

EVGENII KABLUKOV / ЕВГЕНИЙ КАБЛУКОВ

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9112-4145>

Ural Federal University

## **ИОСИФ СТАЛИН И ВЛАДИМИР ПУТИН: ПРАКТИКИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА В ДИСКУРСЕ СОВЕТСКИХ И РОССИЙСКИХ МЕДИА**

### **Joseph Stalin & Vladimir Putin: practices of the image construction of a political leader in the discourse of Soviet and Russian media**

Ключевые слова: образ, имидж, дискурс, дискурсивная практика, медиа, Сталин, Путин

KEYWORDS: image, discourse, discursive practice, media, Stalin, Putin

ABSTRACT: The image of a political leader is considered as a discursive phenomenon, structured by a set of practices. Two practices bring together the images of Stalin and Putin: 1) use of specific nominations of a leader; 2) reproduction of laudatory slogans addressed to a leader. The gatekeeping practices and the content of leaders' images in considered discourses are fundamentally different. The modern Russian media select the most spectacular breaking news with the participation of Putin and construct the star image, well sold to the Russian consumer. Soviet media refuse any sensationalism, covering only official and routine events with the participation of Stalin. So the contradiction is revealed between the ordinary actions of the leader and the endless praise for Stalin as a deified father.

### **1. Теоретические основания и методика исследования**

Образ Иосифа Сталина в советском публичном дискурсе традиционно рассматривают в контексте культа личности (см. например: Силади 1994; Davies 2004; Tucker 1979). За последние десять лет появилось значительное число публикаций (Cassiday 2010; Hassner 2008; Kablukov 2016; Mikhailova 2012; White 2008 и др.), в которых отмечается появление нового культа – российского президента Владимира Путина. Цель данной статьи – выявить, охарактеризовать и сравнить ключевые практики конструирования образа названных политических деятелей в соответствующих дискурсах: Сталина – в советских СМИ и Путина – в современных российских медиа. Материалом для анализа служат, с одной стороны, тексты всесоюзных газет «Известия», «Комсомольская правда», «Литературная газета», «Правда» 1930-

1953 гг., что соответствует периоду формирования культа личности Сталина во время его правления (см. Tucker 1979, 349), а с другой – тексты печатных и электронных общероссийских медиа (за исключением тех случаев, когда привлечение региональных СМИ оправдано задачами исследования), вышедшие в свет в 2000-2018 гг.

Настоящее исследование выполнено в русле дискурс-анализа, основанного на принципах социального конструкционизма и идеях М. Фуко, получивших, в частности, лингвистическую интерпретацию в работах Э. В. Чепкиной (2000; 2011). При таком подходе дискурс понимается как «социально обусловленная организация системы речи и действия» (Кемеров 1998, 249), а внимание исследователя сосредоточено на дискурсивных практиках – типичных способах конструирования смыслов или фрагментов действительности (ср. Фуко 1996, 118; Майданова 2011, 14). Изучение медиадискурса связано с анализом практик формирования объектов дискурса, то есть событий, персонажей и других элементов реальности, конструируемой СМИ. К числу этих практик относятся отбор объектов, обеспечивающий установление так называемой повестки дня (см. Дьякова 2005), а также номинация и описание этих объектов (см. Майданова 2011; Чепкина 2000; 2011). Также значимыми являются практики формирования субъектных позиций дискурса и практики конструирования истины. Отметим, что данный подход во многом коррелирует с критическими дискурсивными исследованиями в духе Т. А. ван Дейка, в которых медиадискурс рассматривается как «социальная институциональная практика», в том числе «практика производства и восприятия новостей» (ван Дейк 2013, 176; см. также: Демчук/Медведева/Федоров 2019; Пушкарева 2018).

Перейдем к дискурсивной интерпретации образа. Его лингвистическое изучение предусматривает возможность дуалистического подхода. С одной стороны, образ – это совокупность коммуникативных характеристик субъекта, которые выявляются при изучении его речевого портрета (Крысин 2001), языковой личности (Караулов 1987), лингвокультурного типажа (Карасик 2005) или идиостиля (Григорьев 1983). С другой стороны, образ – это совокупность характеристик, приписываемых объекту исследования в тексте, сверхтексте или дискурсе (Майданова 2006). Именно такой конструкт политического лидера, рассматриваемого в качестве объекта медиадискурса, находится в центре нашего внимания. При этом значимым оказывается не столько содержание этого образа-конструкта, сколько набор практик, регулирующих деятельность субъектов медиадискурса и обеспечивающих конструирование данного образа в данных социальных условиях. Ниже мы выявим ключевые практики конструирования образа Сталина в советском публичном дискурсе периода тоталитаризма и образа Путина в современном российском медиадискурсе, покажем сходства и различия этих практик, а также продемонстрируем содержательную специфику конструируемых образов.

## 2. Общие практики советских и российских медиа

Начнем с дискурсивных практик, сближающих два образа. Первая связана с использованием специфических номинаций, фиксирующих особый статус лидера. Вторая заключается в воспроизведении клишированных лозунгов-здравиц.

В период существования классических авторитарных режимов XX века сформировалась практика обозначения их лидеров посредством специфических номинаций: *вождь* в Советском Союзе, *фюрер* в национал-социалистической Германии, *душе* в фашистской Италии. Перечисленные номинации утверждали исключительное положение лидера в политической системе страны и закреплялись не за должностью, а за конкретной личностью, что нетипично для институциональных дискурсов. Так, Гитлер подчеркивал: «Между прочим, я не являюсь главой государства в таком же смысле как диктатор или монарх, но я являюсь вождем немецкого народа» (цит. по: Арендт 1996, 485).

Как уже было сказано, в советской традиции для обозначения политического лидера использовалась номинация *вождь*, которая получила следующее идеологически нагруженное определение:

Руководитель и учитель коммунистической партии и трудового народа, являющийся выразителем его воли, стремлений, желаний; общественный деятель, способный поднять на высокий уровень политическое сознание и активность масс и правильно определить пути борьбы рабочего класса за полную победу и обеспечение интересов всех трудящихся; руководитель, организатор и вдохновитель построения социализма и перехода в коммунистическое общество (Чернышев 1951, 527).

Данная номинация последовательно использовалась для обозначения Сталина в период его правления:

- (1) Во главе партии стоит наш *вождь* и отец Иосиф Виссарионович Сталин (Известия. 21.10.1937. № 246).
- (2) Шлём Вам, нашему любимому *вождю*, свой сердечный фронтовой привет (Известия. 27.01.1943. № 21).
- (3) Народ чувствует своего *вождя* (Правда. 29.06.1945. № 154).
- (4) Дорогой друг, боевой товарищ, учитель и *вождь*! (Правда. 21.12.1949. № 355.).
- (5) Не бьется больше сталинское сердце, но никогда не померкнет светлое имя великого *вождя* в сердцах советских людей и трудящихся всего мира (Литературная газета. 12.03.1953. № 31).

Интересно, что эта неформальная номинация практически полностью вытеснила традиционное для журналистского дискурса обозначение персонажа

по должности, которое сохранялось лишь в публикуемых документах и информационных сообщениях, тяготеющих к официально-деловому стилю.

Перед президентскими выборами 2008 года в российском медиадискурсе также оформилась практика использования специфической номинации для обозначения Путина:

- (6) «В стране есть *национальный лидер* – президент России...», – отметила Валентина Матвиенко (Вести. Россия. 01. 1.10.2007).
- (7) Главное – это то, что Путин останется безусловным *национальным лидером* (Однако. Первый канал. 04.10.2007).

Очевидно, номинация «национальный лидер», связанная не с должностью, а с конкретным человеком, появилась тогда неслучайно: она использовалась для того, чтобы Путин мог сохранить накопленный им политический капитал, не передав его в ходе рокировки – вместе с должностью – новому президенту Дмитрию Медведеву. Интересно, что частотность использования этой номинации вновь возросла в канун следующих президентских выборов, в ходе которых была осуществлена зеркальная рокировка (см. Kablukov 2016, 168сл.):

- (8) «Безусловно, возглавить общероссийский Народный фронт должен *национальный лидер* Владимир Путин [...] », – заявил 7 мая заместитель секретаря президиума генсовета «Единой России» Юрий Шувалов (Комсомольская правда. 07.05.2011).
- (9) В канун Дня Победы глава российского правительства, председатель «Единой России» и просто *национальный лидер* Владимир Путин предложил создать Общероссийский народный фронт (Лента.ру. 09.05.2011).

Советский дискурс выработал также набор лозунгов-здравиц (см.: Левин 1988), воспроизводимых на массовых мероприятиях в адрес политического лидера и утверждающих его величие, а также демонстрирующих согласие субъекта высказывания с исключительным властным статусом данного лидера и солидарность с олицетворяемой им идеологией. Чрезвычайная активность и клишированность этих лозунгов выявляют организованный, ритуальный характер поклонения, что сближает почитание советского вождя с религиозным культом. Выделяется три типа лозунгов-здравиц, прославляющих Сталина:

- (10) *Да здравствует* гений человечества, верный продолжатель дела Маркса-Энгельса-Ленина – великий Сталин! (Известия. 21.10.1937).
- (11) Высокий юноша, волнуясь, кричит: – Товарищу Сталину – ура! И все, кто находится на площади, подхватывают его возглас. И долго, восторженно гремит «ура» в честь великого организатора и вдохновителя победы (Известия. 09.05.1945).

- (12) *Слава* великому вождю и учителю трудящихся и всего прогрессивного человечества, гениальному зодчему коммунизма товарищу Сталину! (Комсомольская правда. 15.10.1952).

Как видно из приведенных примеров, первый и, вероятно, наиболее частотный тип представляет собой «приветственное восклицание с пожеланием успеха, процветания, благополучия» (Кузнецов 2000, 361), второй предполагает использование междометия *ура*, выражающего «воодушевление, восторженное одобрение» (Кузнецов 2000, 1395), а третий связан с использованием возгласа *слава*, обозначающего *хвала! честь!* (Кузнецов 2000, 1205). Интересно, что все эти лозунги могут присутствовать в одном тексте и, как правило, передают реакцию аудитории на стимул, связанный со Сталиным.

Современный российский медиадискурс спорадически воспроизводит описанную советскую практику использования лозунгов-здравиц для восхваления Путина, причем самой популярной формулой по-прежнему остается *Да здравствует!*, ср.:

- (13) Да здравствует Крым, да здравствует Россия, *да здравствует Путин!* (Крым Медиа. 27.02.2015).  
(14) Потому что мы – за сильное государство, за Дагестан, за Россию, за Путина. Да здравствует Дагестан, да здравствует Россия, *да здравствует Путин!* (РИА Дагестан. 25.02.2015).

Эти примеры из текстов региональных информагентств показывают, что подобные лозунги редко попадают в повестку федеральных СМИ. Впрочем, бывают и исключения, к примеру, известное выступление Рамзана Кадырова:

- (15) Мы публично заявляем об этом на весь мир, чтобы всем было ясно и понятно – да здравствует наша великая Родина Россия! *Да здравствует наш национальный лидер России Владимир Путин!* Аллах Акбар! (Лента.ру. 29.12.2014).

Возгласы *Ура!* и *Слава!* в адрес Путина появляются в СМИ чрезвычайно редко:

- (16) Президента России Владимира Путина встретили криками «*ура*» у входа в зал Госдумы (Газета.ру. 08.05.2018).  
(17) Морскому и авиационному парадом предшествовала поздравительная речь президента России Владимира Путина, которая завершилась громогласными: «*Слава России!*» и «*Слава Путину!*» (РИА Новости. 09.05.2014).

### 3. Отбор событий и конструируемый образ

Фундаментальные различия советского тоталитарного и современного российского медиадискурсов выявляются при анализе практик отбора событий с непосредственным участием лидера страны, попадающих в повестку дня, а значит, формирующих «информационный образ актуальности» (Калмыков 2005, 8). Советский медиадискурс включал лишь официальные события с участием вождя, причем эти события носили рутинный или плановый характер. Таким образом, практически полностью исключалось конструирование сенсационных событий, позволяющих объекту культа проявить конкретные экстраординарные качества и способности. В результате все исключительные характеристики вождя не демонстрировались в реальном времени, скажем, в форме репортажа, а приписывались Сталину «задним числом» в любых журналистских текстах, прямо или косвенно связанных с советским лидером. Субъектами высказывания при этом могли быть как журналисты и внештатные корреспонденты, так и персонажи журналистских материалов: эксперты и «простые люди».

Рассмотрим примеры таких событий. Во-первых, это встречи советского лидера с политическими деятелями, представителями творческой интеллигенции и т.п.:

- (18) 28 марта Председатель Совета Народных Комиссаров СССР тов. И. В. Сталин в присутствии Народного Комиссара Иностранных Дел тов. В.М. Молотова принял Посла Великобритании г. А. Керра. Беседа продолжалась свыше двух часов (Правда. 29.03.1942).

Перед нами полностью воспроизведенная хроникальная заметка, тяготеющая к официально-деловому стилю и констатирующая лишь факт встречи названных лиц. Более яркие события часто представлены в жанре репортажа, но при этом также лишены признаков сенсационности:

- (19) 9 часов вечера. На трибуне появляются товарищ Сталин, его ближайшие соратники тт. Молотов, Маленков, Ворошилов. [...] Великий вождь встает со своего места и ровным, мерным шагом направляется к трибуне. Навстречу ему поднимается могучая овация. Зал встает, дрожат стены Кремлевского дворца от раскатов «ура». [...] Проходит минута, две, три... Оvation, как горная лавина, нарастает все больше и больше. Она прекращается лишь тогда, когда верх, наконец, берет желание поскорее услышать сталинское слово (Комсомольская правда. 15.10.1952).

Данный репортаж с заключительного заседания XIX Съезда КПСС содержит не только ритуальные славословия в адрес вождя, но и фрагменты его речи,

которая к тому же полностью опубликована на первой странице указанного номера «Комсомольской правды».

Совершенно по-другому конструируется образ Путина. Во-первых, российский лидер становится главным героем многочисленных и чрезвычайно ярких событий настоящего, связанных с исполнением должностных обязанностей и позволяющих проявить неординарные качества и способности. Это и полет в командировку на боевом самолете, и инспекция недавно построенной автотрассы за рулем автомобиля «Лада Калина», и другие события, конструируемые в духе сенсационности (см. Kablukov 2016, 170ссл.). Во-вторых, современный российский медиадискурс включает такие события с непосредственным участием Путина, которые можно отнести к общественной жизни страны, например: исполнение песни на благотворительном концерте, полет на дельтаплане для спасения выводка журавлей, шествие в колонне «Бессмертного полка». Все эти события наглядно демонстрируют личные качества российского лидера: сострадание и готовность прийти на помощь, а также близость к народу. Третье отличие от советского дискурса связано с отбором событий, повествующих о личной жизни главы государства. С одной стороны, в официальных СМИ сохраняется табу на освещение семейной жизни Путина, с другой, в повестку дня попадают события, показывающие, как он проводит свободное время: добывает на рыбалке гигантскую щуку, совершает конную прогулку, демонстрируя при этом голый торс, делает зарядку вместе с Медведевым... – материалы обо всех этих частных и, казалось бы, не предназначенных для широкой публики, а потому сенсационных эпизодах попадают в СМИ не с помощью папарацци, а по вполне официальным каналам и, следовательно, являются элементами целенаправленно формируемого имиджа.

#### **4. Обожествляемый отец vs звезда массовой культуры**

Образ Сталина в советской прессе – это образ обожествляемого отца, закрепляющий две ипостаси – человеческую, демонстрирующую близость Сталина-отца и всех его чад, и божественную, выявляющую непреодолимую дистанцию между вождем и народом. Отметим, что архетип отца тесно связан с феноменом вождизма: «Вождь массы – все еще праотец, к которому все преисполнены страха, масса все еще хочет, чтобы ею управляла неограниченная власть, страстно ищет авторитета; она, по выражению Ле Бона, жаждет подчинения» (Фрейд 2017, 86). При этом «отождествление как вождя, так и нередко главы государства с «отцом нации» или, по крайней мере, присвоение правителям «отцовских» функций онтологически производны от идеи Небесного отцовства» (Краснов 2008, 28).

Образ Сталина-отца конструируется в медиатекстах эксплицитно, посредством соответствующей номинации и включения в текст других лексем из тематической группы «семья»:

- (20) Да, здравствует наш *родной, любимый отец*, великий Сталин! (Правда. 13.09.1937).
- (21) Во главе партии стоит наш вожьд и *отец* Иосиф Виссарионович Сталин (Известия. 21.10.1937).
- (22) *Осиротели* трудящиеся мира. Ушел великий гений, *любимый отец*, к которому все обращались за советом, помощью (Литературная газета. 12.03.1953).

Обожествление отца предполагает наделение его «божественной, сверхъестественной силой; признание божеством» (Кузнецов 2000, 678). При этом советский медиадискурс приписывает Сталину характеристики, соответствующие христианским представлениям о боге, согласно которым это «предвечный бессмертный Дух, Всевышний Творец, обладающий всемогуществом, абсолютным совершенством и абсолютным знанием, сотворивший мир и управляющий им и являющий людям любовь, милосердие и всепрощение» (Скляревская 2000, 37):

- (23) Товарищ Сталин – *учитель* всех наших маршалов, генералов, офицеров, бойцов и сержантов (Правда. 29.06.1945).
- (24) Великий Сталин – *творец* нашего счастья, *создатель* социалистической индустрии нашей страны (Вечерняя Москва. 08.03.1953).
- (25) Ушел *великий гений*, любимый отец, к которому все обращались за советом, помощью, ушел *тот, кто был первым и наивысшим судьей* наших дел, тот, чье одобрение было для нас счастьем (Литературная газета. 12.03.1953).

Для характеристики Сталина здесь используются лексемы «творец» и «создатель», которые также употребляются в христианстве как имена Бога (Кузнецов 2000, 1230, 1309). Также Сталин предстает как наивысший судья и учитель, обладающий высшей мудростью и монополией на истину.

Интересно, что при этом советский медиадискурс не стремится избежать явных параллелей с христианской традицией почитания и описания бога:

- (26) Его изображение – в рабочем доме, в крестьянской хате, в красноармейской казарме. «Если Сталин верит в массы, – писал Анри Барбюс, – то и массы верят в него... Человек, чей профиль изображен на красных плакатах – рядом с Карлом Марксом и Лениным, – это человек, который заботится обо всем и обо всех, который создал то, что есть, и создает то, что будет. Он спас. Он спасет». Наши люди знают, что их вожьд во имя дела и блага народа всегда был готов отдать все свои силы, все свои способности, а если понадобится, всю свою кровь, каплю за каплей (Правда. 29.06.1945).



В данном фрагменте не только показано замещение иконы, которая некогда была и в доме, и в хате, и в казарме, портретом нового бога, но и устами Анри Барбюса закреплено представление о Сталине как о создателе всего сущего и спасителе. После цитаты журналист вновь обращается к евангельским мотивам, говоря о готовности Сталина принести себя в жертву во имя народа (разница лишь в том, что Христос, согласно евангельскому сюжету, действительно принес себя в жертву, причем в прямом смысле слова, а Сталин, как говорится здесь, лишь пребывает в состоянии вечной готовности сделать это).

Перейдем к образу Путина в современном медиадискурсе. Мы перечислили три типа событий с его непосредственным участием, попадающих в повестку российских СМИ и участвующих в формировании образа звезды, балансирующей между тождественностью и самостью (см. Рикер 2008, 17; Ильина 2012, 60). Начнем с событий, связанных с исполнением должностных обязанностей:

- (27) Неожиданно для всех Владимир Путин вылетел сегодня из Сочи в Краснодар. Едва спустившись с трапа, он принимает новое решение: лететь в Чечню. Бегом поднимается обратно в самолет, чтобы переодеться в летную форму. Он полетит в Грозный не на своем премьерском лайнере, а на боевом истребителе-перехватчике «Су-27» (Новости. Первый канал. 20.03.2000).

В этом репортаже конструируется образ супергероя, неизменными атрибутами которого являются опасная миссия (Путин летит в Чечню, чтобы «лично поблагодарить десантников 331-го полка за отличную службу и проводить в Кострому») (см.: Сооган 2009, 77сл.) и особый костюм (в данном случае летная форма), «несущий в себе послание о его образе. Обязательное наличие костюма задает состояние личностной раздвоенности супергероя, являющейся формальной границей между двумя его *альтер эго* – «обычным» человеком без костюма и супергероем в костюме» (Беляев 2013, 37).

В то же время при конструировании событий общественной жизни Путин предстает в образе «простого человека»:

- (28) «Я думаю, что мой отец так же, как и миллионы простых солдат, был просто простым солдатом. Они все имели право пройти по этой площади. [...] И я очень счастлив тому, что и мой отец со мной сейчас, и в руках у меня его портрет. И сотни других, и тысячи других простых людей, простых солдат, тружеников тыла могут сейчас появиться на Красной площади, пускай и в фотографиях в руках своих близких. Они это заслужили», – сказал принимавший участие в шествии Президент Владимир Путин (Новости. Первый канал. 11.05.2015).

В этом репортаже, посвященном шествию «Бессмертного полка», президент идет в одной колонне с другими жителями столицы и так же, как они, несет фотографию своего отца – обычного участника Второй мировой.

Конструирование образа звезды не ограничивается профессиональной и общественной деятельностью персонажа, а непременно предполагает внимание к его частной жизни:

- (29) Сеанс подводной охоты в таежном озере снимал не только оператор со стороны. К снаряжению президента тоже прикрепили камеру, чтобы получить съемку от первого лица. [...] В здешних озерах и реках она (рыба. – Е. К.) водится в изобилии, но добычу легко упустить. Президенту удача улыбнулась дважды. Одна щука притаилась на песчаном дне, другая – возле густых подводных зарослей (Новости. Первый канал. 5.08.2017).

Репортаж рассказывает об отпуске, в ходе которого Путин демонстрирует прекрасную физическую форму: он весьма успешно занимается подводной охотой, плавает в холодных водах тывинских рек и, стоя по колено в воде, удит рыбу. Визуальный образ президента формируется одеждой в стиле «милитари», причем на некоторых кадрах Владимир Путин вновь появляется с голым торсом. Все это подтверждает выводы исследователей, согласно которым при формировании образа российского лидера активно эксплуатируются военный и сексуальный аспекты, что приводит к милитаризации образа Путина и России в целом (Foxall 2013; см. также: Goscilo 2012).

## 5. Выводы

Как показывает наш материал, выделяются лишь некоторые частные практики конструирования образа политического лидера, сближающие советский тоталитарный и современный российский медиадискурс. Это практики использования специфических номинаций и лозунгов-панегириков. Однако в советском дискурсе обе названные практики были активны перманентно, в то время как в российском одна актуализируется ситуативно, а вторая спорадически, что выявляет ее рудиментарный характер.

Ключевые отличия связаны с практиками отбора связанных с лидерами событий, а также номинации и описания Сталина и Путина. Так, современный российский медиадискурс, функционирующий в условиях относительно свободного рынка и декларируемой демократической системы, отбирает эффектные события с участием Путина и тем самым формирует образ звезды, который можно продать массовой аудитории, в то время как советский медиадискурс периода тоталитаризма, напротив, исключает такие события с участием Сталина, поскольку

в сталинской культуре с ее «складом ума» даже и мысли возникнуть не может о том, что она имеет дело с потребителями, что надо что-то продать и что те, для кого этот товар изготовлен, могут решать, купить его или не купить (Силади 1994, 157).

Советские СМИ старательно избегают материалов, позволяющих «задокументировать» образ Сталина (отсюда столь малое количество газетных репортажей, фотографий и кинохроники с его участием в качестве главного действующего лица), подменяя их бесконечным славословием в его адрес, так что складывается впечатление, будто он вездесущий, но в то же время неуловимый сверхчеловек, точнее, обожествляемый отец, не поддающийся документальной фиксации.

### Библиография

- Арендт, Х. (1996), Истоки тоталитаризма. Москва.
- Беляев, Д. А. (2013), Концепт «супергерой» как локальный вариант модели сверхчеловека в актуальном пространстве массовой культуры. В: Вестник Волгоград. гос. ун-та. Сер.: Философия. Социология и социальные технологии. 2, 35-42.
- Григорьев, В. П. (1983), Грамматика идиостиля: В. Хлебников. Москва.
- Демчук, М./Медведева, А./Федоров, В. (2019), Использование медиаэстетического компонента в современном неинституциональном публицистическом интернет-дискурсе. В: Przegląd Wschodnioeuropejski. X/1, 347-356.
- Дьякова, Е. Г./Трахтенберг, А. Д. (2005), Установление повестки дня: теория и технология. Екатеринбург.
- Ильина, О. В. (2012), Практики конструирования образа персонажа в прессе: между тождественностью и самостью. В: Известия Урал. фед. ун-та. Сер. 1. 2, 60-64.
- Кармыков, А. А./Коханова, Л. А. (2005), Интернет-журналистика. Москва.
- КАРАСИК, В. И./ДМИТРИЕВА, О. А. (2005), Лингвокультурный типаж: к определению понятия. В: Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажы. Волгоград, 5-25.
- КАРАУЛОВ, Ю. Н. (1987), Русский язык и языковая личность. Москва.
- КЕМЕРОВ, В. Е. (ред.) (1998), Современный философский словарь. Лондон и др.
- Краснов, М. А. (2008), Глава государства: рецепция идеи «отцовства». В: Общественные науки и современность. 6, 27-38.
- Крысин, Л. П. (2001), Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета. В: Русский язык в научном освещении. 1, 90-106.
- Кузнецов, С. А. (ред.) (2000), Большой толковый словарь русского языка. Санкт-Петербург.
- Левин, Ю. (1988), Заметки о семиотике лозунгов. В: Wiener Slawistischer Almanach. 22, 69-85.
- МАЙДАНОВА, Л. М. (2006), Образ власти в современных медиатекстах. В: Известия Урал. гос. ун-та. Сер. 1. 40, 147-157.
- МАЙДАНОВА, Л. М./Чепкина, Э. В. (2011), Медиатекст в идеологическом контексте. Екатеринбург.
- ПУШКАРЕВА, И. (2018), О лингвоаксиологическом исследовании регионального медиадискурса. В: Przegląd Wschodnioeuropejski. IX/1, 239-249.
- РИКЕР, П. (2008), Я-сам как другой. Москва.
- Силади, А. (1994), Тоталитарные культуры XX века: религия и рынок. В: Общественные науки и современность. 3, 151-166.
- Скляревская, Г. Н. (2000), Словарь православной церковной культуры. Санкт-Петербург.

- ФРЕЙД, З. (2017), *Массовая психология и анализ человеческого «Я»*. Санкт-Петербург.
- ФУКО, М. (1996), *Археология знания*. Киев.
- ЧЕПКИНА, Э. В. (2000), *Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995-2000)*. Екатеринбург.
- ЧЕПКИНА, Э. В./ЕНИНА, Л. В. (2011), *Журналистский дискурс: анализ практик*. В: *Известия Урал. фед. ун-та. Сер. 1. 2*, 76-85.
- ЧЕРНЫШЕВ, В. И. (ред.) (1951) *Словарь современного русского литературного языка*. Т. 2. Москва и др.
- CASSIDAY, J. A./JOHNSON, E. D. (2010), Putin, Putiniana and the question of a post-Soviet cult of personality. In: *Slavonic and East European Review*. 88/4, 681-707.
- COOGAN, P. (2009), The definition of the superhero. In: *A comics studies reader*. Jackson, 77-93.
- DAVIES, S. (2004), Stalin and the Making of the Leader Cult in the 1930s. In: *The Leader Cult in Communist Dictatorships*. London, 29-46.
- FOXALL, A. (2013), Photographing Vladimir Putin: Masculinity, Nationalism and Visuality in Russian Political Culture. In: *Geopolitics*. 18/1, 132-156.
- GOSCILO, H. (2012), Putin's performance of masculinity. In: *Putin as Celebrity and Cultural Icon*. London etc., 180-207.
- HASSNER, P. (2008), Russia's transition to autocracy. In: *Journal of Democracy*. 19/2, 5-15.
- KABLUKOV, E. (2016), The Practices of Construction Vladimir Putin's Personality Cult in Modern Russian Media Discourse. In: *Slavia časopis pro slovanskou filologii*. 85/2, 166-181.
- МИХАЙЛОВА, Т. (2012), Putin as the Father of the Nation. In: *Putin as Celebrity and Cultural Icon*. London etc., 65-81.
- TUCKER, R. C. (1979), The rise of Stalin's personality cult. In: *The American Historical Review*. 84/2, 347-366.
- VAN DIJK, T. A. (2013), *News as discourse*. London etc.
- WHITE, S./MCALLISTER, I. (2008), The Putin Phenomenon. In: *Journal of Communist Studies and Transition Politics*. 24/4, 604-628.