

Государственный PR и политическая элита в современной России

Governmental PR and political elite in contemporary Russia

УДК 32.019.2

Получено: 07.08.2019

Одобрено: 04.09.2019

Опубликовано: 25.09.2019

Быков И.А.

д-р политических наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет
e-mail: i.bykov@spbu.ru

Bykov I.A.

Doctor of Political Sciences, Associate Professor, St Petersburg State University
e-mail: i.bykov@spbu.ru

Аннотация

Целью настоящей работы является исследование проблемы функционирования государственного PR в современной России с использованием теории политических элит. В статье приводится краткий анализ подходов к определению государственного PR, предпринимается попытка применения теории политических элит к идентификации базисного субъекта государственного PR, а также фиксируются уровни поддержки деятельности политических институтов, согласно опросам общественного мнения. Представленный анализ показывает, что в России имеет место значительный перекоп в сторону административных методов управления и мобилизационной повестки. Это связано с тем, что в политической элите России существует значительная диспропорция репрезентации основных социальных групп в органах власти. Эта диспропорция сложилась благодаря успеху представителей «силовых структур», особенно в высших эшелонах власти. При всех успехах государственного PR в современной России и высоких рейтингах центральных и силовых институтов, подобная конфигурация власти приводит к серьезным проблемам функционирования служб по связям с общественностью в институтах региональной, местной, законодательной и судебной власти. Мобилизационные технологии государственного PR в России, приведшие к консолидации политической элиты и формированию «Крымского консенсуса» в обществе, в последние годы демонстрируют свои естественные ограничения.

Ключевые слова: политическая элита, государственный PR, связи с общественностью, политическая пропаганда, политическая коммуникация.

Abstract

The article aims to study the functioning of governmental PR in modern Russia using the theory of political elites. The article provides a brief analysis of approaches to define governmental PR. The author attempts to apply the theory of political elites to the identification of the basic subject of governmental PR. Also, the article summarizes results of opinion polls to estimate the levels of support for the activities of political institutions. The presented analysis shows that in Russia there is a significant bias towards administrative management methods and the mobilization agenda. This is due to the fact that in the political elite of Russia there is a significant disproportion in the representation of the main social groups in government. This imbalance was due to the success of representatives of the "power structures", especially in the highest echelons of power. Despite the successes of state PR in modern Russia and the high ratings of central and

power institutions, such a configuration of power leads to serious problems in the functioning of public relations services in regional, local, legislative, and judicial institutions. The mobilization technologies of state PR in Russia, which led to the consolidation of the political elite and the formation of the “Crimean consensus” in society, in recent years have been demonstrating their natural limitations.

Keywords: political elite, governmental PR, public relations, political propaganda, political communication.

К вопросу об уточнении термина «государственный PR»

Выделение государственного PR в отдельную суботрасль связей с общественностью предполагает выработку и уточнение терминологического аппарата. В самом общем виде государственный PR сводится к созданию и поддержанию эффективной коммуникационной среды, которая способствует решению стоящих перед государством задач. Одно из первых определений М.А. Шишкиной указывает на то, что государственный PR – это «информационно-коммуникативная деятельность, осуществляемая государственными субъектами широкого спектра (предприятиями, органами власти и т.д.), направленная на широкую общественность (бизнес, общественные организации, партии и общественные движения, СМИ, население)» [19, с. 119-120]. Очевидно, что замена «государственный» на «бизнес» легко создает дефиницию PR в бизнесе и т.п. Данное определение обрисовывает общие границы, но не указывает на специфику государственного PR.

Уточнение данного определения предпринимается в известной книге А.А. Маркова, который указывает на то, что «в отличие от коммерческих или общественных организаций, где... специалист по связям с общественностью отождествляется только со своей организацией... в органах государственной власти, такой же представитель связей с общественностью конкретной государственной структуры (от федеральной до муниципальной, законодательной или исполнительной) отождествим не только со своей структурой, но еще и – как представитель государства. Поэтому, формируя и реализуя информационную и имиджевую политику некоей государственной структуры, следует понимать, что даже в малом формате эта работа представляет собой не просто позиционирование определенного государственного учреждения в глазах общества, но и государства в целом» [14, с. 3]. Очевидно, государственный PR должен быть направлен на решение общегосударственных задач, а не на удовлетворение сиюминутных интересов одного или нескольких политических акторов. С другой стороны, практически невозможно формирование единой и синхронной информационной политики всех органов власти. С точки зрения теории разделения властей и создания системы сдержек и противовесов должна быть определенная конкуренция между органами власти, в том числе и в информационном пространстве. Представленное А.А. Марковым определение верно в части ориентации на институциональные основы государственного PR, но не точно в плане возможности формирования тотальной и унифицированной государственной системы в современных условиях.

В специальной литературе также дебатруется вопрос о различиях государственного и коммерческого PR в связи с наличием или отсутствием прибыли. Как указывает Дж. Гордон в своей книге «Государственное управление в Америке», если в частном секторе эффективность управления измеряется прибылью или ее отсутствием, то в государственном управлении – политической поддержкой граждан или отсутствием таковой» [Цит. по: 9, с. 54]. В целом, соглашаясь с этим утверждением, мы хотим уточнить один важный момент: прибыльность коммерческой деятельности также опирается на общий уровень одобрения деятельности компании, выражающийся в готовности потребителей платить за товары и услуги конкретной коммерческой организации. Аналогичным образом государство опирается на поддержку граждан, на их готовность платить налоги и подчиняться установленным правилам. Государство в своей

деятельности может руководствоваться целями устойчивого экономического развития всей страны, а не только профицитом государственного бюджета. В таком случае экономические методы в государственном управлении также могут применяться.

Долгосрочные интересы государства связаны с созданием стабильных политических институтов, таких устойчивых правил игры, которые позволяют регулировать политические конфликты мирным образом и создавать институциональные предпосылки для экономического роста. **Государственный PR в этой связи может быть определен через функцию государственного управления, направленную на создание вокруг государственных институтов благоприятного коммуникационного пространства в долгосрочной перспективе [18].** При этом подходе во главу угла ставится задача создания устойчивых государственных институтов и универсальных для общества правил «политической игры», а не удовлетворение сиюминутных интересов политических акторов.

Вероятно, выражением этой тенденции стал тот факт, что в последние годы в политическом управлении России внедряется система ключевых показателей (KPI — Key Performance Indicators). Так, в 2012 г. был опубликован указ Президента об оценке эффективности деятельности региональных органов власти. В конце 2018 г. появилась информация о том, что в Администрации Президента Российской Федерации для оценки деятельности губернаторов вводится система ключевых показателей эффективности (KPI), которая широко используется в бизнесе, в том числе для управления работой PR-отделов коммерческих структур. Данное нововведение предполагается сначала внедрить во внутривластном блоке, который курируется первым заместителем руководителя Администрации Президента Российской Федерации – Сергеем Кириенко. Одним из главных показателей эффективности работы указывается уровень доверия к деятельности институтов власти, престижа государственной службы, национальной гордости и т.п.

Политическая элита как базисный субъект связей с общественностью

Важнейшей проблемой государственного PR, как мы уже указывали, является поведение политических акторов. К сожалению, относительные успехи общегосударственного PR на волне «посткрымского консенсуса», политической стабильности и успешного проведения Чемпионата мира по футболу 2018 г. были омрачены несколькими коммуникационными провалами в государственных службах прежде всего на региональном уровне [17]. Большой резонанс получили высказывания некоторых чиновников, носящих агрессивный и издевательский характер. К примеру, министр труда и занятости Саратовской области Наталья Соколова заявила, что людям «вполне достаточно для минимальных физиологических потребностей» 3,5 тыс. руб. в месяц, и что «макарошки стоят везде одинаково» [13]. Спустя месяц другая чиновница – директор Департамента молодежной политики Свердловской области Ольга Глацких – сказала: «На сегодняшний день получилось так, что у подрастающего поколения складывается понимание, что государство все должно. Нет, вам государство вообще в принципе ничего не должно. Вам должны ваши родители, которые вас родили. Государство их не просило вас рожать» [4].

Преднамеренные и непреднамеренные утечки высказываний чиновников происходят благодаря повсеместному распространению Интернета, что резко меняет предыдущую ситуацию простого информирования через сайты государственных органов власти [12]. Политики и чиновники в результате процесса медиатизации политики становятся медиаперсонами, когда любое их действие может быть записано на смартфоны сотрудников и простых граждан, а затем растиражировано в СМИ и социальных медиа [2]. Политика манифестирует себя в запоминающихся политических событиях будь то успешно организованный Чемпионат мира по футболу или неудачные заявления политических лидеров. Количество коммуникативных провалов в области

государственных связях с общественностью в 2018 г., особенно на региональном уровне, сигнализирует о некоторых сбоях в системе.

Одним из предлагаемых подходов к объяснению сложившихся достижений и недостатков государственных может выступать методология теории политических элит. Анализ политических элит как метод исследований получил значительное распространение в политической науке, но не в области исследований коммуникации и связей с общественностью. Подавляющее число исследований останавливаются на технологических аспектах государственного PR [1; 10]. Представляется, что это определенный недостаток и данная работа призвана в какой-то мере начать дискуссию по этой проблематике. В основе нашей статьи находится гипотеза о том, что государственный PR является выражением политических ценностей и политических установок, разделяемых политическим истеблишментом или политической элитой общества, включая различные возрастные, региональные и ведомственные когорты. Стратегии государственных коммуникаций репрезентируют внутриэлитный консенсус по поводу самых базовых правил политической жизни внутри страны и ее внешней политики.

Мы считаем, что использование теории политических элит в исследованиях политических коммуникации и политического PR может привести к плодотворным результатам. Понятийный аппарат теории политических элит довольно хорошо согласуется с существующими в связях с общественностью концепциями. Так, в рамках петербургской школы PR сложилось представление о базисных и технологических субъектах деятельности по связям с общественностью. *Базисный субъект PR* – субъект публичной сферы, на оптимизацию коммуникационной среды которого направлена деятельность определенной PR-структуры (технологического субъекта PR). *Технологический субъект PR* – любой субъект, вне зависимости от формы организации, выполняющий функцию оптимизации коммуникационной среды базисного субъекта. В случае с государственными коммуникациями базисным субъектом должны выступать граждане страны. Однако, можно предположить, что политические элиты, пользуясь служебным положением и доступом к государственным ресурсам, имеют полную возможность использовать государственные коммуникации в своих интересах.

Политическая элита России и поворот к «суверенному PR»

Генезису и становлению современной политической элиты посвящено довольно много работ. Из огромного корпуса литературы по данной проблеме мы были вынуждены выбрать несколько, и, возможно, осветить лишь самые общие моменты. Так или иначе, период распада Советского Союза ознаменовался значительными изменениями в политической элите, когда на смену пожилой и закрытой советской номенклатуре пришли новые группы. По мнению О.В. Крыштановской, основной переход заключался в повышении доли военных. Согласно ее данным, «в России каждый четвертый представитель элиты — военный» [11, с. 24]. Конечно, доля военных и сотрудников силовых структур в России очень велика. В. Инознецов считает, что за последние 15 лет «число силовиков выросло более чем вдвое» [5]. Однако, и по его подсчетам речь идет не более чем о 10% населения. Получается, что силовики перепредставлены в политической элите и особенно в высших эшелонах власти.

По данным О.В. Крыштановской, тенденция прихода и закрепления «силовиков» в органах высшей государственной власти и политические структуры сформировалась к концу 90-х еще при позднем периоде Ельцина. Так, проводя анализ первых пяти правительств Путина, О.В. Крыштановская указывает на то, что «общая численность "силовиков" и "питерцев" во всех пяти рассматриваемых правительствах – 81 чел., это составляет 46% из всей рассматриваемой совокупности (2000–2012 гг. - ИА)» [3, с. 74]. Имея довольно ограниченный круг доверенных лиц, высшее руководство вынужденно перемещать руководителей министерств и ведомств с одной позиции на другую, что все

больше и больше напоминает советскую систему номенклатуры. Печальным последствием доминирования военных становится фактическая остановка притока руководителей из бизнеса и производства, а те изменения, которые обычно бывают, сводятся к рециркуляции элит, когда одни и те же кадры переставляются с места на место. Еще одной проблемой становится отбор кадров по принципу лояльности, а не по принципу компетентности.

Очевидно, что подобный состав высшей политической элиты будет иметь определенные последствия. Еще в 2006 г. О.В. Крыштановская предсказывала: «Цветом элиты станет хаки. Это неминуемо скажется на российской политике: она будет больше внимания уделять вопросам обороны, безопасности и положению в армии» [11, с. 40]. Все последующие годы показали, что это предсказание было не голословным. Политическая элита России выступила в роли «тредсеттера» государственного PR, задав рамки и направления развития государственных коммуникаций.

Проиллюстрируем изменения в государственных коммуникациях на примере отношений России и США. В момент коллапса СССР и до середины 90-х отношение к США в политической элите и у подавляющего числа граждан было положительным. Однако потом произошел постепенный разворот от дружбы с США к жесткому отстаиванию национальных интересов. При этом, разворот в начале произошел в элите, а затем в массовом восприятии. Об этом написали отечественные исследователи Э.Д. Понарин и Б.О. Соколов. Опираясь на социологические опросы, проведенные с 1993 по 2012 г. среди представителей российской политической элиты, они зафиксировали рост антиамериканизма с 30 до 70% [16, с. 103]. Антиамериканские настроения в среде обычных граждан менялись в том же направлении, но с опозданием на несколько лет. Некоторые исследователи называют этот феномен ресентиментом, или социально-психологическим процессом формирования негативных установок национальной элиты, а затем и масс, по отношению к какой-либо стране, прежде служившей образцом для развития. В данном случае важно отметить, что настроения политической элиты постепенно передаются сверху вниз. Для этого используются как традиционные методы пропаганды, так и самые новейшие способы воздействия на массовое сознание: агитация в социальных сетях, управление повесткой дня, политические ток-шоу и т.п.

Более того, если мы проанализируем динамику доверия к политическим институтам России, то заметим, что больше всего этот показатель вырос у силовых структур и прежде всего армии (см. рис. 1). В 90-е годы авторитет армии находился на крайне низком уровне. Последовавшее изменение облика армии и особенно события 2014 г. в Крыму привели к тому, что доверие ко всем институтам власти и особенно армии безоговорочно выросло. Здесь имел место эффект «объединения вокруг флага», хорошо описанный в литературе по установлению политической повестки дня. События 2014 г. создали так называемый «пост-Крымский консенсус». Однако, после 2015 г. последовало ухудшение уровня доверия к таким политическим институтам как политические партии, суды и местные органы власти, в то время как армия и спецслужбы продолжили улучшать свои позиции. Если во главу угла поставить KPI, то силовые структуры несомненно добились значительных успехов.

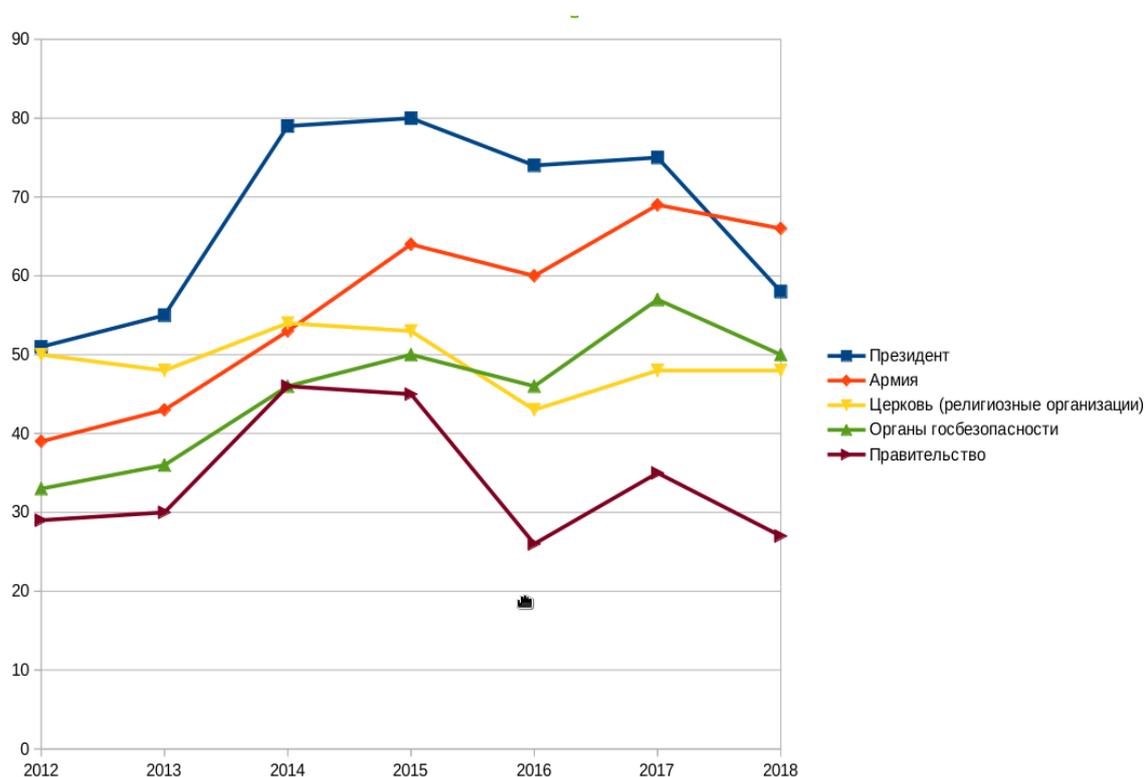


Рис. 1. Динамика доверия к институтам власти в России 2012–2018 гг. (ответ «вполне заслуживают», топ-5 институтов, %) [6; 7; 8]

Выводы

Относительные успехи государственных коммуникаций в современной России не должны заслонять некоторые проблемы с эффективными коммуникациями на региональном уровне, а также проблемы внутриэлитного консенсуса и социальных лифтов. Некоторые исследователи указывают на то, что в современном информационном обществе формируются новые контрэлиты на основе новых сетевых ресурсов и технологий, невключение которых в национальную политическую элиту может создать сильное напряжение и даже раскол [15]. Беспокойство по поводу отсутствия социальных лифтов и формирования новой закрытой корпоративно-государственной элиты в России стало уже общим местом для отечественной и зарубежной политической науки [20]. Разумеется, проблема формирования контрэлит и деструктивных форм политической борьбы осознается на высшем уровне. Не случайно уже многие годы ведутся разговоры о «губернаторах-технократах», проводятся конкурсы «Лидеры России», вводятся КРІ и т.п. С другой стороны, кроме «технократов» ряды политической элиты продолжают пополнять представители «силовых структур». Задачи национальной обороны могут входить в противоречие с задачами развития национальной экономики, науки и культуры, без которых устойчивое развитие страны становится трудноосуществимой задачей.

Литература

1. Ачкасова В.А., Журавлева Н.Н. Пропагандистская составляющая государственных коммуникаций // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. – 2018. – № 4. – С. 50–56.
2. Быков И.А. Медиатизация политики в эпоху социальных медиа // Журнал политических исследований. – 2017. – Т. 1. – № 4. – С. 15–38.
3. Воронкова О.А., Сидорова А.А., Крыштановская О.В. Российский истеблишмент: пути и методы обновления // Полис. Политические исследования. – 2011. – № 1. – С. 66–79.

4. «Государство не просило вас рожать». Свердловская чиновница высказалась о недостаточном финансировании детских проектов // Новая газета. 5 ноября 2018, URL: <https://www.novayagazeta.ru/news/2018/11/05/146521-gosudarstvo-ne-prosilo-vas-rozhat-sverdlovskaya-chinovnitsa-vyskazalas-o-nedostatochnom-finansirovanii-detskih-proektov> (дата обращения: 28.12.2018).
5. *Иноземцев В.* Не много ли силы? За 15 лет число силовиков выросло более чем вдвое // Форбс. 11.07.2017. <https://www.forbes.ru/biznes/346301-ne-mnogo-li-%07sily-za-15-let-chislo-silovikov-vyroslo-bolee-chem-vdvoe> (дата обращения: 28.12.2018).
6. Институциональное доверие // Левада-Центр. 07.10.2015. URL: <https://www.levada.ru/2015/10/07/institutsionalnoe-doverie/> (дата обращения: 28.12.2018).
7. Институциональное доверие // Левада-Центр, 13.10.2016. URL: <https://www.levada.ru/2016/10/13/institutsionalnoe-doverie-2/> (дата обращения: 28.12.2018).
8. Институциональное доверие // Левада-Центр, 4.10.2018. URL: <https://www.levada.ru/2018/10/04/institutsionalnoe-doverie-4/> (дата обращения: 28.12.2018).
9. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. В. С. Комаровский. - М.: РАГС, 2001. 520 с.
10. Коммуникативные технологии в процессах политической мобилизации / под ред. В. А. Ачкасовой, Г. С. Мельник. - М.: Флинта, 2016. 248 с.
11. *Крыштановская О.В.* Милитократия и демократия в России XXI века // Управленческое консультирование. – 2006. – № 2. – С. 24–41.
12. *Лукашевич Е.В.* «Больше невозможно держать дистанцию»: эффективность коммуникативных практик органов государственной власти // Экология языка и коммуникативная практика. – 2014. – Т. 1. – № 1. – С. 128–142.
13. «Макарошки стоят везде одинаково». Министр труда Саратовской области попыталась доказать, что пенсионер может прожить на 3,5 тысячи рублей в месяц // Новая газета, 12 октября 2018. URL: <https://www.novayagazeta.ru/news/2018/10/12/145868-makaroshki-stoyat-vezde-odinakovo-ministr-truda-saratovskoy-oblasti-popytalas-dokazat-chto-pensioner-mozhet-prozhit-na-3-5-tysyachi-rublej-v-mesyats> (дата обращения: 28.12.2018)
14. *Марков А.А.* Связи с общественностью в органах власти. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 190 с.
15. *Мирошниченко И.В., Морозова Е.В.* Сетевые ресурсы формирования политических элит в условиях новой политической реальности // Каспийский Регион: Политика, Экономика, Культура, - 2014. - № 4. - С. 176–183.
16. *Понарин Э.Д., Соколов Б.О.* Глобальная политика глазами российской элиты. Анализ данных опросов 1993-2012 гг. // Россия в глобальной политике, - 2014. - № 5. - С. 100-112.
17. *Травин Д.* Мифы путинской России. Есть ли душа у чиновника? // Новая газета, 13 октября 2018. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/10/13/78185-est-li-dusha-u-chinovnika> (дата обращения: 28.12.2018).
18. Связи с общественностью в органах власти / под ред. В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. - М.: Юрайт, 2018. - 163 с.
19. *Шишкина М.А.* Государственный PR и GR в системе современных связей с общественностью // Научные труды Северо-Западного института управления, - 2012. - № 2. - С. 118-124.
20. *Raviot J.-R.* Le prétorianisme russe : l'exercice du pouvoir selon Vladimir Poutine // Hérodote, - 2017. - №166-167. - P. 9-22.

References

1. Achkasova V.A., Zhuravleva N.N. Propagandistskaya sostavlyayushchaya gosudarstvennykh kommunikatsiy [Propaganda as a part of governmental PR]. *Strategicheskie kommunikatsii v biznese i politike* [Strategic communications in business and politics]. 2018, I. 4, pp. 50-56.
2. Bykov I.A. Mediatizatsiya politiki v ehpohe social'nykh media [Mediatization of politics in the era of social media]. *Zhurnal politicheskikh issledovaniy* [Journal of Politic Research]. 2017, V. 1,

- I. 4, pp. 15-38. Available at: <https://naukaru.ru/ru/nauka/article/19592/view> (Accessed: 10.05.2018).
4. «Gosudarstvo ne prosilo vas rozhat'». *Sverdlovskaya chinovnitsa vyskazalas' o nedostatochnom finansirovanii detskikh proektov* [Government does not ask you to give a birth]. *Novaya gazeta*. 5 noyabrya 2018. Available at: <https://www.novayagazeta.ru/news/2018/11/05/146521-gosudarstvo-ne-prosilo-vas-rozhat-sverdlovskaya-chinovnitsa-vyskazalas-o-nedostatochnom-finansirovanii-detskikh-proektov> (Accessed: 10.05.2018).
5. Inozemtsev V. Ne mnogo li sily? Za 15 let chislo silovikov vyroslo bolee chem vdvoe [So much power?] *Forbs*. 11.07.2017. Available at: <https://www.forbes.ru/biznes/346301-ne-mnogoli-%07sily-za-15-let-chislo-silovikov-vyroslo-bolee-chem-vdvoe> (Accessed: 10.05.2018).
6. Institutsional'noe doverie [Institutional trust]. *Levada-Tsentr*. 07.10.2015. Available at: <https://www.levada.ru/2015/10/07/institutsionalnoe-doverie/> (Accessed: 10.05.2018).
7. Institutsional'noe doverie [Institutional trust]. *Levada-Tsentr*. 13.10.2016. Available at: <https://www.levada.ru/2016/10/13/institutsionalnoe-doverie-2/> (Accessed: 10.05.2018).
8. Institutsional'noe doverie [Institutional trust]. *Levada-Tsentr*, 4.10.2018. Available at: <https://www.levada.ru/2018/10/04/institutsionalnoe-doverie-4/> (Accessed: 10.05.2018).
9. *Svyazi s obshchestvennost'yu v politike i gosudarstvennom upravlenii* [PR in politics and public administration] / Pod obshch. red. V. S. Komarovskiy. M., RAGS Publ., 2001. 520 p.
10. *Kommunikativnye tekhnologii v protsessakh politicheskoy mobilizatsii* [Communication technologies in the processes of political mobilization] / pod red. V. A. Achkasovoy, G. S. Mel'nik. M., Flinta Publ., 2016. 248 p.
11. Kryshtanovskaya O.V. Militokratiya i demokratiya v Rossii XXI veka [Militocracy and democracy in Russia]. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie* [Management consulting]. 2006, I. 2, pp. 24-41.
12. Lukashevich E.V. «Bol'she nevozmozhno derzhat' distantsiyu»: effektivnost' kommunikativnykh praktik organov gosudarstvennoy vlasti [No way to set a distance]. *Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika* [Ecology of language and communicative practice]. 2014, V. 1, I. 1, pp. 128-142.
13. «Makaroshki stoyat vezde odinakovo». Ministr truda Saratovskoy oblasti popytalas' dokazat', chto pensioner mozhet prozhit' na 3,5 tysyachi rubley v mesyats. *Novaya gazeta*, 12 oktyabrya 2018. Available at: <https://www.novayagazeta.ru/news/2018/10/12/145868-makaroshki-stoyat-vezde-odinakovo-ministr-truda-saratovskoy-oblasti-popytalas-dokazat-chto-pensioner-mozhet-prozhit-na-3-5-tysyachi-rubley-v-mesyats> (Accessed: 10.05.2018).
14. Markov A.A. *Svyazi s obshchestvennost'yu v organakh vlasti*. [PR in governmental bodies] - M.: INFRA-M, 2014, - 190 p.
15. Miroshnichenko I.V., Morozova E.V. Setevye resursy formirovaniya politicheskikh elit v usloviyakh novoy politicheskoy real'nosti [Networking of political elites]. *Kaspiyskiy Region: Politika, Ekonomika, Kul'tura* [Caspian Region: Politics, Economics, Culture]. 2014, I. 4, pp. 176–183.
16. Ponarin E.D., Sokolov B.O. Global'naya politika glazami rossiyskoy elity. Analiz dannykh oprosov 1993-2012 gg. [Global politics through the eyes of russian elite]. *Rossiya v global'noy politike* [Russia in global politics]. 2014, I. 5, pp. 100-112.
17. Travin D. Mify putinskoy Rossii. Est' li dusha u chinovnika? [Myths of Putin's Russia]. *Novaya gazeta*, 13 oktyabrya 2018. Available at: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/10/13/78185-est-li-dusha-u-chinovnika> (Accessed: 10.05.2018).
18. *Svyazi s obshchestvennost'yu v organakh vlasti* [Governmental PR] / pod red. V. A. Achkasovoy, I. A. Bykova. - M.: Yurayt, 2018, - 163 p.
19. Shishkina M.A. Gosudarstvennyy PR i GR v sisteme sovremennykh svyazey s obshchestvennost'yu [Governmental PR and GR]. *Nauchnye trudy Severo-Zapadnogo instituta*

- upravleniya* [Scientific works of the North-West Institute of Management]. 2012, I. 2, pp. 118-124.
20. Raviot J.-R. *Le prétorianisme russe: l'exercice du pouvoir selon Vladimir Poutine*. Hérodote. 2017, I. 166-167, pp. 9-22.