 74 | 170 | 244 |
| Ожидаемое количество | 66,4 | 177,6 | 244,0 |
| % в Канал | 30,3% | 69,7% | 100,0% |
| % общего итога | 14,9% | 34,3% | 49,2% |
| Остаток | 7,6 | -7,6 |  |
| Россия-1 | Количество | 61 | 191 | 252 |
| Ожидаемое количество | 68,6 | 183,4 | 252,0 |
| % в Канал | 24,2% | 75,8% | 100,0% |
| % общего итога | 12,3% | 38,5% | 50,8% |
| Остаток | -7,6 | 7,6 |  |
| Всего | | Количество | 135 | 361 | 496 |
| Ожидаемое количество | 135,0 | 361,0 | 496,0 |
| % в Канал | 27,2% | 72,8% | 100,0% |
| % общего итога | 27,2% | 72,8% | 100,0% |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерии хи-квадрат** | | | | | |
|  | Значение | ст.св. | Асимптотическая значимость (2-сторонняя) | Точная знч. (2-сторонняя) | Точная значимость (1-сторонняя) |
| Хи-квадрат Пирсона | 2,345a | 1 | ,126 |  |  |
| Поправка на непрерывностьb | 2,046 | 1 | ,153 |  |  |
| Отношения правдоподобия | 2,347 | 1 | ,126 |  |  |
| Точный критерий Фишера |  |  |  | ,131 | ,076 |
| Линейно-линейная связь | 2,340 | 1 | ,126 |  |  |
| Количество допустимых наблюдений | 496 |  |  |  |  |
| a. Для числа ячеек 0 (0,0%) предполагается значение, меньше 5. Минимальное предполагаемое число равно 66,41. | | | | | |
| b. Вычисляется только для таблицы 2x2 | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Перекрестная таблица** | | | | | |
|  | | | Неэффект | | Всего |
| Да | Нет |
| Канал | Первый | Количество | 43 | 201 | 244 |
| Ожидаемое количество | 36,9 | 207,1 | 244,0 |
| % в Канал | 17,6% | 82,4% | 100,0% |
| % общего итога | 8,7% | 40,5% | 49,2% |
| Остаток | 6,1 | -6,1 |  |
| Россия-1 | Количество | 32 | 220 | 252 |
| Ожидаемое количество | 38,1 | 213,9 | 252,0 |
| % в Канал | 12,7% | 87,3% | 100,0% |
| % общего итога | 6,5% | 44,4% | 50,8% |
| Остаток | -6,1 | 6,1 |  |
| Всего | | Количество | 75 | 421 | 496 |
| Ожидаемое количество | 75,0 | 421,0 | 496,0 |
| % в Канал | 15,1% | 84,9% | 100,0% |
| % общего итога | 15,1% | 84,9% | 100,0% |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерии хи-квадрат** | | | | | |
|  | Значение | ст.св. | Асимптотическая значимость (2-сторонняя) | Точная знч. (2-сторонняя) | Точная значимость (1-сторонняя) |
| Хи-квадрат Пирсона | 2,342a | 1 | ,126 |  |  |
| Поправка на непрерывностьb | 1,974 | 1 | ,160 |  |  |
| Отношения правдоподобия | 2,348 | 1 | ,125 |  |  |
| Точный критерий Фишера |  |  |  | ,134 | ,080 |
| Линейно-линейная связь | 2,338 | 1 | ,126 |  |  |
| Количество допустимых наблюдений | 496 |  |  |  |  |
| a. Для числа ячеек 0 (0,0%) предполагается значение, меньше 5. Минимальное предполагаемое число равно 36,90. | | | | | |
| b. Вычисляется только для таблицы 2x2 | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Перекрестная таблица** | | | | | |
|  | | | Воссоединение | | Всего |
| Да | Нет |
| Канал | Первый | Количество | 5 | 239 | 244 |
| Ожидаемое количество | 12,8 | 231,2 | 244,0 |
| % в Канал | 2,0% | 98,0% | 100,0% |
| % общего итога | 1,0% | 48,2% | 49,2% |
| Остаток | -7,8 | 7,8 |  |
| Россия-1 | Количество | 21 | 231 | 252 |
| Ожидаемое количество | 13,2 | 238,8 | 252,0 |
| % в Канал | 8,3% | 91,7% | 100,0% |
| % общего итога | 4,2% | 46,6% | 50,8% |
| Остаток | 7,8 | -7,8 |  |
| Всего | | Количество | 26 | 470 | 496 |
| Ожидаемое количество | 26,0 | 470,0 | 496,0 |
| % в Канал | 5,2% | 94,8% | 100,0% |
| % общего итога | 5,2% | 94,8% | 100,0% |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерии хи-квадрат** | | | | | |
|  | Значение | ст.св. | Асимптотическая значимость (2-сторонняя) | Точная знч. (2-сторонняя) | Точная значимость (1-сторонняя) |
| Хи-квадрат Пирсона | 9,856a | 1 | ,002 |  |  |
| Поправка на непрерывностьb | 8,631 | 1 | ,003 |  |  |
| Отношения правдоподобия | 10,594 | 1 | ,001 |  |  |
| Точный критерий Фишера |  |  |  | ,002 | ,001 |
| Линейно-линейная связь | 9,836 | 1 | ,002 |  |  |
| Количество допустимых наблюдений | 496 |  |  |  |  |
| a. Для числа ячеек 0 (0,0%) предполагается значение, меньше 5. Минимальное предполагаемое число равно 12,79. | | | | | |
| b. Вычисляется только для таблицы 2x2 | | | | | |

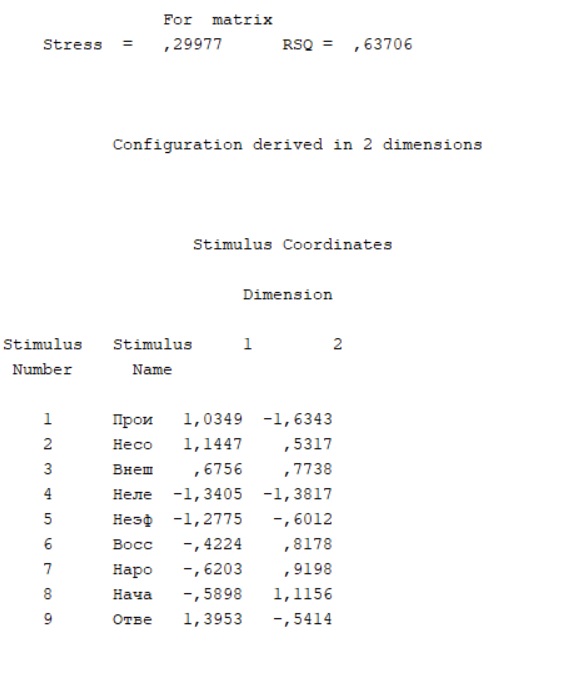
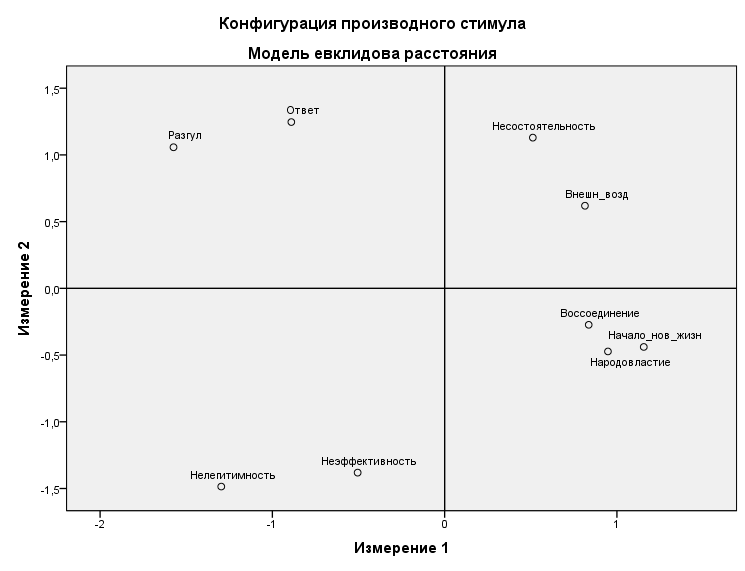
|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Перекрестная таблица** | | | | | |
|  | | | Народовластие | | Всего |
| Да | Нет |
| Канал | Первый | Количество | 24 | 220 | 244 |
| Ожидаемое количество | 24,6 | 219,4 | 244,0 |
| % в Канал | 9,8% | 90,2% | 100,0% |
| % общего итога | 4,8% | 44,4% | 49,2% |
| Остаток | -,6 | ,6 |  |
| Россия-1 | Количество | 26 | 226 | 252 |
| Ожидаемое количество | 25,4 | 226,6 | 252,0 |
| % в Канал | 10,3% | 89,7% | 100,0% |
| % общего итога | 5,2% | 45,6% | 50,8% |
| Остаток | ,6 | -,6 |  |
| Всего | | Количество | 50 | 446 | 496 |
| Ожидаемое количество | 50,0 | 446,0 | 496,0 |
| % в Канал | 10,1% | 89,9% | 100,0% |
| % общего итога | 10,1% | 89,9% | 100,0% |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерии хи-квадрат** | | | | | |
|  | Значение | ст.св. | Асимптотическая значимость (2-сторонняя) | Точная знч. (2-сторонняя) | Точная значимость (1-сторонняя) |
| Хи-квадрат Пирсона | ,032a | 1 | ,859 |  |  |
| Поправка на непрерывностьb | ,001 | 1 | ,977 |  |  |
| Отношения правдоподобия | ,032 | 1 | ,859 |  |  |
| Точный критерий Фишера |  |  |  | ,882 | ,489 |
| Линейно-линейная связь | ,032 | 1 | ,859 |  |  |
| Количество допустимых наблюдений | 496 |  |  |  |  |
| a. Для числа ячеек 0 (0,0%) предполагается значение, меньше 5. Минимальное предполагаемое число равно 24,60. | | | | | |
| b. Вычисляется только для таблицы 2x2 | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Перекрестная таблица** | | | | | |
|  | | | Начало\_нов\_жизн | | Всего |
| Да | Нет |
| Канал | Первый | Количество | 28 | 216 | 244 |
| Ожидаемое количество | 25,6 | 218,4 | 244,0 |
| % в Канал | 11,5% | 88,5% | 100,0% |
| % общего итога | 5,6% | 43,5% | 49,2% |
| Остаток | 2,4 | -2,4 |  |
| Россия-1 | Количество | 24 | 228 | 252 |
| Ожидаемое количество | 26,4 | 225,6 | 252,0 |
| % в Канал | 9,5% | 90,5% | 100,0% |
| % общего итога | 4,8% | 46,0% | 50,8% |
| Остаток | -2,4 | 2,4 |  |
| Всего | | Количество | 52 | 444 | 496 |
| Ожидаемое количество | 52,0 | 444,0 | 496,0 |
| % в Канал | 10,5% | 89,5% | 100,0% |
| % общего итога | 10,5% | 89,5% | 100,0% |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерии хи-квадрат** | | | | | |
|  | Значение | ст.св. | Асимптотическая значимость (2-сторонняя) | Точная знч. (2-сторонняя) | Точная значимость (1-сторонняя) |
| Хи-квадрат Пирсона | ,503a | 1 | ,478 |  |  |
| Поправка на непрерывностьb | ,317 | 1 | ,574 |  |  |
| Отношения правдоподобия | ,503 | 1 | ,478 |  |  |
| Точный критерий Фишера |  |  |  | ,558 | ,287 |
| Линейно-линейная связь | ,502 | 1 | ,479 |  |  |
| Количество допустимых наблюдений | 496 |  |  |  |  |
| a. Для числа ячеек 0 (0,0%) предполагается значение, меньше 5. Минимальное предполагаемое число равно 25,58. | | | | | |
| b. Вычисляется только для таблицы 2x2 | | | | | |

Приложение 20. Многомерное шкалирование: матрица евклидова расстояния



1. Lipset S. M. Political Man. The Social Bases of Politics Garden City. – Doubleday, 1960; Barker, R. Political legitimacy and the state. – Oxford: Clarendon, 1990; Linz J. J. Legitimacy of democracy and the socioeconomic system // Comparing pluralist democracies. – Routledge, 2019. – С. 65-113; Merelman R. M. Learning and legitimacy // The American Political Science Review. – 1966. – Т. 60. – №. 3. – С. 548-561. [↑](#footnote-ref-1)
2. Easton D. A systems analysis of political life. – 1965; Almond G. A., Verba S. The civic culture revisited. – Little, Brown, 1980. [↑](#footnote-ref-2)
3. Dogan M. Political legitimacy: new criteria and anachronistic theories //International Social Science Journal. – 2009. – Т. 60. – №. 196. – С. 195-210. [↑](#footnote-ref-3)
4. David B. The Legitimation of Power //Londres, McMillan. – 1991. [↑](#footnote-ref-4)
5. Weatherford M. S. Measuring political legitimacy //The American political science review. – 1992. – С. 149-166. [↑](#footnote-ref-5)
6. Мельвиль А. Ю. Демократический транзит в России—сущностная неопределенность процесса и его результата // Космополис. Альманах. – 1997. – С. 66; Ильин М. В., Мельвиль А. Ю. Власть . – Полис. Политические исследования. 1997. № 6. С. 146; Баранов Н. А. Эволюция современной российской демократии: тенденции и перспективы //Санкт-Петербург: Балт. гос. техн. ун-т. – 2008; Макаренко, В.П. Власть и легитимность / Россия – США: опыт политического развития. – Ростов-на/Д., 1993; Завершинский К. Ф. Легитимность: генезис, становление и развитие концепта //Полис. Политические исследования. – 2001. – №. 2. – С. 113-131. [↑](#footnote-ref-6)
7. Ачкасов В. А., Елисеев С. М., Ланцов С. А. Легитимация власти в постсоциалистическом российском обществе. – Аспект пресс, 1996. [↑](#footnote-ref-7)
8. Lipset S. M. Political Man. The Social Bases of Politics Garden City. – Doubleday, 1960; Dahl R. Modern Political Analysis. Englewood Cliffs, NJ Pretence-Hall. – 1966; Heisler, М. Politics in Europe. – N.Y., 1984; Habermas J., Legitimation crisis. – Beacon Press, 1975. – Т. 519. [↑](#footnote-ref-8)
9. Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта //М.: Институт социологии РаН. – 2003. – Т. 752; Kahneman D., Tversky A. Prospect theory //Econometrica. – 1980. – Т. 12; Benford, R.D. An Insider`s Critique of the Social Movement Framing Perspective // Sociological Inquiry, №67, 1997. P.415-416; [↑](#footnote-ref-9)
10. Вахштайн В. С. Теория фреймов как инструмент социологического анализа повседневного мира //М.: Гос. ун-т—Высш. шк. экономики. – 2007; Некрасов С. И., Молчанова Н. С. Значение теории фреймов в современной науке //NOMOTHETIKA: Философия. Социология. Право. – 2009. – Т. 10. – №. 16 (71); Дмитренко Е. В. К вопросу о возможности фреймологического подхода к анализу коммуникации //Гуманітарний часопис. – 2014. – №. 2. – С. 45-53. [↑](#footnote-ref-10)
11. Entman R. M. Framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents //Journal of communication. – 1991. – Т. 41. – №. 4. – С. 6-27; Iyengar S., Simon A. News coverage of the Gulf crisis and public opinion: A study of agenda-setting, priming, and framing //Communication research. – 1993. – Т. 20. – №. 3. – С. 365-383; McCombs M. et al. Candidate images in Spanish elections: Second-level agenda-setting effects //Journalism & Mass Communication Quarterly. – 1997. – Т. 74. – №. 4. – С. 703-717; Scheufele D. A. Framing as a theory of media effects //Journal of communication. – 1999. – Т. 49. – №. 1. – С. 103-122; Tewksbury D., Scheufele D. A. News framing theory and research //Media effects. – Routledge, 2009. – С. 33-49; D'Angelo P. Framing: media frames //The international encyclopedia of media effects. – 2017. – С. 1-10; Pan Z., Kosicki G. M. Framing analysis: An approach to news discourse //Political communication. – 1993. – Т. 10. – №. 1. – С. 55-75. [↑](#footnote-ref-11)
12. Iyengar S., Simon A. News coverage of the Gulf crisis and public opinion: A study of agenda-setting, priming, and framing //Communication research. – 1993. – Т. 20. – №. 3. – С. 365-383 [↑](#footnote-ref-12)
13. Entman R. M. Framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents //Journal of communication. – 1991. – Т. 41. – №. 4. – С. 6-27 [↑](#footnote-ref-13)
14. Pan Z., Kosicki G. M. Framing analysis: An approach to news discourse //Political communication. – 1993. – Т. 10. – №. 1. – С. 55-75. [↑](#footnote-ref-14)
15. Scheufele D. A. Framing as a theory of media effects //Journal of communication. – 1999. – Т. 49. – №. 1. – С. 103-122; Gamson W. A., Modigliani A. Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach //American journal of sociology. – 1989. – Т. 95. – №. 1. – С. 1-37. [↑](#footnote-ref-15)
16. Казаков А. А. Теория установления повестки дня vs. фрейминг: к вопросу о соотношении подходов //Журнал политической философии и социологии политики «Полития. Анализ. Хроника. Прогноз». – 2015. – №. 1 (76); Пономарев Н. Ф. Стратегии и технологии медиалегитимации власти. – 2010; Лукьянова Г. В. Медиатехнологии конструирования постправды //ПОЛИТИКА. – 2017. – С. 132. [↑](#footnote-ref-16)
17. Dekavalla M. Issue and game frames in the news: Frame-building factors in television coverage of the 2014 Scottish independence referendum //Journalism. – 2018. – Т. 19. – №. 11. – С. 1588-1607; Semetko H. A., de Vreese C. H. Political campaigning in referendums: Framing the referendum issue. – Routledge, 2004; Hellman M. What's in a Frame? Media Framing in the 2016 'Brexit' Referendum. – 2016; Hobolt S. B. Framing Effects in Referendums on European Integration: Experimental Evidence. – 2009; Schuck A. R. T., de Vreese C. H. Reversed mobilization in referendum campaigns: How positive news framing can mobilize the skeptics //The International Journal of Press/Politics. – 2009. – Т. 14. – №. 1. – С. 40-66. [↑](#footnote-ref-17)
18. Ачкасов В. и др. Политология (проблемы теории). – 2000. С. 118. [↑](#footnote-ref-18)
19. David B. The Legitimation of Power //Londres, McMillan. – 1991. P. 4. [↑](#footnote-ref-19)
20. Dogan M. Conceptions of legitimacy //Encyclopedia of government and politics. – 1992. – Т. 1. – С. 116-126. [↑](#footnote-ref-20)
21. David B. The Legitimation of Power //Londres, McMillan. – 1991. P. 4. [↑](#footnote-ref-21)
22. Ibid. P. 5. [↑](#footnote-ref-22)
23. Ibid. P. 6. [↑](#footnote-ref-23)
24. Вебер М. Хозяйство и общество //М.: Изд-во гу вшэ. – 2010. C. 370. [↑](#footnote-ref-24)
25. David B. The Legitimation of Power //Londres, McMillan. – 1991. P. 6. [↑](#footnote-ref-25)
26. Lipset, S.M. Political man. The social basis of politics. – N.Y.: Doubleday, 1959. P. 86. [↑](#footnote-ref-26)
27. Реутов Е. В. Легитимация региональной власти в Российской Федерации: структура и практики. – Белгородский гос. ун-т, 2007. C. 548. [↑](#footnote-ref-27)
28. Linz J. J. Legitimacy of democracy and the socioeconomic system //Comparing pluralist democracies. – Routledge, 2019. – С. 65-113. [↑](#footnote-ref-28)
29. Barker, R. Political legitimacy and the state. – Oxford: Clarendon, 1990. [↑](#footnote-ref-29)
30. Suchman M. C. Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches //Academy of management review. – 1995. – Т. 20. – №. 3. – С. 571-610. [↑](#footnote-ref-30)
31. Пономарев Н. Ф. Стратегии и технологии медиалегитимации власти. – 2010. C. 26. [↑](#footnote-ref-31)
32. Реутов Е. В. Легитимация региональной власти в Российской Федерации: структура и практики. – Белгородский гос. ун-т, 2007. C. 8. [↑](#footnote-ref-32)
33. Баранов Н. А. Эволюция современной российской демократии: тенденции и перспективы //Санкт-Петербург: Балт. гос. техн. ун-т. – 2008. C. 51. [↑](#footnote-ref-33)
34. Мельвиль А. Ю. Демократический транзит в России—сущностная неопределенность процесса и его результата //Космополис. Альманах. – 1997. – С. 66. [↑](#footnote-ref-34)
35. Макаренко, В.П. Власть и легитимность / Россия – США: опыт политического развития. – Ростов-на/Д., 1993. C. 90. [↑](#footnote-ref-35)
36. Завершинский К. Ф. Легитимность: генезис, становление и развитие концепта //Полис. Политические исследования. – 2001. – №. 2. – С. 113-131. [↑](#footnote-ref-36)
37. David B. The Legitimation of Power //Londres, McMillan. – 1991. P. 10. [↑](#footnote-ref-37)
38. Ibid. P. 9. [↑](#footnote-ref-38)
39. Ibid. P. 13. [↑](#footnote-ref-39)
40. Ibid. P. 12. [↑](#footnote-ref-40)
41. Ibid. P. 14. [↑](#footnote-ref-41)
42. Ibid. P. 16. [↑](#footnote-ref-42)
43. Ibid. P. 17. [↑](#footnote-ref-43)
44. Ibid. P. 18. [↑](#footnote-ref-44)
45. Ibid. P. 19. [↑](#footnote-ref-45)
46. Coicaud J. M. Legitimacy and politics: a contribution to the study of political right and political responsibility. – Cambridge University Press, 2002. P. 10. [↑](#footnote-ref-46)
47. Ibid. P. 10-25. [↑](#footnote-ref-47)
48. Weatherford M. S. Measuring political legitimacy //The American political science review. – 1992. – С. 149-166. [↑](#footnote-ref-48)
49. Ibid. [↑](#footnote-ref-49)
50. Dahl R. Modern Political Analysis. Englewood Cliffs, NJ Pretence-Hall. – 1966. P. 19. [↑](#footnote-ref-50)
51. Пономарев Н. Ф. Стратегии и технологии медиалегитимации власти. – 2010. C. 28. [↑](#footnote-ref-51)
52. Реутов Е. В. Легитимация региональной власти в Российской Федерации: структура и практики. – Белгородский гос. ун-т, 2007. C. 10. [↑](#footnote-ref-52)
53. Dowding K. (ed.). Encyclopedia of power. – Sage Publications, 2011. [↑](#footnote-ref-53)
54. David B. The Legitimation of Power //Londres, McMillan. – 1991. P. 19. [↑](#footnote-ref-54)
55. Tyler T. R. Psychological perspectives on legitimacy and legitimation //Annu. Rev. Psychol. – 2006. – Т. 57. – С. 375-400. [↑](#footnote-ref-55)
56. Пономарев Н. Ф. Стратегии и технологии медиалегитимации власти. – 2010. C. 29. [↑](#footnote-ref-56)
57. Iri M., Arcan H. E. The Orhan Pamuk Case: How mainstream Turkish media framed his freedom of speech //International Crossroads Conference. – 2006. – С. 2-23. [↑](#footnote-ref-57)
58. Pan Z., Kosicki G. M. Framing as a strategic action in public deliberation //Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world. – 2001. – С. 35-65. [↑](#footnote-ref-58)
59. Шарков Ф. И. Политическая коммуникация в современном информационном обществе //PolitBook. – 2012. – №. 2. [↑](#footnote-ref-59)
60. Badie B., Berg-Schlosser D., Morlino L. (ed.). International encyclopedia of political science. – Sage, 2011. – Т. 1. [↑](#footnote-ref-60)
61. McNair B. An introduction to political communication. – Taylor & Francis, 2017. P. 3. [↑](#footnote-ref-61)
62. Ibid. P. 4. [↑](#footnote-ref-62)
63. Nimmo D. New directions in political communication: A resource book. – SAGE Publications, Incorporated, 1990. [↑](#footnote-ref-63)
64. Пономарев Н. Ф. Стратегии и технологии медиалегитимации власти. – 2010. C. 33. [↑](#footnote-ref-64)
65. Демушина О. Н. СМИ как инструмент легитимации институтов власти //Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2008. – №. 3. [↑](#footnote-ref-65)
66. Дьякова Е. Г. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу //Полис. Политические исследования. – 2003. – №. 3. – С. 109-119. [↑](#footnote-ref-66)
67. Aarts K., Fladmoe A., Strömbäck J. Media and political trust across countries //How The Media Inform Democracy: A Comparative Approach, Toril Aalberg and James Curran, eds., Forthcoming. – 2010. [↑](#footnote-ref-67)
68. Ibid. [↑](#footnote-ref-68)
69. Mazzoleni G. Mediatization of politics //The international encyclopedia of communication. – 2008. [↑](#footnote-ref-69)
70. Lundby K. Mediatization of Communication: Handbooks of Communication Science, vol. 21 //Berlin: De Gruter Mouton. – 2014. P. 377. [↑](#footnote-ref-70)
71. Mazzoleni G., Schulz W. " Mediatization" of politics: A challenge for democracy? //Political communication. – 1999. – Т. 16. – №. 3. – С. 247-261. [↑](#footnote-ref-71)
72. Strömbäck J., Esser F. Mediatization of politics: Towards a theoretical framework //Mediatization of politics. – Palgrave Macmillan, London, 2014. – С. 3-28. [↑](#footnote-ref-72)
73. Mazzoleni G., Schulz W. " Mediatization" of politics: A challenge for democracy? //Political communication. – 1999. – Т. 16. – №. 3. – С. 247-261. [↑](#footnote-ref-73)
74. Esser F. Mediatization as a challenge: Media logic versus political logic //Democracy in the Age of Globalization and Mediatization. – Palgrave Macmillan, London, 2013. – С. 155-176. [↑](#footnote-ref-74)
75. Strömbäck J., Esser F. Mediatization of politics: Towards a theoretical framework //Mediatization of politics. – Palgrave Macmillan, London, 2014. – С. 3-28. [↑](#footnote-ref-75)
76. Esser F. Mediatization as a challenge: Media logic versus political logic //Democracy in the Age of Globalization and Mediatization. – Palgrave Macmillan, London, 2013. – С. 155-176. [↑](#footnote-ref-76)
77. Strömbäck J. Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics //The international journal of press/politics. – 2008. – Т. 13. – №. 3. – С. 228-246. [↑](#footnote-ref-77)
78. Ibid. [↑](#footnote-ref-78)
79. Ibid. [↑](#footnote-ref-79)
80. Mazzoleni G. Mediatization of politics //The international encyclopedia of communication. – 2008. [↑](#footnote-ref-80)
81. Пономарев Н. Ф. Стратегии и технологии медиалегитимации власти. – 2010. C. 43. [↑](#footnote-ref-81)
82. Mazzoleni G. Mediatization of politics //The international encyclopedia of communication. – 2008. [↑](#footnote-ref-82)
83. Пономарев Н. Ф. Стратегии и технологии медиалегитимации власти. – 2010. C. 44. [↑](#footnote-ref-83)
84. Mazzoleni G., Schulz W. " Mediatization" of politics: A challenge for democracy? //Political communication. – 1999. – Т. 16. – №. 3. – С. 247-261. [↑](#footnote-ref-84)
85. Lundby K. Mediatization of Communication: Handbooks of Communication Science, vol. 21 //Berlin: De Gruter Mouton. – 2014. P. 384. [↑](#footnote-ref-85)
86. Tewksbury D., Scheufele D. A. News framing theory and research //Media effects. – Routledge, 2009. – С. 33-49. P. 18 [↑](#footnote-ref-86)
87. Pan Z., Kosicki G. M. Framing analysis: An approach to news discourse //Political communication. – 1993. – Т. 10. – №. 1. – С. 55-75. [↑](#footnote-ref-87)
88. Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта //М.: Институт социологии РаН. – 2003. – Т. 752. C. 81 [↑](#footnote-ref-88)
89. Tewksbury D., Scheufele D. A. News framing theory and research //Media effects. – Routledge, 2009. – С. 33-49. P. 18. [↑](#footnote-ref-89)
90. Ibid. P. 19. [↑](#footnote-ref-90)
91. Entman R. M. Framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents //Journal of communication. – 1991. – Т. 41. – №. 4. – С. 6-27. [↑](#footnote-ref-91)
92. Scheufele D. A. Framing as a theory of media effects //Journal of communication. – 1999. – Т. 49. – №. 1. – С. 103-122. [↑](#footnote-ref-92)
93. Ibid. [↑](#footnote-ref-93)
94. Matthes J. What's in a frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1990-2005 //Journalism & Mass Communication Quarterly. – 2009. – Т. 86. – №. 2. – С. 349-367. [↑](#footnote-ref-94)
95. Entman R. M. Framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents //Journal of communication. – 1991. – Т. 41. – №. 4. – С. 6-27. [↑](#footnote-ref-95)
96. Ibid. [↑](#footnote-ref-96)
97. Entman R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. – 1993. [↑](#footnote-ref-97)
98. Reese S. D., Gandy Jr O. H., Grant A. E. (ed.). Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world. – Routledge, 2001. P. 230. [↑](#footnote-ref-98)
99. Chong D., Druckman J. N. Framing theory //Annu. Rev. Polit. Sci. – 2007. – Т. 10. – С. 103-126. [↑](#footnote-ref-99)
100. Pan Z., Kosicki G. M. Framing analysis: An approach to news discourse //Political communication. – 1993. – Т. 10. – №. 1. – С. 55-75. [↑](#footnote-ref-100)
101. Kaid L. L. (ed.). Handbook of political communication research. – Routledge, 2004. P. 263. [↑](#footnote-ref-101)
102. Лукьянова Г. В. Медиафрейминг как технология легитимации политической власти в современной России //Политические коммуникации и публичная политика: концепции, методы, сравнение опыта: материалы ХХVII Всероссийского научного семинара. – Вика-Принт, 2016. [↑](#footnote-ref-102)
103. D'Angelo P. Framing: media frames //The international encyclopedia of media effects. – 2017. – С. 1-10. [↑](#footnote-ref-103)
104. De Vreese C. H. News framing: Theory and typology //Information design journal & document design. – 2005. – Т. 13. – №. 1. [↑](#footnote-ref-104)
105. Scheufele D. A. Framing as a theory of media effects //Journal of communication. – 1999. – Т. 49. – №. 1. – С. 103-122. [↑](#footnote-ref-105)
106. Scheufele D. A. Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication //Mass communication & society. – 2000. – Т. 3. – №. 2-3. – С. 297-316. [↑](#footnote-ref-106)
107. Ibid. [↑](#footnote-ref-107)
108. Ibid. [↑](#footnote-ref-108)
109. Scheufele D. A. Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication //Mass communication & society. – 2000. – Т. 3. – №. 2-3. – С. 297-316. [↑](#footnote-ref-109)
110. Chong D., Druckman J. N. Framing theory //Annu. Rev. Polit. Sci. – 2007. – Т. 10. – С. 103-126. [↑](#footnote-ref-110)
111. Chong D., Druckman J. N. A theory of framing and opinion formation in competitive elite environments //Journal of communication. – 2007. – Т. 57. – №. 1. – С. 99-118. [↑](#footnote-ref-111)
112. De Vreese C. H. News framing: Theory and typology //Information design journal & document design. – 2005. – Т. 13. – №. 1. [↑](#footnote-ref-112)
113. Scheufele D. A. Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication //Mass communication & society. – 2000. – Т. 3. – №. 2-3. – С. 297-316. [↑](#footnote-ref-113)
114. Gamson W. A., Modigliani A. Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach //American journal of sociology. – 1989. – Т. 95. – №. 1. – С. 1-37. [↑](#footnote-ref-114)
115. Entman R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. – 1993. [↑](#footnote-ref-115)
116. Reese S. D., Gandy Jr O. H., Grant A. E. (ed.). Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world. – Routledge, 2001. P. 100. [↑](#footnote-ref-116)
117. Pan Z., Kosicki G. M. Framing analysis: An approach to news discourse //Political communication. – 1993. – Т. 10. – №. 1. – С. 55-75. [↑](#footnote-ref-117)
118. De Vreese C. H. News framing: Theory and typology //Information design journal & document design. – 2005. – Т. 13. – №. 1. [↑](#footnote-ref-118)
119. Iyengar S., Simon A. News coverage of the Gulf crisis and public opinion: A study of agenda-setting, priming, and framing //Communication research. – 1993. – Т. 20. – №. 3. – С. 365-383. [↑](#footnote-ref-119)
120. Ibid. [↑](#footnote-ref-120)
121. Semetko H. A., Valkenburg P. M. Framing European politics: A content analysis of press and television news //Journal of communication. – 2000. – Т. 50. – №. 2. – С. 93-109. [↑](#footnote-ref-121)
122. Capella J. N., Jamieson K. H. Spirals of cynicism: The press and the public good. – 1997. [↑](#footnote-ref-122)
123. Strömbäck J., Dimitrova D. V. Political and media systems matter: A comparison of election news coverage in Sweden and the United States //Harvard International Journal of Press/Politics. – 2006. – Т. 11. – №. 4. – С. 131-147. [↑](#footnote-ref-123)
124. Pedersen R. T. News media framing of negative campaigning //Mass Communication and Society. – 2014. – Т. 17. – №. 6. – С. 898-919. [↑](#footnote-ref-124)
125. Dekavalla M. Framing referendum campaigns: the 2014 Scottish independence referendum in the press //Media, Culture & Society. – 2016. – Т. 38. – №. 6. – С. 793-810. [↑](#footnote-ref-125)
126. Capella J. N., Jamieson K. H. Spirals of cynicism: The press and the public good. – 1997. [↑](#footnote-ref-126)
127. Dekavalla M. Framing referendum campaigns: the 2014 Scottish independence referendum in the press //Media, Culture & Society. – 2016. – Т. 38. – №. 6. – С. 793-810. [↑](#footnote-ref-127)
128. Dekavalla M. Issue and game frames in the news: Frame-building factors in television coverage of the 2014 Scottish independence referendum //Journalism. – 2018. – Т. 19. – №. 11. – С. 1588-1607. [↑](#footnote-ref-128)
129. Ibid. [↑](#footnote-ref-129)
130. Semetko H. A., de Vreese C. H. Political campaigning in referendums: Framing the referendum issue. – Routledge, 2004. [↑](#footnote-ref-130)
131. Ibibd. [↑](#footnote-ref-131)
132. Hellman M. What's in a Frame? Media Framing in the 2016 'Brexit' Referendum. – 2016. P. 52. [↑](#footnote-ref-132)
133. Dekavalla M. Framing referendum campaigns: the 2014 Scottish independence referendum in the press //Media, Culture & Society. – 2016. – Т. 38. – №. 6. – С. 793-810. [↑](#footnote-ref-133)
134. Semetko H. A., de Vreese C. H. Political campaigning in referendums: Framing the referendum issue. – Routledge, 2004. P. 102-103. [↑](#footnote-ref-134)
135. Hellman M. What's in a Frame? Media Framing in the 2016 'Brexit' Referendum. – 2016. P. 56-57. [↑](#footnote-ref-135)
136. Hobolt S. B. Framing Effects in Referendums on European Integration: Experimental Evidence. – 2009. [↑](#footnote-ref-136)
137. Schuck A. R. T., de Vreese C. H. Reversed mobilization in referendum campaigns: How positive news framing can mobilize the skeptics //The International Journal of Press/Politics. – 2009. – Т. 14. – №. 1. – С. 40-66. [↑](#footnote-ref-137)
138. De Vreese C. H., Boomgaarden H. G., Semetko H. A. (In) direct framing effects: The effects of news media framing on public support for Turkish membership in the European Union //Communication Research. – 2011. – Т. 38. – №. 2. – С. 179-205. [↑](#footnote-ref-138)
139. Entman R. M., Matthes J., Pellicano L. Nature, sources, and effects of news framing //The handbook of journalism studies. – 2009. – С. 175-190. P. 180-181. [↑](#footnote-ref-139)
140. Scheufele B., Scheufele D. A. Of Spreading Activation, Applicability, and Schemas Conceptual Distinctions and Their Operational Implications // P. D’Angelo & JA Kuypers, Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives. New York: Routledge. – 2010. [↑](#footnote-ref-140)
141. Semetko H. A., Valkenburg P. M. Framing European politics: A content analysis of press and television news //Journal of communication. – 2000. – Т. 50. – №. 2. – С. 93-109. [↑](#footnote-ref-141)
142. De Vreese C. H. News framing: Theory and typology //Information design journal & document design. – 2005. – Т. 13. – №. 1. [↑](#footnote-ref-142)
143. Matthes J., Kohring M. The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity //Journal of communication. – 2008. – Т. 58. – №. 2. – С. 258-279. [↑](#footnote-ref-143)
144. Semetko H. A., Valkenburg P. M. Framing European politics: A content analysis of press and television news //Journal of communication. – 2000. – Т. 50. – №. 2. – С. 93-109. [↑](#footnote-ref-144)
145. Matthes J., Kohring M. The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity //Journal of communication. – 2008. – Т. 58. – №. 2. – С. 258-279. [↑](#footnote-ref-145)
146. De Vreese C. H. News framing: Theory and typology //Information design journal & document design. – 2005. – Т. 13. – №. 1. [↑](#footnote-ref-146)
147. Semetko H. A., Valkenburg P. M. Framing European politics: A content analysis of press and television news //Journal of communication. – 2000. – Т. 50. – №. 2. – С. 93-109. [↑](#footnote-ref-147)
148. Igartua J. J., Cheng L., Muňiz C. Framing Latin America in the Spanish press: A cooled down friendship between two fraternal lands //Communications. – 2005. – Т. 30. – №. 3. – С. 359-372. [↑](#footnote-ref-148)
149. Dimitrova D. V. et al. War on the Web: The immediate news framing of Gulf War II //Harvard International Journal of Press/Politics. – 2005. – Т. 10. – №. 1. – С. 22-44. [↑](#footnote-ref-149)
150. Van Gorp B. The constructionist approach to framing: Bringing culture back in //Journal of communication. – 2007. – Т. 57. – №. 1. – С. 60-78. [↑](#footnote-ref-150)
151. Linstrom M., Marais W. Qualitative news frame analysis: A methodology //Communitas. – 2012. – Т. 17. – С. 21-38. [↑](#footnote-ref-151)
152. Wimmer R. D., Dominick J. R. Mass media research: An introduction 8th ed //Belmont, CA: Thomson Higher Education. – 2006. P. 158. [↑](#footnote-ref-152)
153. Linstrom M., Marais W. Qualitative news frame analysis: A methodology //Communitas. – 2012. – Т. 17. – С. 21-38. [↑](#footnote-ref-153)
154. Лебедев Д. В., Мавлетова А. М. Исследования медиа-фреймов: обзор основных методологических подходов //Коммуникации. Медиа. Дизайн. – 2017. – Т. 2. – №. 3. – С. 79-102. [↑](#footnote-ref-154)
155. Semetko H. A., Valkenburg P. M. Framing European politics: A content analysis of press and television news //Journal of communication. – 2000. – Т. 50. – №. 2. – С. 93-109. [↑](#footnote-ref-155)
156. Лебедев Д. В., Мавлетова А. М. Исследования медиа-фреймов: обзор основных методологических подходов //Коммуникации. Медиа. Дизайн. – 2017. – Т. 2. – №. 3. – С. 79-102. [↑](#footnote-ref-156)
157. Matthes J., Kohring M. The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity //Journal of communication. – 2008. – Т. 58. – №. 2. – С. 258-279. [↑](#footnote-ref-157)
158. David C. C. et al. Finding frames: Comparing two methods of frame analysis //Communication Methods and Measures. – 2011. – Т. 5. – №. 4. – С. 329-351. [↑](#footnote-ref-158)
159. Рейтинги СМИ / Медиалогия [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.mlg.ru/ratings/media/ (дата обращения: 20.03.2021). [↑](#footnote-ref-159)
160. Назван лидер по аудитории среди российских телеканалов в 2020 году / РИА-Новости [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ria.ru/20201225/telekanaly-1590857702.html (дата обращения: 20.03.2021). [↑](#footnote-ref-160)
161. Источники информации: ТВ / Фонд «Общественное мнение» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://fom.ru/SMI-i-internet/14536 (дата обращения: 21.03.2021). [↑](#footnote-ref-161)
162. О телеканале / ВГТРК [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/television/article/2459478 (дата обращения: 22.03.2021). [↑](#footnote-ref-162)
163. Государство лишится контрольного пакета в «Первом канале» / РБК [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.rbc.ru/technology\_and\_media/22/12/2020/5fe224fb9a794724708617d2 (дата обращения: 22.03.2021). [↑](#footnote-ref-163)
164. Минфин предложил увеличить субсидии «Первому каналу» и ВГТРК / РБК [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.rbc.ru/technology\_and\_media/26/09/2019/5d8bf96e9a79471a8782ef5a (дата обращения: 23.03.2021). [↑](#footnote-ref-164)
165. Рейтинги / Mediascope [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://mediascope.net/data/ (дата обращения: 23.03.2021). [↑](#footnote-ref-165)
166. Linstrom M., Marais W. Qualitative news frame analysis: A methodology //Communitas. – 2012. – Т. 17. – С. 21-38. [↑](#footnote-ref-166)
167. Вести. Эфир от 21.01.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/757835 (дата обращения: 21.04.2021). [↑](#footnote-ref-167)
168. Украинского священника новая власть объявила сепаратистом и всеми способами выживает из страны / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-03-26/46764-ukrainskogo\_svyaschennika\_novaya\_vlast\_ob\_yavila\_separatistom\_i\_vsemi\_sposobami\_vyzhivaet\_iz\_strany (дата обращения: 21.04.2021). [↑](#footnote-ref-168)
169. Вести. Эфир от 21.01.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/757835 (дата обращения: 21.04.2021). [↑](#footnote-ref-169)
170. Противостояние власти и демонстрантов в Киеве носило позиционный характер / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2013-12-02/55068-protivostoyanie\_vlasti\_i\_demonstrantov\_v\_kieve\_nosilo\_pozitsionnyy\_harakter (дата обращения: 21.04.2021). [↑](#footnote-ref-170)
171. Вести. Эфир от 27.01.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/759872 (дата обращения: 22.04.2021). [↑](#footnote-ref-171)
172. Вести. Эфир от 28.01.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/760223 (дата обращения: 22.04.2021). [↑](#footnote-ref-172)
173. В Киеве состоялась встреча президента Виктора Януковича с главой дипломатии Евросоюза Кэтрин Эштон/ Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2013-12-11/55681-v\_kieve\_sostoyalas\_vstrecha\_prezidenta\_viktora\_yanukovicha\_s\_glavoy\_diplomatii\_evrosoyuza\_ketrin\_eshton (дата обращения: 23.04.2021). [↑](#footnote-ref-173)
174. Вести. Эфир от 25.11.2013 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://smotrim.ru/video/710023 (дата обращения: 23.04.2021). [↑](#footnote-ref-174)
175. Глава дипломатии Евросоюза второй раз за последние сутки встречается с представителями оппозиции / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2013-12-11/55702-glava\_diplomatii\_evrosoyuza\_vtoroy\_raz\_za\_poslednie\_sutki\_vstrechaetsya\_s\_predstavitelyami\_oppozitsii (дата обращения: 23.04.2021). [↑](#footnote-ref-175)
176. Вести. Эфир от 27.02.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/771892 (дата обращения: 23.04.2021). [↑](#footnote-ref-176)
177. Новые митинги протеста в ключевых для экономики Украины восточных регионах: Донецке и Харькове / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-03-08/45470-novye\_mitingi\_protesta\_v\_klyuchevyh\_dlya\_ekonomiki\_ukrainy\_vostochnyh\_regionah\_donetske\_i\_harkove (дата обращения: 24.04.2021). [↑](#footnote-ref-177)
178. Вести. Эфир от 04.03.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://yandex.ru/video/preview/?text=%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D1%8D%D1%84%D0%B8%D1%80%20%D0%BE%D1%82%2004.03.2014&path=wizard&parent-reqid=1618760563562088-1616104687943936762100109-production-app-host-man-web-yp-27&wiz\_type=vital&filmId=5767808010035283104 (дата обращения: 24.04.2021). [↑](#footnote-ref-178)
179. Ibid. [↑](#footnote-ref-179)
180. Власти Украины предлагают объявить мораторий на любые силовые действия с обеих сторон/ Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2013-12-13/55877-vlasti\_ukrainy\_predlagayut\_ob\_yavit\_moratoriy\_na\_lyubye\_silovye\_deystviya\_s\_obeih\_storon (дата обращения: 24.04.2021). [↑](#footnote-ref-180)
181. Вести. Эфир от 29.02.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/771892 (дата обращения: 25.04.2021). [↑](#footnote-ref-181)
182. Новое руководство МВД призывает участников столкновений на Майдане снять маски и сдать оружие/ Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-02-26/52758-novoe\_rukovodstvo\_mvd\_prizyvaet\_uchastnikov\_stolknoveniy\_na\_maydane\_snyat\_maski\_i\_sdat\_oruzhie (дата обращения: 25.04.2021). [↑](#footnote-ref-182)
183. Вести. Эфир от 28.02.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/772297 (дата обращения: 25.04.2021). [↑](#footnote-ref-183)
184. Вести. Эфир от 07.03.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://smotrim.ru/video/774433 (дата обращения: 25.04.2021). [↑](#footnote-ref-184)
185. Акции в поддержку русскоязычного населения на Украине прошли в нескольких российских городах / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-03-04/45188-aktsii\_v\_podderzhku\_russkoyazychnogo\_naseleniya\_na\_ukraine\_proshli\_v\_neskolkih\_rossiyskih\_gorodah (дата обращения: 25.04.2021). [↑](#footnote-ref-185)
186. Акции в поддержку русскоязычного населения на Украине прошли в нескольких российских городах / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-03-04/45188-aktsii\_v\_podderzhku\_russkoyazychnogo\_naseleniya\_na\_ukraine\_proshli\_v\_neskolkih\_rossiyskih\_gorodah (дата обращения: 25.04.2021). [↑](#footnote-ref-186)
187. В Крыму началась активная подготовка к референдуму / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-03-07/45441-v\_krymu\_nachalas\_aktivnaya\_podgotovka\_k\_referendumu (дата обращения: 26.04.2021). [↑](#footnote-ref-187)
188. Вести. Эфир от 06.03.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://yandex.ru/video/preview/?text=%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D1%8D%D1%84%D0%B8%D1%80%20%D0%BE%D1%82%2006.03.2014&path=wizard&parent-reqid=1618763829552390-557735375623997200900103-production-app-host-man-web-yp-265&wiz\_type=v4thumbs&filmId=1338031132276480017 (дата обращения: 26.04.2021). [↑](#footnote-ref-188)
189. В Крыму началась активная подготовка к референдуму / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-03-07/45441-v\_krymu\_nachalas\_aktivnaya\_podgotovka\_k\_referendumu (дата обращения: 26.04.2021). [↑](#footnote-ref-189)
190. Международные наблюдатели отметили прекрасную организацию референдума в Крыму / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-03-16/45980-mezhdunarodnye\_nablyudateli\_otmetili\_prekrasnuyu\_organizatsiyu\_referenduma\_v\_krymu (дата обращения: 26.04.2021). [↑](#footnote-ref-190)
191. Вести. Эфир от 25.03.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/780589 (дата обращения: 26.04.2021). [↑](#footnote-ref-191)
192. Вести. Эфир от 07.04.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://yandex.ru/video/preview/?text=%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D1%8D%D1%84%D0%B8%D1%80%20%D0%BE%D1%82%2004.04.2014&path=wizard&parent-reqid=1618790709721507-31101591336240872400162-production-app-host-man-web-yp-185&wiz\_type=vital&filmId=1516159807575292406 (дата обращения: 27.04.2021). [↑](#footnote-ref-192)
193. Вести. Эфир от 31.03.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/782756 (дата обращения: 27.04.2021). [↑](#footnote-ref-193)
194. В Крыму депутаты Государственного совета приняли новую Конституцию республики/ Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-04-11/47963-v\_krymu\_deputaty\_gosudarstvennogo\_soveta\_prinyali\_novuyu\_konstitutsiyu\_respubliki (дата обращения: 27.04.2021). [↑](#footnote-ref-194)
195. Вести. Эфир от 21.01.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/757835 (дата обращения: 21.04.2021). [↑](#footnote-ref-195)
196. Вести. Эфир от 27.01.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/759872 (дата обращения: 22.04.2021). [↑](#footnote-ref-196)
197. В Киеве состоялась встреча президента Виктора Януковича с главой дипломатии Евросоюза Кэтрин Эштон/ Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2013-12-11/55681-v\_kieve\_sostoyalas\_vstrecha\_prezidenta\_viktora\_yanukovicha\_s\_glavoy\_diplomatii\_evrosoyuza\_ketrin\_eshton (дата обращения: 23.04.2021). [↑](#footnote-ref-197)
198. Кто на Украине будет оценивать деятельность центров, работа которых приводит к кровавым событиям? / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-03-25/46678-kto\_na\_ukraine\_budet\_otsenivat\_deyatelnost\_tsentrov\_rabota\_kotoryh\_privodit\_k\_krovavym\_sobytiyam (дата обращения: 23.04.2021). [↑](#footnote-ref-198)
199. Вести. Эфир от 28.02.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.vesti.ru/video/772297 (дата обращения: 25.04.2021). [↑](#footnote-ref-199)
200. Вести. Эфир от 25.11.2013 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://smotrim.ru/video/710023 [↑](#footnote-ref-200)
201. Подписан договор о принятии Крыма и Севастополя в состав России/ Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-03-18/46142-podpisan\_dogovor\_o\_prinyatii\_kryma\_i\_sevastopolya\_v\_sostav\_rossii (дата обращения: 23.04.2021). [↑](#footnote-ref-201)
202. Акции в поддержку русскоязычного населения на Украине прошли в нескольких российских городах / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-03-04/45188-aktsii\_v\_podderzhku\_russkoyazychnogo\_naseleniya\_na\_ukraine\_proshli\_v\_neskolkih\_rossiyskih\_gorodah (дата обращения: 25.04.2021). [↑](#footnote-ref-202)
203. 114. Вести. Эфир от 07.03.2014 / Вести [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://smotrim.ru/video/774433 (дата обращения: 25.04.2021). [↑](#footnote-ref-203)
204. Международные наблюдатели отметили прекрасную организацию референдума в Крыму / Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-03-16/45980-mezhdunarodnye\_nablyudateli\_otmetili\_prekrasnuyu\_organizatsiyu\_referenduma\_v\_krymu (дата обращения: 26.04.2021). [↑](#footnote-ref-204)
205. В Крыму депутаты Государственного совета приняли новую Конституцию республики/ Первый канал [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2014-04-11/47963-v\_krymu\_deputaty\_gosudarstvennogo\_soveta\_prinyali\_novuyu\_konstitutsiyu\_respubliki (дата обращения: 27.04.2021). [↑](#footnote-ref-205)