

ДОКЛАД МЕЖДУНАРОДНОГО ДИСКУССИОННОГО КЛУБА «ВАЛДАЙ»



Валдай | Международный
дискуссионный клуб

www.valdaiclub.com

ОБРАЗ ИГИЛ В ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ И ПРОИЗВЕДЕНИЯХ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Авторский коллектив

Давыдов Сергей Геннадьевич

заместитель декана, доцент факультета
коммуникаций, медиа и дизайна
Национального исследовательского
университета «Высшая школа экономики»

Каширских Олег Николаевич

доцент, академический руководитель
образовательной программы
«Интегрированные коммуникации»
факультета коммуникаций, медиа и дизайна
Национального исследовательского
университета «Высшая школа экономики»

Логунова Ольга Сергеевна

доцент факультета социальных наук
Национального исследовательского
университета «Высшая школа экономики»

Пронкина Елена Сергеевна

аспирант отделения социокультурных
исследований Российского государственного
гуманитарного университета

Савин Никита Юрьевич

преподаватель, аспирант факультета
социальных наук Национального
исследовательского университета «Высшая
школа экономики»

*Авторы выражают благодарность
за содержательный вклад в подготовку
данного доклада и исследования в целом*

А.Г. Быстрицкому,

Председателю Совета
Фонда развития и поддержки
Международного дискуссионного
клуба «Валдай»,
декану факультета коммуникаций,
медиа и дизайна Национального
исследовательского университета «Высшая
школа экономики»

1. Описание методики исследования

Настоящий доклад подготовлен по результатам исследования «Образ ИГИЛ в зарубежных СМИ и произведениях массовой культуры», которое реализуется группой авторов по заказу Фонда развития и поддержки Международного дискуссионного клуба «Валдай».

Цель исследования – выявить особенности конструирования образа Исламского государства Ирака и Леванта¹ в зарубежных печатных СМИ и художественных произведениях.

Исследовательский проект состоит из двух основных частей:

- анализ публикаций в зарубежных печатных масс-медиа с упоминанием ИГИЛ;
- анализ зарубежных художественных фильмов и сериалов, в которых рассматривается проблема современного исламского терроризма.

В рамках исследования использовались следующие основные методы: контент-анализ, анализ художественного текста по схеме П. Штомпки, анализ фреймов.

Контент-анализ был использован для анализа публикаций в СМИ. Были отобраны три американские (The New York Times, The Wall

Street Journal, USA Today), три британские (The Guardian, The Daily Telegraph, Financial Times), одна турецкая (Hurriyet Online), одна эмиратская (The Gulf), одна индийская (Hindustan Times) и одна китайская (Asia Times). Для анализа использовались тексты на английском языке. Перечисленные издания принадлежат к числу лидеров по охвату аудитории в своих странах.

Для анализа были отобраны статьи, опубликованные в этих газетах в период с 29 июня 2014 года (объявление группировкой ИГИЛ халифата на контролируемых территориях Ирака и Сирии) по 30 ноября 2015 года. Поиск статей осуществлялся посредством ресурса Factiva по ключевым словам «ISIS, или ISIL, или Daesh, или Da'ish».

Из общего числа публикаций в каждом из изданий было отобрано по 100. Отбор производился по списку публикаций, из которого были исключены близкие друг к другу тексты, отсортированному по дате публикации. Далее случайным образом определялся первый анализируемый текст, каждый последующий текст отбирался с определенным шагом, который вычислялся как отношение числа публикаций к 100. Общее число статей в выборке – 876. Более подробная информация о выборке исследования представлена в Таблице 1.

Таблица 1. Сведения о формировании выборки анализируемых изданий

№	ИЗДАНИЕ	СТРАНА	КОЛИЧЕСТВО ПУБЛИКАЦИЙ В ВЫБОРКЕ
1	The New York Times	США	100
2	The Wall Street Journal	США	98
3	USA Today	США	100
4	The Guardian	Великобритания	100
5	Financial Times	Великобритания	100
6	The Daily Telegraph	Великобритания	97
7	Hurriyet Online	Турция	100
8	The Gulf	ОАЭ	17
9	Hindustan Times	Индия	100
10	Asia Times	Гонконг	64

¹ ИГИЛ – запрещенная в России радикальная организация. –

Прим. ред.

Отметим ряд особенностей, связанных с формированием выборки в отдельных азиатских изданиях.

Особенность отбора публикаций в турецкой Hurriyet Online заключалась в том, что Factiva выдавала ссылки на сайт, ограниченные определенным временным периодом. Таким образом, публикации турецкого издания взяты за период с 4 октября 2015 до 30 ноября 2015 года. Издание Asia Times не индексируется в системе Factiva. Это единственное изучаемое СМИ, отбор публикаций которого производился непосредственно на его сайте через систему поиска.

Несколько публикаций в процессе кодирования были исключены из выборки в связи с несоответствием теме исследования.

Обработкой данных занималась команда из девяти кодировщиков, прослушавших инструктаж в два этапа общей продолжительностью около 3 часов.

Изучение текстов художественных фильмов и сериалов имеет давнюю традицию в рамках различных дисциплин: философии, психологии, искусствоведения, культурологии и социологии. Традиция социологии кино возникла в начале XX в. как реакция на острый интерес к кино различных социальных слоев, вызванный массовой природой кинозрелища.

В рамках нашего исследования были отобраны западные фильмы и сериалы последних лет, в которых раскрывается тема исламской террористической угрозы. Как правило, речь в них не идет непосредственно об ИГИЛ, однако определенные ассоциации и параллели легко угадываются.

Была использована схема анализа художественного текста, предложенная П. Штомпкой, которая предполагает последовательно рассмотрение следующих основных элементов:

1. Действующие лица
2. Действия
3. Социальные взаимодействия
4. Культура
5. Контекст

В настоящем докладе приводится анализ американского телесериала «Тиран» (Tyrant, рассмотрены два сезона 2014–2015) и художественного фильма «Четыре льва» (Four Lions, производство Великобритании–Франции, реж. Кристофер Моррис, 2010).

Переходя к рассмотрению анализа фреймов, который был использован как для публикаций в медиа, так и художественных текстов, прежде всего обратим внимание на тот факт, что отношение между новостными медиа и террором определяется сегодня как чрезвычайно важное, способное стать «*oxugen of terrorism*». Одним из важнейших вопросов, ответ на который помогает понять это отношение, является следующий: какими риторическими и символическими средствами терроризм освещается в медиа?

Норрис (Norris, 2003) отмечает, что неизбежность освещения террористической деятельности в масс-медиа позволяет терроризму быть постоянным новостным событием, а также расширять свое медийное присутствие. Эмансипация риторики в освещении терроризма влияет либо на степень его демонизации, либо на степень восхваления терроризма и может постепенно формировать риторические предубеждения и стереотипы (bias), в которых террор/террористы описываются в медиа, влияют на общественное мнение и формирование публичной политики. Так, например, Норрис отмечает, что, в целом, способ фреймирования терроризма ограничен социальной культурой авторов фрейма, что является решающим фактором, оказывающим влияние на общественную/политическую повестку дня. Если проводить более точные ограничения в различном характере фреймирования терроризма, можно выделить следующие:

1. *Освещение террора происходит в привязке к фрейму глобализации, а не к фрейму столкновения цивилизаций (Rojecki, 2005). Фрейм войны с террором оказывается организующим принципом, вокруг которого структурируется освещение внешней политики США и процессов в остальном мире (Reese, Lewis, 2009).*

2. Освещение террора в медиа может отличаться по роду принадлежности самого СМИ либо к национальному медиа, либо к международному. Одни и те же события могут описываться в локальном и международном фреймах референций, что обусловливается тематической разностью и разностью аудиторий этих СМИ (*local versus foreign coverage*).
3. Принадлежность к разным культурным и политическим партиям отдельных СМИ может способствовать делению фрейминга на так называемые «административные» и «патриотические». Если первые, такие, например, как CNN, фокусируются на военных и стратегических вопросах, то, вторые, например, как Al Jazeera, – на освещении гуманитарных последствий военных операций (*Jasperson и El-Kikhia, 2003*).
4. Исследователи также обращают внимание на разницу во фреймах между американскими и британскими СМИ, обусловленную различными бизнес-процессами новостного менеджмента (*Semetko et al., 1991*). Отмечается «прагматический» фрейм американских медиа – в отличие от более «социального» британского. В то время как новостные программы в США ориентируются на актуальные ценности аудитории, британские медиа – больше на традиционные. Данные различия обусловлены институциональной структурой взаимодействия медиа и политики: степенью (де)идеологизации, журналистскими нормами и пониманием «объективности», экономическим статусом аудитории и другими факторами. Для британских СМИ характерен акцент на дипломатическом разрешении конфликтов с доминированием тематического фрейма, в то время как в американских СМИ доминируют эпизодический фрейм и военная стратегия решения конфликта (*Paracharissi, Oliveira, 2008*).
5. Возможно выделение специального фрейма при освещении терроризма в США, относящегося к «культуре страха» и конструирующего корреляцию между мусульманами и исламом в целом и Аль-Каидой – в частности. Интенсивность в демонизации Другого² усиливается религиозными противопоставлениями между христианской Америкой, с одной стороны, и мусульманскими террористами – с другой. Основой данного фрейма является идентификационный разрыв между Западом и Востоком, который не редко становится целью идентификационной политики (*identity politics*) в рамках национальной политической борьбы.
6. С точки зрения технических параметров можно выделить тематические и эпизодические фреймы освещения терроризма (*Iyengar, 1991*). Эпизодический фрейм характеризуется фокусированием на отдельных изолированных событиях или индивидуальных действиях без контекстуального объяснения. Тематический фрейминг рассматривает события в широком контексте при сравнении их с другими событиями, персонами или группами лиц. Тематический фрейминг нацелен на понимание событий как последствий общих трендов или тенденций в обществе, имеющих свою причину в социальных, политических и культурных предпосылках. Использование, например, эпизодического фрейминга сопровождается большей степенью эмоционализации и, как следствие, большей приверженности стереотипам «идентификационной политики». И наоборот, использование более контекстуального, аналитического взгляда на действия террористов позволяет снизить значимость «персонализированной» и «эмоционализированной» картины происходящего в пользу критической рефлексии относительно роли собственного правительства в вопросах предупреждения терроризма.

² Другой – категория современной философии, рассматривается в работах Э. Гуссерля, М. Хайдеггера, М.М. Бахтина и др. «Другой» противопоставляется «Я», однако в определенном смысле он такой же, как «Я». – Прим. ред.

2. Результаты контент-анализа публикаций в СМИ

Результаты проведенного контент-анализа свидетельствуют о том, что в 62% отобранных текстов доминирующий фрейм является тематическим, а в 38% текстов – эпизодическим. Другими словами, в большинстве публикаций, содержащих упоминание Исламского государства, последнее непосредственно связано с ключевой темой статьи. Рассматриваемый показатель варьируется от издания к изданию; наиболее высока доля доминирующих тематиче-

ских фреймов в The Gulf (82%), USA Today (74%) и The Guardian (72%). Наиболее низкое значение зафиксировано в Hindustan Times (37%), на втором месте с конца – Hurriyet Online (42%).

Жанровый состав публикаций, посвященный той или иной теме, зависит в первую очередь от формата и редакционной политики СМИ. Жанровые особенности десяти изданий, рассматриваемых в рамках нашего исследования, отражены в Таблице 2.

Таблица 2. Жанровый состав публикаций (по изданиям), %

№	ИЗДАНИЕ	НОВОСТЬ/ ИНФОРМАЦИОННАЯ ЗАМЕТКА	АНАЛИТИЧЕСКАЯ СТАТЬЯ	ИНТЕРВЬЮ	ДИСКУССИЯ (НЕСКОЛЬКО УЧАСТНИКОВ БЕСЕДЫ)	КОЛУМИСТИКА	ДРУГОЕ
1	The New York Times	34	54	1	2	5	5
2	USA Today	36	28	0	11	11	14
3	The Wall Street Journal	42	49	2	2	3	2
4	The Guardian	33	49	1	4	3	11
5	Financial Times	42	40	0	1	10	7
6	The Daily Telegraph	58	29	2	0	6	5
7	Hurriyet Online	65	27	4	0	5	1
8	Asia Times	27	28	0	2	44	0
9	The Gulf	35	65	0	0	0	0
10	Hindustan Times	73	16	4	1	8	0
ВСЕГО:		46	36	2	3	9	5

В целом, изучаемая тематика чаще всего встречается в информационных заметках и новостях – это 46% от общего объема публикаций. Как правило, это небольшие заметки, оперативная реакция на события, первые известные факты. Доля аналитических статей –

36%. Это подробный текст, включающий в себя анализ, оценку и историю события, часто сопровождающийся мнением одного или нескольких экспертов. На третьем месте колумнистика – 9%. На прочие жанры приходится около 10% материалов.

Таблица 3. Интенции (по изданиям), %

№	ИЗДАНИЕ	ИНФОРМАТИВНАЯ/ ПОЗНАВАТЕЛЬНАЯ	ПОБУЖДАЮЩАЯ	ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ ОБ УГРОЗЕ	РЕФЛЕКСИВНАЯ	ПРОТИВОСТОЯНИЕ	УСПОКОЕНИЕ	САМООПРАВДАНИЕ	ОПРАВДАНИЕ	КРИТИКА	САМОКРИТИКА
1	The New York Times	43	7	8	56	7	4	3	0	4	5
2	USA Today	47	11	1	44	1	1	2	0	10	9
3	The Wall Street Journal	61	20	29	55	5	1	0	0	20	2
4	The Guardian	52	22	26	66	13	0	0	5	24	5
5	Financial Times	42	2	5	61	1	1	0	1	6	0
6	The Daily Telegraph	66	7	6	30	2	0	0	0	2	6
7	Hurriyet Online	66	13	27	32	21	3	2	1	13	5
8	Asia Times	30	6	13	72	17	3	0	2	23	2
9	The Gulf	47	0	18	65	0	0	0	0	0	0
10	Hindustan Times	82	15	23	30	13	1	2	0	8	2
ВСЕГО:		55	12	15	49	8	1	1	1	12	4

Отметим некоторые жанровые особенности отдельных изданий. Наиболее высокая доля новостных материалов зафиксирована в Hindustan Times – 73%, наиболее низкая – в Asia Times (27%). Последнее издание делает ставку на колумнистику (44% материалов). Более половины публикаций принадлежат к жанру аналитики в двух изданиях: The Gulf (65%) и The New York Times (54%); по 49% аналитических статей в американской The Wall Street Journal и британской The Guardian. Меньше всего доля аналитики в Hindustan Times (16%), как мы уже отмечали, делающей ставку на новостной формат. Дискуссионные интервью (с несколькими участниками) наиболее часто практикует USA Today (11%). Интервью встречаются редко, их доля в общем массиве анализируемых текстов – 2% (в абсолютных значе-

ниях – 14 из 876). При этом 8 из 14 интервью приходятся на два азиатских издания: Hurriyet Online и Hindustan Times.

Новостной формат чаще встречается в азиатских СМИ (57%), чем в британских (44%) и американских (37%). Хотя в американских и британских выше доля аналитики, чем в азиатских, соответственно, 44% и 39% против 26%, – в последних 15% текстов занимает колумнистика, что на 9% больше по сравнению с западными изданиями.

В основу анализа интенций медийных текстов была положена методическая разработка авторского коллектива под руководством Т.Н. Ушаковой и Н.Д. Павловой, получившая название интент-анализа (Слово в действии. 2000). На основе предложенного авторами списка из 27 интенций для задач исследования был

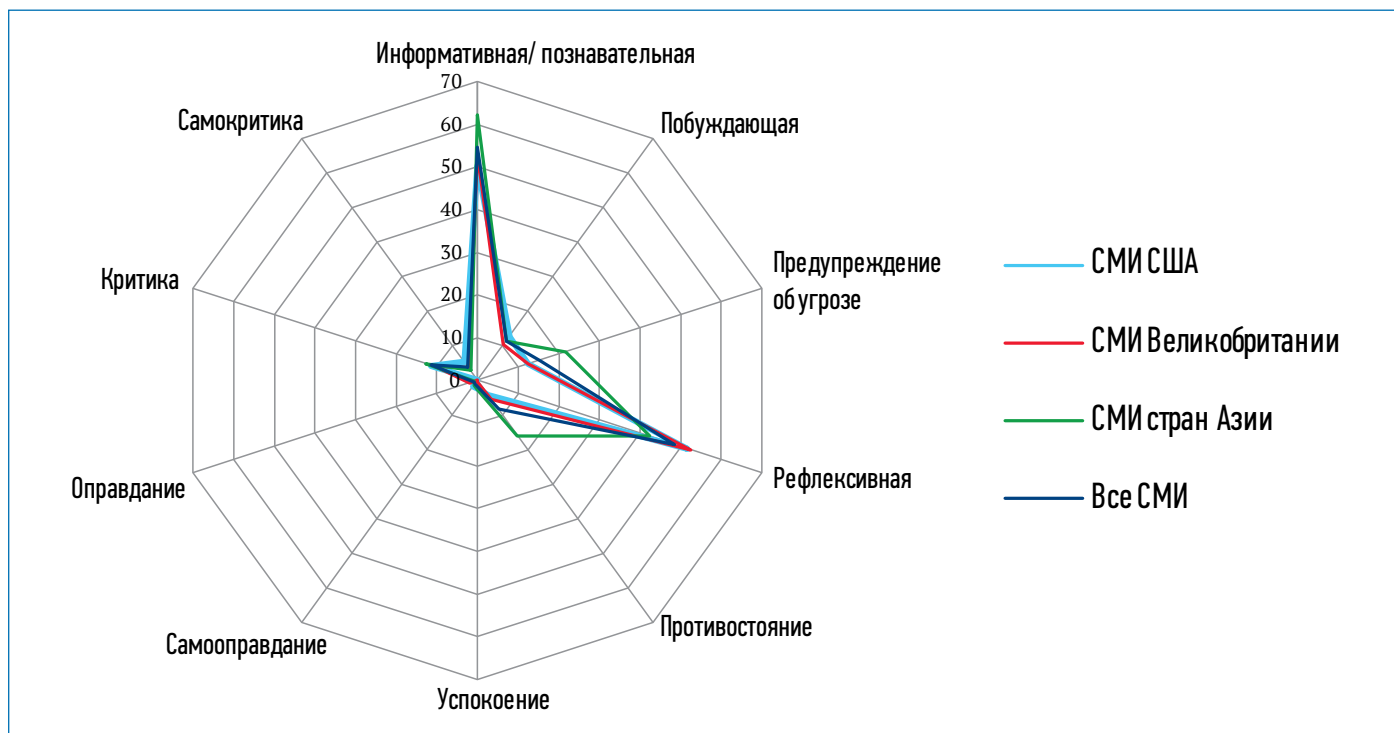


Рисунок 1. Интенции (по группам изданий), %

разработан сокращенный список из 10 интенций, который использовался в кодировочном задании. Перед кодировщиками не стояла задача выделить все интенции, встречающиеся в тексте, достаточно было назвать основную. В то же время строгого ограничения, предполагающего выбор только одной интенции, не было, поэтому в некоторых случаях были отмечены два или даже три кода из списка.

Исходя из данных, представленных в Таблице 3 и на рисунке 1, можно заключить, что двумя основными интенциями, характерными для массива публикаций, являются информационно-познавательная (характерна для 55% публикаций) и рефлексивная (49% публикаций). Наиболее высока доля информирующих публикаций в индийской Hindustan Times (82%), турецкой Hurriyet Online (66%) и британской The Daily Telegraph (66%). Данный результат представляется вполне закономерным, учитывая высокую долю публикаций новостного жанра в перечисленных изданиях. Наименьшая доля статей с информационно-познавательной интенцией зафиксирована в Asia Times – 30%.

Оставшиеся восемь интенций можно разделить на две равные группы. Первую составляют интенции, встречающиеся в 8–15% текстов. Это предупреждение об угрозе, побуждающая, критика и противостояние. Во вторую группу входят самокритика, успокоение, самооправдание и оправдание. Эти интенции встречаются наиболее редко: первая – в 4% текстов, остальные 3 – по 1%.

На основании проведенного анализа интенций все издания можно разделить на две группы: 1) СМИ, при освещении темы Исламского государства очевидно сфокусированные на информативной/познавательной и рефлексивной интенциях; 2) СМИ, в которых данные две интенции преобладают, однако общий круг интенций, встречающихся в текстах, достаточно широкий. К первой группе следует отнести The New York Times, USA Today, Financial Times, The Daily Telegraph, The Gulf, ко второй – The Wall Street Journal, The Guardian, Hurriyet Online, Hindustan Times, а также Asia Times. Три из четырех азиатских изданий попали во вторую группу, что позволяет оценить их, как более

интенционно насыщенных по сравнению с западными изданиями.

Для журналистских текстов характерно использование различных бинарных оппозиций. Проведенный контент-анализ показал, что бинарные оппозиции, используемые в публикациях, посвященных ИГИЛ, достаточно вариативные.

Наиболее ярко в текстах выражены противопоставления, не специфицированные по цивилизационному, религиозному или морально-нравственному признаку. Речь идет об оппозиции «мы» – «враги», которая встречается в 28% статей. Ее использование наиболее характерно для USA Today (51%), британской The Daily Telegraph (37%) и азиатской Asia Times (34%).

На втором месте по частоте упоминаний – споры о способе решения конфликта, противопоставление понятий «военное вмешательство» и «дипломатическое вмешательство». Каждое десятое сообщение содержит подобную оппозицию, лидеры среди изданий в данном случае – Hurriyet

Online (24%), The Wall Street Journal (23%) и The Guardian (19%). Столь же часто встречается противопоставление «умеренные» – «радикальные»; здесь распределение довольно ровное, можно выделить американские издания – это The Wall Street Journal (20%) и The New York Times (18%).

Противопоставление «жертва» – «агрессор» наиболее характерно для следующей группы изданий – The New York Times (17%), Asia Times (16%), The Gulf (12%), USA Today (10%).

В терминах «христианство» – «ислам» чаще всего конструируют дискурс ИГИЛ две газеты – The Wall Street Journal (22%) и The Guardian (20%); средний показатель по выборке – 9%. Только Asia Times активно использует бинарную оппозицию «Россия» – «США/НАТО (сторонники США)», последняя встречается в 20% статей этого издания.

Подчеркнем, что в каждом третьем из анализируемых текстов бинарные оппозиции отсутствуют.

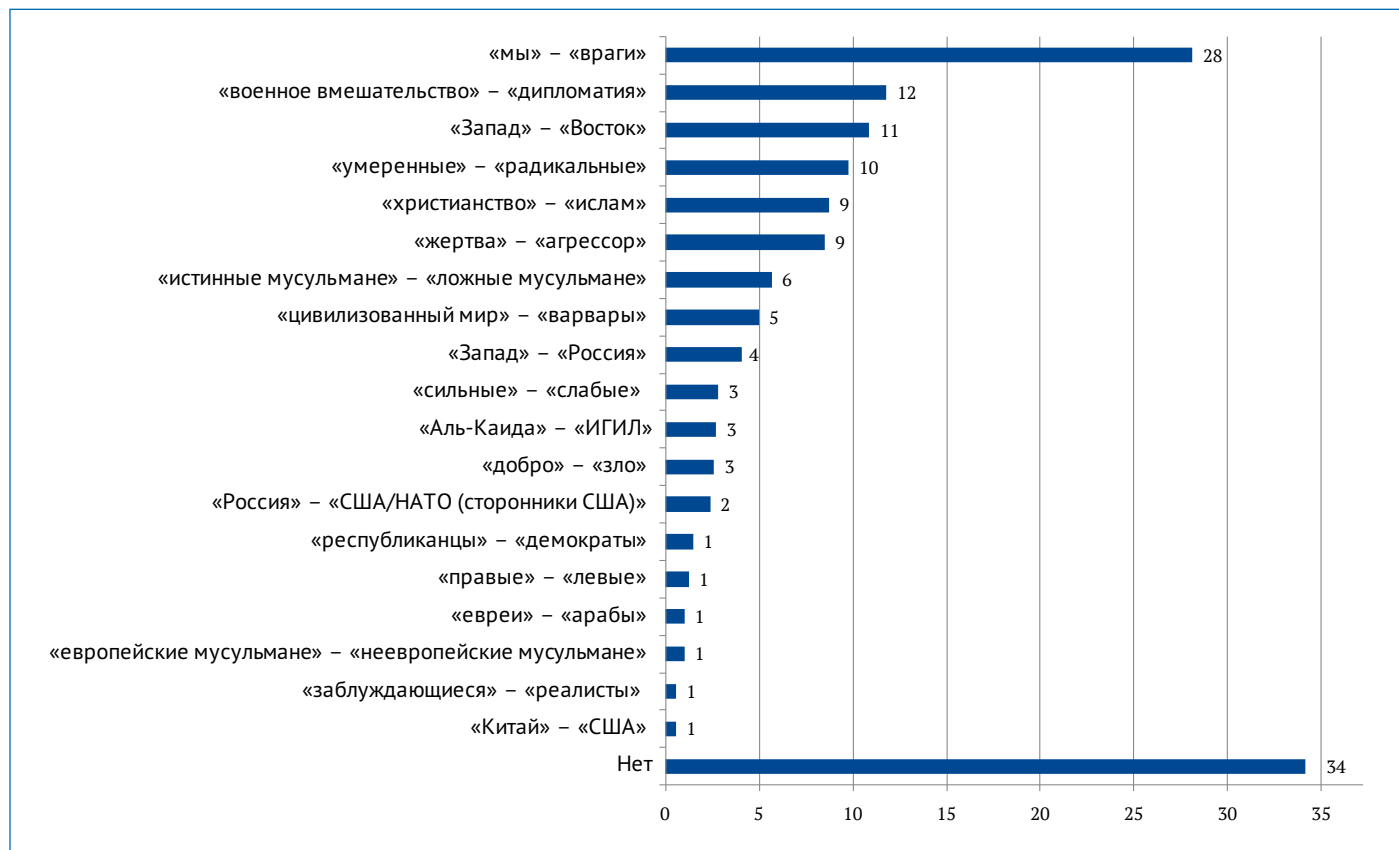


Рисунок 2. Частота использования в текстах бинарных оппозиций, %

Для фиксации упоминаний стран и персон использовались так называемые пополняемые кодификаторы. Некоторое количество кодов по этим позициям было задано изначально, однако таким образом невозможно было покрыть все разнообразие вариантов, встречающихся в текстах. Поэтому списки кодов по этим позициям были выложены в Интернет, а кодировщики получили право пополнять список новыми кодами во время кодирования в режиме реального времени.

Всего было зафиксировано упоминание 140 стран. В среднем, на один текст приходится

упоминание 4,8 стран. Это доказывает, что проблема ИГИЛ рассматривается в весьма широком международном контексте. Обратим внимание, что ИГИЛ не кодировалась в качестве отдельного государства и в данных расчетах не учитывается.

17 стран, входящих в первую двадцатку по частоте упоминаний, расположены в Европе и/или Азии. Среди трех исключений лидер списка – США, а также расположенные в Северной Африке Египет и Ливия (Таблица 4).

Более чем в половине закодированных статей упоминаются три страны: США (64%),

Таблица 4. Двадцатка наиболее часто упоминаемых стран в контексте ИГИЛ

№	СТРАНА	КОЛИЧЕСТВО УПОМИНАНИЙ	ТЕКСТЫ С УПОМИНАНИЯМИ, %
1	США	568	64
2	Сирия	516	59
3	Ирак	464	53
4	Великобритания	224	25
5	Турция	204	23
6	Россия	184	21
7	Франция	150	17
8	Иран	139	16
9	Афганистан	128	15
10	Саудовская Аравия	119	13
11	Индия	95	11
12	Египет	85	10
13	Ливия	79	9
14	Пакистан	72	8
15	Германия	66	7
16	Китай	62	7
17	Израиль	60	7
18	Иордания	56	6
19	Йемен	54	6
20	Ливан	53	6

Сирия (59%), Ирак (53%). США – наиболее часто упоминаются в американских изданиях (83–90% публикаций), что вполне ожидаемо. Показатели Сирии остаются на одном уровне во всех группах изданий, а Ирак примерно на 10% чаще упоминается в американских газетах.

Более чем в два раза ниже показатели частоты упоминаний у второй тройки стран, в которую входят Турция, Великобритания и Россия. Великобритания упоминается в два раза чаще в британских СМИ, а Россия – в азиатских.

Всего в отобранных текстах было зафиксировано 1840 различных персон, на которых приходится 3810 упоминаний. Двадцатка наиболее часто упоминаемых персон приведена в Таблице 5, в которую попали медийные фигуры, упомянутые в текстах хотя бы 20 раз. Первое место в списке занимает президент США Б. Обама, имя которого встречается в 30% публикаций. В целом, первая пятерка в списке принадлежит лидерам различных стран. Второе место занимает Б. Асад (Сирия, 16%), третье – В. Путин (Россия, 9%), четвертое – Д. Кэмерон (Великобритания, 8%), пятое – Р. Эрдоган (Турция, 6%).

Таблица 5. Двадцатка наиболее часто упоминаемых персон в контексте ИГИЛ

№	ПЕРСОНА	КОЛИЧЕСТВО УПОМИНАНИЙ	ТЕКСТЫ С УПОМИНАНИЯМИ, %
1	Барак Обама	263	30
2	Башар Асад	140	16
3	Владимир Путин	83	9
4	Дэвид Кэмерон	74	8
5	Реджеп Тайип Эрдоган	51	6
6	Саддам Хусейн	44	5
7	Джордж Буш	43	5
8	Джон Керри	38	4
9	Франсуа Олланд	37	4
10	Хиллари Клинтон	33	4
11	Джеймс Фоули	31	4
12	Абу Бакр аль-Багдади	30	3
13	Ангела Меркель	26	3
14	Ахмет Давутоглу	26	3
15	Дональд Трамп	24	3
16	Сергей Лавров	23	3
17	Нури аль-Малики	23	3
18	Джеб Буш	21	2
19	Хайдер аль-Абади	20	2
20	Усама бен Ладен	20	2

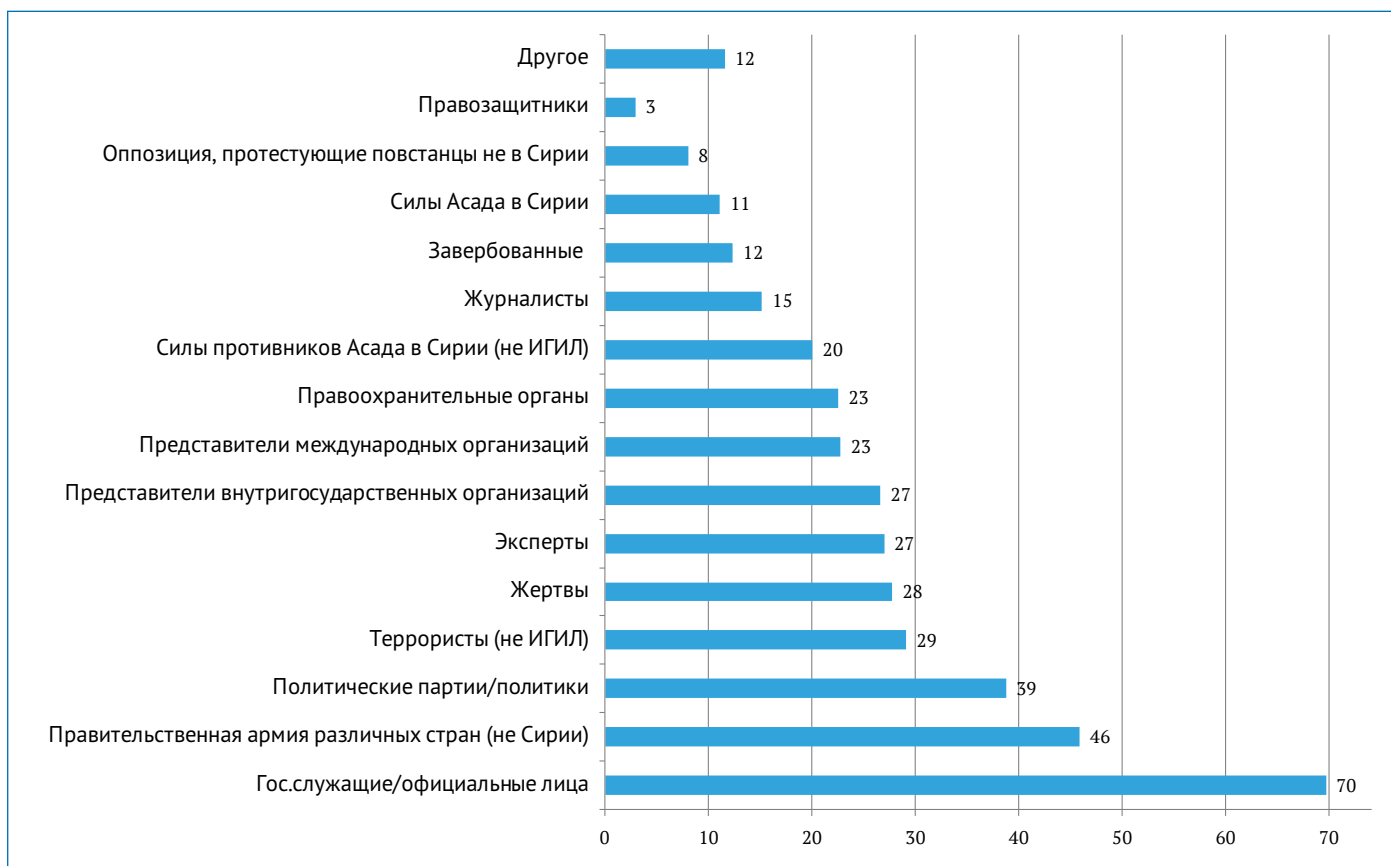


Рисунок 3. Упомянутые группы, %

Единственный человек, представляющий в двадцатке ИГИЛ – находящийся на 12 месте лидер непризнанного государства Абу Бакр аль-Багдади. Он упоминается в текстах 30 раз – в 4,7 раза реже, чем действующий президент Сирии Б. Асад, и в 1,5 раза реже, чем покойный С. Хусейн. Наиболее часто лидер ИГИЛ упоминается в *Asia Times* (9), *The Wall Street Journal* (6) и *The New York Times* (5). Ни одного упоминания аль-Багдади не зафиксировано в отобранных в выборку публикациях *The Guardian* и *The Gulf*.

Таким образом, мы можем констатировать высокий уровень обезличенности образа ИГИЛ в мировых масс-медиа. В отличие от «террориста № 1» Усамы бен Ладена, несмотря на свою смерть, продолжающего фигурировать в публикациях СМИ на актуальные темы, аль-Багдади не стал популярным героем новостей, оставаясь персонажем второго плана даже при

обсуждении деятельности возглавляемой им организации. Деятельность ИГИЛ представлена в медиа не через высказывания первого лица этого образования, но через их акции.

Переходя к анализу представленных в текстах социальных групп, выделим две противоположные стороны: террористы и те, кто им противопоставляется. Сами террористы занимают лишь четвертое место по частоте упоминаний, о них говорится в 29% статей. Это более-менее равномерно распределенный показатель; исключение составляет *The New York Times*, здесь они упоминаются в каждой второй статье.

Чаще всего речь идет о представителях различного рода государственных структур. Первое место зафиксировано за отдельными государственными служащими, официальными лицами – они встречаются в 70% случаев. Газеты *The Wall Street Journal* и *Asia Times* включают

их в подавляющее большинство своих публикаций, 91 и 94% соответственно. На втором месте по популярности находятся правительственные армии различных стран, они фигурируют почти в половине публикаций. Весьма значимую роль играют политические партии. Их представители упоминаются в около 40% статей, наиболее часто – в британской прессе.

Нельзя не отметить большое количество публикаций, в которых фигурируют жертвы террористических атак. Они упоминаются в каждой четвертой статье, причем больше всего о жертвах пишут американские СМИ.

Половина публикаций массива посвящена борьбе против ИГИЛ (47%) – антитеррористическим кампаниям, кибератакам и пр. Именно дискурс, связанный с антитеррористической деятельностью, мерами безопасности и предотвращением угроз, занимает большую часть публикаций. Это характерно для всех анализируемых изданий, в наибольшей мере – для The Wall Street Journal (65%) и Asia Times (61%).

Вторая по значимости тема носит рефлексивный характер (34%). Это статьи, посвященные реакции общества на события в Сирии, анализу политики США в отношении Сирии. Почти втрое реже среднего об этом пишет The Gulf (12%). Наоборот, в группу СМИ, посвящающих этой теме почти половину своих публикаций, входят американские издания The Wall Street Journal (50%) и The New York Times (43%), к которым примыкает британская The Guardian (46%).

Примерно каждая пятая публикация посвящена военным действиям в Сирии (22%). Два издания следили за развитием событий наиболее пристально. Это The Wall Street Journal (43%) и Asia Times (48%).

Значимая часть текстов – по 10 % – посвящена вербовке в ИГИЛ, захвату и казни заложников, устройству организации и различным терактам (кроме французских).

Итак, ключевые темы масс-медиа – антитеррористическая борьба и рефлексия относительно ИГИЛ как явления. Четко прослеживается



Рисунок 4. Ключевые темы публикаций, %

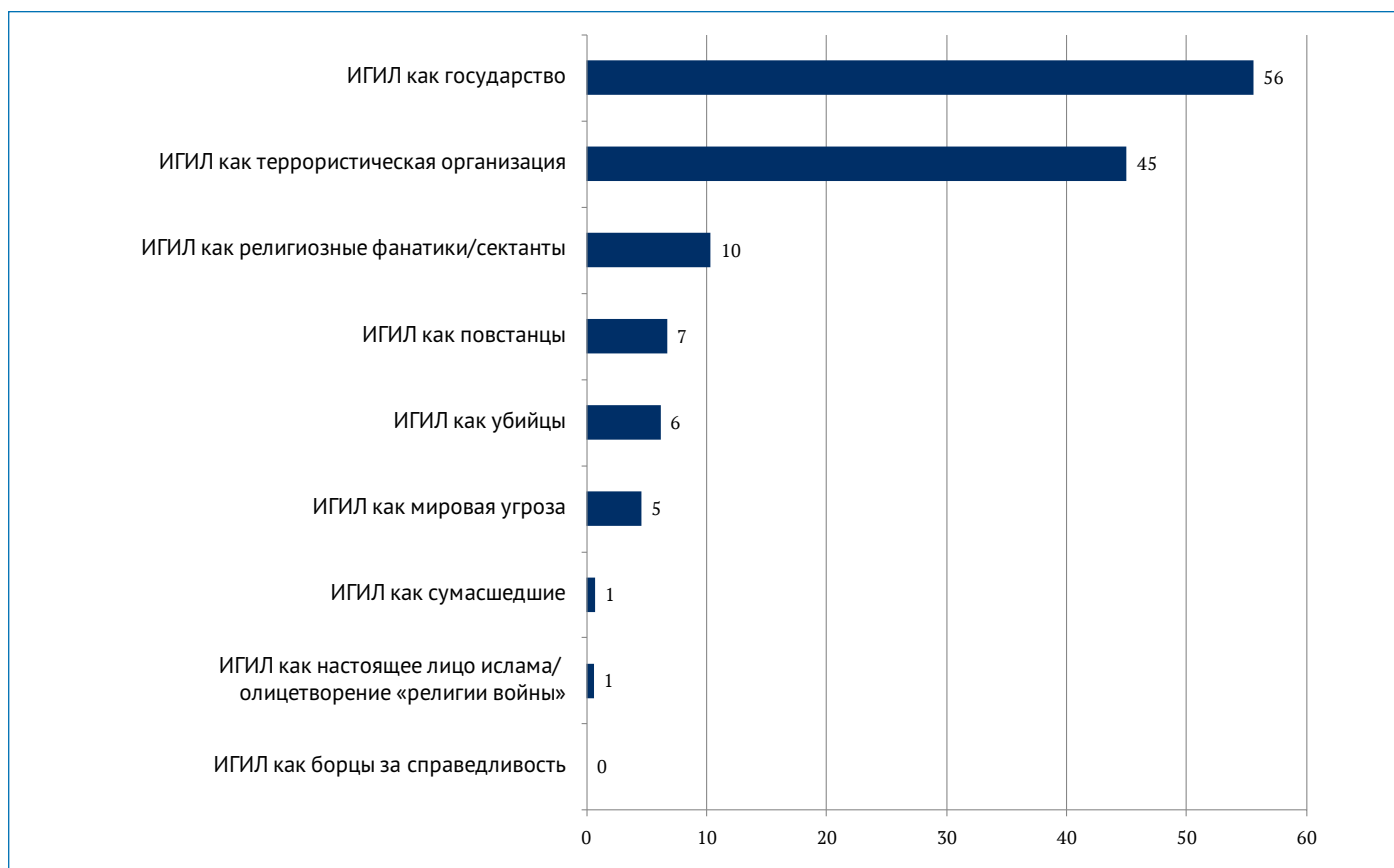


Рисунок 5. Образ ИГИЛ в анализируемых текстах, %

линия терактов и других действий, совершаемых террористами. Исламское государство как таковое интересует СМИ в значительно меньшей степени.

Характерно, что чаще всего обсуждение проблематики ИГИЛ происходит в политическом контексте. Политическая сфера так или иначе затрагивается в 75% публикаций (49% случаев атрибуции). На втором месте социальная сфера – 44% публикаций. О культурной и экономической сторонах жизни общества идет речь в 21% случаев (соответственно в 21 и 12% от общего числа публикаций).

Говоря об ИГИЛ, авторы текстов чаще всего характеризуют его в качестве государства (56%). Это утверждение справедливо по отношению ко всем анализируемым изданиям; наиболее ярко данная тенденция представлена в материалах USA Today (74%). Образ террористической организации также весьма популя-

рен (45%), чаще всего он встречается в публикациях американских The New York Times (59%) и The Wall Street Journal (69%), а также в британской The Daily Telegraph (66%).

Данные дискурсы активно пересекаются. Как можно видеть на рисунке 5, остальные виды атрибуции встречаются существенно реже. Стоит отметить представление ИГИЛ как религиозных фанатиков, оно встречается в каждой десятой публикации.

Представление Исламского государства в качестве мировой угрозы встречается не часто, в целом по массиву это около 5% публикаций. Чаще внимание на этом аспекте акцентируют азиатские издания, а именно Asia Times и The Gulf (16 и 12% соответственно).

Рассматривая освещение непосредственной деятельности ИГИЛ, обратим внимание на то, что здесь на первый план выходит его террористическая активность. В среднем, каждая

четвертая статья говорит об ИГИЛ именно в таком разрезе. Американские издания чаще акцентируют внимание на террористических действиях: The New York Times – 35%, The Wall Street Journal – 43%. Активны в этом направлении также британская The Daily Telegraph (42%) и турецкая Hurriyet Online (43%).

В каждом пятом сообщении действия ИГИЛ рассматриваются в качестве военной акции. Вдвое чаще среднего в таком контексте пишут The Wall Street Journal (38%) и The Gulf (35%).

Итак, мы вновь можем наблюдать дуализм образа Исламского государства. Его деятельность трактуется либо как военная, либо как террористическая. Существуют и другие трактовки, но они не являются распространенными. Кроме того, отметим, что в половине случаев статьи деятельность ИГИЛ не освещают.

Для рассмотрения дискурса ИГИЛ во времени необходимо выделить определенные этапы деятельности организации в рамках периода анализа. Таких этапов шесть, а именно:

1. 29.06–18.08.2014 – период, начиная с объявления халифата и заканчивая казнью американского фотожурналиста Дж. Фоули, работавшего на новостной онлайн-сервис GlobalPost, в качестве мести за американские авиаудары по расположению частей ИГИЛ в Ираке. Это была первая показательная казнь ИГИЛ.

2. 19.08–30.09.2014 – период от казни Дж. Фоули и заканчивая первой массовой казнью ИГИЛ в Кобани.

3. 01.10.2014–08.01.2015 – период от массовой казни в Кобани до первого теракта на территории Европы. 9 января, через 2 дня после расстрела редакции Charlie Hebdo (Аль-Каида), боевики ИГ захватили заложников у Венсенских ворот в Париже.

4. 09.01–29.09.2015 – период от первого теракта на территории Европы до начала российской военной операции в Сирии.

5. 30.09–13.11.2015 – период от начала российской военной операции в Сирии до ноябрьских терактов в Париже.

6. 14.11–30.11.2015 – ноябрьские теракты в Париже.

Выделенные в рамках исследования периоды различны по продолжительности. Самый продолжительный из них – четвертый – занимает 263 дня, немногим более половины от общего периода анализа. Самый короткий период – заключительный, связан с терактами в Париже в ноябре 2015 г. Он составляет всего 16 дней.

Таблица 6. Описание действий террористов, %

	Действие как теракт	Действие как военная акция	Действие как правонарушение	Действие как спектакль/шоу/форма акционизма и пр.	Действие как акт возмездия	Действие как акция протеста	Нет
СМИ США	33	24	7	3	2	1	44
СМИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ	26	21	5	3	1	1	53
СМИ СТРАН АЗИИ	27	18	1	2	0	0	61
ВСЕ СМИ	28	21	5	3	1	1	52

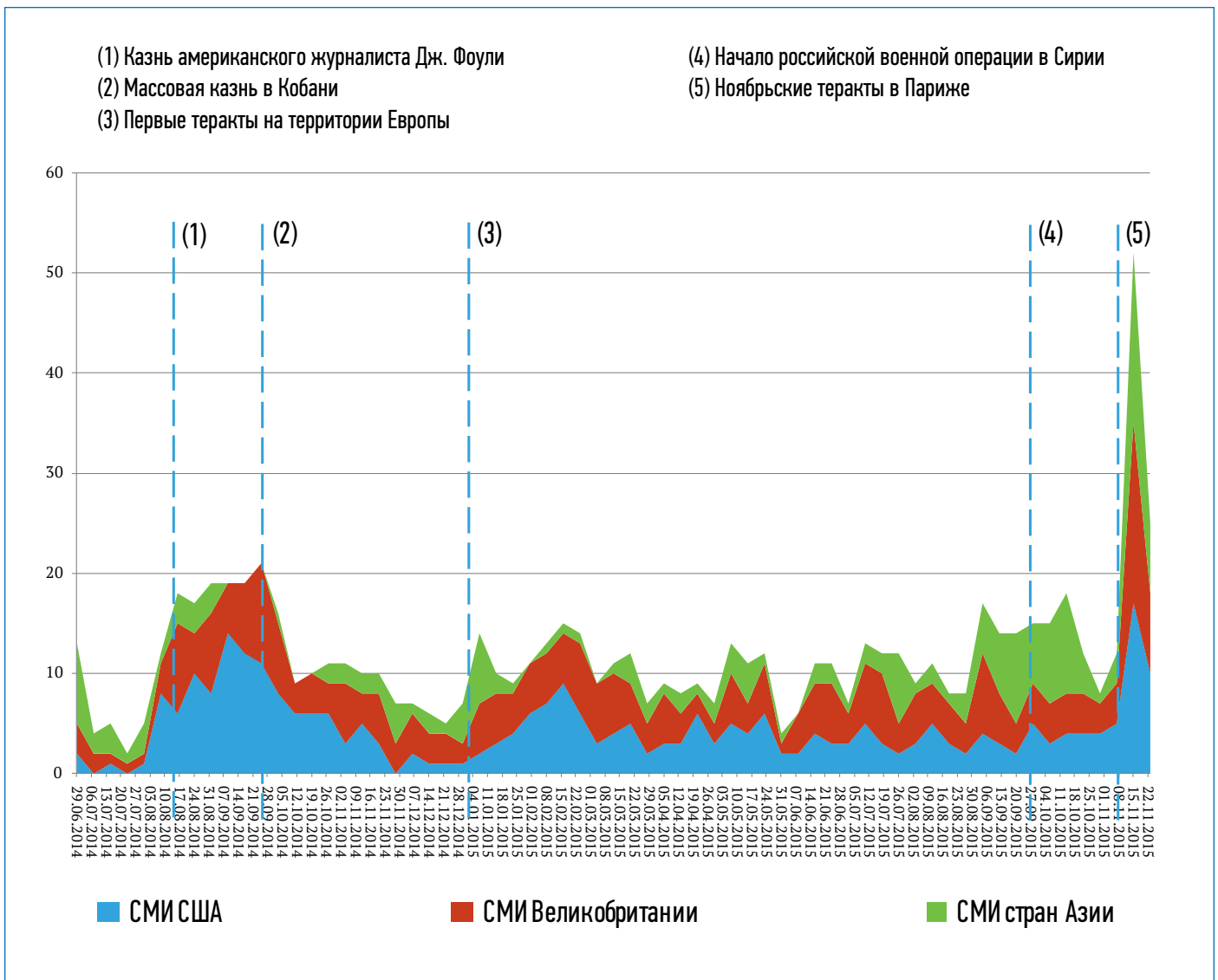


Рисунок 6. Динамика выхода публикаций (по 9 изданиям)

Неравномерен был и интерес медиа различных стран к тематике, связанной с ИГ. Данные, представленные на рисунке 6, позволяют сделать вывод о том, что СМИ интересовались ИГИЛ в наименьшей степени на первом этапе – после определенного всплеска публикаций, связанных с объявлением халифата, последовало затишье. Казнь Дж. Фуули изменила ситуацию, и на втором этапе отмечен стабильно высокий интерес к теме, прежде всего, со стороны западных изданий. На третьем этапе наблюдается постепенное снижение количества публикаций. Пер-

вые теракты в Париже привели к новому всплеску интереса к теме: на продолжении всего четвертого этапа он находился в состоянии более-менее стабильных колебаний. Начало российских военных действий в Сирии принципиально не изменило ситуацию. Однако на шестом этапе, после ноябрьских терактов 2015 г. в Европе, отмечен резкий рост числа публикаций в СМИ – как западных, так и восточных, пиковое значение примерно в 2,5 раза превышает второе по величине, зафиксированное в связи с массовой казнью в Кобани.

3. Примеры анализа произведений массовой культуры

3.1. «Тиран»

«Тиран» – так называется американский сериал-драма израильского режиссера Гидеона Раффа. Содержание сериала развивается вокруг истории о сыне диктатора одной из (вымышленных) стран Ближнего Востока. Бассам Аль-Фаид, так его зовут, эмигрировал в США в юности, сделал карьеру врача и приезжает опять в родной дом взрослым мужчиной на свадьбу своего племянника в стране Аббудин. Внезапная смерть Халеда (отца Бассама) делает актуальным вопрос о наследстве единоличного правителя. Наследником становится его старший сын Джамаль, и Бассам (младший сын) решает задержаться на родине, чтобы попытаться использовать свое влияние и перевести конфликт в мирное русло, не дав брату развязать кровавую бойню.

В сериале явно присутствует традиционный фрейм ислама, который можно определить, как «фрейм войны и террора». Этот фрейм апеллирует к «культуре страха» и конструирует корреляцию между мусульманами (а именно, представителями армии и секретных служб диктатора) и насилием как бытовой и политической практикой. Данная корреляция не безусловна, но она позволяет себя идентифицировать. Апелляции к «культуре страха» реализуются посредством демонстрации сцен террора «диктаторского режима» по отношению к собственному населению: сцены убийства взрослых и детей сопровождаются сценами сексуального насилия. Эти сцены оптимально укладываются в традиционные представления о пренебрежении правами женщин в мусульманской культуре.

Продолжением традиционного фрейма является также и четкое противопоставление ценностей представителей американского и арабского обществ. Например, американская семья выглядит в большей степени носителем плюралистических ценностей, которым явно симпатизируют авторы сериала: верность супругов друг другу и взаимопонимание родителей и детей является публич-

но проблематизируемой практикой, которая, однако, только подчеркивает дух внутренней свободы. Молчаливая иерархия мусульманской семьи выглядит на этом фоне цивилизационно второстепенной.

Вместе с тем, авторы сериала склонны рассуждать о причинах, а не только описывать последствия. Данные попытки фрагментами меняют фрейм «войны и террора» на фрейм «глобализации». Мотивация одного из главных героев – авторитарного правителя Аббудина Джамалья, определяется не только внутренними обстоятельствами (авторитарная культура в семье и стране), но и внешними – мотивами героев в контексте сложной международной ситуации, взаимоотношениями с отдельными странами (США, Китай).

Бинарная оппозиция проходит не по линии «христианство – мусульманство», а по линии отсутствия или наличия приверженности универсальным ценностям. В сериале мусульмане различаются по степени их приверженности идеалам справедливого общества: начальник секретной службы режима, не замеченный в особой прилежности в соблюдении мусульманских обрядов, противопоставляется глубоко верующей представительнице сопротивления. Здесь, однако, явным упрощением является демонстрация символического языка «демократически» настроенных мусульман, сильно напоминающих участников предвыборных дебатов президентских выборов в США. Противопоставление происходит скорее по линии «политики – простые граждане», а также «охранители тоталитарного режима – участники сопротивления».

Не происходит демонизации по линии «христианство – ислам» также и на уровне демонстрации отдельных представителей США и Арабских стран. Представители американского дипломатического корпуса показаны, например, циничными оппортунистами, оперирующими не принципами, а исключительно интересами. Причинность поступков главных героев сериала во многом контекстуализирована. Например, отдельные злодейства

диктатора (обстрел собственного населения химическим оружием) – скорее, результат логики эволюции самой авторитарной системы, которая склоняет его к государственному терроризму.

Одним из центральных тем сериала является тема власти. Она представляется перед зрителем, скорее, в постмодернистской традиции: рассуждения о властных отношениях в политике выходят за границы политики *sui generis*. Политика здесь лишь продолжение межличностных отношений в авторитарном государстве, ценности которого и есть фрейм, определяющий образ мысли и поступки героев во всех сферах.

Халифат, или радикальный исламизм, по убеждению авторов сериала, это, если говорить словами классика, «последняя стадия» тоталитарного режима на Ближнем Востоке. Такова, на наш взгляд, одна из основных идей сериала. Эволюция авторитаризма Аббуди-на заставляет всех определиться с фронтами: либо ты на стороне демократии, либо на стороне исламского фундаментализма. Третьего не дано. Авторитаризм вынужден определяться. Все, кто не определился – умрут. Характерно, что в последних сериях сериала герои, которые считались наиболее слабыми и незащищенными, вдруг проявляют волю в сопротивлении обстоятельствам, казавшимся судьбой: Ахмед (сын Джамала), его супруга Нусрат, сын Бассама Сэмми. И наоборот, герои, являвшиеся на протяжении всего сериала воплощением уверенности и хладнокровия (Ихаб Рашид и Самира), теряют понимание происходящего, а заодно и себя.

Характеры героев фильма переданы, в целом, критически и встроены в логику раскрытия главной идеи: показать разрушающую силу лжи, на которой построена тоталитарная система власти. Она, как ржа, разъедает отношения не только правящей семьи, но и страны в целом, в которой жена сына Джамала Ахмеда убивает отца своего мужа не только как своего насильника, но и как тоталитарного правителя, узнав о том, что тот не собирается подавать

в отставку. Это символ: насилие в политике отождествляется с насилием сексуальным. Поэтому так рельефно раскрыта тема сексуальной свободы в истории авторитарного режима Аббуди-на: именно гомосексуалист и изнасилованная (женщина) представлены как два самых ярких борца с несправедливостью и жестокостью.

Противопоставления – «мы» и «они», «свои» и «чужие» – в сериале, конечно, есть. Фильм, в целом, пользуется простой и доступной для своей аудитории стилистикой для обозначения своих симпатий и антипатий. Данное противопоставление, однако, нельзя назвать традиционным. Сериал избегает фрейма «христианин/мусульманин», «американец/чужой». Отношения Бассама и остальных представителей его семьи с окружающим их миром Аббуди-на не проходят по линии: представители американских ценностей против представителей ближневосточных ценностей. Они строятся по принципу принадлежности к авторитарным и универсальным ценностям, у которых нет национальности и вероисповедания. Вообще, фигура Бассама – это, в некотором роде, символ возрастающей неизбежной интеграции одного мира с другим. Эта интеграция проходит не по географическим линиям, но по культурно-политическим. Бассам легко находит общий язык с простым населением Аббуди-на. Одновременно, ему не найти общего языка с генералом Тариком: оба физически отторгают друг друга. Интеграция неизбежна, но она предполагает культурно-политическое самоопределение.

В целом, сериал не особо радует зрителя стилистической новизной и сложностью, которая позволила бы решительно порвать с традиционным фреймом. Основные конфликты сюжета – между мировоззрениями братьев как представителями разных культур (диктатор и реформатор); между авторитарной властью и оппозицией – описаны в хорошо узнаваемых бинарных противоположностях. Данные оппозиции точно укладываются

в традиционный фрейм мусульманского авторитарного/тоталитарного государства и не оставляют у зрителя сомнений в атрибутировании симпатий.

Вместе с тем, главная идея о том, что у тоталитаризма нет национальности и вероисповедания, позволяет сериалу ослабить влияние клише и стереотипов в восприятии ислама, свойственных традиционным фреймам. Авторы пытаются дистанцироваться от детерминизма и немотивированных обобщений. Сын диктатора мечтает открыть бутик в Лондоне и жалуется своему отцу в порыве откровения: «Здесь мы видим только кровь, насилие и месть». Диктаторами не рождаются, диктаторами становятся. Исламский радикализм, утверждают авторы сериала, рождается в авторитаризме как наиболее эффективная форма сопротивления. Мечеть – это место поминовения жертв химической атаки диктатора и единственная альтернатива тоталитарной власти на Ближнем Востоке.

3.2. «Четыре льва»

Франко-британский фильм «Четыре льва», снятый известным режиссером-сатириком Кристофером Моррисом, рассказывает историю британских мусульман, решивших стать террористами. Жанр этого фильма в большей степени тяготеет к трагикомедии, обрамленной элементами псевдодокументалистики. В центре повествования находится повседневная жизнь участников небольшой группировки, которые мечтают совершить громкий теракт, но постоянно наталкиваются на разные неудачи.

Смех – самый известный и простой способ победить страх. А терроризм, как известно, питается социальным страхом. В этом смысле юмор и сатира представляют собой культурологическое оружие, посредством которого образ терроризма деконструируется и десакрализуется. Абсурд составляет важную часть художественного мира филь-

ма. Под его действие попадает и смерть, которая представляет собой достаточно специфический объект осмеяния. В мире «Четырех львов» методично нарушается связь между вещами, каждый элемент оборачивается своей противоположностью. Так изображается мир хаоса. Кульминацией этого хаоса становится марафон, участники которого надевают костюмы различных медийных персонажей, представляющий собой вариацию карнавала Бахтина с его инверсией бинарных оппозиций.

Традиционный для современной медиакультуры фрейм, связывающий ислам с понятиями войны, террора и страха, присутствует в фильме. Однако присутствует он ровно для того, чтобы быть развенчанным и деконструированным. Этот фрейм становится объектом игры режиссера. Прежде всего, в фильме не ставится знак равенства между исламом и терроризмом. Вводятся герои-мусульмане с диаметрально противоположными взглядами: сознательные приверженцы террора, сомневающиеся, не приемлющие насилие, жертвы и проч. Кроме того, среди террористов оказывается этнический британец, чем подчеркивается отсутствие корреляции между национальной принадлежностью и терроризмом. Терроризм тоже может быть мультикультурным.

Насилие как практика также является объектом осмеяния. Действия террористов влекут за собой жертвы среди мирных жителей. Но при этом жертвами насилия оказываются и сами террористы. В данном случае речь не идет о сознательной жертве, которая становится частью террористического акта. Насилие является повседневной практикой коммуникации участников террористической группировки друг с другом: от унижений до манипуляций. В одной из сцен участник группировки случайно убивает сам себя. Таким образом, подрывается самая суть терроризма – насилие, обоснованное идеей. В данном случае постулируется абсолютная бессмысленность – и даже абсурдность, насилия.

Говоря о противопоставлении ценностей, необходимо учитывать, что участниками террористической группировки являются европейские мусульмане, существующие в особом культурном контексте. В фокусе внимания режиссера не противопоставление систем ценностей, а скорее их столкновение и оценка результата сосуществования в мультикультуральной реальности. В этой ситуации четкое разделение ценностей становится практически фиктивным. Прежде всего, под сомнение ставится целостность той системы ценностей, которая связывает участников террористической группировки. Фактически оказывается, что не все они понимают действительное значение собственных действий и готовы следовать идее террора до конца.

В фильме показана социальная напряженность, от которой страдают люди, принадлежащие к разным культурным сообществам. Признается существование определенных культурных противоречий. Однако вместо привычной апелляции к фрейму страха и насилия режиссер вписывает свой образ терроризма в фрейм абсурда. Терроризм лишается того значения, на которое он претендует, и становится внутренне пустой конструкцией, практически формой без содержания. Является ли абсурд результатом некоего тупика, возникшего в ходе развития культуры, или всего лишь одним из способов постижения реальности и реагирования на цивилизационные вызовы – вопрос, на который сложно дать однозначный ответ.

Фильм задействует крайне широкое поле контекстов. Поднимаются вопросы политического, социального, религиозного и культурного характера, в более широком значении этого понятия. Центральными темами оказываются проблемы миграции, исламизации Европы, столкновения культур, утери идентичности. Основная цель главных героев – найти своего врага и тем самым сохранить свою идентичность. Образ врага масштабирован до предела и не определен: евреи, геи и аптеки

встраиваются в синонимичный ряд. Однако дихотомия «мы – они» обнаруживается только на уровне декламаций. В тот момент, когда в качестве объекта террора рассматривается мечеть, грань, разделяющая эти оппозиции, перестает быть четкой.

Ценностный ряд фильма включает как отсылки к религиозным образам ислама, так и элементы западной массовой культуры. При этом образы западной культуры превалируют на символическом уровне: из рассуждения о сущности терроризма фильм оборачивается в рефлексию о судьбе европейской цивилизации. Герои-террористы существуют в рамках этой культуры и активно потребляют ее: поют западные песни, используют костюм черепашки-ниндзя и даже нравоучительные сентенции заключают в рассказ об истории Симбы, героя мультфильма «Король Лев». В то время как британский спецназ по ошибке совершает практически символическую казнь бегуна в костюме Вуки, персонажа «Звездных войн», ставших культовым фильмом на Западе, тем самым будто бы вынося приговор собственной культуре. Музыкальное сопровождение фильма нельзя назвать богатым. Но при этом оно продолжает символически обрисовывать столкновение двух культур: восточные мотивы сменяются популярными западными песнями исполнителями. Форма фильма полностью дополняет его идейный посыл, предлагая зрителю причудливую смесь разных жанров и форматов.

Отдельным символическим значением обладает число четыре. Оно является поистине знаковым для европейской культуры. Отсылки на него пронизывают всю ткань фильма: намеки на четырех участников группы The Beatles, отсылки к черепашкам-ниндзя и пр. Четыре льва в фильме – это по сути четыре львенка, четыре порождения западной цивилизации, стремящихся отвоевать царство и вернуть утерянный статус. Фильм «Четыре льва» – это провокация, вызов и попытка свободной рефлексии над темой, о которой достаточно сложно мыслить свободно.

4. Выводы

1. В ведущих мировых масс-медиа существует консенсус по поводу освещения деятельности ИГИЛ, имеющего ярко выраженный политический характер. По общему мнению, Исламское государство – враг, который должен быть уничтожен. Публикации, рассматривающие ИГИЛ в позитивном ключе (например, как борцов за правое дело), отсутствуют.
2. В медийных публикациях, посвященных Исламскому государству, преобладает тематический фрейм, что свидетельствует о высокой общественной значимости данной темы. Наблюдается сближение фреймов «ИГИЛ» и «тоталитаризм» – наряду с расхождением фреймов «ИГИЛ» и «ислам».
3. Дискурс вокруг Исламского государства – дуалистичный. О нем говорят одновременно, как о государстве и как о террористической организации. Деятельность по вооруженной борьбе с ИГИЛ трактуется и как военный конфликт, и как антитеррористическая операция. Несмотря на то что ИГИЛ удалось внести определенную путаницу в медийный дискурс, навязав использование термина «государство» и некоторых сопутствующих словесных конструкций, тем не менее, СМИ описывают его, прежде всего, в качестве террористической организации. Важно, что ИГИЛ не удалось создать сильный образ героя из своего лидера Абу Бакра аль-Багдади; в этой связи упоминания Исламского государства имеют высокий уровень обезличенности.
4. Фреймы текстов масс-медиа, посвященных ИГИЛ, в целом укладываются во фреймы проанализированных произведений массовой культуры, созданных за последние 5–7 лет.
5. Для публикаций о деятельности ИГИЛ характерен высокий уровень рефлексии. Значительное количество текстов перегружено различными историческими и культурными контекстами (от 9/11 и деятельности «Аль-Каиды» – до отсылок к произведениям Дж. Оруэлла). Предметом рефлексии, однако, является только феномен ИГ. При этом СМИ проявляют слабый интерес к тому, как устроено ИГИЛ, почему оно образовалось и т.д.

Медийный образ ИГИЛ – сложный и противоречивый транснациональный конструкт, образовавшийся на пересечении традиционных и современных фреймов в результате информационной активности, как представителей Исламского государства так и государств антитеррористической коалиции. В сущности, мы имеем дело с попытками описания принципиально нового социально-политического явления устаревшим языком СМИ, не позволяющим аутентично передать

суть феномена ИГИЛ. Очевидно, что в настоящий момент происходит интенсивное валидирование символических средств при описании данного феномена, сопровождаемое изменением традиционных фреймов освещения радикального ислама. При этом художественные произведения в целом демонстрируют большую изобретательность и свежесть языка, чем традиционные СМИ, ограниченные общей инерцией сложносоставного процесса новостного менеджмента.

5. Литература

1. Baudrillard J. *The Spirit of Terrorism and Requiem for the Twin Towers*. – London, New York: Verso, 2012.
2. Borah P. *Conceptual Issues in Framing Theory: A Systematic Examination of a Decade's Literature* // *J. of Communication*. – 2011. – № 61 – P. 246–263.
3. Castels M. *Communication Power*. – Oxford University Press, 2009.
4. Cronin A. *ISIS Is Not a Terrorist Group*, *Foreign Affairs*, March-April. 2015.
5. Entman R.M. *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm* // *J. of Communication*. – 1993. – № 43. – P. 51–68.
6. Gitlin T. *The Whole World is Watching*. – Berkeley: University of California Press, 1980.
7. Jasperson A.E., and El-Kikhia M.O. // *CNN and al Jazeera's Media Coverage of America's War in Afghanistan*. In *Framing Terrorism: The News Media, the Government, and the Public* / Ed. P. Norris, M. Kern, and M. Just. – New York: Routledge, 2003. P. 113–132.
8. Lakoff G. *The Political Mind: Why You Can't Understand 21st-century Politics with an 18th-century Brain*. – New York: Viking, 2008.
9. McCormick G.H. *Terrorist decision making* // *Annual Review of Political Science*. – 2003. – № 6. – P. 473–507.
10. Nelson T.E., Clawson R.A., and Oxley Z. *Media Framing of a Civil Liberties Controversy and Its Effect on Tolerance* // *American Political Science Review*. – 1997. – V. 91. – № 3. – P. 567–584.
11. Norris P., Kern M., and Just M. *Framing Terrorism* // In: *Framing Terrorism: The News Media, the Government, and the Public* / Ed. P. Norris, M. Kern, and M. Just. – New York: Routledge, 2003. – P. 3–26.
12. Papacharissi Z., Oliveira F. *News Frames Terrorism: A Comparative Analysis of Frames Employed in Terrorism Coverage in U.S. and U.K. Newspapers* // *The International J. of Press and Politics*. – 2008. – № 13(1). – P. 52–74.
13. Reese S., Lewis S. *Framing the War on Terror: The Internalization of Policy in US Press*. // *Journalism*. – 2009. – № 10(6). – P. 777–797.
14. Rojecki A. *Media Discourse and Global Terrorism*. // *Political Communication*. – 2005. – № 22(1) – P. 63–81.
15. Scheufele D. *Framing as a Theory of Media Effects* // *J. of Communication*. – 1999. – № 49(1). – P. 103–122.
16. Schoeneborn D., and Scherer A.G. *Communication as Constitutive of Terrorist Organizations*. IOU Working Paper No. 104. 2010.
17. Schoeneborn D. *Communication as Constitutive of Terrorist Organizations* // https://www.researchgate.net/publication/228193996_Communication_as_Constitutive_of_Terrorist_Organizations.
18. Semetko H., Blumler J.G., Gurevitch M., and Weaver D.H. *The Formation of Campaign Agendas*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum, 1991.
19. Вайс М., Хасан Х. *Исламское государство: Армия террора*. – М.: Альпина Паблишер, 2015.
20. Гофман И. *Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта*. – М.: Институт социологии РАН, 2003.
21. Давыдов С.Г., Селиверстова Н.В. *Представления об обществе в современных телевизионных сериалах* // *Меди@льманах*. – 2007. – № 2. – С. 22–36.
22. Жижек С. *Добро пожаловать в пустыню реального*. – М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002.
23. Кастэльс М. *Информационная эпоха: экономика, общество и культура*. – М.: ГУ-ВШЭ, 2000.
24. Кин Д. *Демократия и декаданс медиа*. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015.
25. Маклюэн М. *Понимание медиа*. – М., 2003; 2010 (3-е изд.). – Глава 29.
26. *Слово в действии. Интен-анализ политического дискурса* / Под ред. Т.Н. Ушаковой, Н.Д. Павловой. – СПб.: Алетейя, 2000.
27. *Социология и кинематограф* / Под общ. ред. М.И. Жабского. – М., 2012.
28. Штомпка П. *Визуальная социология*. – М.: Логос, 2007.



#Valdaiclub

 Valdai Club

 Valdai International Discussion Club

www.valdaiclub.com

valdai@valdaiclub.com

ISBN 978-5-906757-24-1



9 785906 757241

