

Санкт-Петербургский государственный университет

**Ольга Владимировна РЫЧКОВА**

**Выпускная квалификационная работа**

**«ОБРАЗ ЛИДЕРОВ НЕСИСТЕМНОЙ ОППОЗИЦИИ В  
МАССОВОМ СОЗНАНИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ  
МОЛОДЕЖИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА»**

Направление 41.03.04 «Политология»  
Основная образовательная программа бакалавриата «Политология»

Научный руководитель:

кандидат политических наук, доцент  
Галина Владимировна ЛУКЬЯНОВА

Рецензент:

кандидат политических наук, ассистент  
Анна Владимировна ШЕНТЯКОВА

Санкт-Петербург  
2018

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИЗУЧЕНИЯ ОБРАЗОВ НЕСИСТЕМНОЙ ОППОЗИЦИИ В СОЗНАНИИ МОЛОДЕЖИ.....	8
1.1 Особенности массового политического сознания молодежи .....	8
1.2 Основные подходы к понятию оппозиции .....	22
2. ОТОБРАЖЕНИЕ ЛИДЕРОВ НЕСИСТЕМНОЙ ОППОЗИЦИИ В МАССОВОМ СОЗНАНИИ МОЛОДЕЖИ.....	32
2.1. Изучение восприятия молодежью СПб лидеров несистемной оппозиции .....	32
2.1.1. Образ Алексея Навального.....	35
2.1.2. Образ Ксении Собчак .....	38
2.2. Позиционирование представителей несистемной оппозиции в социальных сетях .....	40
2.2.1 Позиционирование А.Навального .....	42
2.2.2. Позиционирование К.Собчак.....	48
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	54
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	57
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	62

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы исследования.** Основным политическим событием начала 2018 года в России являются выборы президента страны. Эта кампания характеризовалась двумя отличительными признаками: присутствием представителей несистемной оппозиции и активно проводимой работой по повышению явки, в особенности среди молодежи.

Если говорить об участии в предвыборной кампании представителей несистемной оппозиции, то здесь необходимо отметить 2 основных вида участия, а именно: непосредственное участие, в качестве зарегистрированных кандидатов, таких деятелей как К.Собчак и Г.Явлинский, и активная протестная деятельность со стороны А.Навального. Таким образом, в период проведения кампании, среди несистемной оппозиции выявился конфликт по поводу того, каким образом нужно бороться с действующей властью: принимать участие в выборах или бойкотировать их, отвергая их легитимность.

Второе отличие — вопрос повышения явки на выборах. Применялись различные инструменты для привлечения населения на выборы. Появились и новые инструменты, которые были направлены на привлечение молодежи, как той части населения, которая, традиционно, не является активным участников избирательного процесса. При этом, делает акцент на молодежи не только действующая власть, но и представители оппозиции, считая молодое население страны главной движущей силой возможного протеста.

Таким образом, **актуальность** работы состоит в том, что именно на молодежь возлагаются большие надежды, как в связи с сохранением стабильности существующего режима, так и в связи с возможностью его поступательного или радикального изменения. В связи с чем представляется важным изучение восприятия молодежью лидеров несистемной оппозиции, которое должно было проявиться, в связи активизацией политиков в рамках предвыборной кампании.

### Степень научной разработанности:

Теоретическая часть работы рассматривает понятия политической психологии, такие как «политическое сознание», «политическое восприятие», «образы», «имидж». Этим категориям посвящены работы Н.А. Баранова, Л.В. Виноградовой, Г.Г. Дилигенского, Д.А. Леонтьева, Д.В. Ольшанского, Е.Б. Шестопал, А.И. Юрьева<sup>1</sup>.

Вторая группа исследований касается социально-психологических особенностей молодежи и молодежного восприятия. Данной проблематикой занимались следующие авторы: С.Н. Иконникова, И.С. Кон, Т.Б. Крюкова, О.В. Курышева, В.Т. Лисовский, О.В. Попова, Р.В. Сергеев, И.И. Тетерин, А.А. Шабунова.<sup>2</sup>

В работе так же рассматриваются категории коммерческого и политического маркетинга, среди которых «позиционирование», «рынок», «политический рынок», «реклама». В этой связи автор обращается в работам Ф. Котлера, И.Л. Недяк, Э. Райса, Дж. Траута<sup>3</sup>.

Еще один тематический блок, посвященный вопросам политической оппозиции, раскрывается в ряде работ отечественных и зарубежных авторов,

---

<sup>1</sup> Баранов Н.А. Трансформация политического сознания современного российского общества // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. Научный журнал. Том 3. № 1. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2007. С.82-98.; Виноградова Л. В. Сущностные признаки массового сознания // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2008. №73-1.; Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. М., 1996.; Леонтьев Д. А. От образа к имиджу. Психосемантический брендинг // Реклама и жизнь. 2000. № 1. С. 19–22.; Ольшанский Д.В. Политическая психология. М., 2002; Образы российской власти: От Ельцина до Путина / Под ред. Е.Б.Шестопал. - М.: РОССПЭН, 2009; Юрьев А.И. Введение в политическую психологию. СПб.: Издательство С.-Петербургского университета. 1992. 232 с.

<sup>2</sup> Кон И.С. Социология личности. М., 1989.; Иконникова С.Н. Социология молодежи. Л.: Знание, 1985. ; Молодежь и современность / под ред. В.Т. Лисовского и В.А. Ядова. М., 1978.; Молодежь в современной России - ключевой ресурс модернизации: М. общ. ред. А.А. Шабуновой. - Вологда: Институт социально-экономического развития территорий РАН, 2013. - 148с.; Гражданское сознание студенческой молодежи. / ФГБУВПО «Ивановский государственный энергетический университет им. Ленина». - Иваново, 2015. - 212 с.; Попова О.В. Молодежь в системе политических интересов и партий (Доклад) // Положение молодежи в Санкт-Петербурге: проблемы, тенденции, перспективы. Ежегодный доклад-2000 / Под ред. А.М. Хазова. СПб., 2001. 156 с. С. 127-132.; Курышева О.В. Психологическая характеристика молодежи как возрастной группы // Вестник ВолГУ. 2014. №1 С.67-75.; Сергеев Р.В. Молодежь и студенчество как социальные группы и объект социологического анализа // Вестник Адыгейского государственного университета. 2010. №1 С.127-133.; Тетерин И.И. Мышление в условиях современного информационного пространства: существенные характеристики, пути развития // Время науки – The Times of Science. 2014. №2 С.74-78.

<sup>3</sup> Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. СПб.: Питер, 2004.; Недяк И.Л. Политический маркетинг. Основы теории — М.: Издательство «Весь Мир»; Эл Райс, Джек Траут. Позиционирование. Битва за узнаваемость. – СПб.: Питер, 2001.

среди них: И. Большаков, Г.А. Гаврилов, В. Гельман, Р. Даль, В.С. Кондратьев, О. Киршхаймер, Г. Оберреутер, Дж. Сартори, А. Цыганков.<sup>4</sup>

**Объект** исследования — политическое сознание студентов различных вузов Санкт-Петербурга технических, общественных и гуманитарных специальностей.

**Предмет** — восприятие лидеров несистемной оппозиции студенческой молодежью.

**Целью** исследования является выявление образов представителей несистемной оппозиции, сложившихся в восприятии современной молодежи Санкт-Петербурга.

Для выполнения поставленной цели, необходимо решить следующие **задачи**:

- рассмотреть подходы к изучению политического сознания в рамках политической психологии и политического маркетинга;
- на основании различных подходов к определению оппозиции, сформировать критерии «несистемности» для политиков;
- основываясь на результатах интернет-опроса студентов Санкт-Петербурга, выявить образы оппозиционных деятелей;
- на основании анализа Twitter-аккаунтов лидеров оппозиции определить способы самопрезентации.

#### **Теоретико-методологические основания исследования:**

Данная работа обращается к психологическим аспектам политической реальности, что дает основания обозначить рамки исследования бихевиоральным подходом.

---

<sup>4</sup> Гаврилов Г.А. Модели политической оппозиции: теоретико-методологический анализ. Екатеринбург: УрО РАН, 2003; Х. Линц Крушение демократических режимов: кризис, разрушение и восстановление равновесия // Проблемы Восточной Европы, 1993, №39-40, С. 5-221; G. Sartori. Parties and party systems: a framework for analysis. Colchester, 2005.; Кондратьев В. С. «Несистемная оппозиция» в России: основные подходы к рассмотрению политического феномена // Pro nunc. 2012. №1 (11) С.17-22.; Большаков И. Несистемная оппозиция: терминологическая «ошибка» или политическая реальность? // Свободная мысль. 2011. № 3 (1622). С. 115.; Гельман В. Политическая оппозиция в России: вымирающий вид? // Полис. 2004. № 4.; Цыганков А. П. Современные политические режимы: структура, типология, динамика / А.П. Цыганков. - М.,1995.; westeuropäischenParteiensystems / O. Kirchheimer// PVS. - 1965. - Heft 1. - 's. 20-41.

Обращаясь к авторским методикам, следует выделить системный подход Д.Истона, применяемый в работе в контексте описания роли несистемной оппозиции в политической системе.

#### **Эмпирическая база исследования:**

В работе будут представлены результаты двух пилотажных исследований. Первое будет направлено на непосредственное выявление образов политических лидеров в сознании студенческой молодежи. Для выполнения этой задачи был проведен интернет-опрос, с использованием метода семантического дифференциала, предложенного Ч.Осгудом. Студенты оценивали 5 оппозиционных деятелей по 16 параметрам. Однако, полученные результаты дают основание для того, чтобы сфокусироваться на двух наиболее популярных: А.Навальном и К.Собчак.

Респондентами являлись студенты различных ВУЗов Санкт-Петербурга, технических, общественных и гуманитарных специальностей. Особого внимания требует обоснование узкого сегментирования молодежи до студентов. Студенты высших учебных заведений обладают большей, осведомленностью, гибкостью мышления и политической активностью, что дает основания считать эту группу населения наиболее прогрессивной и восприимчивой к деятельности несистемной оппозиции.

Второе исследование состоит в анализе Twitter-аккаунтов лидеров несистемной оппозиции для составления представления о том, каким образом данные акторы позиционируют себя. Данные микроблоги взяты для исследования по причине их популярности среди широких масс и сопоставимости, так как twitter-аккаунты есть у каждого рассматриваемого оппозиционного деятеля. Кроме того, формат данного микроблога предполагает спонтанную мгновенную реакцию на события, что позволяет изучать неформальные аспекты деятельности политиков. Данные для анализа взяты за период с 1 января по 1 мая 2018 года. Этот период характеризуется проведением предвыборной кампании перед выборами президента РФ. В данный период

мобилизуются все политические силы, следовательно, образы лидеров проявляются с большей интенсивностью.

**Гипотеза** исследования состоит в том, что образы лидеров несистемной оппозиции в сознании молодежи не совпадают с теми, которые транслируют оппозиционные политики.

**Теоретическая значимость работы:** сформулированы критерии выделения «несистемной оппозиции».

**Практическая значимость:** результаты проведенного исследования могут лечь в основу рекомендаций по увеличению эффективности взаимодействия оппозиции и молодежи.

**Структура работы:**

Работа состоит из введения, 2 глав, заключения и списка литературы. Первая глава делится на 2 параграфа. В первом параграфе рассматриваются теоретические аспекты, связанные с понятиями образа, сознания, восприятия. Второй параграф посвящен определению оппозиции и выявлению критериев несистемности. Во второй главе представлены результаты исследований, проведенных в ходе работы. В заключении делаются выводы относительно полученных результатов, содержащие сравнительный анализ данных двух исследований.

# 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИЗУЧЕНИЯ ОБРАЗОВ НЕСИСТЕМНОЙ ОППОЗИЦИИ В СОЗНАНИИ МОЛОДЕЖИ

## 1.1 Особенности массового политического сознания молодежи

Происходящее на политическом пространстве можно рассматривать с двух сторон: внешней и внутренней. Первая включает в себя осязаемые результаты деятельности политических акторов, которые предпринимаются для достижения определенных целей в сфере политики — внешние аспекты деятельности. Вторая сторона, внутренние аспекты — это то, что отображается в сознании человека, который включен в политическую реальность. Эти аспекты попадают под область знания политической психологии, основными элементами изучения которой являются образ, имидж, политическое сознание, восприятие, культура, стереотипы и другое. Политическая психология — «это дисциплина, изучающая связи между психологическими и политическими процессами»<sup>5</sup>.

При изучении мотивов и предпосылок политического действия индивида, центральной темой становится политическое сознание. Сознание является предметом изучения многих дисциплин, поэтому невозможно дать универсальное определение данной категории. Однако, в самом общем виде, можно сказать, что сознание есть мысли и чувства, осознаваемые индивидом в каждый момент времени<sup>6</sup>. Одним из видов сознания является политическое сознание, которое является результатом восприятия политики.

Стоит отметить, что термин «политическое сознание» практически не используется в зарубежной научной среде. Заменой ему служат такие категории как «политические убеждения», «установки», «менталитет». Однако,

---

<sup>5</sup> Юрьев А.И. Введение в политическую психологию. СПб.: Издательство С.-Петербургского университета. 1992. С. 13

<sup>6</sup> Шапарь, В.Б. Новейший психологический словарь / В.Б. Шапарь, В.Е. Россоха, О.В. Шапарь. Издание 4-е. Ростов-на-Дону : Феникс, 2009. С. 600.

русские авторы чаще всего прибегают к термину «политическое сознание», и дают ему ряд определений:

— «это характеристика субъектности, способная на основе имеющегося опыта продуцировать обусловленные причинами легитимные для коллективного субъекта политические оценки, а также рациональные (контролируемые субъектом) идеи и действия»<sup>7</sup>;

— «совокупность ментальных явлений, в которых выражается восприятие политики индивидуальным субъектом политического процесса»<sup>8</sup>;

— «восприятие субъектом той части реальности, которая связана с политикой, с вопросами власти и подчинения, государства с его институтами»<sup>9</sup>.

Показательным так же является определение Г.Г. Дилигенского: Политическое сознание — «подсистема в системе «массовое сознание», обладающая своими специфическими механизмами детерминации и, следовательно, определенной относительной автономией в рамках данной системы»<sup>10</sup>. Ключевым фактором является отнесение политического сознания к сфере «массового» или «общественного» сознания. Из чего можно сделать вывод об особенностях формирования данного типа сознания: кроме личностных характеристик и психологических предпосылок индивида, на его восприятие и, следовательно, сознание, влияет и социум, окружающий его.

Политическое сознание имеет свою структуру. Н.А. Баранов выделяет в ней два основных блока: мотивационный и познавательный. В первый блок входят политические потребности, ценности, установки, чувства, эмоции. Ко второму, познавательному, блоку относятся «знания о политике,

<sup>7</sup> Мартянов Д.С. Политическое сознание, политическое бессознательное и политическая психика: ревизия подходов к структуре и определению / Вестник СПбГУ. Сер. 6. 2015. № 3 С. 61

<sup>8</sup> Мелешкина Е.Ю. Политическое сознание // Политический процесс: основные аспекты и способы анализа: Сборник учебных материалов. М., 2001. С.132.

<sup>9</sup> Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б. Политическая психология. Ростов-на-Дону, 1996. С.128

<sup>10</sup> Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. М.: Наука, 1996. С.11.

информированность, потребность участия в политической жизни и связанный с этим интерес к политическими явлениям, убеждения»<sup>11</sup>.

Д.В. Ольшанский обосновывает более разветвленную структуру политического сознания, предлагая в связи с этим ряд классификаций.

1. С точки зрения субъекта политическое сознание:

- индивидуальное — свойство личности воспринимать и оценивать политику;
- массовое, включающее в себя политические ценности и настроения больших групп, составляющие в конечном счете характер и тип политической системы;
- групповое — более организованное сознание в рамках конкретных групп, таких как социальные классы, этнические образования, элиты и др.

2. По глубине отражения:

- обыденное сознание характеризуется спонтанностью формирования, размытостью, мозаичностью, стихийностью;
- теоретико-идеологизированное сознание, напротив, формируется в рамках сложившейся целостной системы взглядов и убеждений индивида, являя собой гораздо более осмысленный продукт сознания.

3. По психологической природе (подробно описано выше):

- мотивационный блок;
- когнитивный блок.

4. По функциональным формам:

- политические знания;
- политические оценки;
- политические убеждения<sup>12</sup>.

Формы политического сознания есть результат его динамического развития, которое включает в себя следующие этапы:

1. Восприятие окружающей действительности;
2. Адаптирование полученной информации в системе координат индивида;

<sup>11</sup> Баранов Н.А. Трансформация политического сознания современного российского общества // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. Научный журнал. Том 3. № 1. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2007. С.85.

<sup>12</sup> Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. Екатеринбург: Деловая книга, 2001. С. 63-65

3. Переработка и оценка информации;
4. Выработка решения или позиции<sup>13</sup>.

В контексте работы, необходимо остановиться на массовом сознании подробнее. Как уже упоминалось ранее, массовое политическое сознание является отражением восприятия политики больших групп, масс. Говоря о массовом сознании, подразумевают совпадение элементов сознания у большого количества разнообразных групп. Отличительным свойством такого сознания является не однородность его носителя, а совокупность различных по многим параметрам индивидов и групп. Основными признаками массового сознания являются:

- динамичность и изменчивость;
- взаимосвязь форм сознания: факты, стереотипы, опыт и т.д.;
- отражение усредненного мнения, настроения большинства;
- активность — сознание, которое чаще всего побуждает к тем или иным политическим действиям<sup>14</sup>.

Молодежь, как объект исследования, имеет ряд особенностей в восприятии политики, связанных с демографическими, психологическими и социальными аспектами, присущими ей.

При рассмотрении данной группы, наибольшую трудность представляет определения возрастных рамок. В зависимости от исторического периода, а также национальной и культурной принадлежности, можно наблюдать разброс в определении возраста молодежи от 14 до 35 лет.

В России официально закреплён молодежный возраст от 14 до 30 лет. Однако, в зависимости от области применения данного термина, рамки могут сдвигаться. Так, для изучения молодежи в контексте политической сферы устанавливаются границы от 18 до 30 лет<sup>15</sup>. В данной работе молодежь

---

<sup>13</sup> Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. Екатеринбург: Деловая книга, 2001. С. 66.

<sup>14</sup> Виноградова Л. В. Сущностные признаки массового сознания // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2008. №73-1. С. 45.

<sup>15</sup> Молодежь в современной России - ключевой ресурс модернизации: М. Общ. ред. А.А. Шабуневой. Вологда: Институт социально-экономического развития территорий РАН, 2013. С. 6

рассматривается через представителей студенчества, тем самым происходит категориальное сжатие рамок понятия.

В отечественной общественной науке молодежь долгое время не рассматривалась как особая группа. Одним из первых российских ученых дал определение молодежи В.Т.Лисовский: «Молодежь — поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих, а в более зрелом возрасте уже усвоивших, образовательные, профессиональные, культурные и другие социальные функции»<sup>16</sup>.

Позднее появилось еще одно определение: «Молодежь — это социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально-психологических свойств»<sup>17</sup>.

Приведенные определения доказывают, что молодежь — это группа, выделяемая на основе не только возрастных факторов, но и социо-культурных особенностей.

Молодежь прежде всего характеризуется переходным состоянием между зависимостью детства и независимостью взрослой жизни. В период молодости, происходит накопление знаний и профессиональных компетенций для дальнейшей трудовой занятости, а также переход от жизни в семье к созданию собственной семьи<sup>18</sup>. Данные процессы сопровождаются усвоением и формированием социальных, культурных и политических установок. Исходя из этого, молодежь является развивающимся субъектом общественной жизни.

Молодежь ассоциируется с будущим и является носителем человеческого потенциала. Данная группа характеризуется пластичностью, восприимчивостью к инновациям, способностью восприятия и усвоения больших потоков

---

<sup>16</sup> Лисовский В. Т. Социология молодежи / В. Т. Лисовский. СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1996. С. 83.

<sup>17</sup> Кон И. С. Психология ранней юности / И. С. Кон. – М. : Просвещение, 1989. С. 145.

<sup>18</sup> Курьшева О.В. Психологическая характеристика молодежи как возрастной группы // Вестник ВолГУ. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2014. №1 С.69.

информации<sup>19</sup>. Молодой человек стремится выработать оригинальный взгляд на вещи, дать собственную оценку происходящего, имеет тенденцию к развитию критического мышления<sup>20</sup>.

В сфере политики молодые люди играют особую роль. На них, традиционно возлагается надежда на будущие преобразования. Особая пластичность и восприимчивость к переменам и нововведениям, характеризующие молодежь в целом, применимы и к сфере политического.

Существует и ряд особенностей в области политического сознания молодежи. На восприятие молодежи в принципе, и политическое, в частности, сильное влияние оказывают два основных фактора: массовое сознание и влияние СМИ. Данные факторы присущи современности, однако, особая восприимчивость молодых людей дает основания говорить об особой значимости данных факторов в механизме формирования молодежного восприятия.

Также, сознание молодежи характеризуется такими аспектами как: лабильность, фрагментация, мозаичность. Большую роль в процессе восприятия молодежи играет эмоционально-психологическая составляющая. Молодежь, в силу отсутствия заинтересованности в повышении уровня информированности в некоторых вопросах, особенно это касается политики, делает некоторые суждения на основании визуальных образов, эмоциональных откликов и иных иррациональных факторов. В этом контексте стоит упомянуть и одну из основных особенностей восприятия информации современной молодежью — клиповое мышление, которое характеризуется многозадачностью, семантической гибкостью, подвижностью, предпочтением

---

<sup>19</sup> Гражданское сознание студенческой молодежи / М.В.Бутырина, Т.Б.Крюкова, К.А.Котова, Е.Ю.Моисеев, Н.Р.Романова/ ФГБУВПО «Ивановский государственный энергетический университет им. В.И.Ленина». Иваново, 2015. С. 152.

<sup>20</sup> Сергеев Р.В. Молодежь и студенчество как социальные группы и объект социологического анализа // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2010. №1 С.130.

визуальной информацией над текстовой, высокой скоростью обработки данных, быстрой утомляемостью, снижением способности аналитики<sup>21</sup>.

Важнейшими составляющими сознания являются образы. Образ — это отражение в сознании индивида реальных характеристик личности через призму его собственных психологических предпосылок и установок.

Понятие «образ» в современной политической науке неразрывно связано с понятием «имидж». Некоторые авторы склонны использовать данные термины синонимично, другие же, такие как Е.Б. Шестопал, предлагают разделять их. Так, Д.А. Леонтьев пишет: «Имиджем я называю впечатление, которое конструируется целенаправленно и сознательно, а образом – то, которое формируется спонтанно. Образ можно конструировать специально, и тогда он становится имиджем ... Поэтому под образом мы будем понимать отражение личности лидера (партии, государства, организации, товара и пр.) в массовом и индивидуальном сознании граждан. Между тем как под имиджем (или брендом) мы будем понимать специально сконструированное и растиражированное отражение личности политика (партии, государства, товара и т.д.)»<sup>22</sup>.

Раскрывая понятия, можно сказать, что имидж основывается на искажении действительности, специально подготовленной информации. То есть имидж корректируется политиком, посредством его поведения, коммуникаций и иных внешних проявлений. «Имидж политического лидера — это тот образ, который возникает в общественном сознании в результате воздействия личности лидера на социум»<sup>23</sup>. Огромную роль в формировании имиджа играет именно социально-коммуникативный компонент. Имидж — это «специально сконструированное отражение личности политика»<sup>24</sup>.

---

<sup>21</sup> Тетерин И.И. Мышление в условиях современного информационного пространства: существенные характеристики, пути развития // *Время науки – The Times of Science*. 2014. №2 С.75.

<sup>22</sup> Леонтьев Д. А. От образа к имиджу. Психосемантический брендинг // *Реклама и жизнь*. 2000. № 1. С. 20.

<sup>23</sup> Волкова И., Клименко В., Сафразьян Л. Имидж политических лидеров в СМИ. // *Мир России*, 2010. №6(3). С. 46.

<sup>24</sup> *Образы российской власти: От Ельцина до Путина* / Под ред. Е.Б.Шестопал. М.: РОССПЭН, 2009. С. 232.

Формирование имиджа направлено, в основном, на создание положительного восприятия политического актора. Экспертами утверждается, что для достижения политических целей недостаточно только обладать определенным набором положительных качеств и характеристик, необходимо правильно их подать. Имидж складывается из объективных и субъективных факторов. К объективным следует отнести характеристики человека, его внешние данные, характер и так далее. Что касается субъективных факторов, то под ними понимаются «усилия индивида по созданию определенного впечатления о себе»<sup>25</sup>.

Структурируя подходы к пониманию имиджа, можно выделить ряд компонентов, из которого он состоит. А именно:

- «исходный материал», который обрабатывается специалистами-имиджмейкерами;
- избранная модель имиджа, т.е. то, кем должен выглядеть политический лидер;
- искажения, которые создаются в процессе тиражирования имиджа;
- восприятие аудиторией<sup>26</sup>.

Именно последний компонент связан с понятием «образа». Преломляясь под воздействием психики индивида, имидж отражается в сознании, становясь образом. Образ есть «субъективная картина мира..., интерпретация потока информации, получаемой органами чувств, на основе уже сложившейся у человека категориальной системы»<sup>27</sup>.

Образ — это отражение личности в массовом или индивидуальном сознании<sup>28</sup>. В этом отражении заключены как реальные характеристики личности, так и проекция ожиданий субъектов восприятия от объекта. Поэтому,

---

<sup>25</sup> Давыборец Е.Н. Формирование имиджа лидера современного государства : (на примере президентов России и США) / Е.Н. Давыборец. Владивосток : Дальнаука, 2009. С.9.

<sup>26</sup> Ольшанский Д.В. Политический PR М.: СПб «Питер», 2003. С.287.

<sup>27</sup> Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.В. Политическая реклама. М.: Центр политического консультирования «Никколо М», 1999. С.10.

<sup>28</sup> Психология политического восприятия в современной России / Под ред. Е.Б.Шестопа. М.: РОССПЭН, 2012. С. 16.

образ политического деятеля может корректироваться как при помощи изменения характеристик личности, так и путем воздействия на субъект.

Образ политика состоит из набора персональных, социальных и символических характеристик. Персональные характеристики — это, прежде всего, физические особенности, психологические, такие как характер, манера речи и др., деловые качества и компетенции<sup>29</sup>. Под социальными характеристиками понимаются элементы биографии, указывающие на социальную принадлежность, происхождение, а также официальная позиция, взаимодействие с иными группами. Символические характеристики появляются тогда, когда общество связывает определенный политический объект с политической ситуацией, в результате чего появляется устойчивый образ политика в общественном сознании.

Образ состоит из сознательных и бессознательных компонентов. К сознательным, или рациональным, относятся те характеристики, которые человек может описать, а также дать им оценку. Такими компонентами могут быть привлекательность объекта или его узнаваемость. Эмоциональные или бессознательные компоненты не улавливаются субъектом восприятия. Эмоции, испытываемые от личности политика отражаются на восприятии, но не могут быть объяснены рационально<sup>30</sup>.

Политический образ имеет неоднородную структуру. Его составляет несколько элементов: образ-знание, образ-значение, образ потребного будущего и образ-прогноз<sup>31</sup>. Основываясь на собственном опыте, а также под воздействием СМИ и политической рекламы, индивид формирует образ-знание — систему характеристик об изучаемом политическом объекте. Характеристика или группа характеристик, привлекающая наибольшее внимание индивида, ложится в основу образа-значения, таким образом формируя интерес к политике, наделяя его «личностным смыслом». В дальнейшем, политический

---

<sup>29</sup> Имидж лидера / Под ред. Е.В. Егоровой-Гантман. М., 1994. С. 120

<sup>30</sup> Образы российской власти: От Ельцина до Путина / Под ред. Е.Б.Шестопал. М.: РОССПЭН, 2009. С. 236.

<sup>31</sup> Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.В. Политическая реклама. М.: Центр политического консультирования «Никколо М», 1999. С. 123-135.

персонаж, имя значение для индивида, наделяется характеристиками, которые человек ожидает от него в будущем, каким он хотел бы видеть политика. За этот аспект отвечает в структуре политического образа — образ потребного будущего. Близкой категорией является образ-прогноз. Однако, его особенностью является понимание не того, каким индивид хотел бы видеть политика, а то, каким он может стать<sup>32</sup>.

Проблемами формирования образа занимается не только политическая психология. Важным ресурсом, который используется в современной политике, как для манипуляций с сознанием избирателей, так и для изучения происходящих в сфере политического процессов, является политический маркетинг.

С.В.Чавкина<sup>33</sup> воспроизводит несколько факторов, которые стимулируют внедрение политического маркетинга в политическую практику.

Во-первых, современная демократия терпит существенные изменения. Кажется недостаточным участие населения исключительно в процессе выборов различных уровней власти. Необходимо привлечение населения к решению вопросов политики в реальном времени, на постоянной основе.

Второй важный фактор сформулировал британский исследователь Д.Лилликер, который назвал проблемой современности массовое падение лояльности избирателей. «Лояльность» становится гораздо более гибкой и зависит от большего количества факторов. Таким образом, для привлечения, а главное удержания избирателя, теперь требуются новые инструменты.

Кроме того, подвергается изменению роль общественного мнения в осуществлении политики и управления. Если раньше, в основном, лишь декларировалось желание того, чтобы мнение народа было услышано, то нынешняя демократия требует постоянной коммуникации органов управления и общественности. Данная ситуация дает основания рассматривать сферу

---

<sup>32</sup> Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.В. Политическая реклама. М.: Центр политического консультирования «Никколо М», 1999. С. 123-135.

<sup>33</sup> Чавкина С. В. Политический маркетинг как концепция и практика управления социальнополитическими процессами // Теория и практика общественного развития. 2014. №2.

политического как рынок, с функционирующими на нем экономическими законами, которые реализуются при помощи маркетинговых технологий. То есть формирование политического маркетинга можно назвать ответом на маркетингизацию общества в целом.

Основным новшеством, принесенным маркетингом в политику является рассмотрение политического поля как политического рынка. Находясь в парадигме маркетинга, рассматривая политическое пространство как рынок, необходимо вписать того или иного политического лидера в рамки этого рынка. Для этого применяется такой инструмент маркетинга как позиционирование.

С точки зрения коммерческого маркетинга, позиционирование — «действия по разработке предложения компании и ее имиджа, направленные на то, чтобы занять обособленное место, благоприятное положение в сознании целевой группы потребителей. Окончательный результат позиционирования товара — успешное создание ориентированного на рынок предложения ценности продукта — простого и четкого утверждения, объясняющего, почему целевой аудитории следует приобретать и использовать товар компании-поставщика»<sup>34</sup>.

Приведем и более специфические определения позиционирования.

Впервые данный термин был применен в статье «Эра позиционирования», авторства Э.Райса и Дж.Траута, в 1972 году. По мнению авторов, позиционирование - «это деятельность по созданию в умах представителей целевой аудитории четкой позиции субъекта в ряду его аналогов в иерархии ценностей субъектов во внешней среде»<sup>35</sup>.

Д.Эйкер определяет позиционирование как «процесс создания образа и ценности у целевой аудитории таким образом, чтобы потребители понимали, зачем существует компания или бренд по отношению к конкурентам»<sup>36</sup>.

---

<sup>34</sup> Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. СПб.: Питер, 2004. С. 266.

<sup>35</sup> Кудашова Ю. В. Понятие «Позиционирование» в теории политического маркетинг-менеджмента // Вестник Башкирск. ун-та. 2010. №1. С. 140.

<sup>36</sup> Бочаров М. П. Фонология: контекстное позиционирование // Маркетинговые коммуникации. 2008. №2. С. 110.

Другое определение дает Т.Э.Гринберг, понимая под позиционированием процесс «создания субъекту позиции, отражающей иерархию ценностей в сознании потребителей в рамках понятных и отвечающих интересам целевых групп»<sup>37</sup>.

М.П.Бочаров понимает под позиционированием создание определенного контекста.

Специфику политического позиционирования подчеркивает Ю.Ю.Петрунин, говоря о позиционировании как об «обеспечении устойчивого присутствия политического товара в информационном пространстве, как элемент наступательной информации для решения информационных задач на политическом рынке»<sup>38</sup>.

И.Л.Недяк, относя политическое позиционирование к сфере политического маркетинг-менеджмента, определяет его как «комплекс мер, благодаря которым партия в сознании адресных групп избирателей создает собственное, отличное от других и выгодное для нее положение на политическом рынке, помогающее сформировать выигрышные в восприятии ее адресных групп избирателей характеристики и одновременно подчеркнуть слабые места позиции конкурентов в восприятии ее избирателей».<sup>39</sup> В кратком изложении данное определение сводится к выделению основных характеристик политического актора для тех, кому они предназначены<sup>40</sup>.

Позиционирование продукта ведется на двух уровнях: на реальном политическом рынке и в сознании политического потребителя. То есть целью позиционирования в политике является не изменение реальности, не изменение

---

<sup>37</sup> Кудашова Ю. В. Понятие «Позиционирование» в теории политического маркетинг-менеджмента // Вестник Башкирск. ун-та. 2010. №1. С. 140.

<sup>38</sup> Там же.

<sup>39</sup> Недяк И.Л. Политический маркетинг. Основы теории М.: Издательство «Весь Мир», 2008. С. 157.

<sup>40</sup> Райгородский Д. Я. Психология и психоанализ рекламы. Личностно-ориентированный подход. / Ред.-сост. Д.Я. Райгородский. Самара : БАХРАХ-М, 2001. С. 24

характеристик политического продукта, а изменение отношения к нему, через работу с сознанием и восприятием потребителя<sup>41</sup>.

Основной идеей позиционирования является ответ на изобилие предложения и связанного с ним огромного потока информации. Позиционирование предлагает найти незанятую нишу с сознании потребителя и поместить продукт в ней.

Позиционирование выполняет следующие задачи:

- создание привлекательного для адресной аудитории продукта;
- укрепление конкурентных позиций;
- изучение и формирование политических предложений;
- продвижение политического продукта;
- оказание влияния на принятие политических решений<sup>42</sup>.

Процесс позиционирования включает в себя следующие этапы:

1. Определение целевой аудитории: сегментирование рынка и выявление одной или нескольких групп, к которым будет обращаться политический субъект;
2. Анализ целевой аудитории: выявление особенностей восприятия и поведения представителей выбранного сегмента аудитории;
3. Выработка стратегии позиционирования. Стратегий может быть применено несколько, если есть необходимость охватить несколько групп, и их состав неоднороден.

Существует «золотой треугольник», на котором основывается выработка стратегий. В него входят ожидания потребителей, конкурентные преимущества объекта и позиционирование конкурентов. Исходя из этих данных, происходит выбор направлений позиционирования. Выделяется 7 основных методов:

1. По атрибуту. Акцент делается на одном или нескольких параметрах продукта, которые могут заинтересовать целевую аудиторию;

---

<sup>41</sup> Недяк И.Л. Политический маркетинг. Основы теории М.: Издательство «Весь Мир», 2008. С. 157 стр

<sup>42</sup> Кудашова Ю.В. Позиционирование как технология формирования конкурентоспособной позиции региона в политическом пространстве // Власть. 2010. №10. С. 65.

2. По преимуществу. Выделяется аспект, максимально выделяющий объект с положительной стороны;
3. По применению или использованию. Заявляется сфера возможного применения;
4. По потребителю. Позиционирование ведется отталкиваясь от характеристик покупателя/избирателя, каким он должен быть;
5. По конкуренту. Происходит сравнения объекта с прямым конкурентом, в результате которого подчеркиваются слабые стороны оппонента и сильные стороны объекта;
6. По категории товара. Транслируется четко обозначенная ниша, занимаемая объектом на рынке;
7. По соотношению «цена-качество». Демонстрируется баланс, который может получить потребитель, затратив определенное количество ресурсов.

Результатом позиционирования является создание «ориентированного на покупателя предложения ценности»<sup>43</sup>. То есть у избирателя должна появиться четкая причина, почему он должен поддерживать того или иного кандидата.

Подводя итог, следует сказать, что сфера политического распространяется не только на реальный мир, но и на сознание индивидов. Восприятие индивидом политической реальности составляет политическое сознание. Оно, в свою очередь, является предметом изучения такой дисциплины как политическая психология.

Под политическим сознанием понимается способность на основе личных установок и ориентаций, а также под воздействием объективных факторов, воспринимать, политические реалии, давать им оценку и принимать решения. Так же, важно отметить, что политическое сознание рассматривают как часть сознания общественного или массового. В связи с чем необходимо выделить основные характеристики массового сознания, к которым относятся: неустойчивость, изменчивость, динамичность, обладание высокой

---

<sup>43</sup> Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг-менеджмент. СПб., Питер, 2004. С. 311.

побуждающей способностью, совокупность усредненных показателей индивидов.

## 1.2 Основные подходы к понятию оппозиции

Введенному в политический дискурс Э.Берком и Г.Болингброком в середине XVIII века, термину «политическая оппозиция», было дано большое количество определений<sup>44</sup>. Приведем некоторые из них:

- «противодействие, сопротивление определенной политике, политической линии, политическому действию; партия, лицо, выступающее против господства, мнения, права, системы власти, конституции, политической системы в целом»<sup>45</sup>;
- «альтернативная власть со своим набором смысловых политических кодов, выбранных в данный момент меньшинством в обществе, чьи интересы представлены или не представлены в парламенте. Как только ее смысловые коды выбираются большинством в обществе, она превращается во власть и тут же становится уязвимой для критики меньшинства»<sup>46</sup>;
- «организованная группа активных индивидов, объединенных осознанием общности своих политических интересов, ценностей и целей и ведущих борьбу с господствующим субъектом за доминирующий статус в системе государственной власти»<sup>47</sup>;
- «несогласие с правительством или его политикой, политической элитой или политическим режимом в целом, выраженное в публичной сфере, организованное акторами при помощи различных форм действия»<sup>48</sup>;

<sup>44</sup> Молокова М.А. Политическая оппозиция: феномен или неотъемлемый атрибут современного общества/ Ученые записки Российского государственного социологического университета - 2009 - №3.

<sup>45</sup> Политическая энциклопедия. В 2 т. Т. 2. /Рук. проекта Семигин Т. Ю. – М.: Мысль, 1999. С.81.

<sup>46</sup> Тимофеева Л.Н. Власть и оппозиция: конфликтно-дискурсивный анализ (Теория, история, методология): Дисс. ... д-ра полит. наук. М., 2005. С.67.

<sup>47</sup> Зеркин Д.П. Политический конфликт и оппозиция // Социально-политический журнал. 1998. №5 С. 102.

<sup>48</sup> Brack N., Weinblum Sh.«PoliticalOpposition»: Towards a Renewed Research Agenda //Interdisciplinary Political Studies. Vol. 1. No. 1. June 2011. P.76.

- «политические институты, не согласные с официальным политическим курсом, имеющие своей целью достижение власти или влияние на власть посредством предложения альтернативных путей развития общества»<sup>49</sup>;
- «Организованная группа субъектов, ведущая борьбу за обладание доминирующим политическим ресурсом системы»<sup>50</sup>.

Большинство приведенных определений укладываются в разработанные к настоящему времени подходы к пониманию оппозиции. В современной политологии по отношению к понятию оппозиции выделяют следующие подходы: дескриптивный, институциональный, этимологический, системный, органический, реляционный, бихевиористский, ресурсный.

В XIX столетии формируется дескриптивный подход к сущности оппозиции, признававший естественность ее существования и необходимость легитимации ее в рамках политико-правовой сферы. Французский представитель этой эпохи Ф. Гизо сформулировал следующее определение оппозиции. «Оппозиция есть правление той частью публики, которая осуждает правительственную систему и стремится изменить ее; правда, это правление чисто моральное, не обладающее никакими принудительными средствами в отношении своих противников или своих сторонников, способное действовать лишь путем влияния, но которому достоинство и осознание всех своих прав от этого не менее необходимы»<sup>51</sup>.

На смену дескриптивному подходу в XX веке приходит институциональный подход. Характерное для того времени обоснование демократии и демократических институтов привело исследователей к рассмотрению политической оппозиции как института, элемента властных отношений, необходимого в контексте демократии. Яркий представитель этого подхода Р. Даль разрабатывает концепцию полиархии, т.е. «представительной

---

49 Митрохин В.А., Бигазилова С.С. Теоретико-методологические аспекты изучения понятия оппозиции // Известия Саратовского университета. Сер. Социология. Политология. 2010. Т. 10. Вып. 4. С.62&

50 Гаврилов Г.А. Феномен политической оппозиции: теоретический аспект // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2002. № 3. С.227.

51 Гизо Ф. О. средствах правления и оппозиции в современной Франции // Классический французский либерализм. М., 2000. С. 343.

демократии при наличии значительного влияния на правительство групп интересов»<sup>52</sup>. В рамках его концепции, каждый институт имеет свой интерес, исходя из которого, он будет находиться в состоянии конфликта с другими институтами, имеющими другой интерес. Именно это противопоставление, конфликт, интересов и составляет основу оппозиции. Оппозицией в таком случае называется та сторона, которая в настоящий момент не может определять деятельность правительства. Недостатком данного подхода является сознательный отказ от понимания многообразия форм организации власти, рассмотрение оппозиции лишь в контексте партийной системы.

Еще один подход к пониманию оппозиции — этимологический. Термин «оппозиция» происходит от латинского *oppositia* — противопоставление. В связи с этим, появляется определение: Оппозиция — «способ противопоставления одних политических взглядов, идей, действий другим политическим взглядам, действиям»<sup>53</sup>.

Системный подход к власти, отраженный в работах Т. Парсонса, Н. Лумана, М. Фуко и др., не поднимает проблему оппозиции, так как власть рассматривается как атрибут политической системы, характеризующейся единством. Власть является лишь посредником на пути реализации общественных интересов.

Органические теории власти определяют оппозицию как патологию общества, подобно мыслителям Античности.

В рамках реляционной теории, ее основоположником М. Вебером, артикулируется проблема сопротивления в контексте реализации властной воли. Именно момент сопротивления интерпретируется как деятельность оппозиционных сил.

С бихевиористской точки зрения, власть — это высшее благо и средство достижения благ одновременно. В таком случае, оппозиция является конкурентом власти в вопросе расширения ее полномочий, а мотивом

---

<sup>52</sup> Политическая наука: словарь-справочник. Авт. и сост.: Санжаревский И.И. Изд. 6-е, испр. и доп. Тамбов. 2010.

<sup>53</sup> Словарь по политологии / Под ред. проф. В.Н. Коновалова. Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 2010.

оппозиционности называется природное стремление человека к власти и благам.

По мнению Г.А. Гаврилова, наиболее ценным подходом для осмысления оппозиции является ресурсный подход. Данная теория исходит из неравномерности распределения ресурсов. Соответственно, власть имеет большое количество политических ресурсов, а оппозиция отличается нехваткой или полным отсутствием ресурсов. В связи с этим, оппозиция находится в постоянном состоянии притязаний на эти самые ресурсы<sup>54</sup>.

Сформированный к настоящему времени плюрализм мнений о сущности политики сводится к двум началам<sup>55</sup>:

- оппозиция — фактор развития государства;
- оппозиция — механизм, расшатывающий государственный строй, приводящий к нестабильности и/или смене власти.

Все приведенные определения, сходятся в интерпретации оппозиции через власть и властные отношения, так как существование оппозиции определено существованием власти и не может быть без нее<sup>56</sup>. Исходя из этого, можно сделать вывод, что конечной целью деятельности оппозиции является обретение власти.

Очевидно, что оппозиция далеко не всегда достигает своей конечной цели. Однако, ценность оппозиционных институтов состоит в попутном выполнении ряда функций, оказывающих благоприятное влияние на существование и развитие демократических аспектов общества и политической системы. Эти функции можно разделить на 2 группы:

- инструментальные функции, которые проявляются во взаимодействии оппозиции с властью и обществом. К ним относятся функции коммуникации, контроля, критики, альтернативности, информации, интеграции и др.;

---

<sup>54</sup> Гаврилов Г.А. Модели политической оппозиции: теоретико-методологический анализ. Екатеринбург: УрО РАН, 2003. С. 10.

<sup>55</sup> Гаврилов Г.А. Феномен политической оппозиции: теоретический аспект // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2002. № 3. С.227.

<sup>56</sup> Гаврилов Г.А. Модели политической оппозиции: теоретико-методологический анализ. Екатеринбург: УрО РАН, 2003. С. 19

- системные функции. Они реализуются вследствие реализации инструментальных функций и приводят к изменению характера функционирования политической системы. К ним относятся управление, стабилизация, рациональность, гармонизация<sup>57</sup>.

Оппозиция, как и власть, в любом случае, ведет постоянную деятельность. В своем стремлении к достижению властного ресурса оппозиция может использовать различные методы. Их можно разделить на три группы:

- электоральные методы. К ним относятся все методы избирательных кампаний. Они могут быть применены только в системе, предполагающей выборы и сменяемость власти;
- непубличные методы. Выражаются в форме межэлитных контактов. Данные методы применяются в случаях, когда процесс смены власти не предполагает электоральные процессы;
- насильственные методы. Это силовые механизмы, применяемые для смены власти. Основываются на отвержении оппозицией правил ротации власти, установленных в данной политической системе.<sup>58</sup>

Широкий спектр интерпретации, большое количество методов ведения борьбы, задач и функций политической оппозиции, а также опыт российской политической действительности, дает основание для рассмотрения типологии оппозиции. Исходя из различных оснований для деления, появляется ряд классификаций<sup>59</sup>. Они приведены в *Таблице 1*.

---

<sup>57</sup> Дорожкин Ю. Н., Мусина Л.М., Шкель С.Н. Политическая оппозиция в постсоветской России: этапы и особенности становления. М.: Уфа, БАГСУ, 2007. С. 14.

<sup>58</sup> Гаврилов Г.А. Модели политической оппозиции: теоретико-методологический анализ. Екатеринбург: УрО РАН, 2003 С. 35.

<sup>59</sup> Х. Линц Крушение демократических режимов: кризис, разрушение и восстановление равновесия // Проблемы Восточной Европы, 1993, №39-40, С. 5-221; Гаврилов Г.А. Феномен политической оппозиции: теоретический аспект // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2002. № 3. С.227.; Дорожкин Ю. Н., Мусина Л.М., Шкель С.Н. Политическая оппозиция в постсоветской России: этапы и особенности становления. М.: Уфа, БАГСУ, 2007. С. 12.

Таблица 1. Классификации оппозиции

Автор	Критерии	Виды
Х.Линц	<ul style="list-style-type: none"> <li>- безоговорочное обязательство добиваться власти только путем выборов;</li> <li>- отказ от применения насилия;</li> <li>- отказ от призывов к неконституционным действиям;</li> <li>- готовность объединиться с оппонентами, имеющими иные ценности, но нацеленными на сохранение режима;</li> <li>- готовность сообщить правительству о подготовке свержения власти иными лицами.</li> </ul>	Лояльная, полулояльная, нелояльная
О.Киршхаймер	Противоречие целям правительства	Принципиальная, лояльная, политическая
Г.Оберреутер	Принцип фактической деятельности оппозиции	Нацелена на решение конкретных проблем, нацелена на создание коалиции с иными силами, и нацеленная на поддержание конфронтации.

Таблица 1. Классификации оппозиции

Автор	Критерии	Виды
Дорожкин Ю.Н., Музина Л.М., Шкель С.Н.	Этап развития	Неформальная, формальная, парламентская.
По Г.А.Гаврилову	Ресурс, за который борется оппозиция	За текущий властный ресурс, за изменения в системе политических ресурсов
По Г.А.Гаврилову	Субъект оппозиции	Партийная, групповая, гражданская, институциональная
По Г.А.Гаврилову	Месторасположение субъекта в политической системе	Внешняя и внутренняя
По Г.А.Гаврилову	Публичность	Открытая, закрытая
Дж.Сартори	Соответствие идеологических ценностей оппозиции властным	Системная и антисистемная

В рамках данной работы, подробного рассмотрения требует последняя классификация, авторства Дж. Сартори, который впервые обратил внимание на аспект соответствия идеологических ценностей оппозиции ценностям власти. Говоря о дистанции ценностных ориентиров на плоскости координат политических взглядов общества, он вводит термин антисистемная оппозиция (anti-system)<sup>60</sup>. Здесь важно то, что в отличие от многих других классификаций, акцент делается не на методы достижения целей и не на степень радикальности политической силы, а на расстояние оппозиционной силы от идеологического основания общества, коим является действующая власть.

<sup>60</sup> G. Sartori. Parties and party systems: a framework for analysis. Colchester, 2005. P. 116–118.

В дальнейшем, западные исследователи, развивая эту классификацию, стали применять иные термины для описания политической силы с диаметрально противоположными взглядами. Так появляются термины «несистемность» (non-system), «внесистемность» (outside system) и ряд других.

В данной работе используется термин «несистемная оппозиция». Ниже будет приведено обоснование выбора данного термина в рамках изучения российской действительности.

В первую очередь, необходимо заметить, что не существует альтернатив понятию «системности». Под «системностью» понимается тождество системе, т.е. соответствие качеству системы.

Здесь представляется необходимым уточнить, какое значение вкладывается в само понятие «система». Существует огромное количество интерпретаций этого понятия. С одной стороны, под системой понимается любая совокупность элементов, с другой — форма организации чего-либо. Наиболее подходящим для объяснения аспектов проблематики несистемной оппозиции является понимание системы через категорию «качества». Таким образом, система есть объект, обладающий собственным качеством. К этому стоит добавить и такие факторы системы как автономность и собственные законы и закономерности жизнедеятельности<sup>61</sup>.

Исходя из приведенного выше описания, можно определить категорию «несистемности», как того, что имеет отличные от «системности» качества.

Многие отечественные исследователи вводят в эту классификацию еще такие критерии как финансирование из-за рубежа<sup>62</sup>, жесткое противоборство существующей власти<sup>63</sup>, неконституционные методы борьбы за власть<sup>64</sup>.

<sup>61</sup> Красильников Д. Г., Межсистемные политические ситуации в России в XX веке: проблемы теории и истории / Д.Г. Красильников. - Пермь : Изд-во Перм. ун-та, 2001. С. 32.

<sup>62</sup> Манцуоров С. О. Несистемная оппозиция, её особенности и её поддержка иностранными государствами — парадигма потенциального исследования // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. №2. С. 25.

<sup>63</sup> Медведев Н.П., Борисенко А.В. Несистемная оппозиция в политическом пространстве современной России // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. 2008 №8. Том 4.

<sup>64</sup> Кондратьев В. С. «Несистемная оппозиция» в России: основные подходы к рассмотрению политического феномена // Pro пупс. 2012. №1 (11) С.18.

Еще один аспект обоснования применения термина «несистемности» состоит в исключении приведенных выше альтернатив этого термина, а именно «внесистемность» (outside system) и «антисистемность» (anti-system). Несмотря на то, что ряд авторов не считает критерии различия значимыми, представляется необходимым дать более подробные определения приведенных альтернатив.

Исходя из теории политических систем, предложенной Д. Истоном, понятие «внесистемности» говорит о том, что сила, названная внесистемной, находясь вне системы и стремясь к входу в нее, не взаимодействует никак с существующей политической системой. Данный термин не применим к российским реалиям, так как, несмотря на отстраненность представителей «несистемной» оппозиции от непосредственного участия в принятии политических решений, процесс взаимодействия имеет место быть.

«Антисистемность», заявленная Дж. Сартори, охватывает исключительно идеологический характер. В таком случае, антисистемной можно назвать партию КПРФ, которая, в свою очередь является ярким представителем системной партии.

Несистемность «характеризуется отношением к политической системе в целом и ее институтам в частности»<sup>65</sup>. Ее отличает отсутствие представительства в органах власти и регистрации партий, то есть отсутствие представительства в политической системе и, как следствие, неспособность влиять на политические решения.

В России несистемная оппозиция представляет собой крайне разрозненную структуру. Также, к особенностям несистемной оппозиции России относится слабость ресурсов, «виртуализация» политической деятельности, низкий уровень доверия со стороны населения, низкое число сторонников и др<sup>66</sup>.

---

65 Большаков И. Несистемная оппозиция: терминологическая «ошибка» или политическая реальность? // Свободная мысль. 2011. № 3 (1622). С. 115.

66 Попова О. В. // Политика современного российского государства в отношении несистемной оппозиции. Политические партии и политическая конкуренция в демократических и недемократических режимах. Под ред. Ю.Г. Коргунока, Е.Ю. Мелешкиной, Г.М. Михалевой. Товарищество научных изданий КМК, 2010.

Вслед за И. Большаковым, автор выводит следующие критерии несистемной оппозиции:

- противопоставление политических взглядов действующей власти;
- артикуляция потребности смены властной элиты;
- отсутствие возможности влиять на политические решения;
- существенная ограниченность ресурсов.

## 2. ОТОБРАЖЕНИЕ ЛИДЕРОВ НЕСИСТЕМНОЙ ОППОЗИЦИИ В МАССОВОМ СОЗНАНИИ МОЛОДЕЖИ

### 2.1. Изучение восприятия молодежью СПб лидеров несистемной оппозиции

Весной 2017 года автором было проведено исследование, целью которого являлось изучение особенностей восприятия несистемной оппозиции студенческой молодежью Санкт-Петербурга. Гипотезой исследования было наличие негативного отношения у молодежи к представителям несистемной оппозиции. В связи с чем, одной из задач стало установление причин такого восприятия. В ходе исследования было выявлено, что остро негативного отношения к представителям несистемной оппозиции у молодежи нет, но отсутствует и значимый уровень поддержки кого-либо из оппозиционных лидеров. Респондентами был определен круг лиц, которых можно отнести к несистемной оппозиции в России. Кроме того, студенты назвали спектр качеств, которыми должен обладать, на их взгляд, идеальный политик. Эти данные легли в основу анкеты для выполнения настоящего исследования.

В данной работе представляется необходимым изучить, как молодежь воспринимает каждого лидера оппозиции в отдельности, то есть выявить образы лидеров несистемной оппозиции, сложившиеся в сознании молодежи.

Для выполнения этой задачи, было проведен интернет-опрос. Было опрошено 50 респондентов-студентов различных вузов Санкт-Петербурга, таких как СПбГУ, НИУ ВШЭ, СПбПУ и др. (*Приложение 1*), обучающиеся в бакалавриате и магистратуре (*Приложение 2*), по техническим, общественным и гуманитарным программам подготовки.

Анкета (*Приложение 3*) для интернет-опроса составлялась на основании метода семантического дифференциала. Применение данного психосемантического метода обусловлено тем, что именно он позволяет фиксировать политическую реальность через субъективные оценки индивидов.

То есть при выборе ответа, респондент основывается не на своих знаниях, фактах, но он вынужден демонстрировать свое эмоциональное отношение к тому или иному объекту, к представителям несистемной оппозиции.

Метод, предложенный Ч.Осгудом, имеет ряд особенностей, которые не отвечают задачам данного исследования. Так, например, исследование не предполагает проведение факторного анализа с последующей группировкой признаков, так как при каждый параметр рассматривается в контексте сравнения с образом идеального политика. Поэтому, в силу того, что метод семантического дифференциала предполагает вариативность, анкета и процедура обработки данных были модифицированы.

Таким образом, анкета содержит 16 антономических пар, в основу которых легли черты «идеального политика», названные представителями студенческой молодежи, в ходе упомянутого выше исследования.

При составлении образа идеального лидера респонденты исходили из двух стратегий. Первая стратегия — ассоциация с действующим президентом страны В.Путиным. Считается, что, если этот человек находится у власти продолжительное время, его качества отвечают требованиям к идеальному политику. Вторая стратегия — описательная. Называя разнообразные эпитеты, респонденты сформировали единый образ «идеала».

Так, молодые люди хотели бы видеть во власти прогрессивного, сильного, авторитетного человека, который бы в равной степени обладал негибкостью в принятии решений, и человечностью в общении с народом. Кроме того, важным аспектом является идейность, желание работать во благо народа, а так же высокая мораль и честность. Все названные описательные характеристики образа идеального политика легли в основу пар антонимов нынешней анкеты.

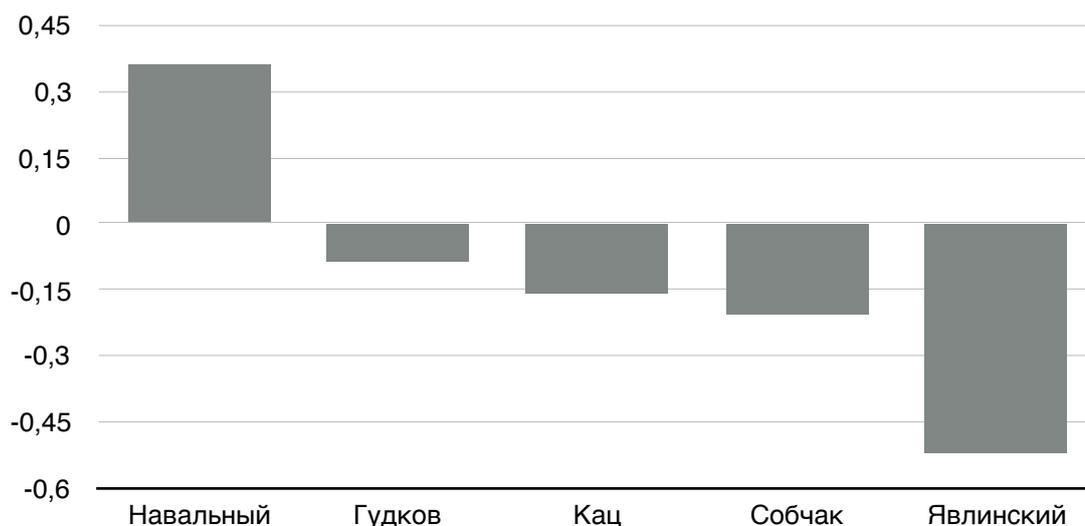
Шкала оценки имела 5-балльное деление, в диапазоне от -2 до 2, где оценка «-2» выражает отрицательную характеристику объекта, «0» - среднее значение, отсутствие выраженности признака, «2» — положительная характеристика по заявленному признаку.

Для анализа было отобрано 5 лидеров несистемной оппозиции: Д.Гудков, М.Кац, А.Навальный, К.Собчак, Г.Явлинский. Категория «несистемности» является спорной сама по себе, в связи с чем отнесение того или иного политика к сфере несистемной оппозиции может восприниматься неоднозначно. Два критерия легли в основу выбора исследуемых лиц. Во-первых, политики должны отвечать аспектам, заявленным в теоретической части данной работы. К ним относятся: отсутствие административных ресурсов, невозможность влияния на принятие политических решений, трансляция идей, отличных от повестки дня, предлагаемой действующей властью, а также низкая популярность среди населения и «виртуализация» проводимой политики. Вторым основанием для выбора стала известность среди молодежи. Очевидно, что невозможен психологический анализ какого-либо объекта, если не выполняется первый этап восприятия — знание об объекте. Именно поэтому, для изучения были выбраны те политические лидеры, фамилии которых были названы в процессе фокус-групп несколько раз.

Стоит отметить, что на этапе сбора данных было выявлено, что абсолютная узнаваемость есть только у двух лидеров, а именно: А.Навальный и К.Собчак. Другие представители несистемной оппозиции, Г.Явлинский, Д.Гудков и М.Кац, получили 33, 19 и 15 ответов из 50, соответственно. Отсутствие ответов означает отсутствие эмоциональных ассоциаций с объектом. При отсутствии узнаваемости политиков, представляется невозможным производить дальнейшие более глубинные исследования. В связи с чем последующая обработка данных производилась для двух политиков.

Первым шагом в анализе полученных данных стало выявление общего одобрения. Этот показатель высчитывается путем нахождения среднего по всем ответам для одного объекта. Полученные результаты отображены на Графике 1.

График 1. Одобрение



Из графика можно сделать вывод о том, что наибольшим одобрением среди молодежи пользуется А.Навальный. Средняя для его ответов имеет значение выше нуля. Однако, уровень одобрения ко всем остальным исследуемым находится в отрицательном сегменте. При этом, меньше всего одобрения имеет Г.Явлинский. К.Собчак находится на предпоследнем месте. Таким образом, представляется интересным исследование двух фигур, которые обладают не только разным видением возможных путей в рамках деятельности оппозиции, но и разной степенью поддержки.

### 2.1.1. Образ Алексея Навального

Обратимся непосредственно к исследованию образов объектов, в частности, А.Навального. Произведя расчет среднего по каждому признаку, мы получили следующую таблицу (Таблица 2), где признаки объекта, выстроены в порядке убывания выраженности положительных качеств, по мнению респондентов. Таким образом, наиболее близок к идеальному параметр решительности (+1,04). Этот, самый высокий по оценкам респондентов, параметр далек от идеального показателя (+2). Все остальные параметры колеблются в диапазоне от 0 до 1. Наименее выраженными являются показатели «самоотверженность» (-0,28) и «универсальность» (-0,58). Показатель

самоотверженности, хоть и уходит в отрицательное значение, близок к нулю, давая право полагать, что для респондентов является неоднозначным вопрос о том, насколько эгоистичен/не эгоистичен данный персонаж. Близки к нулю так же такие параметры как «идейность», «человечность» и «честность». Что так же демонстрирует отсутствие у респондентов устоявшихся компонентов образа данного оппозиционера по этим показателям. Что касается показателя универсальности, то он, напротив, близится к -1. Это указывает на то, что А.Навального воспринимают политиком «не для всех», не обладающим качествами универсального лидера, отвечающего интересам всех слоев населения страны.

Таблица 2. Средние значения

Решительный	1,04
Трудолюбивый	0,86
Стойкий	0,86
Прогрессивный	0,82
Харизматичный	0,82
Смелый	0,62
Сильный	0,44
Авторитетный	0,38
Независимый	0,24
Идейный	0,2
Человечный	0,2
Честный	0,1
Последовательный	0,08
Высокоморальный	0,02
Самоотверженный	-0,28
Универсальный	-0,58

Следующим шагом в интерпретации данных стало выявление моды для каждого признака. Эти данные показывают, что 5 признаков имеет наибольшую частоту выбора наивысшей оценки (+2): решительность, трудолюбие, стойкость, харизма и смелость. Основываясь на этих данных, можем предположить, что именно эти характеристики являются наиболее яркими в образе оппозиционера. Стоит отметить и единственный критерий с преобладающими отрицательными значениями — универсальность (-1). Как было обозначено ранее, А.Навальный не представляется респондентам универсальным политиком.

Интерес представляют так же и параметры с преобладающей оценкой «0», которые рассматриваются как те, по которым респонденты не смогли сформировать четкого мнения. В случае с А.Навальным, к ним относятся независимость, человечность, высокий уровень морали и самоотверженность. Причин отсутствия сформированной оценки по каким-либо показателям может быть две. Первая причина представляет собой недоверие к политику, вызванное как собственными ощущениями субъекта, так и наличием альтернативных мнений в дискурсе. Так, например, независимость А.Навального всегда ставится под сомнение. В СМИ и социальных сетях нередко используются такие выражения как «агент Госдепа»<sup>67</sup> или, напротив, «агент Кремля»<sup>68</sup>. Такой параметр как самоотверженность тоже применим в этом ключе. Ввиду недоверия к поступающей информации, люди не могут определить ведет ли политик свою деятельность в интересах личных или общественных. Вторая причина, способная объяснить данный феномен, состоит в том, что не существовало таких ситуаций, в которых данные черты личности могли бы проявиться. К ним, например, можно отнести человечность, так как ввиду отсутствия у А.Навального реальной власти, не существует прецедентов,

---

<sup>67</sup> В Петербурге студентам заявили, что Навальный — «агент Госдепа» [Электронный ресурс]. <https://www.svoboda.org/a/28398060.html>. (Дата обращения: 20.05.2018).

<sup>68</sup> Навальный - ловец лохов, вождь дураков, проект и агент Кремля, а не Госдепа. Часть 1. [Электронный ресурс]. <https://ivan-ushenin.livejournal.com/651384.html>. (Дата обращения: 20.05.2018).

доказывающих наличие или отсутствие случаев обращения к насилию в своей политике.

Таким образом, на основании оценок респондентов, можно предположить, что в сознании студенческой молодежи Санкт-Петербурга, А.Навальный — это решительный, трудолюбивый, стойкий и смелый человек, обладающий определенной харизмой. Наименее выраженными в этом образе качествами являются человечность, моральность, самоотверженность и независимость. Кроме того, данный политик представляется молодежи специфичным, имеющим ярко выраженную направленность на определенные сегменты населения.

### **2.1.2. Образ Ксении Собчак**

Переходя к выявлению образа К.Собчак, стоит подчеркнуть факт низкого числа одобрения, рассчитанный при начальной интерпретации данных, что отображается во всех остальных значениях.

Так, вычисление среднего по каждому параметру показывает (*Таблица 3*), что лишь 5 характеристик имеют среднюю оценку выше нуля. При этом, наиболее выраженной положительной оценкой обладает параметр прогрессивности (0,82). Особый интерес в этом контексте вызывают отрицательные качества, составляющие образ К.Собчак. Наибольшей выраженностью обладает характеристика универсальности/специфичности (-1,16). Этот показатель проявляется более интенсивно, чем у А.Навального. Близки к значению «-1» показатели высокоморальности, последовательности, авторитетности и независимости, что показывает отрицательные оценки данного политика по этим критериям. Большое количество признаков находятся около нуля. Это харизма, человечность, смелость, честность и другие. Преобладание нулевых оценок говорит о том, что в сознании респондентов еще не до конца составлен образ данного политика.

Таблица 3. Средние значения

<b>прогрессивный</b>	0,82
<b>харизматичный</b>	0,4
<b>решительный</b>	0,4
<b>человечный</b>	0,36
<b>смелый</b>	0,2
<b>трудолюбивый</b>	-0,08
<b>стойкий</b>	-0,16
<b>идейный</b>	-0,26
<b>честный</b>	-0,28
<b>сильный</b>	-0,36
<b>самоотверженный</b>	-0,4
<b>высокоморальный</b>	-0,5
<b>последовательный</b>	-0,58
<b>авторитетный</b>	-0,78
<b>независимый</b>	-0,88
<b>универсальный</b>	-1,16

Вычисление моды — значения наиболее часто встречающейся оценки — характеристик К.Собчак выявило еще ряд особенностей. Так, наибольшим количеством отрицательных оценок обладают такие показатели как последовательность (-2) и авторитетность (-2). Наибольшее число самых положительных оценок имеет характеристика прогрессивности. Так же образ К.Собчак наделяется такими положительными качествами как харизма, человечность и сила. Наибольшее количество оценок «0» имеют признаки: решительность, смелость, трудолюбие, стойкость, идейность, честность, высокая мораль.

Исходя из проанализированных данных, К.Собчак воспринимается молодежью следующим образом. Безусловно, данный представитель оппозиции представляет собой прогрессивного политика, но при этом обладает рядом

негативных качеств, среди которых отсутствие авторитета, непостоянство, зависимость и эгоистичность. Однако наибольшее отклонение от «идеала» наблюдается в параметре универсальности. Здесь мы снова видим, что данный политик воспринимается как узконаправленный, не охватывающий все слои населения. Стоит еще раз заметить, что по многим параметрам восприятие К.Собчак не устоялось, что говорит одновременно и о низкой информированности о политике, и о большом количестве различных стереотипов о нем, и об отсутствии достаточного числа проявлений политика в различных ситуациях.

## **2.2. Позиционирование представителей несистемной оппозиции в социальных сетях**

Образ является «субъективной картиной мира»<sup>69</sup> и представляет собой интерпретацию характеристик личности в сознании индивида. Хотя важную часть сознания составляет устоявшаяся система ценностей и убеждений человека, сознание может корректироваться под воздействием различных факторов, а вместе в них могут искажаться и формируемые образы. Одним из механизмов моделирования политического сознания человека является позиционирование.

В предыдущей части работы были выявлены образы представителей несистемной оппозиции, а именно А.Навального и К.Собчак. Следующим шагом в исследовании станет оценка эффективности стратегий позиционирования, избранных политиками, на основании их соответствия полученным образам.

Объектом данного этапа анализа стали личные аккаунты А.Навального и К.Собчак в социальной сети «Твиттер». Активное развитие Интернета и социальных сетей создает новые условия формирования имиджа политика. Для того, чтобы увеличивать и сохранять свою популярность, становится

---

<sup>69</sup> Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.В. Политическая реклама. М.: Центр политического консультирования «Никколо М», 1999. С.10.

необходимым наращивать свое присутствие в виртуальном пространстве. В связи с этим политики активно начинают пользоваться различными социальными сетями, такими как LiveJournal, Instagram, YouTube, Twitter. Каждая из названных площадок имеет свои отличительные особенности, позволяющие рассматривать личность владельца аккаунта под разным углом зрения. Данное исследование фокусируется на социальной сети «Твиттер». Этот ресурс называют площадкой «социального взаимодействия в реальном времени»<sup>70</sup>. Развитие данной соцсети привело к появлению новой формы коммуникации — микроблогингу. В связи с чем личные аккаунты в сети «Твиттер» называют микроблогами.

Выбор заявленной площадки обусловлен несколькими факторами, первый из которых заключается в особенностях самой социальной сети. «Твиттер» позволяет пользователям публично обмениваться сообщениями, размер которых не превышает 140 символов. Краткость сообщений способствует максимальной концентрации и точности выражения фактов, эмоций, идей или мнений. Кроме того, «Твиттер» дает возможность для развития диалога между автором и аудиторией, что особенно важно для политика, в контексте более близкого, неформального общения со своими сторонниками, а также информирования целевой аудитории о собственной деятельности или иных значимых для автора фактах и событиях. В 2014 году С.Крюкмайер проводит исследование, результаты которого доказывают, что использование «Твиттера», как одного из инструментов предвыборной кампании, повышает рейтинг кандидата<sup>71</sup>. Для исследователя данные характеристики являются индикаторами эффективности взаимодействия политика с аудиторией в неформальной среде.

Вторая причина состоит в популярности выбранной социальной сети, являющейся одной из самых популярных в России и мире<sup>72</sup>. Таким образом,

---

<sup>70</sup> Как пользоваться твиттером? Что такое твиттер? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://web-profvy.com/kak-polzovatsya-tviterom-cto-takoe-tvitter.html>. (Дата обращения: 20.05.2018).

<sup>71</sup> Kruikemeier S. How Political Candidates Use Twitter and the Impact on Votes // *Comput. Hum. Behav.* 2014. Vol. 34. P. 135.

<sup>72</sup> Social Media Stats Russian Federation [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/russian-federation> (Дата обращения 28.05.2018).

микроблоги, создаваемые на данной платформе имеют большой охват аудитории. Так, аудитория в «Твиттере» А.Навального — 2,2 млн подписчиков, К.Собчак — более 1,6 млн. В связи с большой популярностью иных социальных сетей данных политиков, возникает вопрос обоснованности выбора именно этой платформы. Так, количество подписчиков К.Собчак в Instagram превышает 5,5 млн человек. Однако, анализ аккаунтов А.Навального и К.Собчак в данной социальной сети дает представление о том, что они ведутся в формате личного архива или рекламной площадки, и содержат минимальную долю общественно-политического контента.

Наконец, наличие у всех оппозиционных лидеров аккаунтов в «Твиттере» дает возможность использовать для анализа равнозначные единицы текста.

Для проведения анализа был выбран период с 1 января 2018 по 1 мая 2018 года. На этот временной отрезок приходится пик активности политиков, в связи с проведением предвыборной кампании перед президентскими выборами 2018 года.

Структура анализа включает в себя количественные и качественные методы и состоит из 5 компонентов: общие особенности ведения аккаунта, тональность сообщений, тематические блоки, ключевые фигуры, адресаты, способы позиционирования.

### **2.2.1 Позиционирование А.Навального**

Отличительной особенностью присутствия А.Навального в Интернет-пространстве является широкий спектр вовлеченности. Политик активно ведет канал на YouTube, где представляет результаты исследований Фонда борьбы с коррупцией и реакцию на ключевые события, Instagram, где достаточно часто проводятся прямые эфиры и Twitter. За исследуемый период, январь-май 2018 года, автором было написано более 1200 твитов, включающих ссылки на другие источники, репосты и ответы аудитории. Таким образом, А.Навальный

освещает большое количество тем, а так же показывает свою открытость и восприимчивость по отношению к своей целевой аудитории.

Для оценки тональности сообщений была использована троичная система оценки: негативный характер, нейтральный и позитивный. Результаты представлены в *Таблице 4*.

Таблица 4. Тональность А.Навальный

Отрицательные	Нейтральные	Позитивные	Всего
477	562	171	1210

Данные демонстрируют, что одинаково высока доля нейтральных и отрицательных сообщений, при этом превалирует количество нейтральных твитов. Связано это с тем, что одним из приемов политика в ведении своего микроблога является демонстрация ссылки на какой-либо источник, где описывается то или иное событие, высказывается мнение, при этом, А.Навальный не дает в сообщении прямую собственную оценку. Стоит отметить, что подавляющее большинство твитов, построенных по данной схеме, подразумевают негативный посыл. Еще одной особенностью является высокая эмоциональная наполненность речи. Сообщения эмоционально окрашены, как в положительном ключе («хороший пост»<sup>73</sup>), так и в негативном («ну офигеть, конечно»<sup>74</sup>, «Совсем уже чокнулись»<sup>75</sup>). При этом, четко прослеживается позиция автора по каждому из поднимаемых вопросов.

Обращаясь к содержательной части текста, выделим ключевые темы. В контексте времени, центральной темой становятся выборы президента. Так как А.Навальный не имел статуса зарегистрированного кандидата в президенты, он развивал свою деятельность в рамках кампании по двум направлениям: призыв

<sup>73</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Между прочим, один из лидеров движения наблюдателей в нашей стране. Хороший пост: <https://t.co/b1DwA6gzeQ> <https://t.co/Lzz3XNksDt>» 23.02.2018. Tweet.

<sup>74</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Ну офигеть, конечно. Они не просто даже не делают вид, что их беспокоит эта проблема. Они ещё и провокацией это называют <https://t.co/YNsRkEputl>» 07.03.2018. Tweet.

<sup>75</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Совсем уже чокнулись <https://t.co/mA0sKguBE2>» 09.03.2018. Tweet.

населения к бойкоту выборов и организация независимого наблюдения на избирательных участках. Оба этих компонента выражаются в аккаунте политика.

Забастовке и бойкоту выборов посвящено 32 твита, в которых ведется призыв поддержать акцию в день голосования, прийти на митинги, посвященные популяризации этой идеи и говорится о результатах проведенных акций. Призывая к бойкоту, А.Навальный применяет жесткую риторику, называя тех, кто идет на выборы, даже сторонников оппозиции «либо не понимающими о чем говорят, либо жуликами»<sup>76</sup>. Еще одна стратегия — привлечение авторитетного мнения, например «Борис Акунин: Я убежденный сторонник бойкота»<sup>77</sup>.

Второе направление — наблюдение на выборах, необходимость которого объясняется якобы доказанными фактами готовящихся фальсификаций<sup>78</sup>. Здесь одновременно и призыв волонтеров, и проблемы, связанные с регистрацией наблюдателей. При этом, А.Навальный отмечает, что трудности возникают не только из-за действий властей, но и от «кандидатов-демократов»<sup>79</sup>. Всего твитов об этом - 54.

В контексте предвыборной кампании, А.Навальным поднимается и такая тема как привлечение YouTube-блогеров для мобилизации молодой аудитории. Так, делается акцент на документ с возможными сценариями заказанных у блогеров роликов<sup>80</sup>. Освещение данного обстоятельства вызвало определенные

---

<sup>76</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Посмотрите пожалуйста на важнейшую картинку, касающуюся стратегии голосования/бойкота. И навсегда запомните: те, кто предлагают портить бюллетени либо не понимают о чем говорят, либо жулики <https://t.co/ks1HNyKbAh> <https://t.co/M1VSdezTVV>» 26.01.2018. Tweet.

<sup>77</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Борис Акунин: Я убежденный сторонник бойкота <https://t.co/lxOskYkYUK>» 02.03.2018. Tweet.

<sup>78</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Наш эксперимент показывает: фальсификации будут <https://t.co/6eR6ZWlr0N>» 13.03.2018. Tweet.

<sup>79</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Кандидаты-демократы» просто из кожи лезут, чтобы помочь фальсификаторам в ключевой для них Кемеровской области. Сначала Явлинский отозвал доверенное лицо, подписывавшее направления наблюдателям там, теперь Собчак <https://t.co/uuD1DzHizH>» 18.03.2018. Tweet.

<sup>80</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Почитайте. Это очень смешные сценарии и любопытные цены. Отдельный вопрос к @RussianStandup Юрий, ты вообще в курсе, что в администрацию президента носят вот такие предложения? <https://t.co/JW2PNTKyIY>» 05.03.2018. Tweet.

дискуссии А.Навального с популярными блогерами, такими как Руслан Усачев и Юрий Хованский, что обратило внимание их аудиторий на политика.

Еще одним направлением Twitter-аккаунта А.Навального является освещение деятельности его штабов в регионах<sup>81</sup>, расследований Фонда борьбы с коррупцией, самым обсуждаемым из которых стало расследование об А.Рыбке, О.Дерипаске и С.Приходько (21 твит)<sup>82</sup> и призывы на митинги<sup>83</sup>. Также активно публикуется информация, связанная с задержаниями людей на митингах и проведением обысков в штабах кампании А.Навального<sup>84</sup>.

Кроме этого, большое внимание уделяется оценке происходящих событий в России. Так, например, большое количество сообщений, а именно 52, было посвящено пожару в ТЦ «Зимняя вишня» в Кемерово, а главным образом подвергались критике действия властей Кемеровской области в данной ситуации. Так, главным объектом недовольства стал губернатор области — А.Тулеев<sup>85</sup>. Стоит отметить, что его личность упоминалась и ранее, в рамках предвыборной кампании<sup>86</sup>.

Особое внимание политик уделяет оценке деятельности других политических акторов России. Персоналии и количество упоминаний отражены в *Таблице 5*. Данный рейтинг показывает, что чаще всего А.Навальный упоминает В.Путина. Действующий президент представляется главным оппонентом А.Навального. В нем оппозиционер видит причины установления в стране существующего режима. Ко многим явлениям в стране применяется

<sup>81</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Как волонтера в приют забирали | Штаб Навального в Кемерово - YouTube <https://t.co/abo3mZS0tE>» 26.02.2018. Tweet.

<sup>82</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Смотрите, читайте и помогайте распространять. Случайное, но, возможно, самое скандальное расследование ФБК <https://t.co/LxX104z4qV>» 08.02.2018. Tweet.

<sup>83</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Кто-то скажет, что митинг ничего не изменит. Это не так. <https://t.co/4u8F4qWo8x>» 29.04.2018. Tweet.

<sup>84</sup> Навальный Алексей (@navalny). «В нашем штабе в СПб снова обыск. Вот ведь нечем больше заняться полиции. Выходите завтра, давайте объясним им, что обыски не помогут <https://t.co/SO0p7VoHiw>» 27.01.2018. Tweet.

<sup>85</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Тулеев улетел лечиться за границу. А здесь осталось запрещение проводить против него митинги. (За границей медицина хорошая ровно потому, что люди могут выступать против власти. Говорить, что думают и спокойно работать) <https://t.co/ZBVJ0M1c8Z>» 20.04.2018. Tweet.

<sup>86</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Тулеев бьется за свои нарисованные 80% явки и срывает нам наблюдение <https://t.co/ieoH2vyQzY>» 17.03.2018. Tweet.

эпитет «путинский», показывая тем самым, от кого зависит его проявление: путинский режим, путинская власть, путинские пропагандисты, путинские воры. У своей аудитории А.Навальный формирует образ В.Путина и власти, руководствующихся в своей деятельности страхом перед народом<sup>87</sup>.

Таблица 5. Персоналии

Путин	109
Явлинский/«Яблоко»	26
Памфилова	23
Яшин	21
Собянин	13
Собчак	9
Тулеев	8
Ройзман	6
Грудинин	5
Медведев	4
Кац	4
Гудков	4
Воробьев	3

Остальные представленные в таблице политические деятели, кроме Е.Ройзмана и И.Яшина, так же подвергаются критике. Риторика, применяемая в отношении оппонентов изобилует жаргонизмами, самые часто упоминаемые из которых — «жулики»<sup>88</sup> и «идиоты»<sup>89</sup>. Взаимоотношения с «демократами» —

<sup>87</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Приходи на акцию 28 января. Пусть Путин испугается лично тебя. <https://t.co/SpIjtXXIL>» 23.01.2018. Tweet.

<sup>88</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Я не просто не удивлен, а даже был уверен, что так и окажется. Любой депутат Единой России - жулик, вор, извращенец и живодёр. <https://t.co/dNUjy59kMg>» 28.02.2018. Tweet.; «Итак. По состоянию на сегодняшнее утро жулики Дерипаска и Приходько внесли в реестр запрещенной информации:- текст расследования- видео с расследованием- весь мой блог целиком- любую информацию, содержащуюся в расследовании.<https://t.co/N2hxLdEra3>» 10.02.2018. Tweet.

<sup>89</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Вот и всей нашей страной управляют сейчас такие же тупицы. Национальная катастрофа. Потому и не развивается ничего. Они же просто идиоты. <https://t.co/s8w2mA6UPQ>» 07.04.2018. Tweet.

еще одна ключевая тема. Так, например, существует резко негативное отношение к К.Собчак, осуждение ее деятельности в качестве кандидата в президенты<sup>90</sup>, М.Кац называется «лживым жуликом»<sup>91</sup>, а Г.Явлинский и партия «Яблоко» обвиняются по многим пунктам, среди которых отказ регистрации наблюдателей от Штаба Навального и фальсификации при сборе подписей за кандидата в президенты. Представители партии уничижительно называются «яблочниками»<sup>92</sup>.

В связи с характерными особенностями упоминаний в своем аккаунте оппонентов, можно сделать вывод о наиболее применяемой А.Навальным стратегии самопозиционирования. Политик в своих сообщениях чаще всего использует антирекламу, конструируя негативный образ своих конкурентов по политическому полю. Аудитории демонстрируются исключительно негативные черты оппонентов. Это относится как к действующей власти, так и к оппозиции. А.Навальный предпочитает не ассоциировать себя с «либералами»<sup>93</sup>.

Если говорить об адресатах сообщений А.Навального в данном микроблоге, то большинство из них направлено на аудиторию сторонников его деятельности. Люди, которые не поддерживают идеи политика, подвергаются критике и называются, например, «путинистами»<sup>94</sup>.

---

<sup>90</sup> Навальный Алексей (@navalny). «На 100% правильное решение. Солидарность отказывается участвовать в завтрашней омерзительной пиар-акции Собянина-Собчак, цинично использующей память Немцова <https://t.co/R8Qx3RM3r1>» 15.03.2018. Tweet.

<sup>91</sup> Навальный Алексей (@navalny). «@max\_katz Какой же ты омерзительный лживый жулик. Самарские наблюдатели уже получили направления от ЯБЛОКА. Все было совершенно прекрасно, до тех пор пока им не поступила команда начать процедуру отзыва этих направлений» 16.03.2018. Tweet.

<sup>92</sup> Навальный Алексей (@navalny). «@mironov\_fm Было интересно произвести подсчёт: сколько за этот год «яблочники» написали статей против Путина и сколько - против меня, наших штабов и наших акций» 27.01.2018. Tweet.

<sup>93</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Важная картинка для запоминания. Через пару месяцев эти провалившиеся кандидаты снова придут к нам с песней, звучащей с 2008 года. Давайте поддержим демократов на выборах в Москве или Питере. Нет. Они и не демократы, и не либералы. Они нужны для того, чтобы мы всегда проигрывали <https://t.co/SKKXEaBO9f>» 19.03.2018. Tweet.

<sup>94</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Это для вас, путинистов, санкции против гражданина Кипра Дерипаски - это оскорбление России и неудача России. А для нормального человека и Дерипаска, и Весельберг, и Ротенберги, и Шамаловы - враги России и её народа. <https://t.co/hglPdnvVgV>» 06.04.2018. Tweet.

Все вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что А.Навальный представляет собой авторитарную личность. Характерна нетерпимость политика к точкам зрения, отличным от его собственной. Несмотря на это им транслируется идея того, что его личность не имеет значения в протестном движении, и любой человек может его заменить<sup>95</sup>. Видна четкая позиция политика по ключевым вопросам. Кроме того, А.Навальный достаточно четко определяет свое место в современном политическом пространстве России, противопоставляя себя как действующей власти, так и «несистемной оппозиции». Этот аспект работает неоднозначно. Население с различными взглядами воспринимает А.Навального лидером несистемной оппозиции, главным человеком оппозиционного движения в России. Так же одной из причин неудач оппозиции объективно признается разрозненность несистемной оппозиции. Позиция А.Навального усугубляет данную проблему.

Набор качеств А.Навального дополняется высокой степенью заинтересованности в проблемах, как на глобальном уровне, в стране, так и на частном — у соратников политика. Однако, надо отметить, что подавляющее большинство сообщений направлено на изобличение власти и призыв борьбы с ней. Еще одной отличительной особенностью является высокая эмоциональность и склонность к употреблению просторечных и жаргонных слов. Это делает стиль общения политика неформальным, более близким для восприятия широкими массами.

### **2.2.2. Позиционирование К.Собчак**

В отличие от предыдущего исследуемого блога, «Твиттер» К.Собчак обладает гораздо меньшим числом сообщений. Всего за исследуемый период их чуть более 160. К.Собчак четко разделяет личное пространство и политическое, о чем свидетельствует то, что «Твиттер» является единственной виртуальной

---

<sup>95</sup> Навальный Алексей (@navalny). «Меня задержали. Это значения не имеет. Приходите на Тверскую. Вы не за меня выходите, а за себя и своё будущее» 28.01.2018. Tweet.

площадкой, где К.Собчак выступает в качестве политического деятеля, а Instagram используется для демонстрации других сфер жизни, хотя, в связи с предвыборной кампанией в «личном блоге» появлялись посты и о политической деятельности. Однако, их доля незначительна. Поэтому делать выводы о проявлениях К.Собчак как политика в интернет-пространстве на основании ее аккаунта в «Твиттере» правомерно.

Данный микроблог характеризуется высокой степенью открытости: присутствуют ретвиты, ссылки на другие источники, ветки диалогов с подписчиками. По данным таблицы тональности (Таблица 6), количество негативных и нейтральных твитов приблизительно равно. Автор одинаково часто делится с аудиторией фактами, не давая им оценку, и сопровождает сообщения негативными комментариями.

Таблица 6. Тональность К.Собчак

Негативный	Нейтральный	Позитивный	Всего
73	68	20	161

В блоге можно выделить несколько ключевых тем, к которым обращается политик. Наибольший отклик у К.Собчак получила ситуация со свалкой «Ядрово» в Волоколамске. Этой теме было посвящено 12 твитов. В рамках своей предвыборной кампании К.Собчак делала акцент на разрешении данной проблемы. В своем аккаунте она подробно освещает свои действия, действия властей Московской области и жителей, направленные на разрешение данной ситуации<sup>96</sup>.

Вторым ключевым моментом стала ситуация в Кемерово (8 твитов), которая не только подвергается критике<sup>97</sup>, в связи с деятельностью местных

<sup>96</sup> Собчак Ксения (@xenia\_sobchak). «Волоколамск продолжает отстаивать свои права! А мы ведем счетчик каждому дню до обещанного мне лично Воробьевым закрытия свалки» 24.04.2018. Tweet.

<sup>97</sup> Собчак Ксения (@xenia\_sobchak). «Подписка о неразглашении???? Они с ума сошли?» 26.03.2018. Tweet.

властей и но и демонстрируются возможные пути помощи пострадавшим<sup>98</sup>. Действия А.Тулеева в рамках трагедии становятся отрицательным примером, показывающим необходимость сменяемости власти<sup>99</sup>.

Важной темой в твиттере К.Собчак становится женское насилие, связанное с разбирательством по делу о сексуальных домогательствах депутата Л.Слуцкого к журналистке. В связи с чем К.Собчак создает флешмоб в поддержку женщин, подвергшихся сексуальным домогательствам и насилию<sup>100</sup>.

Наиболее эмоционально окрашенной становится тема «политических заключенных». К.Собчак освещает случаи арестов и задержаний, а так же судов над протестующими. Несмотря на обычно сдержанный тон блога, в данном случае она дает весьма яркую оценку, применяя жаргонизмы: «Сволочи», «идиоты»<sup>101</sup>.

Большую долю блога составляют обращения к политикам. *Таблица 7* показывает количество упоминаний различных политических деятелей в «Твиттере» К.Собчак.

Таблица 7. Персоналии

Гудков	7
Путин	6
Навальный	6
Воробьев	6
Кац	4
Тулеев	3
Грудинин	3
Ройзман	3
Памфилова	1

<sup>98</sup> Собчак Ксения (@xenia\_sobchak). «@plushev я с вами закончила. Лучше зайдите и переведите деньги пострадавшим, как сделали это только что мы с друзьями : <https://t.co/R2RCzZoV28> Захотите потом продолжить- давайте в эфире, а то так все очень смелые. но нелогичные почему-то» 26.03.2018. Tweet.

<sup>99</sup> Собчак Ксения (@xenia\_sobchak). «Тулеев так и не приехал на место трагедии. А знаете почему? Потому что он знает, что на его нахождение на посту влияет явка на выборах и результат ВВП. А трагедия людей на его пост - не влияет. Именно поэтому на всех уровнях власть должна реально избираться!!» 26.03.2018. Tweet.

<sup>100</sup> Собчак Ксения (@xenia\_sobchak). «Спасибо, Оксана. И хэштег отличный! Давайте все, кого унижали и кому хамили мужчины, с кем вели себя грубо и мерзко, кого домогались расскажет свою историю с этим тэгом #ЖенщиныВместе! <https://t.co/a45Dngavlu>» 28.02.2018. Tweet.

<sup>101</sup> Собчак Ксения (@xenia\_sobchak). «8 лет!!!! Сволочи» 02.01.2018. Tweet.; Собчак Ксения (@xenia\_sobchak). «Какие же идиоты работают АП , неталантливо и даже не смешно: <https://t.co/FaweinLmmW>» 16.03.2018. Tweet.

Нетипичным для оппозиционного лидера является небольшое количество упоминаний президента. Особенностью микроблога К.Собчак так же является отсутствие резкой критики властей и, в частности В.Путина, в адрес которого есть лишь одна косвенная негативная оценка<sup>102</sup>. Сдержанность в отношении к властным структурам создает у аудитории ощущение лояльности К.Собчак к власти.

Большое внимание уделяется, однако, взаимоотношениям с оппозиционными деятелями. Так, больше всего упоминаний принадлежит Д.Гудкову, который стал соратником К.Собчак по созданной ими политической партии. А.Навальный тоже часто упоминается в сообщениях К.Собчак, так как в рамках предвыборной кампании произошел раскол в рядах несистемной оппозиции по ключевым вопросам участия в выборах. Однако, К.Собчак совершает попытки «примирения», заявляет о некой общности взглядов, выражает ему поддержку<sup>103</sup>. Однако, предстоящие выборы мэра Москвы стали причиной дальнейшего развития конфликта. При этом риторика К.Собчак по отношению к А.Навальному изменяется на пассивно агрессивную<sup>104</sup>.

Говоря об аудитории, к которой обращается автор, можно сказать, что из-за вполне нейтрального стиля сообщений можно сказать, что текст универсален. Видно, что кандидат стремится работать не только со своей целевой аудиторией сторонников, но и привлечь на свою сторону людей.

Исходя из небольшого количества сообщений и их низкой эмоциональности, можно сказать, что К.Собчак не просто спонтанно реагирует на все происходящее, но пользуется своим микроблогом как одним из инструментов самопозиционирования. Стоит отметить, что эмоциональные

---

<sup>102</sup> Собчак Ксения (@xenia\_sobchak). «@Saleksashenko Вы меня извините,но вся речь была вообще-то о коррупции Путинского режима. Она опубликована-все желающие могут ознакомиться» 07.02.2018. Tweet.

<sup>103</sup> Собчак Ксения (@xenia\_sobchak). «Я выражаю решительный протест против незаконных, антиконституционных действий, предпринимаемых властью против @navalny. Между нами есть разногласия по поводу тактики на грядущих выборах, но наши взгляды на свободу и законность совпадают» 25.01.2018. Tweet.

<sup>104</sup> Собчак Ксения (@xenia\_sobchak). «Хотят как минимум Митрохин и Гудков,возможно будут еще кандидаты»-пишет Навальный,хотя уже 2 месяца назад убедил и уговорил Илью Яшина пойти на выборы,чтобы не дай бог Дима Гудков много не набрал и не «усилился». Как и прежде , «так не доставайся же ты никому!» ..ох.» 04.04.2018. Tweet.

акценты расставлены на тех проблемах, на которых, по словам членов предвыборного штаба, делается акцент в ходе президентской кампании, а именно непопулярных вопросах, которые, в большей степени интересуют молодежь: проблемы гендерного равенства, политические суды и задержания.

Позиционирование К.Собчак в своем блоге основано на саморекламе. Политик демонстрирует факты совершенных действий. Главным примером, доказывающим это, становится деятельность по устранению свалки в Волоколамске. При этом, негативные отзывы о деятельности власти присутствуют, но на этом не ставится акцент.

Еще одним важным аспектом позиционирования себя является фокусирование на гендерном отличии от других кандидатов<sup>105</sup>.

К.Собчак стремится показать себя мягким лидером, не используя резкой критики власти и пытаясь привести к консенсусу разногласия среди представителей несистемной оппозиции. Такая позиция вносит неопределенность в понимание образа политика, так как может одинаково указывать и на нерешительность, и на неопределенность взглядов, и на зависимость от каких-либо властных структур. Этот факт одновременно вызывает недоверие как у аудитории, так и у других представителей оппозиции.

В то же время К.Собчак демонстрирует себя в качестве посредника между властью и народом, поддерживая локальные протесты и ведя переговоры с представителями региональных властей.

Таким образом, проявляется двойственность личности К.Собчак. С одной стороны решительное стремление демонстрации себя «в деле», а с другой — отсутствие четкой артикуляции положения себя в политическом пространстве.

В данной главе, по результатам исследований, были выявлены наиболее популярные представители оппозиции, ими являются А.Навальный и К.Собчак. Дальнейшие исследования продемонстрировали образы этих лидеров, являющиеся продуктом сознания студенческой молодежи Санкт-Петербурга.

---

<sup>105</sup> Собчак Ксения (@xenia\_sobchak). «Еще один аргумент за женщину-президента: <https://t.co/ytY9M8cFsZ>» 02.02.2018. Tweet.

Соотнесение полученных данных с образом «идеального» политика продемонстрировало большой разрыв между ними. В то же время, было установлено, какой имидж создают сами политики, какими инструментами позиционирования они пользуются. В результате, можно говорить о том, что в большинстве своем, результаты совпадают, за исключением некоторых позиций.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе работы были рассмотрены теоретические аспекты формирования образа, специфика политического и массового сознания, выявлены особенности формирования сознания у молодежи. Так же, в работе было уделено внимание различным подходам к пониманию оппозиции, приведены различные авторские классификации, демонстрирующие неоднородность понятия «оппозиции». На этом основании были выделены критерии, обосновывающие отнесение того или иного политика к группе «несистемная оппозиция», а именно противопоставление политических взглядов действующей власти, артикуляция потребности смены властной элиты, отсутствие возможности влиять на политические решения, существенная ограниченность ресурсов.

Вторая часть работы была посвящена интерпретации результатов прикладных исследований об образах лидеров несистемной оппозиции.

В первом параграфе были представлены результаты интернет-опроса студентов Санкт-Петербурга, направленного на выявление основных характеристик образа представителей несистемной оппозиции. Стоит отметить, что на этапе обработки данных, круг исследуемых объектов сократился до 2 человек: А.Навальный и К.Собчак. Такое решение было принято в связи с низкой узнаваемостью респондентами остальных политиков.

Параметры, составляющие анкету метода семантического дифференциала, основывались на представлениях молодежи об «идеальном» политике, что дало возможность сравнить выявленные образы «идеалом». В результате, получилось, что наиболее приближенным к идеалу политика, по мнению молодежи, является А.Навальный. Наибольшие оценки получили такие его качества как решительность, трудоспособность, стойкость. Респонденты так же считают, что наименее выраженным качеством данного политика является универсальность и самоотверженность. Однако эти показатели близки к средним, что говорит о не сформированном мнении респондентов по данным пунктам.

У К.Собчак доля таких значений гораздо выше. Это решительность, смелость, высокие моральные качества, честность и др. Это говорит о том, что образ К.Собчак недостаточно сформирован у молодежи. Наиболее близкими к образу «идеала» характеристиками у К.Собчак являются прогрессивность и харизма.

Вторая часть исследования предполагала выявление стратегий позиционирования исследуемых политиков в интернет-пространстве. Для этого, были проанализированы личные аккаунты А.Навального и К.Собчак в социальной сети «Твиттер».

В результате, было выявлено, что стратегии позиционирования политиков существенно отличаются. А. Навальный выступает с резкой критикой существующей власти, применяя стратегию антирекламы, К.Собчак, напротив, демонстрирует свои позитивные черты.

Был выявлен и ряд личностных качеств политиков. Так, А.Навальный является эмоциональным, идейным, решительным человеком, который четко формулирует свою позицию по всем ключевым темам. Однако, ему присущи и черты авторитарного лидера, так как политиком не допускается вариативность взглядов. Из-за четкой и несгибаемой позиции, А.Навальный не склонен отождествлять себя с остальными представителями несистемной оппозиции.

К.Собчак, напротив, стремится к консолидации с коллегами по оппозиции. При этом, стоит заметить, что резкая критика власти встречается редко. Это дает основания для сомнений электората по поводу взглядов, зависимости, стойкости и решительности данного политика.

Сравнивая полученные результаты, можно сделать вывод о том, что гипотеза исследования о несовпадении осознаваемых и моделируемых образов не подтвердилась, как в случае с А.Навальным, так и с К.Собчак. Молодежь воспринимает доносимую информацию в «правильном» ключе и на уровне восприятия чувствует сильные и слабые места политиков. При этом, слабые стороны воспринимаются сильнее. Однако, как говорилось ранее, образы изучаемых лидеров оппозиции находятся далеко от смоделированного

студентами образа «идеального» лидера. Таким образом, причиной относительной непопулярности представителей несистемной оппозиции среди молодежи является не отсутствие информированности аудитории об их деятельности и взглядах, не искаженное политическое сознание молодежи, а ошибочное позиционирование оппозиционных политиков. Молодежь не видит в данных политиках отражения тех качеств, которые, по их мнению, необходимы для успешного политического лидера.

Ввиду того, что исследование носит пилотажный характер, его результаты не претендуют на высокую степень обоснованности. Для подтверждения полученных данных, необходимо проведение исследований с большей выборкой. Однако, результаты демонстрируют некоторую тенденцию. Полученные выводы могут выступать в качестве рекомендаций для представителей оппозиции по выработке новых стратегий коммуникации с молодежью в ближайшем будущем.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баранов Н.А. Трансформация политического сознания современного российского общества // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. Научный журнал. Том 3. № 1. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2007. С.82-98.
2. Большаков И.В. Несистемная оппозиция. Терминологическая "ошибка" или политическая реальность? // Свободная мысль. 2011, №3. С.109-118.
3. Бочаров М. П. Фонология: контекстное позиционирование // Маркетинговые коммуникации. 2008. № 2. С. 108–121.
4. Виноградова Л. В. Сущностные признаки массового сознания // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2008. №73-1.
5. Волкова И., Клименко В., Сафразьян Л. Имидж политических лидеров в СМИ. // Мир России, 2010. №6(3). С. 43-74.
6. Гаврилов Г. А. Феномен политической оппозиции: теоретический аспект // Научный ежегодник ИФиП УрО РАН. 2002. №3.
7. Гизо Ф.О. средствах правления и оппозиции в современной Франции // Классический французский либерализм. М., 2000. 510 с.
8. Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б. Политическая психология. Ростов-на-Дону, 1996. 444 с.
9. Гражданское сознание студенческой молодежи / М.В.Бутырина, Т.Б.Крюкова, К.А.Котова, Е.Ю.Моисеев, Н.Р.Романова/ ФГБУВПО «Ивановский государственный энергетический университет им. В.И.Ленина». Иваново, 2015. 212 с.
10. Давыборец Е.Н. Формирование имиджа лидера современного государства : (на примере президентов России и США) / Е.Н. Давыборец. Владивосток : Дальнаука, 2009. 168 с.
11. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. М.: Наука, 1996. 304 с.
12. Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.В. Политическая реклама. М.: Центр политического консультирования «Никколо М», 1999. 240с.

13. Зеркин Д.П. Политический конфликт и оппозиция // Социально-политический журнал. 1998. №5 С. 89-107.
14. Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков / Под ред. Е.В. Егоровой-Гантман. М.: Об-во «Знание» России, 1994. 265 с.
15. Кон, И. С. Психология ранней юности / И. С. Кон. – М. : Просвещение, 1989. 256 с.
16. Кондратьев В. С. «Несистемная оппозиция» в России: основные подходы к рассмотрению политического феномена // Pro nunc. 2012. №1 (11).
17. Коновалов В. С. 2009. 01. 019. Дорожкин Ю. Н. , Мусина Л. М. , Шкель С. Н. Политическая оппозиция постсоветской России: этапы и особенности становления. Уфа: БАГСУ, 2007. 127 с. // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 5: История. Реферативный журнал. 2009. №1.
18. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг-менеджмент. СПб., Питер, 2004. 816 с.
19. Красильников Д.Г. Межсистемные политические ситуации в России в XX веке: проблемы теории и истории. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 2001. 251 с.
20. Кудашова Ю. В. Позиционирование как технология формирования конкурентоспособной позиции региона в политическом пространстве // Власть. 2010. №10.
21. Курышева О.В. Психологическая характеристика молодежи как возрастной группы // Вестник ВолГУ. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2014. №1 С.67-75.
22. Леонтьев Д. А. От образа к имиджу. Психосемантический брендинг // Реклама и жизнь. 2000. № 1. С. 19–22.
23. Линц Х. Крушение демократических режимов: кризис, разрушение и восстановление равновесия // Проблемы Восточной Европы. 1993. №39-40. 221 с.
24. Лисовский, В. Т. Социология молодежи / В. Т. Лисовский. СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1996. 361 с.

25. Манцуоров С. О. Несистемная оппозиция, её особенности и её поддержка иностранными государствами — парадигма потенциального исследования // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. №2.
26. Мартыянов Д.С. Политическое сознание, политическое бессознательное и политическая психика: ревизия подходов к структуре и определению / Вестник СПбГУ. Сер. 6. 2015. № 3.
27. Медведев Н. П., Борисенко А. В. Несистемная оппозиция в политическом пространстве современной России // Научные ведомости БелГУ. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. 2007. №8.
28. Мелешкина Е.Ю. Политическое сознание // Политический процесс: основные аспекты и способы анализа: Сборник учебных материалов. М., 2001. 300 с.
29. Митрохин В. А., Бигазилова С. С. Теоретико-методологические аспекты изучения понятия политической оппозиции // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2010. №4.
30. Молодежь в современной России - ключевой ресурс модернизации: М. Общ. ред. А.А. Шабуновой. Вологда: Институт социально-экономического развития территорий РАН, 2013. 148 с.
31. Молокова М.А. Политическая оппозиция: феномен или неотъемлемый атрибут современного общества /М.А. Молокова //Учен. зап. РГСУ. 2009. №3. С. 140-144.
32. Недяк И.Л. Политический маркетинг. Основы теории М.: Издательство «Весь Мир», 2008. 352 с.
33. Образы российской власти: От Ельцина до Путина / Под ред. Е.Б.Шестопаля. М.: РОССПЭН, 2009. 416с.
34. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. Екатеринбург: Деловая книга, 2001. 496 с.
35. Ольшанский Д.В. Политический PR М.: СПб «Питер», 2003. 544с.
36. Политическая наука: словарь-справочник. Авт. и сост.: Санжаревский И.И. Изд. 6-е, испр. и доп. Тамбов. 2016.

37. Политическая энциклопедия : В 2 т. / Нац. обществ.-науч. фонд; [Науч.-ред. совет: пред. Г. Ю. Семигин и др.]; Рук. науч. проекта Г. Ю. Семигин. - М. : Мысль, 1999.
38. Попова О. В. // Политика современного российского государства в отношении несистемной оппозиции. Политические партии и политическая конкуренция в демократических и недемократических режимах. Под ред. Ю.Г. Коргунюка, Е.Ю. Мелешкиной, Г.М. Михалевой. Товарищество научных изданий КМК, 2010. стр. 97-106.
39. Психология политического восприятия в современной России / Под ред. Е.Б.Шестопал. М.: РОССПЭН, 2012. 423 с.
40. Райгородский Д. Я. Психология и психоанализ рекламы. Личностно-ориентированный подход. / Ред.-сост. Д.Я. Райгородский. Самара : БАХРАХ-М, 2001. 752 с.
41. Сергеев Р.В. Молодежь и студенчество как социальные группы и объект социологического анализа // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2010. №1 С.127-133.
42. Словарь по политологии / Под ред. проф. В.Н. Коновалова. Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 2001. 285 с.
43. Тетерин И. И. Мышление в условиях современного информационного пространства: существенные характеристики, пути развития // Время науки – The Times of Science. 2014. №2. С.74-78.
44. Тимофеева Л.Н. Власть и оппозиция: конфликтно-дискурсивный анализ: теория, история, методология: Дисс. ... д-ра полит. наук. М., 2005. 410 с.
45. Чавкина С. В. Политический маркетинг как концепция и практика управления социальнополитическими процессами // Теория и практика общественного развития. 2014. №2.
46. Шапарь, В.Б. Новейший психологический словарь / В.Б. Шапарь, В.Е. Россоха, О.В. Шапарь. Издание 4-е. Ростов-на-Дону : Феникс, 2009. 806 с.

47. Юрьев А.И. Введение в политическую психологию. СПб.: Издательство С.-Петербургского университета. 1992. 232 с.
48. Brack N., Weinblum Sh. «PoliticalOpposition»: Towards a Renewed Research Agenda // *Interdisciplinary Political Studies*. Vol. 1. No. 1. June 2011.
49. Kruikemeier S. How Political Candidates Use Twitter and the Impact on Votes // *Comput. Hum. Behav.* 2014. Vol. 34. P. 131–139.
50. Sartori G. *Parties and Party Systems: A Framework for Analysis*, Vol. 1. New York, 1976.
51. В Петербурге студентам заявили, что Навальный — «агент Госдепа» [Электронный ресурс]. <https://www.svoboda.org/a/28398060.html>. (Дата обращения: 20.05.2018).
52. Как пользоваться твиттером? Что такое твиттер? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://web-profy.com/kak-polzovatsya-tviterom-chto-takoe-twitter.html>. (Дата обращения: 20.05.2018).
53. Навальный - ловец лохов, вождь дураков, проект и агент Кремля, а не Госдепа. Часть 1. [Электронный ресурс]. <https://ivan-ushenin.livejournal.com/651384.html>. (Дата обращения: 20.05.2018).
54. Твиттер Алексея Навального [Электронный ресурс]. <https://twitter.com/navalny?lang=ru>. (Дата обращения: 20.05.2018).
55. Твиттер Ксении Собчак [Электронный ресурс]. [https://twitter.com/xenia\\_sobchak?lang=ru](https://twitter.com/xenia_sobchak?lang=ru). (Дата обращения: 20.05.2018).

## ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение 1. Вузы

ВУЗ	Кол-во студентов
НИУ ВШЭ СПб	15
СПбГУ	12
СПбПУ	6
СПб ГУАП	5
Университет ИТМО	3
СПбГТИ	2
МБИ	2
СПбУТУиЭ	1
СПбГУПТД	1

Приложение 2. Степень обучения

Бакалавриат	Магистратура
43	7

Приложение 3. Пример анкеты

	-2	-1	0	1	2	
Сильный						Слабый
Идейный						Корыстный
Самоотверженный						Эгоистичный
Универсальный						Специфический
Трудолюбивый						Бездеятельный
Прогрессивный						Консервативный
Честный						Бесчестный
Человечный						Жестокий

Смелый					Трусливый
Последовательный					Непостоянный
Независимый					Зависимый
Высокоморальный					Легкомысленный
Харизматичный					Безликий
Стойкий					Податливый
Решительный					Робкий
Авторитетный					Неавторитетный