

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

А.Э. Рудакова, О.Е. Гришин

РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ ГОСУДАРСТВА

Монография

Под редакцией О.Е. Гришина

Москва
Издательство
Российского государственного социального университета
2017

УДК 321:659.4
ББК 66.06
Р83

*Рекомендовано Научно-техническим советом
Российского государственного социального университета
(Выписка из протокола заседания НТС РГСУ от 21.12.2016 № 11)*

Р е ц е н з е н т ы:

Л.Н. Тимофеева – доктор политических наук, профессор, заместитель заведующего кафедрой политологии и политического управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ;

Ю.В. Быба – кандидат политических наук, генеральный директор ООО «МКФ “Свой Путь”»;

Е.А. Петрова – доктор психологических наук, профессор, декан факультета психологии Российского государственного социального университета

А в т о р ы:

А.Э. Рудакова – кандидат политических наук, главный советник Департамента организационно-протокольного обеспечения мероприятий Исполкома Общероссийского общественного движения «Народный фронт “За Россию”»;

О.Е. Гришин – кандидат политических наук, доцент кафедры политологии и международных отношений Российского государственного социального университета

Рудакова А.Э., Гришин О.Е.

Р83 Репутационный капитал государства: монография / под ред. О.Е. Гришина. – М.: Издательство РГСУ, 2017. – 162 с.

ISBN 978-5-7139-1325-0

Монография посвящена анализу феномена репутационного капитала государства как политического ресурса. Исследование выполнено на базе ключевых концепций классической политологии с применением современных технологических трендов. Используя достижения различных школ и направлений политической мысли, авторы формулируют интегрированное определение объекта исследования. В издании приведены примеры эффективного и неэффективного использования репутационных характеристик России. Опираясь на результаты социологических опросов, материалы СМИ, рейтинги государств, составленные по разным критериям, осуществлена оценка состояния репутационного капитала России. По итогам анализа даются практические предложения повышения эффективности репутационного капитала государства, представлены технологии и перспективы его развития.

Монография представляет интерес как для специалистов-политологов, преподавателей, аспирантов, студентов гуманитарных факультетов высших учебных заведений, так и для широкого круга читателей.

УДК 321:659.4
ББК 66.06

ISBN 978-5-7139-1325-0

© Рудакова А.Э., Гришин О.Е., 2017
© Российский государственный
социальный университет, 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВСТУПЛЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. РЕПУТАЦИОННЫЙ КАПИТАЛ ГОСУДАРСТВА КАК ПОЛИТИЧЕСКИЙ РЕСУРС	6
1.1. Репутация государства: сущность, структура, функции	6
1.2. Репутационный капитал государства: интегрированный подход	27
1.3. Государственные репутационные стратегии: зарубежный опыт	47
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ РЕПУТАЦИОННОГО КАПИТАЛА РОССИЙСКОГО ГОСУДАРСТВА	66
2.1. Репутационный капитал России: исторический аспект	66
2.2. Актуализация репутационного капитала Российского государства	84
2.3. Российский репутационный капитал: технологии и перспективы развития	102
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	124
БИБЛИОГРАФИЯ	129
ПРИЛОЖЕНИЯ	144

ВСТУПЛЕНИЕ

Необходимость исследования репутационного капитала государства обусловлена современными тенденциями глобального международного взаимодействия: каждое государство, являясь субъектом и одновременно объектом ряда сложных мировых процессов, вовлечено в борьбу за получение выгодных геополитических, стратегических позиций. Для достижения благоприятного, желаемого исхода этой конкуренции употребляются средства различного качества и порядка – ресурсы материальные и нематериальные. Теоретики и практики политической науки работают над концептуальными основами, механизмами выбора и технологиями применения политических ресурсов, которые могут обеспечить преимущество в конкурентной системе, защиту национальных интересов государства. Помимо разнообразия материальных инструментов влияния, эффективному использованию подлежат невещественные активы, к каковым относятся и репутационные характеристики государства.

Тема важна, так как Россия сегодня находится в непростом положении, испытывая политическое и экономическое давление со стороны Запада, выраженное в применении широкого перечня санкций на фоне украинских событий. Мировая экономика вступила в фазу «дешевой нефти» – резкое падение стоимости баррели нефти негативно сказалось на состоянии российской экономики, остро зависящей от экспорта «черного золота». Решение России заморозить проект «Южный поток» вызвало резонансное обсуждение в Евросоюзе и критическую реакцию Болгарии, Венгрии, Сербии.

Названные события спровоцировали значительное повышение курса евро и доллара относительно российского рубля, что еще деструктивно скажется на внутриэкономических процессах в стране. В сумме обозначенные факты, с одной стороны, явля-

ются следствием не только конкретных действий России относительно кризиса на Украине, но и репутации Российского государства, сформированной публичной позицией российской стороны, а также выраженной антироссийской пропагандой, проводимой в информационном поле Запада. Одновременно это явление носит и обратный характер: репутация России приобретает отрицательные свойства в результате объявления очередных санкций и реакции на них, ответных действий российских власти и бизнеса в рамках кризисного тренда экономики. Следовательно, от репутации России, а конкретно её качества, зависит конкурентоспособность государства, значит некое качество репутации, а именно репутационный капитал, является политическим ресурсом, что определяет значимость исследования.

Несмотря на возрастающую популярность темы репутации государства, можно отметить ограниченный уровень разработанности проблемы репутационного капитала государства именно в качестве политического ресурса, а, следовательно, детерминирует необходимость его углубленного изучения. В условиях обострения международной конкуренции репутационный капитал Российской Федерации может быть эффективным политическим ресурсом, способствующим реализации национальных интересов страны. Необходимым условием повышения его эффективности является осмысление особенностей феномена репутационного капитала государства, факторов и тенденций его формирования, разработка технологий создания позитивных репутационных характеристик субъекта с последующей их трансляцией целевой аудитории.

Необходимость комплексного анализа природы, сущностных черт, технологического потенциала репутационного капитала государства в системе политических ресурсов усиливает насущность данного исследования.

БИБЛИОГРАФИЯ

Нормативные правовые акты

1. Гражданский кодекс РФ: [Федеральный закон: принят ГД ФС РФ 21.10.1994] [Электронный ресурс]. URL: <http://www.zakonrf.info/gk/150/> (дата обращения: 04.02.2016).

Монографии, учебные пособия

2. *Аакер Д.А.* Бренд-лидерство: новая концепция брендинга / Д. Аакер, Э. Йохимштайлер. М., 2003.
3. *Аакер Д.А.* Бизнес-стратегия: от изучения рыночной среды до выработки беспроигрышных решений. М.: Эксмо, 2007.
4. *Алешина И.В.* Паблик рилейшнз для менеджеров. М.: ИКФ «ЭК-МОС», 2006.
5. Антология мировой политической мысли: в 5 т. М., 1997.
6. *Анхольт С.* Бренд Америка: мать всех брендов / Саймон Анхольт, Джереми Хильдрет. М.: Добрая книга, 2010. 232 с.
7. *Аристотель.* Поэтика. Риторика. СПб.: Азбука, 2000.
8. *Барнс Б.* Стратегические бренд-коммуникационные кампании. М., 2003.
9. *Беккер Г.С.* Человеческий капитал (главы из книги). США: ЭПИ, 1993. № 11–12. С. 74–91.
10. *Беляков А.В.* Крымская весна. 30 дней, которые потрясли мир / А.В. Беляков, О.А. Матвейчев. М.: Книжный мир, 2014. 256 с.
11. *Блажнов Е.А.* Паблик рилейшнз. М.: Логос, 1994. 78 с.
12. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Культурная революция : Республика, 2006. 269 с.
13. *Брейли Р.* Принципы корпоративных финансов / Р. Брейли, С. Майерс. М.: Тройка-Диалог, 1997.
14. *Бурдые П.* Практический смысл. СПб., 2001. 562 с.
15. *Василенко А.Б.* Пиар крупной российской корпорации. 2-е изд. М., 2002.
16. *Вебер М.* Избранные произведения / пер. с нем.; сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; предисл. П.П. Гайденок. М.: Прогресс, 1990.
17. *Вельяминов Г.М.* Международное экономическое право и процесс: академический курс: учебник. М.: Волтерс Клувер, 2004. 496 с.

18. *Виханский О.С.* Стратегическое управление. М.: Гардарики, 1998. 164 с.
19. *Галумов Э.А.* Основы PR. М., 2004. 408 с.
20. *Гоббс Т.* Левиафан // Избранные произведения: в 2 т. М.: Мысль, 1991. Т. 2.
21. *Грачев М.Н.* Политика: коммуникационное измерение: монография. Тула: Изд-во Тульского гос. пед. ун-та им. Л.Н. Толстого, 2011. 172 с.
22. *Данилевский Н.Я.* Россия и Европа. М.: ИЦ «Древнее и современное», 2002. 550 с.
23. *Даулинг Г.Р.* Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. М., 2003.
24. *Добрынин А.Н.* Человеческий капитал в транзитивной экономике: формирование, оценка, эффективность использования / А.Н. Добрынин, С.А. Дятлов. СПб.: Наука, 1999.
25. *Домнин В.Н.* Брендинг: новые технологии в России. СПб., 2004.
26. *Егорова-Гантман Е.В.* Имидж лидера: психологическое пособие для политиков / под ред. Е.В. Егоровой-Гантман. М.: Знание, 1994. 264 с.
27. *Ильясов Ф.Н.* Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. М.: ИМА-пресс, 2000. 200 с.
28. *Кейнс Дж.М.* Общая теория занятости, процента и денег. М.: Гелиос АРВ, 1999. 352 с.
29. Концепции и оценки развития России (XX–начало XXI в.) в зарубежных исследованиях: коллективная монография / отв. ред. Ю.И. Григичкич. М.: ИНИОН РАН, 2010. 320 с.
30. *Критский М.М.* Человеческий капитал. Л.: Изд-во ЛГУ, 1991. 192 с.
31. *Лапшов А.Б.* «Плюс/Минус» репутация. Российский опыт репутационного менеджмента / А.Б. Лапшов, И.В. Олейник. Самара, 2003.
32. *Ледяев В.Г.* Власть: концептуальный анализ. М.: РОССПЭН, 2001. 384 с.
33. *Лосский Н.О.* Характер русского народа. М.: Ключ, 1990. 96 с.
34. *Макиавелли Н.* Государь. М.: Планета, 1990. 80 с.
35. *Маркс К.* Капитал. Т. 3 / К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. 2-е изд. Т. 25, ч. II. М.: Гос. изд-во полит. лит-ры, 1963. 304 с.
36. *Мединский В.Р.* О жестокости русской истории и народном долготерпении. М.: Олма медиа групп, 2010. 240 с.
37. Модернизация политических институтов, процессов и технологий в условиях глобализации / под общ. ред. О.Е. Гришина и А.К. Сквикова. М.: Изд-во Московск. гуманит. ун-та, 2012. 292 с.
38. *Ницше Ф.* Сочинения: в 2 т. Т. 2. М.: Мысль, 1990. 60 с.
39. *Олигви Д.* Олигви о рекламе. М.: Эксмо, 2003. 304 с.
40. Политика. Инновации. Технологии / под общ. ред. О.Е. Гришина, Г.И. Авциновой, Л.И. Гордеева. М.: Науч.-исслед. ин-т обществ. и полит. наук, 2014. 204 с.
41. *Ривз Р.* Реальность в рекламе. М.: Соверо, 1992.
42. *Рикардо Д.* Начала политической экономии и налогового обложения // Антология экономической классики: в 2 т. М.: МП «ЭКОНОВ», 1993. Т. 1. 475 с.

43. *Сальникова Л.С.* Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии. М.: Юрайт, 2013.
44. *Сергеева А.В.* Русские. Стереотипы поведения, традиции, ментальность. М.: Флинта : Наука, 2006. 319 с.
45. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Соцэкгиз, 1962. 654 с.
46. *Сорокина Г.П.* Нематериальные составляющие конкурентоспособности / Г.П. Сорокина, А.В. Захаров, Д.А. Боронников. М.: Изд-во МГТУ «МАМИ», 2011. 322 с.
47. *Стариков Н.В., Беляев Д.П.* Россия. Крым. История. СПб.: Питер, 2014. 256 с.
48. *Тимофеева Л.Н.* Репутационный капитал России – Современный образ России: перспективы развития / под ред. А.В. Очировой, Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой. М.: Общественная палата РФ, МГУ, 2008.
49. *Тоффлер Э.* Метаморфозы власти / пер. с англ. М.: АСТ, 2003. 669 с.
50. *Фукуяма Ф.* Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / пер. с англ. М.: АСТ, 2004. 730 с.
51. *Честерфильд Ф.* Письма к сыну / пер. с англ. М.: Рипол Классик, 2009. 416 с.
52. *Шестопал Е.Б.* Психологический профиль российской политики 1990-х. Теоретические и прикладные проблемы политической психологии. М.: Логос, 2000. 220 с.
53. *Шульгин Д.Б.* Управление интеллектуальной собственностью. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ. 2002.
54. *Якунин В.И.* Новые технологии борьбы с российской государственностью: монография / В.И. Якунин, В.Э. Багдасарян, С.С. Сулакшин. М.: Научный эксперт, 2009.

Статьи

55. *Алексеева Е.П.* Оценка репутационного капитала компании / Е.П. Алексеева // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2011. № 5. С. 238–241.
56. *Алиев З.Т.* Формирование нового имиджа России «мягкой силой» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2010. № 4. С. 51–60.
57. *Анохин М.Г.* Имидж, авторитет и репутация политика: технологии формирования / М.Г. Анохин, О.Е. Гришин // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2012. № 10. С. 119–123.
58. *Анохин М.Г.* Техника, технологии, политические технологии / М.Г. Анохин, О.Е. Гришин // Актуальные проблемы политики и политологии в России. М.: РАГС, 2000. С. 37–48.
59. *Анохин М.Г.* Репутационный капитал современной России: проблемы, опыт, технологии формирования / М.Г. Анохин, О.Е. Гришин // Образ России в контексте формирования культуры толерантности внутри страны

и за рубежом: сб. тезисов Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 13–15 ноября 2009 г.) / под. ред. Т.В. Евгеньевой. М.: РИЦ МГГУ им. М.А. Шолохова, 2010. С. 6–9.

60. *Баловнева В.И.* Понятие и сущность деловой репутации юридического лица в уголовном судопроизводстве // Вопросы российского и международного права. 2011. № 2. С. 23–33.

61. *Балуев Д.Г., Барсков И.В.* Имидж политического института в современном политическом процессе / Д.Г. Балуев, И.В. Барсков // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Н.Новгород, 2014. № 2-1. С. 328–332.

62. *Бобыло А.М.* «Мягкая сила» в международной политике: особенности национальных стратегий // Вестник Бурятского государственного университета. 2013. № 14. С. 129–135.

63. *Боголюбова Н.М.* Государственный брендинг: теоретические и практические аспекты / М.Н. Боголюбова, Ю.В. Николаева // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2014. № 10-3 (48). С. 37–40.

64. *Брюхов А.М.* Научный анализ понятий «человеческий капитал» и «управление человеческим капиталом» // Челябинский гуманитарий. 2012. Т. 1. № 18. С. 23–26.

65. *Бурдые П.* Дух государства: генезис и структура бюрократического поля // Социология социального пространства. СПб.: Алетей, 2007. С. 220–254.

66. *Быба Ю.В.* Государство должно нравиться своему народу // Власть. 2007. № 12. С. 12–14.

67. *Быченков Д.В.* Политический риск: проблемы дефиниции и классификации // Общественные науки и современность. 2008. № 3. С. 123–133.

68. *Важенина И.С.* Деловая репутация как конкурентный ресурс компании // Журнал экономической теории. 2006. № 04. С. 134–150.

69. *Ван Сайцюнь.* Стратегии осуществления пропаганды в Китае // Перспективы науки. 2009. № 1. С. 57.

70. *Варламова И.В.* Имидж региона как репутационный капитал // Вестник Чувашского университета. 2014. № 1. С. 167–172.

71. *Василенко И.А.* Имиджевая стратегия России в контексте мирового опыта / И.А. Василенко // Власть. 2013. № 7. С. 24–28.

72. *Василенко И.А.* Имиджевая стратегия современной Бразилии: слабые стороны, проблемы и перспективы // Государственная служба. 2013. № 3 (83). С. 91–94.

73. *Василенко И.А.* Новые тенденции мирового опыта ребрендинга государств: уроки для России // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. Т. 7. 2014. № 1 (33). С. 131–138.

74. *Васильковская Д.М.* Мир имиджей как политическая реальность // Вестник Томского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Политология. 2012. № 3. С. 172–176.

75. *Вахштайн В.С.* Памяти Ирвинга Гофмана // Социологическое обозрение. Т. 6. 2007. № 2. С. 69.

76. *Владимирова А.В.* Страновой брендинг и его отражение в глобальных рейтингах «мягкой силы» / А.В. Владимирова, В.А. Королев, А.А. Трунина // Вестник международных организаций. Т. 9. 2014. № 2. С. 209–228.
77. *Гаман-Голутвина О.В.* Человеческий капитал в экономике знаний: управленческий аспект // Вестник МГИМО-Университета. 2013. № 3. С. 132–134.
78. *Гловацкий Е.В.* Политические ресурсы: условия регионального использования // Дневник АШПИ. 2003. № 18. С. 187–189.
79. *Голованов Р.С.* Политическое позиционирование как форма политических коммуникаций // Система ценностей современного общества. 2012. № 24. С. 66–70.
80. *Головин Ю.А.* Защита политической системы Российской Федерации: теоретические и прикладные аспекты // Национальная безопасность / Nota Bene. 2012. № 3. С. 37–45.
81. *Головин Ю.А.* Политическая безопасность личности и общества в российском государстве // Общество. Государство. Политика. 2009. № 5. С. 47–58.
82. *Головлева Е.Л.* Факторы укрепления международного имиджа и репутации России // Власть. 2012. № 1. С. 106–108.
83. *Гохитанд А.Д.* Особенности оценки интеллектуальной собственности // Вопросы оценки. 1998. № 2. С. 24–28.
84. *Гравер А.А.* Символические капиталы путинской России. В мир-системе XXI века. Опыт изучения // Вестник Томского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Политология. 2010. № 3. С. 99–118.
85. *Гранкин Н.Е.* Политический имидж, репутационный капитал современной России: теоретико-концептуальные подходы / Н.Е. Гранкин // Среднерусский вестник общественных наук. 2008. № 1. С. 64–69.
86. *Грачев М.Н.* К вопросу об определении понятий «политическая коммуникация» и «политическая информация» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2003. № 4. С. 34–42.
87. *Гришин О.Е.* Технологический подход в российской политической науке: сущность, становление, проблемы // PolitBook. 2013. № 4. С. 75–85.
88. *Гришин О.Е.* Формирование репутационного капитала государства: инновационные информационно-коммуникационные технологии / О.Е. Гришин, А.Э. Соколова // PolitBook. 2013. № 2. С. 106–116.
89. *Гузинов А.В.* О сущности понятия бренд // Вестник Университета Российской академии образования. 2007. № 4. С. 114–116.
90. *Демидова М.В.* Социально-философские аспекты управления символическим капиталом // Инновации в науке. 2013. № 16-2. С. 15–25.
91. *Дурдин Д.М.* «Образ» политического лидера и возможности его изменения // Политические исследования. 2000. № 2. С. 23–32.
92. *Егорычев А.М.* Русские: характер, ментальность, стереотипы поведения / А.М. Егорычев, А. Ригер, Е.А. Костина // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2013. № 6 (16). С. 116–128.

93. Журавлев Д.А. Международный терроризм и СМИ: эволюция коммуникационного взаимодействия // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. 2009. № 14. С. 165.

94. Здобнова Т. Пятна на солнце. Как компании управляют репутацией // Компания. 2004. № 28.

95. Зыкова Е.П. Русская природа и русская цивилизация в изображении английских авторов XVIII века // Россия и русские в художественном творчестве зарубежных писателей XVII – начала XX веков: матер. «круглого стола» // Новые российские гуманитарные исследования. М.: Институт мировой литературы им. А.М. Горького РАН, 2007. № 2. С. 8.

96. Извлечения. 26 основных понятий политического анализа // Полис. 1993. № 1. С. 77–92.

97. Инковская Ю.Н. Формирование бренда государства на примере стран «постсоветского пространства» // Теория и практика общественного развития. 2013. № 9. С. 248–250.

98. Калиева О.М. К дискуссии о сущности корпоративного имиджа / О.М. Калиева, Ю.С. Хасанова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2012. № 4. С. 103–106.

99. Каменецкий В.А. Главное в вопросе о человеческом капитале // Известия Московского государственного технического университета МАМИ. Т. 5. 2014. № 2 (20). С. 31–35.

100. Касьмова О.П. Образ России и русских в национальном самосознании (по данным печати XXI века) // Вестник ВЭГУ. 2010. № 3. С. 96–102.

101. Килинкаргов В.В. О природе деловой репутации и праве на деловую репутацию // Российский ежегодник предпринимательского (коммерческо-го) права. 2007. № 1. С. 416–438.

102. Кириллов А.Н. Политический пиар в сетях социальной коммуникации // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. Архангельск: Изд-во Северного (Арктического) федерального ун-та им. М.В. Ломоносова, 2013. № 6. С. 38–42.

103. Коган Е.В. Этические аспекты формирования политической репутации // Бизнес. Общество. Власть. 2013. № 16. С. 58–78.

104. Кокшарова А.М. Политическая коммуникация как фактор публичной политики // Власть. 2009. № 7. С. 63–65.

105. Кошлаков Д.М. Внешнеполитический образ постсоветской России // Известия Алтайского государственного университета. 2011. № 4-2. С. 258–262.

106. Краснов Б.И. Теория власти и властных отношений // Социально-политический журнал. 1994. № 3-6.

107. Лазарева М.А. Исторический опыт формирования имиджа России / М.А. Лазарева, О.В. Плотникова // Сибирский международный. 2014. № 16. С. 150–158.

108. Леонтьев Ю.Б. Практика оценки товарных знаков // Вопросы оценки. 2003. № 2. С. 9–15.

109. Лисова С.Ю. Политическая коммуникация: к проблеме концептуального анализа // Вестник Пермского университета. Серии: История и Политология. 2009. № 3. С. 5–12.

110. *Лосенков О.И., Рябцева Е.Е.* Интернет-технологии как инструмент деятельности политических партий и общественных объединений // Человек и общество на рубеже тысячелетий: Междунар. сб. науч. трудов / под ред. О.И. Кирикова. Вып. 33. Воронеж: Изд-во ВГПУ, 2006. С. 105–110.
111. *Ляпоров В.Н.* Бренд-политика как основа внешнеполитической стратегии // Власть. 2007. № 7. С. 66–77.
112. *Ляпоров В.Н.* Возможности консолидации бренда России в мировом информационном пространстве: матер. науч. конф. «Имидж России: город, регион, страна» (1 ноября 2011 г.) / Московский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, фак. политологии, каф. российской политики. М., 2011. 124 с.
113. *Медведева Н.Н.* Имидж России в современном мире // Среднерусский вестник общественных наук. Орел, 2006. № 1. С. 116–120.
114. *Мельникова Т.С.* Политический имидж государственной власти как социально-психологический феномен массового сознания // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2010. № 4. С. 149–152.
115. *Молчанов К.А.* Социальные технологии формирования оптимального имиджа политического лидера // Всероссийский журнал научных публикаций. 2013. № 3. С. 52–53.
116. *Най Дж.* «Мягкая сила» и американско-европейские отношения // Свободная мысль XXI. 2004. № 10. С. 20–24.
117. *Наседкина М.А.* Основные характеристики имиджевой стратегии современного Китая / М.А. Наседкина, Т.В. Колпакова // Россия и Китай: проблемы стратегического взаимодействия: сб. Восточного центра. 2013. № 13. С. 22–28.
118. *Нисневич Ю.А.* Многоликая коррупция и ее измерение в исследованиях международных организаций / Ю.А. Нисневич, Д.К. Стукал // Мировая экономика и международные отношения. 2012. № 3. С. 83–90.
119. *Новиченкова Л.А.* Деловая репутация: от системы к результату // Управление компанией. 2007. № 2. С. 60–65.
120. *Панова Е.П.* Сила привлекательности: использование «мягкой власти» в мировой политике // Вестник МГИМО–Университета. 2010. № 4. С. 91–97.
121. *Паньшин Б.Н.* Формирование государственного имиджа в Китае как фактор модернизации и преодоления кризисных явлений // ПДВ. 2011. № 4. С. 32–45.
122. *Потемкина О.Ф.* Имидж политического лидера // Региональные выборы в России. М.: РЦОИТ, 1996. С. 32–43.
123. *Пророк В.* Образ России в представлениях чешской общественности и СМИ / В. Пророк, М. Цупалова // PolitBook. 2013. № 4. С. 47–59.
124. *Пугачева Е.В.* Социально-психологические особенности и возможности развития имиджа молодежного лидера // Человеческий капитал. 2014. № 4 (64). С. 32–35.
125. *Радиков И.В.* «Мягкая сила» как современный атрибут великой державы / И.В. Радиков, Я.В. Лексютина // Мировая экономика и международные отношения (МЭиМО). 2012. № 2. С. 19–26.

126. *Розанова Н.Н.* Формирование репутации власти в процессе политической коммуникации // Сборники конференций НИЦ «Социосфера». 2014. № 15. С. 5–9.

127. *Руденко А.Ф.* Партийные бренды на политических рынках России и Украины // Youth world politic. Чебоксары: Науч.-исслед. ин-т обществ. и полит. наук, 2013. № 4. С. 82–89.

128. *Селиверстова Ю.А.* Имидж политического лидера: создание, внедрение, актуализация // Власть. 2011. № 1. С. 71–73.

129. *Смирнова Т.В.* Культурный и символический капиталы старшего поколения: проблемы реализации // Вестник Челябинского государственного университета. 2007. № 17. С. 163–170.

130. *Столяров А.А.* Зарубежные пиар-стратегии в предвыборной практике российской оппозиции // Политическая лингвистика. Екатеринбург: Уральск. гос. пед. ун-т, 2014. № 1. С. 191–200.

131. *Тамберг В.* Стратегия бренда / В. Тамберг, А. Бадьин // Журнал управления компанией. 2006. № 1. С. 42–45.

132. *Толкалов А.С.* Сущность политического имиджа: отечественный и зарубежный опыт теоретического осмысления // Известия Саратовского университета. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2013. Т. 13. Вып. 2. С. 72–75.

133. *Толстых А.В.* Опыт изучения представлений о человеческом капитале // Социологические исследования. 2011. № 4. С. 141–144.

134. *Турченко А.А.* Двойственная природа гудвилла и его место в системе общественного воспроизводства // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2007. № 43-1. С. 344–351.

135. *Улитина М.О.* Имиджевый потенциал России в условиях глобализации и возможности его использования // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2014. № 2 (688). С. 193–205.

136. *Чайковский Д.В.* Воспроизводство власти: к вопросу о символической легитимации // Известия Томского политехнического университета. Т. 319. 2011. № 6. С. 130–133.

137. *Шабельник А.И.* Имидж и репутация – две большие разницы // Советник. 2002. № 2. С. 15–18.

138. *Шингаров Г.Х.* Человеческий капитал, человеческий потенциал и социальный капитал // Вестник Московской государственной академии делового администрирования. Серия: Экономика. 2012. № 4 (16). С. 49–58.

139. *Яхшиян О.Ю.* Цивилизационная идентичность России как фактор единства российской нации // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2014. № 7. С. 101–106.

Словари

140. *Барихин А.Б.* Большой юридический энциклопедический словарь. М.: Книжный мир, 2005. 719 с.

141. Бизнес: Оксфордский толковый словарь: англо-русский. М.: Прогресс-Академия, 1995. 752 с.
142. *Болдонов А.Л.* Краткий словарь-гlossарий по политологии / А. Л. Болдонов, Т.Д. Башинова, Е.Д. Тармаханов. Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2005. 96 с.
143. *Булыко А.Н.* Большой словарь иноязычных слов. М.: Мартин, 2004. 703 с.
144. *Комлев Н.Г.* Словарь иностранных слов. М.: ЭКСМО-Пресс, 2000. 1308 с.
145. Краткий политологический словарь. М.: Политиздат, 1989. 623 с.
146. Новейший политологический словарь / авт.-сост. Д.Е. Погорелый, В.Ю. Фесенко, К.В. Филиппов. Ростов н/Д: Феникс, 2010. 318 с.
147. *Райзберг Б.А.* Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. М.: ИНФРА-М, 2007. 495 с.

Электронные ресурсы

148. Fitch ухудшило прогноз по рейтингу России до «негативного» [Электронный ресурс]. URL: <http://top.rbc.ru/economics/21/03/2014/912552.shtml> (дата обращения: 10.04.2014).
149. III Международный форум «Арктика – территория диалога» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rgo.ru/ru/event/iii-mezhdunarodnyy-forum-arktika-territoriya-dialoga> (дата обращения: 01.06.2014).
150. Moody's понизило суверенный рейтинг России [Электронный ресурс]. URL: <http://top.rbc.ru/economics/18/10/2014/54418479cbb20f3438ddf4e3> (дата обращения: 02.11.2014).
151. Moody's ухудшило прогноз по кредитному рейтингу России [Электронный ресурс]. URL: <http://global-finances.ru/moody-s-uhudshilo-prognoz-po-kreditnomu-reytingu-rossii/> (дата обращения: 10.08.2014).
152. *Абдурасулов А.* Казахстан хотят переименовать для улучшения имиджа [Электронный ресурс]. URL: http://www.bbc.co.uk/russian/international/2014/02/140210_kazakhstan_new_name (дата обращения: 11.09.2014).
153. *Багдасарян В.Э.* Олимпиада и политика: идеологический ракурс [Электронный ресурс]. URL: <http://rusrand.ru/analytics/olimpiada-i-politika-ideologicheskij-rakurs> (дата обращения: 21.03.2014).
154. Белоруссия и Казахстан – доверяем и сотрудничаем [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114637> (дата обращения: 05.01.2013).
155. Бразилия рекламирует себя [Электронный ресурс]. URL: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/17908.html> (дата обращения: 12.09.2014).
156. Важнейшие события 2008 года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.levada.ru/12-01-2009/vazhneishie-sobytiya-2008-goda> (дата обращения: 05.06.2014).

157. ВЦИОМ [Электронный ресурс]. URL: http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=375&q_id=30346&date=04.03.2007 (дата обращения: 05.06.2014).
158. ВЦИОМ [Электронный ресурс]. URL: http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=433&q_id=34739&date=15.07.2007 (дата обращения: 05.06.2014).
159. ВЦИОМ [Электронный ресурс]. URL: http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=665&q_id=47946&date=20.03.2010 (дата обращения: 05.06.2014).
160. Геополитика олимпиад и победная стратегия России [Электронный ресурс]. URL: <http://inosmi.ru/olympic/20120216/186033471.html> (дата обращения: 05.06.2014).
161. Главные победители Игр в Сочи [Электронный ресурс]. URL: <http://inosmi.ru/russia/20140226/217924167.html> (дата обращения: 05.06.2014).
162. *Желвис В.И.* Эти странные русские [Электронный ресурс]. URL: http://modernlib.ru/books/zhelvis_vladimir_ilych/eti_strannie_russkie/read/ (дата обращения: 05.10.2012).
163. *Замятина В.С.* Проблема определения термина «паблик рилейшнз» // Вестник Томского государственного ун-та. 2010. № 335 [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/problema-opredeleniya-termina-pablik-rileyshnz> (дата обращения: 13.02.2014).
164. Заседание международного дискуссионного клуба «Валдай» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/news/19243> (дата обращения: 10.10.2013).
165. Имидж Финляндии складывается из трех составляющих: социальной продуктивности, отношения к природе и организации образовательного процесса [Электронный ресурс]. URL: <http://www.goodnewsfinland.ru/archiv/novosti/ee2aес06/> (дата обращения: 05.09.2014).
166. Индекс восприятия коррупции-2014: оценка России упала на один балл [Электронный ресурс]. URL: <http://www.transparency.org.ru/indeks-vospriatiia-korruptcii/indeks-vospriatiia-korruptcii-2014-otcenka-rossii-upala-na-odin-ball> (дата обращения: 03.12.2014).
167. Иностранные СМИ объясняют победу кандидатуры Сочи-2014 поддержкой Путина и тенденциями в МОК [Электронный ресурс]. URL: <http://ug.ria.ru/politics/20070705/81588349.html> (дата обращения: 05.06.2014).
168. *Каматов А.* Маленькая победоносная возня [Электронный ресурс]. URL: http://www.rg-rb.de/index.php?option=com_rg&task=item&id=14154&Itemid=13 (дата обращения: 02.08.2014).
169. *Косачев К.*: «Я вижу как минимум три причины деформации имиджа России на Западе» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vip-premier.ru/userfiles/file/1-2014/24-29.pdf> (дата обращения 11.06.2014).
170. Концепция внешней политики Российской Федерации. Утверждена Президентом Российской Федерации В.В. Путиным 12 февраля 2013 г. [Электронный ресурс]. URL: http://www.mid.ru/brp_4.nsf/0/6D84DDEDED8B77DA644257B160051BF7F (дата обращения: 07.06.2014).
171. Крым за вхождение в Россию, иностранцы – против [Электронный ресурс]. URL: <http://inosmi.ru/overview/20140317/218655368.html> (дата обращения: 02.04.2014).

172. Крым и Россия: порознь или вместе? [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114746> (дата обращения: 10.04.2014).
173. *Най Дж.* Soft power, или «Мягкая сила» государства // Восток. 2006. № 5 [Электронный ресурс]. URL: http://www.situation.ru/app/j_art_1165.htm (дата обращения: 05.10.2016).
174. Не будем бойкотировать Олимпиаду [Электронный ресурс]. URL: <http://inosmi.ru/russia/20130909/212776370.html> (дата обращения: 05.06.2014).
175. Негативный имидж России в мире на фоне украинского кризиса [Электронный ресурс]. URL: <http://inosmi.ru/politic/20140711/221614394.html> (дата обращения: 02.08.2014).
176. Обращение Президента Российской Федерации 18 марта 2014 года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/transcripts/20603> (дата обращения: 19.03.2014).
177. Олимпиада в Сочи показала новые возможности России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.km.ru/2014-sochi/2014/02/19/olimpiiskie-igru-v-sochi-2014/732742-olimpiada-v-sochi-pokazala-novye-vozmozhn> (дата обращения: 05.06.2014).
178. Олимпиада в Сочи: 60 дней до старта [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=114643> (дата обращения: 05.06.2014).
179. Олимпийский оптимизм [Электронный ресурс]. URL: http://gomir.ru/studies/155_1312920000/ (дата обращения: 05.06.2014).
180. Послание Президента Федеральному Собранию 4 декабря 2014 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/news/47173#sel=137:29,137:52> (дата обращения: 04.12.2014).
181. Почему Россия не будет воевать на Украине [Электронный ресурс]. URL: <http://expert.ru/2014/08/14/putin-kryim/> (дата обращения: 15.08.2014).
182. Правительство России еще поработает скрытно [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2192570> (дата обращения: 24.05.2013).
183. Присоединение Крыма к России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.levada.ru/02-09-2014/prisoedinenie-kryma-k-rossii> (дата обращения: 15.09.2014).
184. Путин: критика Олимпиады достигла обратного результата [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=1320514&cid=7> (дата обращения: 05.06.2014).
185. Рейтинг стран мира по уровню демократии [Электронный ресурс]. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/democracy-index/info> (дата обращения: 10.12.2015).
186. Российская Олимпиада?! [Электронный ресурс]. URL: <http://inosmi.ru/olympic/20120607/193270093.html> (дата обращения: 05.06.2014).
187. Россия вошла в двадцатку лучших стран для экспатов [Электронный ресурс]. URL: <http://lenta.ru/news/2014/10/23/expat/> (дата обращения: 23.10.2014).
188. Россия доказала миру, что Олимпиада ей по силам [Электронный ресурс]. URL: <http://www.inosmi.ru/sport/20140224/217860197.html?id=217865147> (дата обращения: 05.06.2014).

189. Россия удивляет. Статистика и социология против мифов и вымысла [Электронный ресурс]. URL: <http://russia-review.ru/> (дата обращения: 10.02.2014).

190. Россия удивляет. Статистика и социология против мифов и вымысла: матер. «круглого стола» [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=270&uid=114601> (дата обращения: 10.02.2014).

191. Россия уже платит колоссальную цену за вторжение в Крым [Электронный ресурс]. URL: <http://inosmi.ru/russia/20140321/218809723.html> (дата обращения: 01.04.2014).

192. Россияне о проведении зимней олимпиады 2014 года в Сочи [Электронный ресурс]. URL: <http://www.levada.ru/21-02-2007/rossiyane-o-provedenii-zimnei-olimpiady-2014-goda-v-sochi> (дата обращения: 05.06.2014).

193. Русская soft power: политический доклад Центра политического анализа [Электронный ресурс]. URL: http://tass-analytics.com/uploads/pdf/russkaya_soft_power_-_doklad_centra_politicheskogo_analiza_pdf.pdf (дата обращения: 01.11.2014).

194. С каждым годом россияне думают о своей стране всё лучше [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=266&uid=114658> (дата обращения: 10.02.2014).

195. Самые влиятельные люди мира – 2014: рейтинг Forbes [Электронный ресурс]. URL: <http://www.forbes.ru/rating-photogallery/272505-samye-vliyatelnye-lyudi-mira-2014-reiting-forbes/photo/1> (дата обращения: 05.11.2014).

196. *Стрельцов Д.В.* Политика Японии по продвижению национально-го и региональных брендов / Д.В. Стрельцов, А. Сильницкий // Корпоративная имиджология. М., 2008. № 1 [Электронный ресурс]. URL: http://www.ci-journal.ru/article/50/200801japan_brand (дата обращения: 18.05.2014).

197. *Сурганова Е.* Глаголом жечь [Электронный ресурс]. URL: <http://lenta.ru/articles/2013/12/09/ria/> (дата обращения: 10.12.2013).

198. *Терентьев А.* Русские цари: вид с Запада. Часть V: Горбачёв и Ельцин [Электронный ресурс]. URL: <http://www.odnako.org/blogs/russkie-carivid-s-zapada-chast-v-gorbachyov-i-elcin/> (дата обращения: 28.08.14).

199. Фонд Маршалла – особое шведское мнение [Электронный ресурс]. URL: <http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=2103&artikel=5650523> (дата обращения: 31.01.2014).

200. *Ханов Г.Г.* Экономика Public Relations: новая роль и значение коммуникаций // Выступление на «круглом столе» «Репутация, создающая стоимость» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.publicity.ru/agency/about/expert/624.html> (дата обращения: 03.07.2015).

201. Церемония открытия Игр как многоточие: а что сделаем мы, чтобы наше время было оценено как великий прорыв России? [Электронный ресурс]. URL: <http://fedpress.ru/news/society/reviews/1392099567-tseremoniya-otkrytiya-igr-kak-mnogotochie-cto-sделаем-my-чтобы-nаше-vремя-bylo-otseneno-kak-> (дата обращения: 05.06.2014).

202. *Чакиев М.* Бренд Казахстана 2: на слуху, но не видим! [Электронный ресурс]. URL: http://chakiev.umi.ru/brend-posty/brend_kazahstana_2_na_sluhu_no_ne_vidim/ (дата обращения: 10.09.2014).

203. Чем отличен имидж Италии от Германии, а ЮАР от РФ – 14 слов Саймона Анхольта [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ridus.ru/news/109877> (дата обращения: 05.09.2014).

204. *Чикаева Т.А.* Западный взгляд на Россию [Электронный ресурс]. URL: http://www.ieay.ru/nauch/sc_article/2011/04-T2/Chiikaeva.shtml (дата обращения: 02.08.2014).

205. *Яковлев П.П.* Бразилия Дилмы Руссефф: преемственность и перемены в международных делах [Электронный ресурс]. URL: http://www.perspektivy.info/table/brazilija_dilmy_russeff_prejemstvennost_i_peremeny_v_mezhdunarodnyh_delah_2011-05-19.htm (дата обращения: 12.09.2014).

Печатные СМИ

206. Мягкая сила Владимира Путина. Президент обозначил контуры новой Концепции внешней политики // Независимая газета. 2012. 10 июля.

Диссертации, авторефераты

207. *Галлямов А.Р.* Лидер и имидж лидера в современном политическом процессе: проблемы концептуализации и медиатизации: дис. ... канд. полит. наук. М., 2003. 223 с.

208. *Дорохова М.С.* Социально-психологический механизм формирования репутации в условиях рыночных отношений: автореф. дис. ...канд. псих. наук. М., 2009. 24 с.

209. *Харламов И.Г.* Формирование репутации в политике и бизнесе: сравнительный анализ: автореф. дис. ... канд. полит. наук. М.: РАГС, 2009. 22 с.

210. *Юнин В.А.* Эволюционно-институциональные особенности формирования человеческого капитала как фактора инновационного развития: автореф. дис. ...канд. экон. наук. Казань, 2010. 23 с.

Источники на иностранных языках

211. *Amitabh Kant.* Branding India – An Incredible Story [Electronic resource]. URL: <http://ru.scribd.com/doc/14673938/Branding-India-An-Incredible-Story-By-Amitabh-Kant> (date of access: 10.09.2014).

212. Anholt-GfK Roper Nation Brands IndexSM Report Highlights 2008. (2010). Germany Trade & Invest [Electronic resource]. URL: http://www.gtai.de/GTAI/Content/CN/Invest/_SharedDocs/Downloads/Studies/diw-wochenbericht-9-2010.pdf (date of access: 10.01.2014).

213. *Benton, T.* 'Objective' Interests and the Sociology of Power // Power: Critical Concepts / ed. by John Scott. Vol. 2. L.: Routledge, 1994. P. 283–307.

214. *Blondel, J.* World Leaders Heads of Government in the Postwar Period. L., 1980. 282 p.

215. *Burkart, R.* Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit // Bentele G., Fröhlich R., Szyszka P. (eds.) Handbuch der Public Relations. 2nd rev. and extd. edn. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008. P. 223–240.
216. *Cotteret, J.-M.* Gouvernants et gouvernés: La communication politique. 1973. 178 p.
217. Country Brand Index 2012-13 [Electronic resource]. URL: http://www.futurebrand.com/images/uploads/studies/cbi/CBI_2012-Final.pdf (date of access: 18.07.2014).
218. *Fisher, I.* Nature of Capital and Incom. 1906. 185 p.
219. *Fiske, S.* Social Cognition/ McGraw-Hill Series in Social Hsychology / S. Fiske, Sh. Tajlor. (Second edition). 1994. 305 p.
220. FutureBrand [Electronic resource]. URL: <http://www.futurebrand.com/foresight/cbi> (date of access: 09.09.2014).
221. *Gardner, B.* The Product and The Brand / B. Garderner, S. Levy. Harvard Busianess Review, 1955. P. 33–59.
222. Germany – Land of Ideas [Electronic resource]. URL: <http://www.land-der-ideen.de/en/welcome-land-ideas-0> (date of access: 10.07.2014).
223. *Greenstein, F.I.* Leadership in the Modern Presidency. L., 1988. 440 p.
224. *Helm, S.* The Role of Corporate Reputation in Determining Investor Satisfaction and Loyalty // Corporate Reputation Review. 2007. No. 10. P. 22–37.
225. *Kennedy, Ch.* Political Risk Management: International Lending and Investment under Environmental Uncertainty. N.Y.: Quorum books, 1987. 163 p.
226. *Kinder, D.* Presedential prototipes. Political behavior / D. Kinder, M. Peters, R. Abelson, S. Fiske. 1980, 2. P. 315–338.
227. *Kobrin, S.J.* Managing Political Risk Assessment: Strategic Response to Environmental Change / S.J. Kobrin, J.L. Stephen. 1982. 224 p.
228. Krim-Referendum: Putins Scheinsieg [Electronic resource]. URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/krim-referendum-bewohner-feiern-ukraine-abspaltung-a-958969.html> (date of access: 02.04.2014).
229. *Lasswell, H.D.* Power and Society / H.D. Lasswell, A.K. Kaplan. New Haven: Yale University Press, 1950. 295 p.
230. *Lundberg, G.* Stratification: Shared Possibilities and Responsibility // G. Lundberg, C. Schrag, O. Larsen. Sociology. N.Y., 1954. 32 p.
231. *March, J.G.* The New Institutionalism: Organizational Factors in Political Life / J.G. March, J.P. Olsen // American Political Science Review. Washington, 1984. Vol. 78. P. 734–749.
232. *Morgenthau, H.* Politics Among Nations. 4th ed.. N.Y., 1967.
233. *Pipes, R.* Russia under the old regime. L., 1974. XXII. 361 p.
234. President Reagan's Speech before the National Association of Evangelicals [Electronic resource]. URL: <http://web.archive.org/web/20040609055415/http://www.presidentreagan.info/speeches/empire.cfm> (date of access: 11.03.2014).
235. *Root, F.R.* Analyzing Political Risk in International Business // Multinational Enterprise in Transition: Selected Reading and Essays / Ed. A. Kapoor and P. Grub. Detroit, 1972.

236. Russia plans 'green' winter Olympics [Electronic resource]. URL: <http://www.cnn.com/2009/WORLD/europe/12/11/winter.olympics.russia.2014/index.html?iref=allsearch> (date of access: 05.06.2014).

237. Russia, nation of doom and failure [Electronic resource]. URL: <http://dyingrussia.wordpress.com/2012/05/12/russia-nation-of-doom-and-failure/> (date of access: 05.06.2014).

238. *Shultz, T.* Human Capital in the International Encyclopedia of the Social Sciences. N.Y., 1968. Vol. 6.

239. *Smith, H.* The New Russians [Electronic resource]. URL: <http://hedricksmith.com/books/the-new-russians/> (date of access: 20.05.2014).

240. Valdai. Discussion Club [Electronic resource]. URL: <http://valdaiclub.com/club/> (date of access: 24.10.2014).