

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

***Костина Анастасия Андреевна***

Выпускная квалификационная работа

***Гендерный аспект формирования политического имиджа политического лидера в России***

Уровень образования:

Направление **39.04.01 «Социология»**

Основная образовательная программа магистратуры

**ВМ.5589.2017 «Социология»**

Профиль «Социология политики и международных отношений»

Научный руководитель:

Кандидат исторических наук,

Доцент кафедры социологии

политических и социальных процессов

В. Г. Ушакова

Рецензент:

кандидат юридических наук,

доцент кафедры теории и истории государства и права

Санкт-Петербургской юридической академии

М. Ю. Прохорова

Санкт-Петербург

2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ………………………………………………………………………..4

Глава 1. Теоретические основания исследования: политическое лидерство, имидж и гендер…………………………………………………………………..10

* 1. Политическое лидерство как универсальный феномен лидерства: подходы, типология и особенности…………………………………………10

1.2 Политический имидж: подходы, виды и структура……………….............20

1.3 Гендер и пол: различия и влияние на лидерство…………………..............25

Глава 2. Гендерные стереотипы и особенности политического лидерства в России……………………………………………………………………….........32

2.1 Гендерные роли в массовом сознании россиян………………………........32

2.2 Гендерные стереотипы и политическое участие женщин………...............37

2.3 Политические ценности россиян и предпочтения в выборе политического лидера…………………………………………………….....................................43

Глава 3. Гендерные аспекты политического лидерства и имиджа: эмпирическое исследование…………………………………………………….50

3.1 Гендерные стереотипы на выборах президента в марте 2018 года: результаты контент-анализа комментариев пользователей Youtube………...52

3.2 Женское политическое лидерство в представлениях российской молодежи: результаты анкетного опроса…………………………………………………………………………….61

3.3 Формирование политического имиджа на основе представлений россиян об идеальном политическом лидере……………………………………………70

ЗАКЛЮЧЕНИЕ………………………………………………………………….79

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ……………………………………………………….83

ПРИЛОЖЕНИЕ………………………………………………………………….97

ВВЕДЕНИЕ

В истории России политические лидеры занимали и занимают ведущую роль в политическом процессе. В царский и имперский периоды политическая власть передавалась по наследству. Сама личность государственного деятеля обожествлялась. Население верило в потустороннее происхождение власти. В Советском Союзе политическое лидерство приобрело форму вождизма в лице В. И. Ленина и И. В. Сталина. Граждане СССР не были интегрированы в процесс принятия значимых для страны решений. Государственное управление работало директивно.

В современной России тип легитимности власти сменился. Республиканская форма правления заменила монархию. У населения появился широкий спектр политических прав. Через процедуру выборов россияне могут голосовать за понравившегося лидера или партию из ряда альтернативных кандидатов и политических организаций. С 1990-х годов потребность в формировании политического имиджа приобрела значимость. Потенциальный кандидат должен выделиться на фоне остальных и произвести впечатление на избирателей. Политический деятель в руках политтехнологов становится зеркалом представлений населения об идеальном лидере и будущем государства.

**Актуальность исследования** обусловлена фактическими данными. В 2016 году 14 партий конкурировали за места в Парламенте. 48% россиян приняли участие в голосовании. Из 450 избранных депутатов 71 – женщины. Это 15% от общего числа.[[1]](#footnote-1) Министерские портфели распределены между 19 мужчинами (90,5%) и 2 женщинами (9,5%).[[2]](#footnote-2) О. Ю. Васильева управляет министерством просвещения, а В. И. Скворцова – министерством здравоохранения. Это традиционно феминные подразделения. Из 10 заместителей председателя Правительства РФ двое являются женщинами. На региональном уровне проблема гендерного распределения выглядит острее. Из 85 субъектов только один возглавляет женщина – Н. В. Комарова в Ханты-Мансийском автономном округе.[[3]](#footnote-3)Данные иллюстрируют гендерный перекос в органах государственной власти. Они поднимают вопрос о причинах малого количества женщин на значимых должностях в сфере политики.

В марте 2018 года граждане России выбирали президента. Явка составила 67%. Электоральное поведение возрастных групп отличалось. Владимира Путина поддерживали люди среднего и старшего возраста. 9% голосовавших — это молодежь от 18 до 24 лет, 17,5% – молодые люди от 25 до 34 лет. Суммарно эти две возрастные категории составили базу поддержки Ксении Собчак – 63% от полученных ею 1,68%.[[4]](#footnote-4) Статистика заставляет задуматься над гендерным аспектом политического лидерства.

Феномен политического лидерства интересовал философов Древней Греции и Рима: Платона, Аристотеля[[5]](#footnote-5), Цицерона[[6]](#footnote-6). Роли лидера в государстве посвящали свои труды Н. Макиавелли[[7]](#footnote-7), Т. Гоббс[[8]](#footnote-8), Ж. Ж. Руссо[[9]](#footnote-9). Новый взгляд на политическое лидерство привнесли М. Вебер, М. Фуко, Х. Арендт[[10]](#footnote-10), Г. Лассуэлл[[11]](#footnote-11), Р. Даль[[12]](#footnote-12), А. Лейпхарт[[13]](#footnote-13), Ч. Миллс[[14]](#footnote-14). Тему лидерства не обошли стороной Д. Макгрегор, Ж. Блондель[[15]](#footnote-15), А. Вилдавски[[16]](#footnote-16), К. Шериф, Т. Кучмарски, Т. Якобс, Д. Граен и Дж. Хемфилл. Среди российских ученых хотелось бы отметить О. В. Гаман-Голутвину[[17]](#footnote-17), Д. В. Ольшанского[[18]](#footnote-18), Е. Б. Шестопал, О. В. Крыштановскую[[19]](#footnote-19), Г. М. Андрееву[[20]](#footnote-20), Е. М. Егорову-Гантман[[21]](#footnote-21). Над проблемой политического имиджа работали Г. Г. Почепцов, В. М. Шепель, Д. М. Дурдин[[22]](#footnote-22), Ф. Н. Ильясов, Е. Б Перелыгина, А. Ю. Панасюк. О взаимосвязи гендера и политики писали Т. Б. Рябова, Г. С. Ковтун, О. В. Попова, И. В Грошев, С. Г. Айвазова, В. Г. Ушакова, С. Н. Чирун.

**Объектом исследования** является политическое лидерство в современной России.

**Предмет исследования** – гендерные аспекты имиджа политического лидера.

Работа направлена на изучение российского электората. Политический лидер в формировании своего имиджа ориентируется на запросы населения. Знание специфики массового сознания – ключ к успешной избирательной кампании. Пассивное участие женщин в политике и препятствия на их пути к политическому лидерству имеют социальные корни. **Целью исследования является** выявление гендерных особенностей политического лидерства в современной России и создание на их основе имиджа кандидата для избирательной кампании.

**Для реализации цели ставятся следующие задачи:**

1. Раскрыть теоретические подходы интерпретации политического лидерства, имиджа и гендера;
2. Определить источники гендерных представлений россиян о политическом лидерстве;
3. Описать состояние политического сознания населения и его отношение к роли и личности политического лидера;
4. Составить для имиджевой кампании образ идеального политического лидера на базе первичных и вторичных эмпирических данных.

**В исследовании выдвигаются следующие гипотезы:**

1. Нормативные образы мужественности и женственности влияют на восприятие населением политического лидерства;
2. Политический лидер в массовом сознании россиян имеет маскулинные черты;
3. Гендерный порядок в политической сфере поддерживается и мужчинами, и женщинами;
4. Отношение российской молодежи к политическим деятелям разного пола совмещает консервативные и эгалитарные установки.

**Теоретико-методологической основой** исследования являются трансактный и атрибутивный подходы к политическому лидерству, маркетинговые и социологические основания политического имиджа, политическая психология Е. Б. Шестопал, концепция социального конструирования гендера К. Уэста и Д. Зиммермана, теория структурации Э. Гидденса, работы Г. Гарфинкеля и И. Гоффмана.

**Методами** для проверки гипотез являются контент-анализ и анкетный опрос в сети Интернет. Качественно-количественный контент-анализ был проведен для выявления гендерных стереотипов в политической сфере. В качестве выборочной совокупности выступили 41984 комментария пользователей Youtube о дебатах на пост президента Российской Федерации в марте 2018 года. Метод позволяет подсчитать количество упоминаний фамилий, имен и прозвищ политических лидеров и учесть контекст их использования.

Метод анкетного опроса в сети Интернет был проведен для создания образа идеального кандидата на высокопоставленные государственные должности с точки зрения российской молодежи. В опросе приняли участие 105 респондентов.

**Научная новизна** диссертации состоит в изучении гендерной дифференциации в России через призму теории структурации Э. Гидденса и этнометодологии Г. Гарфинкеля. Эти концепции объясняют малое количество женщин в политике с двух аспектов: нежелание самих женщин быть политическими лидерами и нежелание общества видеть женщин-политиков на значительных постах. Также в работе дается анализ материалов предвыборной гонки в марте 2018 года. Статей на эту тему в журналах «Полис», «ПОЛИТЭКС», вестниках СПбГУ и МГУ им. Ломоносова нет.

**Практическая значимость работы** заключается в применении смоделированного имиджа политического лидера на выборах глав субъектов и депутатов в законодательные органы власти 8 сентября 2019 года.

Результаты исследования были **апробированы** на:

1. Всероссийской научной конференции XII Ковалевские чтения «Солидарность и конфликты в современном обществе» 15-17 ноября 2018 года в Санкт-Петербургском государственном университете с докладом «Гендерные стереотипы в восприятии политического лидерства в России»;
2. Четвертой Всероссийской научной студенческой видеоконференции «Гендерный калейдоскоп- 2018» 5 декабря 2018 года с докладом «Гендерные аспекты электоральных предпочтений современных россиян».

Структура диссертации определяется целью и задачами исследования и состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложения. В первой главе раскрывается теоретико-методологическая база работы, даются уточнения основных терминов. Во второй главе приводятся эмпирические данные исследований других авторов о гендерных стереотипах россиян и особенностях политического лидерства в России. Третья глава посвящена описанию методов диссертации и интерпретации результатов опроса и контент-анализа.

**Глава 1. Теоретические основания исследования: политическое лидерство, имидж и гендер**

В этой главе дается разъяснение ключевым понятиям исследования: политическое лидерство, гендер, политический имидж. Конец каждого параграфа содержит краткий итог с указанием методологической основы данной работы и определение термина.

* 1. **Политическое лидерство как универсальный феномен лидерства: подходы, типология и особенности**

Лидеры на протяжении всей истории приковывали внимание философов, историков и ученых. В школах и университетах студенты и ученики первостепенно изучают биографии политических деятелей. За выдающимися личностями закрепляются периоды времени, а исторические события рассматриваются через призму их действий и взглядов. В средствах массовой информации главные новости посвящены президентам, премьер-министрам, депутатам и оппозиционерам. На сайте сети магазинов «Буквоед» по ключевому слову «лидер» отображаются 90 книг о том, кто такой лидер и как им стать. В этой части главы будут рассмотрены классические и современные точки зрения о природе лидерства и специфике политического лидерства, в частности.

В Большом социологическом словаре лидер – это «авторитетный член группы, организации, общества, выполняющий роль организатора, инициатора группового взаимодействия, принимаемый группой благодаря его способности решать важные для группы проблемы и задачи.[[23]](#footnote-23)

Р. Стогдилл выделил теоретические подходы интерпретации лидерства. Подходы раскрывают разные аспекты феномена. «Лидерство – это:

1. центр групповых интересов (Л. Бернард, Дж. Браун);
2. проявление личностных качеств (Э. Боргатта, Р. Манн);
3. действие и поведение (Дж. Хемфилл, Ф. Фидлер);
4. искусство нахождения согласия (Е. Мансон, Ф. Оллпорт);
5. инструмент достижения цели (У. Коули, Р. Беллоуз);
6. взаимодействие (П. Пигорс, Р. Мертон);
7. умение убеждать (С. Шенк, Н. Коупленд);
8. осуществление влияния (Д. Кац, Д. Картрайт, Ф. Хейман);
9. отношения власти (Б. Басе, М. Смит, С. Миллз);
10. дифференциация ролей (М. Шериф, Т. Гордон);
11. инициация (Р. ла Пиер, П. Фарнзворт).»[[24]](#footnote-24)

 Американский социолог Л. Бернард главной задачей лидера видел управление вниманием группы. Лидер направляет интерес социальной группы к некоему объекту. Объектом может быть как сам деятельный субъект, так и абстрактная ценность. Через прикованный к объекту интерес лидер формирует ожидаемые реакции группы. Предсказуемое поведение интегрирует индивидов и подчиняет их целям личности. Л. Бернард описал свое представление о лидерстве в 1926 году.[[25]](#footnote-25) Его мысли накладываются на деятельность современных политических деятелей. Алексей Навальный акцентирует внимание россиян на проблеме коррупции. Коррупция – это объект в работе Л. Бернарда. Оппозиционер укрепляет базу своих сторонников с помощью прогнозируемых реакций – чувства возмущения.

 Теория лидерских черт уходит корнями в Античность. В философии Платона структура общества определяется задатками индивидов. Каждый член социума занимается тем, что у него получается лучше всего от природы. Лидер априори великодушен, стремится к справедливости и знаниям. Идеальным правителем Платон признавал философа. По его оценке, философ видит сущность любой вещи.[[26]](#footnote-26)

 Э. Боргатта развивал теорию «великого человека». В 1954 году социолог провел исследование. Он разделил 126 человек на мини-группы. Целью исследования было выявление способов взаимодействия членов группы. Э. Боргатта учитывал три фактора при анализе поведения индивидов: содействие в достижении цели, настойчивость, одобрение другими участниками. Американский социолог пришел к выводу, что группы с «великим человеком» предлагали больше идей и проявляли солидарность.[[27]](#footnote-27)

 Ричард Манн определил положительные корреляции лидерства с тремя переменными: интеллект, умение приспособиться к группе и доминирование.[[28]](#footnote-28) Дж. Коттер установил схожие качества. По его мнению, лидеры являются экспертами в своей профессиональной сфере, знают границы полученных властных полномочий, не унижают и не подводят своих последователей. Хорошие лидеры подбирают разные методы воздействия в зависимости от типов людей и учитывают контекст их применения. Успешные лидеры умеют ставить цели, не принимают импульсивных решений и осознают, что их действия влияют на жизнь других людей.[[29]](#footnote-29)

Сторонники теории лидерских качеств стремились найти универсальную формулу идеального лидера. Однако этот подход имеет ряд ограничений. Во-первых, единого конвенционального списка характеристик лидера нет. Авторы не пришли к одному мнению. Р. Стогдилл в 1948 году сравнил 124 работы о личности лидера. Результаты исследований противоречили друг другу. Набор лидера у разных авторов включал противоположные черты.[[30]](#footnote-30) Во-вторых, качества личности не могут быть статичными. Лидерские черты, которые ценились в Средневековье или Новое Время, отличаются от современных тенденций. В-третьих, теория лидерских качеств не учитывает культурные и социальные параметры групп. Представления об идеальном руководителе могут не совпадать в разных государствах. Сельские жители и городские, граждане со средним образованием и высшим, работники физического и интеллектуального труда по-разному идеализируют лидера. В-четвертых, остается открытым вопрос о происхождении лидерских качеств. Они достаются человеку от рождения? Или усваиваются индивидом в процессе социализации?

Пробелы в теории «великого человека» подметил Дж. Хемфилл. Соответственно его критике, лидерские черты проявляются ситуативно. Лидер демонстрирует необходимые качества соответственно цели, проблеме и составу группы. Эффективный руководитель способен наладить взаимодействие между членами группы и привлечь их к решению общей задачи.[[31]](#footnote-31)

Р. Мертон в своих статьях делал упор на межличностные отношения внутри группы. Лидер мотивирует участников, внедряет ценности и идеалы в микросреду. Он создает у членов команды ощущение гордости за то, что каждый из них задействован в совместной деятельности. Эмоционально комфортная обстановка улучшает работоспособность команды. Общая цель становится личной целью каждого.[[32]](#footnote-32) Точка зрения Р. Мертона отличается от подхода Е. Мансона и Ф. Оллпорта. Последние сводили лидерство к одностороннему влиянию активного субъекта на других индивидов с конформистским поведением. Лидерство – это феномен подчинения.[[33]](#footnote-33)

Отношение неравенства отмечали и Б. Басе, М. Смит, С. Миллз. Лидерство неразрывно связано с понятием власти. Лидерство как власть – это способность одного индивида навязать свою волю другим с их согласия или без.[[34]](#footnote-34)

Даниэль Кац совместно с Робертом Канном объяснили значение лидера в рамках организационной структуры. В любой организации индивиды следуют нормам, графику, сдают планы. Лидер разъясняет принципы внутреннего распорядка, заполняет пробелы в недопонимании функционирования организации. Институты – это системы. Они состоят из взаимосвязанных и коммуницирующих друг с другом элементов. Институт как система не изолирован. Он реагирует на сигналы и угрозы среды. Д. Кац и Р. Канн сводят роль лидера к координации элементов системы. Лидер своевременно считывает изменения внешней среды и адаптирует организацию к новым условиям. Лидерство в работе Д. Каца и Р. Канна – это процесс, при котором один индивид осознанно в интересах организации оказывает влияние на других.[[35]](#footnote-35)

Д. Макгрегор, В. Врум и П. Йеттон рассуждали над стилями лидерства, которые обеспечат эффективность организации. Д. Макгрегор предложил теории Х и Y. Теория Х применяется в случае инертности и безынициативности команды. Тогда лидер выбирает авторитарный стиль и действует через директивы. Теория Y противоположна. Если последователи готовы брать на себя ответственность и проявляют работоспособность, то лидер останавливается на демократическом стиле и делегирует группе свои полномочия.[[36]](#footnote-36)

В. Врум и П. Йеттон раскрыли аспект принятия решений в организациях. Они обозначили 5 стилей лидерства. В первых двух лидер не совещается с командой, и решения полностью зависят от него. В двух других стилях лидер консультируется со своими сторонниками, но в конечном итоге он может не учесть мнение команды. Пятый стиль подразумевает поиск общего консенсуса, где лидер не навязывает свою точку зрения группе.[[37]](#footnote-37)

 М. Шериф и К. Шериф определяли лидерство как социальную роль. Каждый индивид следует общепринятым моделям поведения согласно их социальным статусам. В системе взаимоотношений индивиды признают роль лидера и требуют от него определенных действий и качеств. В то же время и лидер ожидает от членов своей группы ответных реакций.[[38]](#footnote-38) По мнению Т. Парсонса, социум требует разделения труда, так называемой дифференциации ролей. Роль лидера не ограничивается выполнением некой специализированной функции. Она размыта и предполагает координацию непредвиденных обстоятельств в интересах целого.[[39]](#footnote-39)

 Т. Якобс выдвинул идею об эффективности лидерства в зависимости от равенства ролевых обязательств между лидером и его сторонниками. Группа наделяет индивида властными полномочиями. Лидер сохраняет свою легитимность до тех пор, пока он вкладывается в общее дело. В итоге стороны удовлетворяют ожидания друг друга.[[40]](#footnote-40) По мнению Д. Граена, ролевые требования не могут быть одинаковыми для всех членов группы. Не все последователи приближены к лидеру. Его окружение делится на близкое и отдаленное. Наиболее приближенные индивиды должны быть лояльнее и усерднее в работе.[[41]](#footnote-41)

В 1980-х и 1990-х года популярность получила ценностная теория лидерства. Сьюзан и Томас Кучмарски делали акцент на лидерстве как на непрерывном процессе обучения. Путем накопления опыта индивид оттачивает свои лидерские навыки. Лидерами становятся те, у кого есть чем поделиться с окружающими. Сторонники лидера не являются пассивными объектами воздействия. Они принимают участие в лидерском процессе. Эффективный управленец формирует благоприятную для межличностных взаимоотношений атмосферу. В этой среде он обучает членов команды лидерскому поведению и передает им часть собственных полномочий. Тем самым лидер поддерживает идею инициативности и ответственности своих последователей.[[42]](#footnote-42)

Было бы ошибкой зацикливаться на одной концепции лидерства. Этот феномен многоаспектен. Его необходимо анализировать системно. Лидерство подразумевает и наличие определенных качеств, и их многовариантное использование в зависимости от конкретной ситуации. Лидер должен учитывать ожидания группы, взаимодействовать со своими сторонниками. Он мобилизует группу и направляет ее к реализации некой цели. Достижение цели связано и с разработкой стратегии в трансформирующейся внешней среде, и с построением организационной структуры, с мотивацией и развитием личностного потенциала каждого участника.

Приведенные теории лидерства не нивелируют политического контекста. Как пишет Т. Г. Анистратенко, «политическое лидерство является одним из аспектов универсального явления лидерства, и потому, в определенной степени, законы функционирования института лидерства вполне применимы и к политическому лидерству».[[43]](#footnote-43) Политики добиваются стабильного электората. Отношения аудитории и политического лидера сплетены ролевыми ожиданиями. Политический деятель не появляется в вакууме. Его успех зависит от работы помощников. В конечном итоге сценарий с положительным концом – это результат коммуникации людей.

В словаре П. С. Пусько политическое лидерство – это «персонифицированная власть, заключенная в личности политика или группы политиков».[[44]](#footnote-44) Словарь В. Н. Коновалова определяет политическое лидерство как «политический феномен, представляющий один из субъектов осуществления властных функций в государстве и обществе».[[45]](#footnote-45)

Т. Б. Калиев пришел к выводу, что политическое лидерство отличается перманентным воздействием на широкий круг лиц или общество в целом.[[46]](#footnote-46) Ю. А. Селиверстова указывает на стремление политического лидера к завоеванию политической власти и удержанию выгодного статуса-кво. Своей деятельностью он обеспечивает стабильность государства.[[47]](#footnote-47) Е. Б. Шестопал согласна с Ю. А. Селиверстовой в аспекте мотивации политика. При этом Е. Б. Шестопал дополняет матрицу лидера новыми потребностями: контроль над своей жизнью, событиями и поведением других людей, желание успеха и аффилиации.[[48]](#footnote-48)

А. Р. Галлямов приводит дополнительные функции политического лидера:

1. диагностическая;
2. прогностическая;
3. организационно-управленческая;
4. мобилизационная;
5. коммуникативная;
6. ценностно-нормативная;
7. контрольная;
8. воспитательная;
9. представительская.[[49]](#footnote-49)

Исследования последних десятилетий открывают новую главу в изучении лидерства. Стереотипно лидер – это выдающаяся личность с уникальной совокупностью свойств характера. Р. Л. Драфт переворачивает картину. Преданные делу последователи обладают такими же качествами. Порученные им задания требуют самостоятельности мышления и активности. Механизмы подчинения и строгого контроля действую хуже, чем мотивация.[[50]](#footnote-50) В авторитарных режимам, по словам британского политолога А. Браун, политические деятели не готовы разделять свою власть с другими. Авторитаризм довлеет к централизации. Переход к демократии знаменует переход к инклюзивному лидерству. Эта модель направлена на поиск компромисса и коллегиальное принятие решений.

А. Браун подчеркивает излишнее внимание средств массовой информации и населения к руководителям высшего эшелона власти. Роль политического лидера в условиях демократии, его вклад в политический процесс преувеличены. Население до сих пор верит в сильного политического лидера. По общему мнению, он доминирует и перетягивает все полномочия на себя. Однако политики подчиняются тем же законам природы, что и граждане. Концентрация власти в одних руках мешает детально сосредоточиться на всех проблемах. Британский политолог приводит пример Маргарет Тэтчер. Премьер-министр вмешивалась в деятельность всех департаментов Правительства. Из-за этого ухудшались отношения с министрами. Члены Правительства ориентировались на позицию М. Тэтчер и опасались ее осуждения. В 1990 году премьер-министр ушла в отставку из-за давления коллег-консерваторов.[[51]](#footnote-51)

Таким образом, феномен лидерства остается актуальным для изучения. В работе было уделено внимание различным подходам: «великого человека», ситуационный, поведенческий, ценностный, трансактный, атрибутивный. Особенностью политического лидерства является стремление к овладению политической властью для оказания влияния на общество в целом. **В данном исследовании политический лидер –** это индивид, обладающий личностными качествами, которые помогают ему сосредотачивать в своих руках политическую власть посредством выстраивания взаимоотношений с командой помощников и своими сторонниками в условиях динамичности макро и микросреды. Трансактный и атрибутивный направления интерпретации лидерства более всего подходят для данной работы. Они раскрывают социальный аспект феномена и фокусируются на изучении действий политического лидера по налаживанию контакта с группами граждан. Из поля зрения трансактного и атрибутивного походов также не уходит и реакция сторонников на поведение лидера.

**1.2 Политический имидж: подходы, виды и структура**

 Сторонники лидера – это индивиды, которые не только поддерживают программу и деятельность лидера, но и считают его привлекательным. В этой части главы раскрывается понятие имиджа и его значение для формирования базы последователей лидера.

В большом толковом словаре имидж – это «образ, мнение, представление, сложившиеся в обществе о каком-либо человеке, организации, товаре».[[52]](#footnote-52) В словаре иностранных слов имидж – это «определенный образ известной личности или вещи, создаваемый средствами массовой информации, литературы или самим индивидом».[[53]](#footnote-53) Определения в обоих словарях отличаются. Во втором примере составитель подчеркивает искусственный характер имиджа.

Термин «имидж» вошел в активный словарь россиян в 1990-е гг. Он использовался прежде всего для описания политиков. На данный момент имидж расширил рамки своего применения. Он подходит для одушевленных и неодушевленных субъектов: личностей, компаний, государств, регионов.

Н. В. Трошина подчеркивает актуальность темы построения имиджа в политической жизни России. Российский электоральный процесс короток. И политические деятели заинтересованы в подогревании интереса избирателей. Кандидаты нанимают политтехнологов для ведения избирательных кампаний. И ключевая роль в кампаниях отводится созданию выигрышного образа политика.[[54]](#footnote-54)

 А. Ю. Панасюк солидарен со словарем иностранных слов в вопросе возникновения имиджа. Образ индивида или группы целенаправленно конструируется профессионалами. Они используют рекламные, информационные, психологические технологии для создания нужных реакций, мнений в сознании общества. Заданные ярлыки «отпечатываются» в психике индивидов через восприятие ими характеристик объекта.[[55]](#footnote-55)

 Е. Б. Шестопал разбирает структуру образа. Авторы чаще всего фокусируются на рациональном уровне восприятия и игнорируют эмоциональную сторону. Когнитивные установки избирателей дают информацию о политических предпочтениях. Однако эти данные поверхностны. Вербализованные составляющие образа делают общую картину плоской. Восприятие индивидов комплексно. Особо ценный пласт информации кроется в иррациональных мотивах населения отдать голос тому или иному кандидату. Е. Б. Шестопал на основе проведенных эмпирических исследований приходит к выводу, что политические предпочтения на рациональном и эмоциональном уровнях могут не совпадать. Граждане выбирают социально одобряемые ответы на вопросы. Истинные симпатии они скрывают.[[56]](#footnote-56)

Ф. Н. Ильясов разделяет имидж на три типа: объективный, субъективный и моделируемый. Объективный имидж – это фактический образ политика в глазах выборщиков. Субъективный имидж – это мнение самого кандидата о производимом впечатлении на население. Создаваемый специалистами имидж для повышения популярности политического лидера является моделируемым.[[57]](#footnote-57)

Г. Г. Почепцов особенностью политического имиджа называет отсутствие прямых контактов избирателя с кандидатом. Электорат вынужден считывать посылаемые лидером искусственные знаки и символы. Г. Г. Почепцов классифицирует имидж на четыре типа: зеркальный, текущий, желаемый, корпоративный и множественный.

Моделируемый имидж можно рассматривать с позиции рынка. Цель производителя в рыночной экономике – продать товар или услугу с целью получения максимальной прибыли. В политическом маркетинге товаром становится имидж лидера. Деньги преобразуются в голоса электората. На рынке продавец изучает потребительские желания и возможности конкурентов. На политическом поле эксперты анализируют ожидания избирателей о личностных качествах лидерах и его поведении. Как писал Г. Г. Почепцов, «имидж является отражением требований массового соз­нания».[[58]](#footnote-58) Производитель четко обозначает свою целевую аудиторию. Погремушки не нужны неженатым мужчинам без детей. Политический лидер также очерчивает свой сегмент выборщиков. Общество негомогенно. Личность не может нравиться абсолютно всем. Определенные качества лидера и его политические взгляды некоторые группы ценят меньше, чем другие.

Маркетинговый подход раскрывает главные особенности имиджа: символичность, информативность, активность. Жан Бодрийяр рассуждал об обществе массового потребления. С помощью приобретения вещей индивиды обмениваются знаками. Потребление стало особым языком общения.[[59]](#footnote-59) Имидж также можно разбить на знаки. На невербальном уровне цвет галстука, жесты, мимика, походка – это информация. У посылаемых знаков есть значение. Задача лидера – собрать актуальный для аудитории набор знаков, который сможет задеть эмоции и сознание реципиентов.

 На ряду с маркетинговым подходом к имиджу существуют и другие: философско-культурологический, психологический, социологический. По мнению Е. Г. Калюжной, имидж – это способ коммуникации в контексте культуры.[[60]](#footnote-60) Субъекты выстраивают свой имидж с ориентацией на культуру. Взятые для имиджа черты связаны с моралью, нравственностью и эстетикой. Категории культуры по своему содержанию изменчивы. Поэтому и имидж динамичен. Он зависит от требований времени и места. И. К. Черемушникова описывает современную культуру. Она характеризуется отсутствием единства, плюрализмом моделей и неприязнью к жестким нормам. Копирование элитарных образцов ушло в прошлое. Сейчас каждая социальная группа или класс способна производить свои культурные модели и вкладывать в них различные смыслы. В компьютеризированной среде имидж превращается в однонаправленную коммуникацию. Опосредованное взаимодействие замещает непосредственное. Индивиды оценивают других без личного контакта. Они конструируют свой имидж и посылают его «всем и никому».[[61]](#footnote-61)

Представители психологических концепций указывают на двунаправленность имиджа. Он оказывает влияние и на реципиента, и на носителя. Индивид подстраивает свой образ под социальную группу. В то же время социальная группа не игнорирует отправляемые индивидами знаки. Е. Б. Перелыгина определяет имидж как «символический образ субъекта, создаваемый в процессе субъект-субъектного взаимодействия».[[62]](#footnote-62)

Социологи изучают сформировавшиеся в общественном сознании стереотипы и их отражение в имидже индивидов. О. Н. Козлова использует понятие социального статуса для определения имиджа. Человек повышает свое положение в стратификационной структуре социума через «самопиар».[[63]](#footnote-63) Представители социологического подхода видят в имидже инструмент идентификации и социального контроля.

 Имидж – это многосоставный конструкт. И. Ф. Симонова раскладывает имидж на четыре группы компонентов: ядро, индивидуально-личностный, социальный и профессиональный комплексы.[[64]](#footnote-64) М. В. Шепель ядром называет наиболее устойчивые социальные и ценностные установки, природные качества личности.[[65]](#footnote-65) Индивидуально-личностный комплекс объединяет особенности внешности, возраста, пола, темперамента. Социальный капитал человека, его положение в обществе и выполняемые роли, стиль общения образуют социальную группу компонентов. Профессиональный элемент имиджа связан с профессиональной идентичностью и компетентностью индивида.

В. Г. Горчакова описывает уровни имиджа: внутренний и внешний. Внутренний имидж связан с Я-концепцией личности. Внешний имидж направлен на окружающих. В. Г. Горчакова, в отличие от И. Ф. Симоновой, структуру имиджа делит на пять компонентов: габитарный, вербальный, средовой, кинетический и овеществленный.[[66]](#footnote-66)

Повышение значимости политического маркетинга в России отмечает С. Н. Пшизова. Избиратели уделяют меньше внимания политическим программам партий и лидеров. На первый план выходит репрезентация политических акторов.[[67]](#footnote-67) Политический маркетинг интересуют технологии, с помощью которых внутренний имидж можно использовать для конструирования внешнего.

В этой части главы были рассмотрены различные точки зрения о сущности, характеристиках и структуре имиджа.Теоретическим фундаментом данного исследования является маркетинговый и социологический подходы к определению имиджа. Цель политического лидера – изучить стереотипы, идеалы общества и с их помощью «продать» себя. **В магистерской диссертации** **политический имидж –** это образ политического лидера, партии, движения или другой политической организации, целенаправленно моделируемый с учетом общественных настроений для реализации политических целей.

**1.3 Гендер и пол: различия и влияние на лидерство**

Предыдущие части главы были посвящены анализу феномена политического лидерства и имиджа. К. В. Сельченок приводит примеры распространенных ответов о невозможности женщин выполнять роль лидера: отсутствие ума и амбиций, ущерб семье и красоте. Эти причины традиционно делают лидерство мужской прерогативой. Есть ли у лидерства пол на самом деле? В этой части главы проводится разграничительная линия между полом и гендером и раскрываются гендерные аспекты политического лидерства.

В большом социологическом словаре пол – это «биологические и анатомические особенности, отличающие женщин от мужчин».[[68]](#footnote-68) И. Тартаковская пишет, что мужчины и женщины обладают разными генетическими, гонадными, гормональными и соматическим признаками. У женщин 46ХХ хромосом, а у мужчин – 46ХY. Отсутствие у мужчин способности к рождению детей признается главным различием полов.[[69]](#footnote-69)

Основной вопрос состоит не в поиске несоответствий, а в том, какие выводы из них следуют. Зигмунд Фрейд считал женщину неполноценной. Биологические особенности женщины, по мнению австрийского психоаналитика, формируют ее психологические качества: пассивность, завистливость и чуждость творчеству.[[70]](#footnote-70) В 1950-е годы Т. Парсонс с отсылкой на природу закрепил за женщинами и мужчинами определенные роли. Мужчина зарабатывает деньги, а женщина следит за домом.[[71]](#footnote-71)

Э. Уилсон и Д. Береш искали в естественном отборе объяснения различий мужчин и женщин. Они утверждали, что оба пола прибегают к разным способам достижения целей. Мужской пол агрессивен, а женский – покорный. Качества мужчины ценятся выше для выживания, поэтому именно он претендует на власть. Э. Уилсон, Д. Береш, З. Фрейд и Т. Парсонс как представители биологического детерминизма теоретически схожи в тезисе о примате природного над социальным. Пол, по их представлениям, определяет социальные роли, хобби, интересы, черты, образ мышления и общественное положение индивида в целом.[[72]](#footnote-72)

Взгляд на социальный статус мужчины и женщины менялся под давлением феминистских движений. Симона де Бовуар критиковала эссенциалистсткую трактовку половых ролей. Её книга «Второй пол» постулирует главный лозунг второй волны феминизма (конец 1960-х – 1970-е гг.): «Женщиной не рождаются, а становятся». Социальные институты, а не природа воспроизводят иерархию. Симона де Бовуар доказывала историческую обусловленность зависимости женщины от мужчины. Общество навязало женщине цель самоопределения в мужчине и смирение со второстепенным положением.[[73]](#footnote-73)

Английский социолог Энтони Гидденс описывал ситуацию в родильном доме. Двое-младенцев плакали в палате. Девочку родители укутали в розовое одеяло, а мальчика – в голубое. На голову девочки они дополнительно повязали бант. Плач двух младенцев привел к разным реакциям пары. Мальчику, по их словам, полезно плакать для развития легких, а слезы девочки вызывали жалость.

Для описания детей родители использовали разные слова в зависимости от пола. Мальчики чаще всего слышали: «крепыш», «силач», «здоровяк». У девочек другой набор обращений: «милашка», «очаровашка», «красотка». Мальчикам родители покупали машинки и конструкторы, а девочкам – куклы и миниатюрные домики. На примере младенцев в роддоме Энтони Гидденс пришел к выводу, что воспитание и особенности социализации закладывают разные модели поведения мужчин и женщин.[[74]](#footnote-74)

Симона де Бовуар и Энтони Гидденс писали о гендерной дифференциации. Социологический словарь определяет гендер как «совокупность представлений о личностных и поведенческих особенностях мужчины и женщины».[[75]](#footnote-75) В 1963 году психоаналитик Роберт Столлер выступил с докладом на конгрессе ученых с предложением отделить исследования пола и гендера. Он считал, что пол – это объект изучения естественных наук, а гендер – удел социологов и психологов. Гендер, по мнению Р. Столлера, является социальным полом.[[76]](#footnote-76) Энн Оукли пишет, что гендер – это предмет культуры: он соотнесён с социальной классификацией на маскулинное и феминное.[[77]](#footnote-77)

К. Уэст и Д. Зиммерман – теоретики социального конструирования гендера. Их концепция строится на том, что индивиды сами создают гендерный порядок. Гендер – «это рутинное методическое и воспроизводящее исполнение».[[78]](#footnote-78) Женщины берут на себя ответственность за выполнение домашних обязанностей. Мужчины сосредотачивают экономические и политические ресурсы. И оба пола воспринимают эту расстановку сил справедливой. К. Уэст и Д. Зиммерман объясняют это постоянной легитимацией гендера через организованное взаимодействие.

Л. Семенова изучила журналы и книги на полках магазинов. Большинство из них посвящены взаимоотношениям мужчин и женщин. Типичный образ женщины на страницах популярной литературы – обольстительница. Единственным интересом женщины-обольстительницы является поиск любви. Профессиональная же реализация уходит на второй план. Авторы журналов дают рекомендации по выбору, завоеванию и удержанию мужчины. И красота – краеугольный камень предлагаемых стратегий.[[79]](#footnote-79) И. Гоффман ввел в научный оборот понятие гендерного дисплея. Под ним он имеет в виду конвенциональные паттерны поведения в соответствии с полом. Каждый индивид знает правила игры. Оба пола разыгрывают социальный спектакль.[[80]](#footnote-80) Проанализированные Л. Семеновой журналы и книги демонстрируют сложившийся гендерный дисплей.

М. Фуко дал толчок к появлению постмодернистского направления гендерных исследований. Главная категория постмодернистов – дискурс. Мишель Фуко характеризует дискурс как «сложную и дифференцированную практику, подчиняющуюся доступным анализу правилам и трансформациям».[[81]](#footnote-81) По его словам, любое общество стремится подчинить себе производство и распределение дискурса. Джудит Батлер переложила мысли М. Фуко на гендерный порядок и выяснила, что он поддерживается при помощи речевой нормализации. Гендерное подавление и принудительная гетеросексуальность транслируются через дисциплинарный дискурс, который воплощается в гендерных нормах.[[82]](#footnote-82)

Гендерная дифференциация применима и к феномену лидерства. По мнению Г. Гарфинкеля, в любых взаимодействиях индивида присутствует власть. В процессе коммуникации индивиды занимают позиции подчинения или господства. Повторяющиеся практики цементируют гендерную дискриминацию.[[83]](#footnote-83) Т. В. Бендас выделяет две модели лидерства: конкурентную и кооперативную. Первая модель подходит мужчинам. Она подразумевает агрессивность, эгоцентризм и стремление к доминированию. Вторая модель характерна для женщин. Она базируется на общении и альтруизме. Две модели различаются и тем, что мужчины выбирают последователей по критерию эффективности, а женщины – по моральным качествам.[[84]](#footnote-84)

Я. Джорстад не включает лидерство в пирамиду потребностей женщины.[[85]](#footnote-85) Е. П. Ильин отмечает, что женщина сталкивается с ролевым конфликтом. Гендерная роль приписывает ей пассивность и послушание, а лидерская роль – активность и устремленность к успеху. Е. П. Ильин продолжает, что у женщин-лидеров ниже самооценка. Они не принимают побед в сложных ситуациях на свой счет. Стереотипы вынуждают женщин усерднее работать, скрывать свои эмоции и использовать кокетство в переговорах.[[86]](#footnote-86) При этом, по словам А. Е. Чириковой, женщины внимательнее относятся к своим коллегам и более стрессоустойчивы.[[87]](#footnote-87)

Е. С. Яхонтова также сравнивает психологические особенности мужчин и женщин в качестве лидеров. Женщины нуждаются в эмоциональных стимулах и принимают решения чувствами. Они идеализируют мир и спокойнее реагируют на критику. Мужчины реалистично относятся к происходящему и опираются на интеллект.[[88]](#footnote-88)

Итак, лидерство имеет гендерную специфику. Отличия в лидерстве – результат ретрансляции гендерных стереотипов. Политическое лидерство не является исключением. Женщина – Другой в маскулинном обществе. С точки зрения Дж. Скотт, гендер противопоставляет мужчин и женщин и выстраивает между ними иерархию. В этой системе мужчина – обладатель власти.[[89]](#footnote-89) Т. Б. Рябова добавляет, что гендерные стереотипы активно вовлекаются в политику. Политические лидеры сознательно включают их в пропаганду. Демонстрация маскулинности легитимизируют стремление субъекта к завоеванию власти.[[90]](#footnote-90)

Резюме: пол указывает на биологические различия мужчин и женщин, а гендер – на социальные. Гендер отсылает к сформировавшимся в социуме на протяжении истории представлениям об идеальном поведении обоих полов. **Гендер в данной работе** – это социальный конструкт, приписывающий мужчинам и женщинам паттерны взаимодействия. Исследование строится на концепции К. Уэста и Д. Зиммермана. Истоки их идей – теории Г. Гарфинкеля и И. Гоффмана. Ключевым тезисом исследования является зависимость гендерных ролей от состояния общества, специфики воспитания и социализации личности. Это положение подчеркивает динамизм восприятия индивидом других и себя как представителя определенного пола.

Гендерный порядок сложился в пользу мужчин. Они занимают привилегированное положение по сравнению с женщинами. Гендерная дифференциация находит отражение и в политике. Традиционно притязание на власть – это мужская сфера. В глазах общества у политического лидерства есть пол. За женщинами общество закрепляет роль эмоциональной домохозяйки. Эта роль препятствует участию женщин в политике.

**Глава 2. Гендерные стереотипы и особенности политического лидерства в России**

В первой главе было установлено, что политический лидер при формировании своего имиджа ориентируется на запросы аудитории. Вторая глава посвящена изучению особенностей политического лидерства в современной России и предъявляемым гражданами требованиям к кандидату. Также в этой части проводится каузальную связь между оценкой россиянами гендерных ролей и предпочтениями в выборе политического деятеля.

**2.1 Гендерные роли в массовом сознании россиян**

Впитывание индивидом информации о гендерных нормах начинается с самого рождения. Социализация подстраивает человека tabula rasa под эталонные критерии члена макрообщности и интегрирует его в уже сформировавшуюся до него систему отношений с себе подобными. Этот процесс сохраняет устойчивость общества посредством воспроизводства социальных норм и культурных ценностей. Гендерная идентичность является одним из аспектов становления личности в ходе социализации. По убеждению И. С. Кон, на развитие гендерной идентичности влияет два фактора: внутреннее осознание индивидом своего пола и социум с готовыми ответами на вопросы о социальных ролях.[[91]](#footnote-91)

Л. В. Штылева предлагает две модели гендерной социализации: традиционную и эгалитарную. Первая стратегия подразумевает поляризацию мужчин и женщин. В ней оба пола четко делят зоны ответственности. Сама граница является малоподвижной. Эгалитарная модель полоролевой социализации пропагандирует андрогинность. Это означает, что дети учатся совмещать в своей деятельности маскулинные и феминные качества, которые дополняют друг друга и не вступают в конфликт. Главная задача эгалитарной стратегии – раскрыть индивидуальность ребенка, а не поставить его в жесткие рамки нормативных образов мужественности и женственности.[[92]](#footnote-92) С. Л. Бем дает другие названия типам полоролевой социализации: гендерно-схематизированная и нейтральная.[[93]](#footnote-93)

В 2015 году О. И. Ключко организовала фокус-группы с участием 28 педагогов из школ и детских садов. 71% участников исследования основной задачей гендерного подхода в воспитании видели освоение детьми привычных моделей поведения соответственно полу. Результаты фокус-групп показали, что педагоги считают девочек более общительными, а мальчиков – подвижными. 82% респондентов по-разному оформляют шкафчики детей и подбирают им разные задания и игры. В итоге О. И. Ключко отнесла российскую стратегию гендерной социализации к традиционной или гендерно-схематизированной.[[94]](#footnote-94)

Выбор модели полоролевого воспитания создает фундамент гендерной идентичности. Т. К. Ростовская и Г. В. Заярская опросили российских студентов на тему их отношения к семье. 61% девушек предпочли патриархальный тип гендерного контракта. Девушки идеальной семьей считают экономически успешный и официально зарегистрированный брак по любви с детьми. Для юношей также важен штамп в паспорте и наличие детей. При этом они смещают акцент на взаимопонимание в семье. Российские студенты описывали качества идеальных супругов. Для юношей идеальная будущая жена должна быть образованной, хозяйственной и скромной матерью. Девушкам симпатизируют трудолюбивые, ответственные, надежные и сильные мужья. Опрос демонстрирует сохранение в массовом сознании россиян консервативных ценностей.[[95]](#footnote-95)

В 2018 году «Левада-центр» опубликовал данные об актуальном гендерном порядке в России. Они гласят, что граждане за мужчинами закрепляют «достижительские» установки: получение образования (65%), прохождение службы в армии (55%), покупка имущества (46%), карьерный рост (52%). Женщинам общество приписывает другие жизненные цели: замужество (77%), рождение детей (75%) и приобретение навыков готовки (52%). Образование женщине нужно для правильного воспитания нового поколения. Лишь 19% респондентов отметили карьеру как путь самореализации женщины. По их мнению, женщины должны оставаться в декрете до исполнения ребенку трех лет (44%) или вообще бросить работу (10%). Статистика «Левады-центра» показывает, что интересы мужчин находятся за пределами семьи. В приписываемых им функциях они активнее и настроены на преобразование социума.[[96]](#footnote-96)

О. Н. Калачикова и М. А. Груздева наблюдают проблеск эгалитарного подхода к строительству семьи среди молодежи. 72% опрошенных в возрасте от 19 до 24 лет совместно распределяют семейный бюджет. Половина молодых людей вместе воспитывают детей и приносят в семью деньги. Супруги обоих полов забоятся об психологическом комфорте и досуге. Однако хозяйственные функции все еще делятся по гендерному принципу. Девушки готовят, стирают и гладят, а юноши – делают ремонт по дому.[[97]](#footnote-97)

Государство институционализирует гендерную дифференциацию. Способы взаимодействия государства с обоими полами отличается. Женщины позже мужчин получили возможность голосовать за представителей власти на выборах. Помимо этого, государство контролирует репродуктивные права женщин. С 1936 до 1955 годы СССР законодательно запрещал аборты. Нира Юваль-Девис считает, что государство целенаправленно ограждает женщин от одних видов деятельности и поощряет другие. Она выделяет три устоявшиеся гражданские функции женщины: биологическая, культурная и политическая. Биологическая функция связана с демографическим развитием национального сообщества. Культурная задача исходит из того, что женщина является посредником между поколениями. Она транслируют через воспитание культурные образцы нации. Политическая функция заключается в том, что государство делит женщин на категории и наделяет их разными правами и обязанностями. Нира Юваль-Девис в конечном итоге констатирует, что женщины «часто символизируют единство сообщества, честь и смысл существования конкретных национальных и этнических проектов. Но, с другой стороны, однако, они часто исключены из этого коллективного «мы» политического тела и остаются объектами нежели субъектами».[[98]](#footnote-98)

Российская Федерация проводит пронаталистскую политику. В. В. Путин в послании Федеральному Собранию 2018 года ключевой задачей социальной программы государства обозначил поддержку семьи. «Для многонационального народа именно семья, рождение детей, продолжение рода, уважение к старшим поколениям были и остаются мощным нравственным каркасом. Мы делали и будем делать всё для укрепления семейных ценностей».[[99]](#footnote-99) В условиях демографического спада государство активизирует биологическую функцию женщины. Политическая элита России подпитывает гендерные стереотипы и цементирует полоролевое разделение. Приход консервативной волны в политике подтверждает и С. Г. Айвазова.[[100]](#footnote-100)

На международной арене Россия позиционирует себя как не-Европа. С точки зрения Т. Б. Рябовой и Д. О. Рябова, Российская Федерация воспринимает Запад как «чужого». И камнем преткновения между конфликтующими сторонами являются гендерные нормы. Западные страны признаются девиантными с толерантным отношением к гомосексуальности и нетрадиционным семейным устоям. Россия использует свою приверженность консерватизму как «мягкую силу» и формирует образ противника трансформации гендерной матрицы.[[101]](#footnote-101)

Средства массовой информации распространяют гендерные стереотипы. Н. В. Ким проанализировала публикации шести российских издательств: «Российская газета», «Коммерсант», «Аргументы и факты», «РБК», «Газета.ру», «Новая газета». Дискурс российских СМИ пропитан темой нивелирования кризиса рождаемости. Н. В. Ким выявила статистически значимые корреляции публикаций о роли женщины с тремя категориями: многодетность, демографическая статистика и значимость семьи для общества. Она обнаружила, что с 2006 года государственные и негосударственные СМИ взяли курс на репрезентацию нормативной модели семьи.[[102]](#footnote-102)

Итак, российские граждане проходят первичную социализацию в гендерно-схематизированной модели. В сознательном возрасте они воплощают в жизнь традиционную полоролевую дифференциацию. Агенты вторичной социализации также не меняют гендерный подход. Россия активно продвигает пронаталистскую политику через государственные институты и средства массовой информации.

**2.1** **Гендерные стереотипы и политическое участие женщин**

Российский гендерный порядок торпедирует включение женщин в политику. Их интеграция связана с двумя аспектами: нежеланием самих женщин осваивать политическую сферу и реакцией со стороны общества.

Г. С. Ковтун и А. А. Куперман представления о статусных позициях мужчин и женщин в политике называют наиболее закостенелыми. Они приводят результаты опроса студенческой молодежи. В случае выдвижения от партии двух кандидатов разных полов 43% девушек и 52% юношей выбрали бы мужчину. 28% респондентов не представляют женщину на посту президента Российской Федерации. Они объясняют это эмоциональностью и вытекающей из нее неспособностью принимать взвешенные решения. Мужчины-политики признаются студентами менее подверженными чувствам и перепадам настроения. На фоне женщин они логичнее и последовательнее.[[103]](#footnote-103)

Женщины чаще проявляют конформизм и согласны с применением власти по отношению к себе. По словам И. В. Грошева, мужчины в пять раз меньше демонстрирует модель послушания.[[104]](#footnote-104) Политическая активность женщин ограничена. Как показывает официальная статистика, женщины – самый активный электорат.[[105]](#footnote-105) При этом у них нет стремления к политическому лидерству. С. Н. Чирун и Е. А. Боброва пишут, что российские женщины друг с другом не обсуждают политику. Они не вступают в острые политические споры и не отстаивают свою позицию. 81% женщин и 55% мужчин наиболее подходящим делом для женщин-политиков считают решение вопросов воспитания и образования.[[106]](#footnote-106)

Российские женщины менее компетентны в политике. Результаты исследования С. Н. Чируна подтверждает С. Г. Айвазова и Е. В. Музыка. Лишь 12% женщин сознательно следят за новостями по сравнению с 23% мужчин. 50% женщин не называют себя политически информированными гражданами против 36% мужчин. Мужчины в два раза чаще участвуют в деятельности политических партий и общественно-политических движениях (16% против 8%). 62% женщин воздерживаются от выступлений на акциях, митингах и демонстрациях. С. Г. Айвазова подытоживает, что женщины не рефлексируют происходящие политические события и являются менее ангажированными гражданами.[[107]](#footnote-107)

Женщины сталкиваются в политике с проблемой «стеклянного потолка». Е. В. Воевода, В. М. Морозов и В. В. Карпов заметили, что студентки МГИМО к третьему курсу теряют мотивацию продолжать карьеру в дипломатических службах. Они объясняют это гендерной дискриминацией в Министерстве иностранных дел. В 2017 году МИД принял в свой состав 30 девушек и 57 юношей. Государственные институты связывают малое количество женщин на высоких должностях с опасностью дипломатической службы и неуважением представителей других государств к женщинам.[[108]](#footnote-108)

Политические партии – один из институтов политической социализации и каналов рекрутирования политических лидеров.[[109]](#footnote-109) Российские политические партии не продвигают женщин на ключевые позиции. В руководящем составе межрегиональных координационных советов Единой России работают 29 человек: 2 женщины и 27 мужчин. Из 102 членов высшего совета партии 10 являются женщинами.[[110]](#footnote-110) В ЛДПР на этом же уровне партийной власти нет ни одного члена женского пола.[[111]](#footnote-111) В КПРФ пост первых секретарей в субъектах занимают 10 женщин из 85. В Центральном комитете коммунистической партии представлены 29 женщин из 182 членов.[[112]](#footnote-112) В «Справедливой России» женщин насчиталось столько же, но членов комитета 107.[[113]](#footnote-113) Цифры говорят о гендерном дисбалансе.

Российские политические партии сами становятся адептами гендерной дифференциации. А. А. Букина проанализировала документы 29 партий. Политическая программа ЛДПР призывает к запрету абортов и понижению брачного возраста девушек до 16 лет. Либерально-демократическая партия выступает за сохранение четкого разграничения функций мужчин и женщин. По ее оценке, они предопределяются природой. Деторождение – обязанность женщин перед государством в ситуации демографического спада. Государство должно пересмотреть препятствия к заключению брака и легализовать выдачу официальной регистрации в органах ЗАГС при наличии другой регистрации. Партии «Гражданская позиция», «Демократическая правовая Россия», «Народная партия», «Народный альянс», «Монархическая партия» не обращаются к гендерной дискриминации, отцовству, материнству или институту семьи в принципе. В 23 партиях отражается гендерный аспект в связке с демографией.[[114]](#footnote-114)

О. В. Попова, А. Е. Маслова, и М. И. Агапова выделили 21 политическую партию с «реалистичными программами поддержки рождаемости». Эти партии делают акцент на социальной и правовой защите материнства со стороны государства. «Альянс зеленых» стоит на позиции умеренного либерального феминизма. Политическое объединение предлагает меры по профессиональной реализации женщины с совмещением роли матери.[[115]](#footnote-115)

По словам О. В. Поповой, патриархальные взгляды осели в культурной матрице российского общества. Они создают препятствия для продвижения женщин по карьерной лестнице в политике. Женщине необходимо быть послушным исполнителем на первых политических порах. Престижные должности достаются редко из-за стереотипа об аморальности политики. «Грязная» политика и женщины признаются несовместимыми. Эксперты-элитологи в интервью подчеркивают неблагоприятную для женщин обстановку в российских властных структурах. Обязательный критерий при выборе кандидата на значимый пост - мужской пол. Причинами эксперты называют маскулинизацию власти, закрепление за женщинами семейных обязанностей и особенности политической культуры. Присутствующие в региональной элите женщины либо максимально ответственны, либо радуют глаз мужчинам-политикам. К женщинам предъявляют больше требований: лояльность и угодливость по отношению к руководителю, профессионализм, административный опыт, умение налаживать диалог с населением. При этом перечисленные условия еще не гарантируют женщине место на верхушке власти. Значение имеют гендерные представления конкретного руководителя и другие претенденты на должность.[[116]](#footnote-116)

Т. Б. Рябова доказала воздействие гендерных представлений граждан на их восприятие политики. Согласно результатам проведенного ею опроса россиян, единомышленники свою партию видят маскулинной. Партии с противоположными взглядами для них являются феминными. «Единая Россия» и ЛДПР, по мнению респондентов, проявляют силу и решительность. Партия «Яблоко» наделяется слабостью и пассивностью. Население гендерно маркирует субъектов политики.

Гендерная стереотипизация – инструмент установления власти. Гендер – это дихотомия. Он делит людей на Своих и Чужих. Упрощенные в массовом сознании категории мужественности и женственности политики используют для выстраивания иерархии и легитимизации своей власти.

 Россияне симпатизируют честному, умному и решительному политику с высоким чувством ответственности и справедливости. Их отпугивает в лидере непоследовательность в убеждениях, слабость, пассивность и трусость.[[117]](#footnote-117) В 1972 году И. Броверман опросил девушек и юношей на тему типичного набора качеств обоих полов. Среднестатистический мужчина агрессивен, занимает доминирующую позицию, самодостаточен, не показывает своих эмоций и легко принимает решений. Женщина отличается нежностью, тактичностью и чувством эмпатии. Она нуждается в защите и подвержена влиянию извне.[[118]](#footnote-118) Выявленные И. Броверманом стереотипы гармонично накладываются на политические взгляды россиян. В их сознании политическому лидеру присущи мужские качества. Нежелательные в лидере черты являются женскими.

 Российские избиратели разделяют сферы компетентности мужчин и женщин. Мужчины лучше разбираются в международных отношениях, армии, а женщины – в вопросах образования и здравоохранения. Это подтверждает и исследование В. Г. Ушаковой и К. А. Балан. 60% студентов из России воспринимают военную сферу маскулинной, а социальную политику - феминной.[[119]](#footnote-119)

 Граждане России приписывают мужчинам и женщинам разные способности в управлении. Т. Б. Рябова выделила разные уровни власти: в пределах семьи, предприятия, города, страны. По оценке россиян, женщины умело руководят семьей. Но чем выше уровень власти – тем ниже эффективность их управления. У мужчин картина прямо пропорциональная. С продвижением наверх повышается успешность их руководства.[[120]](#footnote-120)

Таким образом, женщины в российском обществе в целом не интересуются политикой и не готовы к карьере в этой сфере. Они испытывают трудности на политическом поприще из-за маскулинизации власти. Общество не воспринимает их всерьез на позициях с большими властными полномочиями. Политические партии как посредники между обществом и государством не развертывают программы по рекрутированию женщин. Уклон идет в сторону возвращения женщины к домашнему очагу. Восприятие гражданами образа политического лидера переплетается с гендерными стереотипами. Женщина воплощает сферу частного, а мужчина – публичного.

**2.3** **Политические ценности россиян и предпочтения в выборе политического лидера**

М. Вебер классифицировал политическое лидерство на три типа: традиционное, рационально-легальное и харизматическое. Отнесение личности к одному из трех типов зависит от оснований его поддержки населением. Традиционное лидерство базируется на незыблемости строя и приверженности обычаям. Рационально-легальный лидер – это функция государственного механизма. Лидер получает власть по установленному законом алгоритму. В случае с харизматическим типом лидерства население наделяет личность исключительными, сверхъестественными качествами и способностями.[[121]](#footnote-121)

Национальный фактор влияет на специфику восприятия населением политического лидера. Как подмечает Н. В. Трошина, «образ политического лидера концентрируется в архетипах коллективного бессознательного».[[122]](#footnote-122)

Исторически в России сложилось политическое лидерство двух типов: традиционное и харизматическое. Традиционное лидерство соответствует периоду монархической формы правления. Харизматическое лидерство в России приняло форму вождизма в лице В. И. Ленина и И. В. Сталина. Как пишет Д. Ю. Алексеев, вера советских граждан в неприкосновенность вождя заменила веру в Бога. Образ харизматического лидера подкреплялся пропагандой и силовыми структурами государства.[[123]](#footnote-123) Б. Н. Ельцин в начале срока демонстрировал приверженность демократии. Позже образ реформатора и борца с реакционными силами сменился на образ народного царя. Д. Ю. Алексеев говорит о недостатке в России лидеров-менеджеров, которые действуют в четко ограниченных правовых рамках. Представления населения о политическом лидере по-прежнему персонифицированы.

В. Федоров видит стабильность как интегрирующую идею российского общества. Антизападный дискурс еще более укрепил национальную идентичность. Для описания состояния общественного сознания россиян он использует словосочетание «пассивная уверенность».[[124]](#footnote-124)

Потребность в стабильности вызвана радикальными изменениями России в 1990-е гг. Концепция аномии Э. Дюркгейма гармонично вписывается в анализ постсоветского периода. Смена ценностей привела к общему чувству отчуждения, атомизации общества. Д. В. Козлов охарактеризовал произошедшее как «революцию, государственный переворот, радикальную экономическую реформу, религиозную реформацию, крах империи, ревизию героических традиций нации».[[125]](#footnote-125) Кризис усилил приверженность населения лидерству авторитарного вождистского типа.

Нынешнюю политическую обстановку А. И. Линецкий оценивает как имитационный консенсус. Демократизация политического процесса в России похожа на ширму. Правящая элита с помощью средств массовой информации формирует у граждан мнение о наличии в стране разделения властей, независимых политических партий и защите прав человека. Плебисцитарный харизматический лидер двадцать лет определяет повестку дня в государстве и не находит сильного противостояния. Положение властвующей коалиции устойчиво из-за поддержки большинством россиян. Проведение социальных программ демонстрирует заботу со стороны государства и обеспечивает лояльность граждан. А. И. Линецкий связывает легитимность режима с живучестью в российском сознании традиционалистских ценностей. Они в первую очередь незыблемы в бюрократических кругах. Бюрократия гиперболизирует значение власти и видит ее предназначение в навязывании своих норм. Злоупотребление властью нарушает принцип правового государства. Чиновничий класс целенаправленно торпедирует развитие гражданского общества и рост правосознания россиян.[[126]](#footnote-126)

 Л. М. Дробижева приводит данные об уровне ответственности граждан за происходящее в стране. Лишь 30% жителей России чувствуют свою причастность к делам государства. Степень доверия к Государственной Думе (24%), Совету Федерации (26%), политическим партиям (16%) остается низкой. Половина населения (53%) придерживается идеи великодержавия России с сильной армией и вооружением. При этом 51% выступает за устранение социального неравенства и борьбу с коррупцией.[[127]](#footnote-127) Это отмечает в своих исследованиях и В. В. Петухов. Население по-особому интерпретирует понятие демократии. Ее содержание в глазах россиян не заключается в принципе активного политического участия. Локомотив демократии – это социальная справедливость и правовое равенство. В. В. Петухов пишет, что Россия тяготеет к модели «социальной демократии». Само же развитие демократического режима не стоит на первом месте в массовом сознании населения.[[128]](#footnote-128)

Бюрократическая система дискредитирует себя. Граждане России не воспринимают государственные институты как инструмент защиты прав и свобод. Несмотря на низкий уровень доверия к органам власти, рейтинг президента находится на высокой отметке. По данным на 31 марта 2019 года, 65,6% россиян питают симпатию к В. В. Путину.[[129]](#footnote-129) Это означает, что власть в Российской Федерации персонализирована. Глава государства вобрал патриархальные черты. Он как отец берет ответственность за происходящее.[[130]](#footnote-130) Приоритетность института президентства прослеживается и в данных по явке избирателей. В 2016 году 47,8% россиян приняли участие в выборах Государственной Думы. В марте 2018 года проголосовать за понравившегося кандидата на пост президента пришли 67,47% жителей.[[131]](#footnote-131)

Н. Е. Тихонова анализирует нормативно-ценностные представления россиян. Опорным пунктом их системы взглядов является признание доминирования интересов макрообщности над интересами отдельных индивидов. В этой модели главная функция государства сводится к достижению стратегических целей социума в целом при сохранении ориентации на базовые нужды граждан.

В то же время эмпирические данные показали трансформацию массового сознания. Разделение граждан на сторонников прав человека и сторонников приоритета интересов государства достигло пика. Каждая группа набирает по 20%. Большая часть населения (60%) занимает середину и не имеет четкого мнения по этому вопросу. Авангард защитников индивидуализма – молодежь в возрасте до 30 лет. Она поддерживает митинги и забастовки как методы отстаивания своих требований и более скептически относится к сценарию развития России во главе с В. В. Путиным. Молодежь ждет кардинальных изменений. По ее мнению, государство должно переключиться с внешний политики на внутреннюю.[[132]](#footnote-132)

Е. Н. Давыборец среди особенностей российского имиджеконструирования выделяет использование кандидатом риторики внешнеполитических конфликтов и амплуа «отца нации» и «героя-спасителя». Поездки по стране и общение с гражданами прибавляет популярность политику. Близость кандидата к народу и патриотизм важны для российских избирателей.[[133]](#footnote-133)

Российские кандидаты создают размытые политические программы. Граждане в первую очередь концентрируются на личности политика. Барбара Келлерман замечает снижение влияния в мире политических партий из-за утраты доверия к политическим институтам. Это индивидуализирует политических процесс.[[134]](#footnote-134) По результатам опроса В. В. Петухова, главным требованием к представителям власти является компетентность. На второстепенных позициях оказались честность, порядочность и близость к народу. Это означает, что на ряду с профессионализмом россияне учитывают при выборе моральные и нравственные характеристики лидера.[[135]](#footnote-135)

Политические лидеры в РФ воздействуют на эмоции граждан. В России сложилась благоприятная почва для манипулятивных приемов: низкая политическая культура с патерналистскими чертами, абсентеизм и подконтрольные средства массовой информации. Поэтому политтехнологи задействуют меньше рациональных технологий в период избирательных кампаний. Конечная цель кандидата – понравиться выборщикам.[[136]](#footnote-136) В постиндустриальном обществе эта задача упростилась с появлением технических средств для публичной передачи информации. СМИ тиражируют образ политического лидера. Известность и узнаваемость повышает его рейтинг.

Политическое лидерство подвергается изменениям в процессе глобализации. Жители деревень и небольших городов стекаются в мегаполисы. Интернет проникает в малодоступные уголки Земли. Это повышает уровень грамотности населения. Граждане получают новые источники информации и учатся их сравнивать. Директор Центра изучения лидерства в университете штата Мэриленд Барбара Келлерман предостерегает политических лидеров. Главной чертой современности она называет чувство тревоги и неопределенности. В этих условиях ни один лидер не защищен от информационной революции.[[137]](#footnote-137) Российский истеблишмент реагирует на всплеск популярности Интернета запретами. Российские политические лидеры не готовы к инклюзивному принятию решений и информационной децентрализации. Пиком борьбы можно считать попытки блокировки мессенджера «Телеграм». По данным ВЦИОМ, доля интернет-пользователей в России составляет 81%. Молодежь в возрасте от 18 до 24 лет проводит в Интернете более 4 часов в день.[[138]](#footnote-138) Именно эта группа населения склонна к модернизации государства в сторону демократизации. Возможности жесткого контроля социальных сетей и электронных СМИ ограничены. Интернет основывается на горизонтальных связях. Каждый индивид выступает центром распространения информации. Поэтому трансформация политического лидерства – это вопрос времени и смены поколений.

Итак, в России остается актуальным авторитарный тип лидерства. Россияне персонализируют политическую власть. В своем выборе они руководствуются эмоциями. Уровень политического участия сохраняется на низкой отметке из-за недоверия к государственным органам власти и политической неграмотности. Ориентиром развития государства является социальная демократия. Пассивность граждан подпитывает патернализм и открывает дорогу для манипулятивных технологий в избирательном процессе.

Во второй главе было установлено, что россияне через традиционную модель социализации усваивают нормативные представления о гендерных ролях женщин и мужчин. Стереотипная модель поведения женщины вступает в конфликт с активным участием в политике на лидерских позициях. Политические институты России активизировали дискурс повышения рождаемости. Он вытесняет женщин из публичной сферы. Женщины сами не осознают возможность достижения политических высот. Персонифицированный образ идеального политического лидера включает маскулинные качества. Авторитарность подразумевает силу, доминирование и единоличное принятие решений. А это традиционно противоречит феминным чертам.

 При этом ученые в опросах молодежи наблюдают постепенный поворот к эгалитарному восприятию участия обоих полов в политике. 53% российских студентов положительно относятся к вероятности развития России с политическим лидером-женщиной. Каждый третий социолог СПбГУ придерживается идеи андрогинности политического лидерства.[[139]](#footnote-139)

**Глава 3.** **Гендерные аспекты политического лидерства и имиджа: эмпирическое исследование**

Согласно глобальному индексу гендерного развития, Россия на данный момент занимает 75 место между Доминиканской республикой и Кенией по вовлеченности женщин в различные виды деятельности. В сравнении с 2017 годом государство опустилось в рейтинге на 4 места. В 2006 году Российская Федерация находилась на 49 строчке по участию женщин в государственном управлении. За 13 лет гендерный дисбаланс в стране увеличился в два c половиной раза.[[140]](#footnote-140)

**Целью эмпирического исследования** является выявление дискриминационных гендерных стереотипов россиян в представлениях об идеальном политическом лидере.

**Для реализации цели ставятся следующие задачи:**

1. Определить отношение пользователей Youtube к участвовавшим в выборах 2018 года кандидатам на пост Президента РФ;
2. Установить причины критики аудиторией сайта Youtube кандидатуры Ксении Собчак;
3. Проанализировать мнения российских студентов и абитуриентов о женщинах-политиках;
4. Описать электоральные предпочтения российской молодежи.

**В соответствии с целью и задачами выдвигаются гипотезы**:

1. Гендерные стереотипы влияют на восприятие россиянами образа политического лидера;
2. Женщины сталкиваются с проблемой отношения к ним как некомпетентным и эмоциональным политикам;
3. Девушки и юноши имеют схожие представления об образе идеального политического лидера;
4. Эгалитарные и традиционные установки молодежи проецируются на их отношение к политическому лидерству и участию женщин в политике.

**Методами** для проверки гипотез являются качественно-количественный контент-анализ и анкетный опрос в сети Интернет.

Контент-анализ предназначен для изучения и классификации негативно окрашенных комментариев подписчиков Youtube о Ксении Собчак и других политиках. **Объект** социологического исследования – российские пользователи Youtube. **Предметом** исследования является отношение пользователей интернет-платформы к кандидатам на пост президента России в марте 2018 года. Для подсчета упоминаний политиков использовалась программа Yoshicoder. Типом источника выступают видеоматериалы на сайте Youtube. Тип сообщений – комментарии пользователей. Видео для контент-анализа были выбраны неслучайно. Главными критериями отбора стали количество просмотров и тематическое соответствие. В выборку попали 4 видео с 41984 комментариями.

Анкетный опрос проводился с целью анализа гендерных представлений российской молодежи о политическом лидерстве и определения ключевых качеств и характеристик привлекательного для избирателей политического деятеля. **Объект** социологического исследования – жители Санкт-Петербурга в возрасте от 18 до 30 лет. **Предметом** исследования является отношение проживающей в Санкт-Петербурге молодежи к женщинам-политикам и их образ идеального политического лидера. Выборка – неслучайная квотная. Опрос был распространен в социальной сети «ВКонтакте». Анкета отправлялась в общие чаты друзей, коллег и однокурсников. Изначально в выборку попали лица старше 30 лет. Они были удалены из общего числа респондентов для нивелирования смещения выборки. В выборочную совокупность вошли 105 человек.

 В эмпирическом исследовании используются следующие термины:

1. Политический лидер — это член организации, группы или общества в целом, обладающий политической властью и выстраивающий взаимоотношения со своими сторонниками для ее удержания;
2. Политический имидж – целенаправленно созданный образ политического лидера для привлечения сторонников;
3. Гендер – это сконструированная обществом система ценностей и норм, регламентирующих модели поведения мужчин и женщин;
4. Гендерный стереотип – это сформировавшийся в обществе устойчивый шаблон восприятия и интерпретации поведения мужчин и женщин;
5. Гендерная дискриминация – это система взаимоотношений индивидов, в которой один пол занимает привилегированное положение по сравнению с другим полом;
6. Маскулинность – совокупность характеристик, ролевых ожиданий и возможностей, приписываемых мужчине.
7. Феминность - совокупность характеристик, ролевых ожиданий и возможностей, приписываемых женщине.

**3.1** **Гендерные стереотипы на выборах президента в марте 2018 года: результаты контент-анализа комментариев пользователей Youtube**

Выборы на пост президента Российской Федерации показательны с точки зрения гендерного дисбаланса. В политической борьбе участвовали 8 кандидатов: П. Н. Грудинин, С. Н. Бабурин, В. В. Жириновский, В. В. Путин, К. А. Собчак, М. А. Сурайкин, Б. Ю. Титов, Г. А. Явлинский. Удивлением для россиян было выдвижение Ксении Собчак. Интересным представляется то, какую реакцию это вызвало у россиян.

Youtube по запросу в поисковой строке «дебаты на пост президента 2018» выдает четыре поста с миллионными просмотрами. Все политики проводили избирательные кампании с агитацией. Первый канал и «Россия-1» транслировали предвыборные дебаты. При этом государственные телеканалы не выместили видео дебатов на своих сайтах или платформах в Youtube. Видео посвящены самым эмоциональным моментам выборов. Первый в рейтинге ролик длится 3 минуты и напоминает пользователям о конфликте между Ксенией Собчак и Владимиром Жириновским. Лидер партии ЛДПР перебивает оппонентов в их официальное время для представления позиции по вопросу российской армии. Ксения Собчак советует Владимиру Жириновскому позаботиться о здоровье. После этой реплики глава партии переключается на политика-женщину и использует нецензурную лексику в ее адрес. Ксения Собчак выливает стакан воды в лицо Владимиру Жириновскому. Под видео 22777 граждан оставили комментарии.[[141]](#footnote-141) Второй ролик повторяет тему первого. Его посмотрело в пять раз меньше человек - 1 829 114 раз. Комментариев пользователей под ним собралось тоже меньше – 7110.[[142]](#footnote-142)

Третий ролик представляет сборку со всеми яркими эпизодами с предвыборных дебатов. Помимо противостояния К. Собчак и В. Жириновского, оно включает уход П. Н. Грудинина из эфира с обвинениями в фальсификации статистических данных и искажении формата дебатов. Там же М. А. Сурайкин на повышенных тонах спорит с доверенным лицом Б. Ю. Титова. Владимир Жириновский высказывается о женщинах: «Женщины должны на кухне управлять и борщ варить. Война идет в мире, а вы предлагаете женщину во главе русской армии. Да армия разбежится». Видео набрало 1,6 миллионов просмотров и 5212 комментариев.[[143]](#footnote-143)

Четвертый пост в Youtube – полная версия дебатов с конфликтом Ксении Собчак и Владимира Жириновского с 1 070 966 просмотрами и 6930 комментариями населения.[[144]](#footnote-144)

 Суммарно 41984 пользователя сайта высказали свою позицию под четырьмя видео. Отследить пол и возраст всех комментаторов представляется невозможным. Граждане выбирает неидентифицируемые по полу никнеймы: [«ToYsI FreeF](https://www.youtube.com/channel/UC1BmXH-3dPBrcO0FV0DV0UA)», «[Ser Sr](https://www.youtube.com/channel/UCNCRtg8SsRP1PAOTWIM3XzA)», «[SCREAMER MK](https://www.youtube.com/channel/UCRifYuE7rxUZFpyk5eKWWxg)», «[Reddle](https://www.youtube.com/channel/UCDoHcwhV7TeuKUkJf_urzoA)», «[-NeON»,](https://www.youtube.com/channel/UC6LkT8LIJf1egIpD75lPxbA) «[Faal Show](https://www.youtube.com/channel/UC4qCya-XOchlNdHBSmaKphQ)», «[ха лол](https://www.youtube.com/channel/UCMXKh4P3JMMmThLzmYbdF-g)».

Все комментарии были собраны в один единый текст и загружены в программу Yoshicoder. Эта программа предназначена для количественно-качественного контент-анализа. Количественно Yoshicoder подсчитывает все упоминания заданных единиц анализа. При этом программа отображает контекст использования единиц анализа в массиве текста. В комментариях не исправлялись пунктуационные и орфографические ошибки. Высказывания пользователей по содержанию иррациональны и агрессивны. Авторы прибегают к нецензурной лексике для выражения своей позиции относительно дебатов и политиков, в частности.

 В первую очередь контент-анализ предназначен для «измерения» отношения граждан к единственному кандидату-женщине. По запросу «Ксения», «Ксюша», «Ксюха», «Собчак», «Собчиха» программа выдала 353 упоминания. Их них 60 комментариев положительные, а 9 – нейтральные. 84% комментариев с именем или фамилией кандидата имеют негативную окраску. Среди положительных упоминаний встречались: «*Кстати, просмотрев это мапет шоу, я лично не увидел ни в ком адекватности, кроме как у Собчак*», «*Ксения молодец!!!!*», «*Никого не нахожу на должность вождя. Собчак молодец если не Собчак всем Россиянам будет туго*», «*И вот теперь мне понравилась Собчак! Браво*», «*Жирика не перекричать емае, собчак молодцом что облила его*». К нейтральным были отнесены комментарии, которые не задевали напрямую Ксению Собчак: «*Мне кажется, что Жиреновский совсем сошёл с ума за место президента, на Собчак матом ругается нет слов*», «*На Собчак Жириновский конечно жёстко*», «*Почему Собчак не обратится в суд с иском об оскорблении и клевете?*», «*Интересно а Жириновский извиниться перед Собчак? Ведь перед Кадыровым извинился)))*». Авторы комментариев не поддерживают и в то же время не осуждают женщину-кандидата.

Многие комментарии относились к Ксении Собчак без отсылки к ее имени или фамилии: «дура», «западный агент», «женщина», «баба», «клоунша», «лошадь», «тварь», «проститутка». В совокупности получилось 482 отрицательных упоминания о политике-женщине. Это 15% от всего массива данных. Все комментарии о Ксении Собчак с негативной коннотаций были объединены в 8 категорий: красота, умственные способности, сексуальное поведение, отношение к стране и народу, скандальность, принадлежность к полу, управление армией и связи с Кремлем. Категории показывают различные аспекты агрессии и неприязни российских граждан к кандидату. Упоминания реалити-шоу «Дом-2» разделились на 2 категории. Одни граждане воспринимали телепередачу как «базар, лобное место» с глупыми ссорами: «*Пока депутаты не понимают, что Собчак хочет из дебатов сделать дом3! Бузова позже подойдёт!*», «*Пришел собчак, дебаты превратились в дом2*», «*Собчак везде "Дом 2" Устроит...*». Для других телепередача – это место «разврата»: «*Собчак в дом 2 или на плейбой*», «*Жирик прав насчет собчак я еще в школе учился как она к нам в хутор приехала с двумя участниками дома2 в лесополосе ночевали*». Всего «Дом-2» встречался в массиве текста 53 раза. 41 упоминание было включено в категорию «скандальность», а 12 – в «сексуальное поведение».

12 комментариев не вошли ни в одну из категорий. Они лаконичны и не объясняют неприязнь к кандидату или не подходят по содержанию категории: «*Собчак действительно мусор!*», «*Я был против Собчак*», «*Собчак на мыло*», «*Собчак до Сталина далеко очень далеко что зделала она и что он*», «*Собчак в топку!!!*», «*Ненавижу Собчак*», «*Бабурин и Сабчак черти*».

По категориям упоминания распределись следующим образом:

1. Сексуальное поведение – 135;
2. Умственные способности – 131;
3. Скандальность – 95;
4. Красота – 43;
5. Принадлежность к полу – 29;
6. Отношение к стране и народу – 18;
7. Связь с Кремлем – 12;
8. Управление армией – 7.[[145]](#footnote-145)

 Больше всего негативных упоминаний (135) собралось в категории с обвинением Ксении Собчак в распущенном и сексуально аморальном поведении. Граждане не приемлют наличия у женщины-кандидата нескольких сексуальных партнеров в прошлом или настоящем. Пользователи писали: «*Правильно ей в чечене сказали кто она есть*», «*Ксюше Собчак надо отдать роте солдат*», «*Жириновский абсолютно точно сказал кто она на самом деле*», «*Кто за нее голосовать то будет? Меньшинство??! Или любители голубепородии дом 2. Тьфу на них нехристи еврейские*». Оппоненты использовали прошлое Ксении Собчак для ее дискредитации. Личная жизнь кандидата стала объектом пристального внимания выборщиков. В период избирательной кампании СМИ раскрывали подробности личной жизни Павла Грудина. Из 41984 комментариев нет ни одного комментария с осуждением его юридического и гражданского браков. Владимир Путин развелся с женой в 2013 году. За 5 лет журналисты выпускали статьи о новых спутницах президента. Это не повлияло на предвыборный рейтинг В. В. Путина.

 131 упоминание затрагивает умственные способности Ксении Собчак. Пользователи писали: «*Ахахахах Собчак такую ересь несет, ржу немагу*», «*Жирик красава, ну он же прав Собчак же дура*», «*Собчак лечится надо*», «*Смешно, но глядя на Собчак понимаешь, что некоторые в этой стране, не знают, какие есть законы, хоть посмотрела бы в интернете хотя бы, так то у нас ЧВК уже разрешены*». Дополнительно единицами анализа выступили: «тупая», «сумасшедшая», «больная», «аутистка», «идиотка», «безмозглая». При этом кандидат обучалась в СПбГУ и МГИМО. В 2004 году Ксения Собчак с отличием защитила диплом и получила степень магистра. Она изучала политологию и в магистерской работе провела компаративный анализ института президентства в России и Франции.

 Многие граждане отмечают скандальность женщины-кандидата. По их мнению, она превращает дебаты в телешоу. Дебаты похожи на цирк и спектакль. Где Ксения Собчак – там шум: «*И вот это одно нами руководит а Собчак с Жириком явно договорилась разыграть спектакль*», «*Собчак сама довела Жириновского*», «*Собчак явно в своей тарелке, чем эти дебаты не Дом 2?*». Владимир Жириновский – эмоциональный политик. По запросу «Жирик», «Жириновский» Yoshicoder отображает 700 упоминаний. 372 упоминания демонстрируют одобрение поведения В. Жириновского: «*Жириновский красава*», «*Жириновский – мужик умный, знает все козыри*», «*Только Жириновский правду про Собчак сказал*», «*Жирик показал лошадке ее место*», «*Я за Жирика, всегда правду говорит*». Лидер партии ЛДПР перекрикивал оппонентов и использовал нецензурную лексику в дебатах. И половина российских пользователей к этой скандальности не отнеслась негативно.

 Избиратели критиковали внешность Ксении Собчак и называли ее «лошадью», «страшной», «зубастой», «плоской». Других кандидатов пользователи не оценивали по критерию внешней привлекательности. Yoshicoder показал одно упоминание по запросу «жирный» относительно телосложения Владимира Жириновского. Красота для женщины-кандидата более значимый критерий оценки, чем для мужчин-кандидатов: «*Такая улыбка страшная у этой Собчак*», «*На лицо собчак противно смотреть*», «*Зоопарк на помойку истории вместе с лошадью Собчак*». По мнению Ж. Бодрийяра, красота стала культом современного общества потребления. Красота функциональна и воплощается в форме капитала. Она не привязана к отдельному телу или субъекту. Красота не описывает моральные качества. Она сводится к набору эталонов и тем самым объективируется. Первостепенно для Ж. Бодрийяра функциональная красота затрагивает женщин. Мужчины тоже подвержены влиянию новой этики отношения к телу, но в меньшей степени. Идеальным образом для мужчин считается атлетизм. Женщины же возвели красоту в абсолют. Французский социолог отмечает, что красота в современном обществе – это «свойство тех, кто ухаживает за своим лицом и за своей фигурой».[[146]](#footnote-146)

Наоми Вульф раскрывает понятие профессиональной квалификации красоты. Работодатели отбирают сотрудников по их внешнему виду. Стареющие женщины находятся в зоне риска из-за утраты красоты с обложек журналов. Красоту женщины воспринимают как инструмент для достижения целей. Они вынуждены инвестировать из своих доходов деньги на корректирование себя согласно стандартам. Миф о красоте транслируют средства массовой информации и реклама.[[147]](#footnote-147) Е. Н. Гоголева на основании контент-анализа российских рекламных роликов пришла к выводу, что телевидение подкрепляет стереотипные образы мужчин и женщин. Женщина использует больше жестов. 40% рекламы содержит жесты сексуальной направленности. Мужчины контролируют ситуацию в сюжетах и обладают пространственной свободой.[[148]](#footnote-148)

29 упоминаний напрямую указывают на пол как причину проигрыша Ксении Собчак на выборах: «*Ладно, Собчак. Она баба. Но Жириновский-то?*», «*Соглашусь с Жириновским, зачем Собчак лезет в политику. Какой из нее президент. И какой мужик согласится, чтобы Россией управляла баба*». Политическое лидерство четко в этих комментариях приобретает мужские черты. Женщина не может занимать высокий пост с максимальной концентрацией политической власти. 7 комментариев объясняют это отсутствием у женщин навыков управления армией. Это сфера признается сугубо мужской: «*Армия и так сильная! Что может знать Собчак о армии? Позор*», «*Если бы Собчак бы стала бы призидентом сразу же война началась*».

 Важной для избирателей чертой политического лидера является преданность стране. Ксения Собчак показалась 18 пользователям далекой от народа: «*С Жириновским я согласна только по поводу Собчак. Она постоянно говорит, что мы все русские быдло, бедняки!*». В феврале 2018 года кандидат посещала Соединенные Штаты Америки. Она высказывалась в эфире телеканала CNN об обвинениях России в попытках изменения хода американских выборов. Также Ксения Собчак в рамках поездки присутствовала на «молитвенном завтраке» протестантских общин. Комментаторы на сайте Youtube посчитали это предательством России. Они заподозрили женщину-кандидата в договоренности с США и получении от этой страны денег: «*Собчак в Вашингтоне извинилась за наше ВОЗМОЖНОЕ вмешательство в их выборы. Ну не западный ли она агент после этого?*». Отношение К. А. Собчак к Соединенным Штатам Америки унижает Россию и дискредитирует ее на международной арене: «*Как эту собчак вообще в кандидаты пропустили? Ее место в белом доме, раздавать печенье, в прислуге госдепа*».

 12 пользователей сомневались в серьезности выдвижения кандидатуры Ксении Собчак. Они восприняли это как умную стратегию Владимира Путина для победы на выборах. По версии граждан, Кремль оплатил участие кандидата для создания комичности дебатов. На этом фоне В. В. Путин выглядел бы единственным достойным кандидатом: «*Да Собчак тупо Вовин ход, типо чтобы оппозиция была, а то вся оппозиция и сама за Вову ))) Она стоит орет аля – давайте прекратим в Сирии, но при этом умалчивает, что если мы прекратим, то США убьют*». Сам действующих президент России в дебатах не участвовал.

В целом граждане оценили выдвижение кандидатуры Ксении Собчак негативно. Результаты контент-анализа показывают, что женщина-политик стала воплощением гендерных стереотипов: эмоциональности, нелогичности, легкомысленности и аморальности. Гипотеза о предвзятом отношении к женщинам как некомпетентным и неуравновешенным лидерам не может быть опровергнута. Кандидат не соответствует представлениям россиян об идеальном политическом лидере. Оппоненты Ксении Собчак прибегали к гендерным нормам для установления отношений доминирования. Таким образом, гипотеза о влиянии моделей феминности и маскулинности на восприятие политического лидерство является обоснованной.

Сделанные выводы подтверждает А. Казун и О. Дорофеева из «Левады-центра». Авторы проанализировали публикации СМИ в период информационной кампании политиков с 18 февраля по 17 марта 2018 года. Освещение лидеров в публичном пространстве отличалось. Статьи о Ксении Собчак с негативным оттенком превалировали. Средства массовой информации больше по сравнению с другими кандидатами фокусировались на деталях личной жизни и внешности. А. Казун и О. Дорофеева интерпретируют эту тенденцию двояко. С одной стороны, граждане могут негативно относиться к Ксении Собчак как к женщине и оценивать ее через призму нормативного образа феминности. С другой стороны, негодование россиян может касаться именно личности Ксении Собчак и ее специфического для политического лидера медийного прошлого. Авторы в конечном итоге пришли к выводу, что отражение предвыборной гонки в СМИ повлияло на электоральное поведение избирателей.[[149]](#footnote-149)

**3.2** **Женское политическое лидерство в представлениях российской молодежи: результаты опроса**

По результатам выборов основным электоратом Ксении Собчак стала молодежь. Работы Г. С. Ковтун, А. А. Куперман, В. Г. Ушаковой и К. А. Балан наметили изменения в массовом сознании именно среди молодого поколения. Молодежь – это электоральный костяк государства будущего. Ее политические взгляды показывают возможные сценарии изменения гендерного распределения в политике.

В рамках магистерской диссертации был проведен анкетный опрос. В нем приняли участие 105 респондентов в возрасте от 18 до 30 лет в сети Интернет. 53 из них являются мужчинами, а 52 – женщинами. По уровню образования участники поровну разделились на две части. Одна половина опрошенных получила среднее общее образование на базе 11 классов. Другая половина продвинулась выше в структуре образования и имеет как минимум один диплом бакалавра.

Анкета составлялась в Google Forms. Она состоит из 13 вопросов.[[150]](#footnote-150) Приложение В показывает, что первые 3 вопроса собирают информацию о половой принадлежности, возрасте и образовании участников. Остальные десять разделены на три категории: представления о социально-демографических характеристиках политического лидера, его привлекательность и черты, отношение к женщинам-политикам.[[151]](#footnote-151)

Согласно рисунку 1, Превалирующая часть респондентов не выбирают политического лидера по признаку пола (87,6%). При этом 12,4% указывают на мужской пол как обязательный критерий отбора. Из общего числа женщин вариант «да, должен быть мужчина» отметили 11,54%, а из общего числа мужчин –13,21%.[[152]](#footnote-152) [[153]](#footnote-153)

Рисунок 1 – «Вы принимаете участие в выборах на пост Президента. Важен ли для Вас пол кандидата?»

Участники опроса могут давать социально одобряемые ответы относительно пола кандидата, а свое истинное мнение не оглашать. Поэтому им были предложены фотографии гипотетических лидеров на пост Президента России. Первый и третий кандидаты – мужчины 70 и 46 лет соответственно. Второе и четвертое фото – молодая и пожилая женщины. По рисунку 2 видно, что 61% опрошенных остановились на кандидатах-мужчинах. Больше всего голосов получил 46-летний политик (38,1%). Результаты двух вопросов не совпадают. В предыдущем пункте 12, 4% опрошенных четко обозначили пол лидера, а 87,6% - остались на нейтральной позиции. В следующем вопросе с выбором фотографии три пятых участников опроса склоняются к кандидату-мужчине.

Рисунок 2 – «Какой лидер подошел бы на пост Президента?»

Некоторые респонденты дают противоречивые ответы. В графе с предпочитаемым возрастом Президента они отмечают диапазон от 35-45 и 46-56 лет, но по фотографии симпатизируют самому старому кандидату под номером 1. Непоследовательность участников опроса объясняется теорией Е. Б. Шестопал о структуре имиджа. На рациональном уровне они осознают, что пол не играет роли и видят президента молодым. На иррациональном уровне предпочтения искажаются.[[154]](#footnote-154)

Мужчины и женщины солидарны в качествах политического лидера. Соответственно рисунку 3, он должен быть рассудительным (96%), рациональным (88,6%), логичным (80%), харизматичным (69,5%). Девушки чаще юношей отмечают демократичность (67% против 45%). Респонденты мужского пола более склонны к авторитарному лидерству (20% и 9%). Равные доли мужчин и женщин указали на спокойствие как привлекательную черту политического лидера (47% и 50%).[[155]](#footnote-155)[[156]](#footnote-156)В личностном наборе политика все еще превалируют маскулинные качества. В 1998 году спокойствие как женскую черту И. С. Клецина противопоставляла агрессивности.[[157]](#footnote-157) Однако спокойствие может интерпретироваться как сдержанность и отсутствие перепадов настроения. А умение контролировать свои эмоции приписывается мужчине. Берн Шон Меган характеризирует это как «эмоциональную твердость».[[158]](#footnote-158)

Рисунок 3 – «Выберите качества политического лидера»

Респонденты в вопросе о качествах политического лидера могли делать множественный выбор. Они акцентировали внимание на противоположных качествах. Опрошенные указывали в анкетах демократичность и авторитарность одновременно. Не исключено, что это связано с политической неграмотностью. Возможна и альтернативная интерпретация. Респонденты предполагают, что лидер способен сочетать оба качества в одно и то же время и применять каждое из них в зависимости от ситуации.

Девушки серьезнее относятся к наличию высшего профессионального образования у политического лидера (61,54% против 41,18% у мужчин).[[159]](#footnote-159) [[160]](#footnote-160)Этот результат отсылает к статистическим данным. Женщины активнее получают научные степени. В 2017 году 546 тыс. женщин и 423,5 мужчин окончили бакалавриат, магистратуру или специалитет.[[161]](#footnote-161)

В вопросе о предпочтительном для лидера направлении образования, соответственно рисунку 4, 65,7% респондентов отметили политологию и международные отношения. Далее по популярности идут экономика и финансы (60%), юриспруденция (51,4%) и социология (34,3%). Перечисленные сферы образования приветствуется обоими полами. Девушки чаще выбирали политологию (84%) в сопоставлении с юношами (60%). Мужчины больше обращали внимание на социологию (32% против 27% у женщин) и технические специальности (13% против 5,7%).[[162]](#footnote-162) [[163]](#footnote-163) Социологическое образование у респондентов может ассоциироваться с детальным пониманием политическим лидером специфики населения. Технические же специальности шире распространены среди мужчин, а не женщин.

Участники опроса ценят в политическом лидере профессионализм. Он должен знать, как работает государственный механизм изнутри, и разбираться в российском законодательстве. Выбор экономики и финансов связан с общим беспокойством относительно экономического развития России. «Левада-центр» в 2017 году опрашивал россиян о проблемах общества. В первой тройке переживаний населения оказались рост цен (61%), бедность (45) и рост безработицы (33%). Менее всего россияне тревожатся из-за ограничения гражданских прав, роста национализма, преступности и бессилия суда.[[164]](#footnote-164)

Рисунок 4 – «Вы читаете фамилии кандидатов. Они получили образование в разных сферах. Какая будет предпочтительнее?»

Нежелательными каналами рекрутирования политического лидера мужчины и женщины признают религиозные организации (79%). Это показывает, что российская молодежь придерживается принципов светского государства. Мужчины относятся с большим подозрением к лидерам из сферы культуры и спорта (50%), правоохранительных органов и армии (46%), нежели женщины (28% и 32% соответственно).[[165]](#footnote-165) [[166]](#footnote-166) Возможно, мужчины не ассоциируют культуру и спорт с политической властью и компетентностью в государственном управлении. Мужчины напрямую сталкиваются с военкоматами, проходят военную службу или обучаются на военных кафедрах. Их негативный опыт мог сформировать недоверие к армии. Из правоохранительных органов граждане чаще сталкиваются с полицией. Левада-центр измерил уровень доверия россиян к этому государственному институту. 33% назвали отношение полиции к гражданам безразличным и формальным, 11% - грубым и хамским.[[167]](#footnote-167) Собирательный образ полиции может портить имидж политического лидера с таким прошлым. У мужчин склонность к протестной деятельности выше. Через критику правоохранительных органов они могли выразить недовольство политикой президента Владимира Путина.

Рисунок 5 демонстрирует, что представители обоих полов допускают женщину в роли активного политика. При этом только среди мужчин встречается ответ «женщине не место в политике» (4%). Равные доли обеих групп отмечали невозможность женщин занимать вышестоящие должности (10,2% и 9,6%).

Рисунок 5 – «Некоторые считают, что женщинам не место в политике. Согласны ли Вы с этим?»

По рисунку 6 заметно, что большинство респондентов (62,5%) одобряют присутствие женщины в любом комитете Государственной Думы. Это указывает на андрогинное отношение к политическому лидерству. Оно подразумевает, что у сферы деятельности нет пола. Человек оперирует как мужскими, так и женскими качествами в процессе решения задач. Второй по популярности ответ – комитет по вопросам семьи, женщин и детей (38,5%). Далее следуют комитеты по культуре (34,6%), охране здоровья (26,9%), образованию и науке (24%), жилищной политике (22,1%). Это традиционно женские зоны ответственности. Ответы характерны для обеих групп респондентов. Женщины активнее мужчин выбирали «феминные» комитеты. Например, комитет по образованию и науке собрал в два раза больше голосов женщин (28,84% против 15,1%). [[168]](#footnote-168) [[169]](#footnote-169)

Рисунок 6 – «Женщина стала депутатом Государственной Думы. Какой комитет она могла бы возглавлять?»

Респонденты отвечали запутанно. Они отмечали два-три конкретных комитета одновременно с пунктом «любой комитет». Это означает, что опрошенные в целом на сознательном уровне были настроены толерантно. Однако психологически находили причины для указания отдельных сфер специализации женщин.

Рисунок 7 указывает на то, что 33,82% мужчин и 36,25% женщин не видят препятствий для участия женщины в политике. Основными причинами «стеклянного потолка» в политической карьере женщин они называли семью и детей (32,4%), эмоциональность и неуравновешенность (28,6%). Мужчины чаще обращали внимание на отсутствие необходимого мышления (10,29%) и неспособность отвечать за оборону (8,82%), а женщины - на увлечения одеждой, косметикой (7,50%) и слабость характера (5%).[[170]](#footnote-170) [[171]](#footnote-171)

Рисунок 7 – «Какие препятствия существуют для активного участия женщин в политике?»

Результаты анкетного опроса демонстрируют изменение гендерных стереотипов. В целом российская молодежь на рациональном уровне лояльно относится к женщинам-политикам и отстаивает гендерную толерантность. Однако группы консервативно настроенных молодых людей остаются. На иррациональном уровне были найдены несоответствия приверженности андрогинности. Подсознательное отношение к женщинам-политикам труднее поддается трансформации. Качества политического деятеля по-прежнему являются маскулинными. Респонденты обоих полов собрали одинаковый набор черт лидера. Участники опроса выбирали стереотипы относительно причин неучастия женщин в политике и тем самым одобряли гендерный порядок. Роль хранительницы очага все еще закрепляется за женским полом. В глазах респондентов сферы компетентности делятся на феминные и маскулинные. Важно ответить, что девушки сами в анкетах соглашались со стереотипами. Эти данные возвращают к теории социального конструирования К. Уэста и Д. Зиммермана. Мужчины и женщины солидарно репродуцируют гендерную дифференциацию через социальное взаимодействие. Таким образом, гипотезы о схожих представлениях юношей и девушек об идеальном политическом деятеле и неоднозначности отношения к женщинам-лидерам подтвердились.

**3.3** **Формирование политического имиджа на основе представления россиян об идеальном политическом лидере**

В предыдущих частях исследования были выявлены особенности политического сознания россиян. В этом пункте главы они используются для формирования имиджа потенциального политического лидера.

Е. В. Егорова-Гантман и С. Плешаков считают, что политический имидж обеспечит лидеру желаемый результат, если он:

1. учитывает региональную специфику,
2. подходит по времени,
3. подстраивается под потребности избирателей,
4. включает демографический и этнопсихологический факторы,
5. гармонично вписывается в конкретную ситуацию.[[172]](#footnote-172)

Политический имидж должен объединять все пять пунктов. В этом случае отдельные его характеристики не будут противоречить друг другу и выстроятся в единую систему. Г. Г. Почепцов пишет, что системный политический имидж лучше воспринимается гражданами. Несогласованность элементов вызывает подозрение. Следствием этого может стать ухудшение рейтинга политического лидера. Ксения Собчак вызвала в сознании населения диссонанс. К. А. Собчак как ведущая «Дома-2» и К. А. Собчак как кандидат в президенты не сложились в единую логичную картину.

Политические деятели работают с массовым сознанием. Оно отличается от индивидуального сознания опорой на эмоции, а не на рациональные доводы. Массовое сознание пропускает информацию через сложившуюся матрицу установок. Как отмечает Г. Г. Почепцов, «лидеры как бы подводятся под те представления о лидерах, которые уже за­писаны в памяти аудитории».[[173]](#footnote-173) Он предлагает четырехтактную имиджевую кампанию. Она используется в диссертации для описания полученного в исследовании политического лидера. Имиджевая кампания состоит из четырех шагов:

1. Выявление запросов населения;

Первая ступень построения имиджа заключается в сегментировании политического рынка. В первую очередь, целевую аудиторию можно делить по возрасту. Вторичные эмпирические данные показали, что старшее поколение готово пожертвовать своими интересами для общего благополучия государства. Оно настроено на внедрение модели социальной демократии. Молодежь не заинтересована в передаче своих гражданских прав в пользу государственных целей. Для молодого поколения приоритетнее индивидуализм. Оно критичнее относится к президентству Владимира Путина и согласно на демократическую модернизацию.

Объединяет разные возрастные группы антизападный настрой. Согласно Н. Е. Тихоновой, только 11% сторонников приоритетности прав человека модернизацию видят в европейском формате. По мнению большинства, Россия должна идти по собственному уникальному пути.[[174]](#footnote-174) Отсюда общий запрос на кандидата-патриота. Пользователи Youtube негативно отреагировали на поездки Ксении Собчак в США. Непопулярной позицией будет и критика присоединения Крыма. Подписчики интернет-платформы упоминали Соединенные Штаты Америки как врага. Они делят политическое поле на «своих» и «чужих».

Уровень дохода – второй важный критерий сегментирования населения. По словам В. В. Петухова, бедные слои населения зависимы от государственной поддержки. Граждане в этой страте в большей степени рассчитывают на патронаж. Самодостаточные россияне с высоким уровнем образования не нуждаются в опеке. Они поддерживают расширение свобод и ограничение вмешательства государства в различные сферы жизнедеятельности.[[175]](#footnote-175)

По оценке Л. М. Дробижевой, в целом граждане России не проявляют политическую активность. Они не чувствуют ответственности за настоящее и будущее положение государства. Молодежь гипотетически не против прибегнуть к протесту.[[176]](#footnote-176) Но слова не подтверждаются действиями. По результатам опроса О. В. Поповой, реально в митингах участвовали 5% молодых людей, отправляли обращения в органы государственной власти 14,6%, а вступали в политическую партию 4,8%.[[177]](#footnote-177) Как отмечают Е. Н. Давыборец и О. В. Мякотина, население привыкло абстрагироваться от политики. Поэтому все внимание переключается на личность политического лидера.[[178]](#footnote-178) От него ожидаются перемены. Модернизация должна проводиться «сверху» по инициативе энергичного политика. С этим связаны и ответы респондентов о предпочтительном возрасте политического лидера. Они показывают, что с увеличением лет политик становится менее привлекательным. Деятельный лидер ассоциируется с молодостью. Не зря Владимир Путин играет в хоккей, рыбачит и занимается в тренажерном зале в присутствии телекамер. Владимиру Путину 66 лет. В вопросе о предпочтительном возрасте политического лидера пункт «старше 65 лет» не получил ни одного ответа российской молодежи. 29,5% респондентов выбрали политика от 35 до 45 лет, а 24,8% - от 46 до 55. 41,9% участников анкетного опроса считают возраст не важным критерием отбора лидеров.

1. Анализ своих сильных и слабых сторон;

Российская молодежь оценит такие сильные стороны политического лидера, как рациональность, логичность, рассудительность, харизматичность, демократичность и спокойствие. Слабыми сторонами она сочтет эмоциональность, чувственность и мягкость. Женщина-политик для обеспечения доверия должна демонстрировать маскулинные качества. В случае выдвижения на пост президента дополнительно она должна разбираться в вопросах обороны или сформировать видную команду специалистов в этой сфере. Россияне разных возрастов выражали сомнения по поводу женщины во главе армии.

Россияне видят в политическом лидере не только компетентного, но и нравственно положительного человека. Пользователи Youtube и Владимир Жириновский использовали существительное «грязь» для описания Ксении Собчак. Оно указывает на отсутствие моральных принципов. В категорию нравственности входит и честность. Подписчики сайта оперировали словами «лживый», «двуличный», «продажный», «купленный». Граждане остро реагируют на неискренность политика: «*Женщина - подставная, дураку видно. Соловьёв негодяй. Сурайкин отрабатывает тридцать сребреников*». Они называли предвыборные дебаты «спектаклем», «цирком», «театром абсурда». Пользователи одобрили уход Павла Грудина с эфира на Первом канале: «*Это не дебаты, а балаган. Правильно, что Грудинин покинул это шоу*», «*Позор и стыд. Что тут сказать. Правильно Грудинин ушел - только нужно было раньше это сделать*». Своим действием кандидат дал понять пользователям, что участвует в политической борьбе с неэгоистическими мотивами без вмешательства третьих лиц».

 Честность может интерпретироваться и как прямота. Именно поэтому эмоциональность Владимира Жириновского не вызывает абсолютного отрицания населения. Пользователи интернет-платформы признают, что лидер ЛДПР может перегибать палку в выражениях. При этом они оправдывают это «правдой маткой». Политик использует эмоциональность для разоблачения оппонентов. П. Н. Грудинина критиковали за неумение говорить прямолинейно: «*Смотрел как выступал грудинин на нескольких передачах, не смог ответить на простые вопросы, любит уходить от ответов*﻿». Однако подписчики Youtube, одобряющие модель поведения Владимира Жириновского, не всегда видят его президентом: «*А Жириновский-то дело говорит, но ЕСТЬ ОДНО НООООО, выбрав Жириновского в президенты... любой конфликт с другими странами, любая обида он же сразу ракетой шарахнет...Человек умный, но не сдержанный*». Таким образом, избирателям нравится четный и прямолинейный политический лидер, который умеет сдерживать свои эмоции.

Политический деятель должен быть представителем народа. Он должен понимать нужды населения и быть с ним на равных. Пользователи Youtube негативно отнеслись к избирательной кампании Ксении Собчак. Они посчитали ее отношение к гражданам презрительным и утверждали в комментариях, что женщина-политик называла их «быдло».

Преимуществом политического лидера будет высшее образование в области политологии, международных отношений, экономики и юриспруденции. Молодые люди с подозрением отнесутся к политику с прошлым в церковных организациях, учреждениях спорта, культуры и правоохранительных органах. Молодежь не интересуется религией. Поэтому общение с патриархом, посещение церковных служб не поднимут существенно рейтинг политического лидера среди населения от 18 до 30 лет.

Для политического лидера важен окружающий его контекст. Кандидат к своему образу может привлечь детали из прошлого, семьи, демонстрировать свои хобби и увлечения, домашних животных. Работа Ксении Собчак на телевидении сыграла ключевую роль в ее восприятии населением. Телепередача «Дом-2» напрямую ассоциировалась с ее кандидатурой. Российская молодежь более расположена к лидерам из науки, политических партий, общественно-политических движений и профсоюзов. 16,2% респондентов с подозрением отнесутся к кандидату из сферы бизнеса.

1. Адаптация поведения и черт под запросы населения;

Требования аудитории можно объединить в амплуа. Иосиф Дзялошинсикй предлагает следующие образы: покровитель, герой, виртуоз и дьявол.[[179]](#footnote-179) Под вышеописанные качества политического лидера подходит сочетание амплуа покровителя и героя. Покровитель проявляет заботу по отношению к нации и нуждающимся. Герой борется за справедливость.

Ф. Н. Ильясов обозначает сферы, с помощью которых можно сформировать ассоциации с лидером: архетипы сознания культуры, доисторические времена, семья, управление, общественное устройство. В первой сфере подсознания он отмечает амплуа мученика, мессии, святого (сакральные), дьявола, ведьмы, колдуна (демонические), героя сказок и мифов, волшебника, чародея и гения. В качестве мифа политический лидер может использовать привязку к конкретной исторической личности или предшественнику. В этом случае черты исторической личности буду проецироваться на кандидате. Например, Ксения Собчак подчеркивала свою приверженность взглядам отца. В Санкт-Петербурге у женщины-политика была сильная электоральная поддержка. Анатолий Собчак был первым мэром города федерального значения. Образы отца и матери относятся к сфере семьи. Сфера управления подразумевает два амплуа: профессионала и начальника. Реформатор, консерватор, борец за правду и интересы народа, государственник-патриот рассматриваются Ф. Н. Ильясовым в сфере общественного устройства.[[180]](#footnote-180)

 Искусный политический деятель способен задействовать в своем имидже все вышеизложенные амплуа. Однако можно выбрать доминирующие образы. Все еще актуальным в сознании россиян остается видение лидера в роли отца. Также население с одобрением отнесется к лидеру-профессионалу. Политик не просто раздает поручения, а сам вникает в проблемы. Амплуа реформатора подойдет российской молодежи. Патриот и борец за интересы народа найдет отклик у большей части населения.

1. Трансляция характеристик на вербальном, визуальном и событийном уровнях.

Сконструированный политическим лидером имидж должен воплощаться в видимых формах. Приближенный к народу политик организует встречи с населением, устраивает поездки по городам. Например, Владимир Путин проводит прямую линию с гражданами. Сергей Собянин пил чай с жителями Москвы и спускался в московский метрополитен. Ксения Собчак посещала аварийные дома в Екатеринбурге и общалась с волонтерами в период избирательной кампании. Близость к населению проявляется и в речи политического лидера. Нагруженное терминами послание трудно воспринимается всеми слоями общества. Патриотизм политика может выражаться и в выборе отечественных товаров: техники, автомобилей, одежды. СМИ следят за внешним видом лидеров. Издания пишут об итальянском спортивном костюме Владимира Путина, часах Дмитрия Пескова, драгоценностях Валентины Матвиенко. Стоимость вещей, в которых политик появляется на публике, может увеличить разрыв с избирателями.

Несоответствие имиджа с действиями и внешностью политика негативно сказывается на его избирательной кампании. Например, пользователи Youtube оставляли комментарии о кандидатах в президенты: «*Сурайкин задвигает такие патриотичные речи, а у самого ирокез на башке!*», «*А про "мерседес-пульман" жирик промолчал*». Как уже было сказано ранее, все элементы политического имидж должны быть последовательными и взаимосвязанными. ﻿

Ю. А. Селиверстова добавляет способы привлечения внимания к политическому лидеру:

- проведение митинга, акции;

- участие в благотворительных мероприятиях;

- воздействие на избирателей через популярных деятелей искусства, спорта, науки, священнослужителей;

- выбор лозунга, затрагивающего проблемы общества.[[181]](#footnote-181)

Итак, в этой части главы на базе результатов контент-анализа и анкетного опроса, данных вторичных эмпирических исследований были сформулированы общие требования российских граждан к политическому лидеру: патриотизм, моральные и компетентностные качества, близость к избирателям. Эти требования послужили основой для выбора амплуа политика. Также были даны рекомендации по продвижению политического имиджа.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной магистерской диссертации были раскрыты теоретико-методологические подходы к политическому лидерству, политическому имиджу и гендеру. Также в работе были проанализированы вторичные эмпирические исследования западных и российских ученых о гендерных установках россиян и политическом участии женщин и мужчин. Данные показали, что граждане усваивают нормативные образы мужественности и женственности через традиционную модель гендерной социализации. Эта стратегия воспитания базируется на полоролевом разделении. Женщина выполняет роль матери и домохозяйки, а мужчина – карьериста и экономического спонсора. Приписываемая женскому полу пассивность не соотносится с политической активностью и мотивацией к лидерству.

В современной России гендерный порядок дополнительно подкрепляется пронаталистской политикой государства, средствами массовой информации и политическими партиями. Государство взяло курс на поднятие демографических показателей. СМИ тиражируют мифы о красоте и муссируют тему материнства. Политические партии не выполняют функцию выдвижения женщин-лидеров. Количественный дисбаланс мужчин и женщин в высших структурах партий говорит о том, что женщинам сложнее пробиться на значимые посты. Таким образом, гендерные стереотипы все еще живы в массовом сознании россиян. Они поддерживаются не только «снизу», но и «сверху» через политические институты.

Политическая власть в современной России носит персонифицированный характер. Институт президентства в политическом сознании россиян стоит на первом месте во властной иерархии. Граждане выбирают лидера, прежде всего, на эмоциональной, а не рациональной основе. Поэтому в политической борьбе проще использовать гендерные стереотипы.

 Присущий России авторитарный тип лидерства с патерналистским уклоном вбирает в себе маскулинные качества: превосходство, сила, рациональность, харизматичность. Результаты контент-анализа комментариев пользователей Youtube показали, что Ксения Собчак чаще всего упоминалась в негативном контексте. При этом основными причинами антипатии к кандидату стали: отсутствие умственных способностей, эмоциональность, внешность и аморальное сексуальное поведение. Аспекты критики совпадают с феминными чертами. Именно эти черты признаются россиянами непривлекательными в политическом лидере. Гипотеза о влиянии гендерных стереотипов на восприятие населением политического лидерства подтвердилась.

 Результаты анкетного опроса демонстрируют, что молодые люди обоих полов солидарны в выборе политического деятеля: высшее образование получил в сфере международных отношений, политологии, экономики или юриспруденции, отличается рациональностью, рассудительностью, харизматичностью и логичностью. Возраст политика не должен превышать шестидесяти лет. Гипотеза о маскулинизации политического лидерства также является обоснованной.

Юноши и девушки придерживаются эгалитарной точки зрения о женщинах-лидерах. Они не ориентируются на пол при принятии решения. Российская молодежь не согласна с тем, что женщинам в политике не место. При этом консервативные установки уживаются с гендерно-нейтральными. Молодые люди для женщин выделяют отдельные зоны компетентности: вопросы семьи, детей, здравоохранения, образования, культуры и жилищной политики. Препятствиями на пути женщин к вышестоящим должностям они считают обязанности по воспитанию детей, неуравновешенность и неподходящее для политики мышление. На стереотипных ответах останавливались и юноши, и девушки. Это доказывает гипотезу о том, гендерный порядок в политической сфере поддерживается обоими полами.

Все материалы контент-анализа, анкетного опроса и вторичных эмпирических исследований были использованы для конструирования привлекательного для избирателей политического имиджа. За основу была взята имиджевая кампания Г. Г. Почепцова с четырьмя шагами: выявление запросов населения, анализ сильных и слабых сторон кандидата, адаптация поведения и черт под требования аудитории, трансляция характеристик на вербальном, визуальном и событийном уровнях. Российская молодежь более тяготеет к политическому лидеру с амплуа «молодого демократа». Помимо профессиональных компетенций и умственный способностей, в политическом деятеле ценятся моральные качества. Политический лидер получит поддержку в случае проявления патриотизма и близости к народу.

Таким образом, цель и задачи исследования являются достигнутыми, а выдвинутые гипотезы – подтвержденными.

Так как представления о полоролевой дифференциации формируются посредством воздействия на индивида первичных и вторичных институтов социализации, путь гендерного просвещения представляется наиболее подходящим для решения проблемы гендерного дисбаланса в политике. Квотирование не справится с задачей, пока массовое сознание пронизано дискриминационными по отношению к женщинам стереотипами. В исследовании было установило, что гендерная асимметрия – результат конвенционального «соглашения» мужчин и женщин о социальных ролях. Избранные по квоте женщины могут также принимать на государственных постах гендерно традиционные решения. Поэтому государственным институтам рекомендуется проводить просветительскую политику через программы учебных учреждений, социальную рекламу, государственные СМИ. Женщины – это кадры с высоким образовательным потенциалом и трудовой мотивацией. Участвовать в борьбе с дискриминационными гендерными установками могут и институты гражданского общества.

 Интернет-платформа является перспективной для изучения мнения граждан о политическом лидерстве и гендерных стереотипах. С анонимными аккаунтами пользователи честнее выражают свое мнение и менее следуют социально одобряемой модели поведения. Анкеты респондентов содержали непоследовательные ответы. Поэтому теория Е. Б. Шестопал об уровнях восприятия лидерства остается актуальной. Требуются дополнительные исследования для установления причин выбора участниками опроса определенных качеств политического лидера, его сфер образования и каналов рекрутирования. Целесообразным представляется проведение фокус-групп для получения более полной информации о привлекательном для избирателей политическом имидже. Мало освещаемым в научных публикациях является сам опыт женщин-лидеров в политической сфере, их препятствия на пути к политической карьере и отношение к гендерному порядку.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

**Статистические сборники**

Женщины и мужчины в России. 2018: Стат. сб. / Росстат. – М., 2018. – 241 с.

**Книги и журналы**

Айвазова, С. Г. Гендерный ракурс массовой политики / С. Г. Айвазова // Женщина в российском обществе. - [2016. - №1](https://womaninrussiansociety.ru/numberarticle/?issue=2016-1). - С. 24-34.

Алексеев, Д. Ю. Политическое лидерство в России: основные тенденции / Д. Ю. Алексеев // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. – 2010. - №2. – С. 93-100.

Андреева, Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 1999. - 375 с.

Арендт, Х. О насилии / Х. Арендт. – М. : Новое издательство, 2014. – 148 с.

Аристотель. Политика / Аристотель. - М. : АСТ, 2010. – 400 с.

 Батлер, Дж. Гендерная тревога / Дж. Батлер // Антология гендерной теории. – Минск : Пропилеи, 2000. С. 297-347.

Бем, С. Л. Линзы гендера: трансформация взглядов на проблему неравенства полов / С. Л Бем. - М. : РОССПЭН, 2004. - 336 с.

Бендас, Т. В. Гендерная психология : учебное пособие / Т. В. Бендас. – СПб. : Питер, 2006. – 431 с.

 Берн, Ш. М. Гендерная психология. (Секреты психологии) / Ш. М. Берн. - СПб. : прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. – 320 с.

 Блондель, Ж. Политическое лидерство / Ж. Блондель. – М. : Российская академия управления, 1992. — 135 с.

 Бовуар, Симона де. Второй пол / С. де Бовуар. - Москва : Прогресс, 1997. - 832 с.

 Бодрийяр, Жан. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. - М. : Культурная революция, 2006 – 269 с.

 Большой толковый словарь русского языка / С. А. Кузнецов. - СПб. : Норинт, 1998. - 682 с.

 Браун, А. Политическое лидерство и политическая власть / А. Браун // Полис. Политические исследования. - 2016. - № 1. - С. 104-120.

 [Букина, А. А. Гендерный аспект программ консервативных и центристских политических партий современной России / А. А. Букина // Женщина в российском обществе. – 2016. - №3. - С. 106-120](https://womaninrussiansociety.ru/article/bukina-a-a-gendernyj-aspekt-programm-konservativnyx-i-centristskix-politicheskix-partij-sovremennoj-rossii-str-106-120/).

 Вебер, М. Избранные произведения / М. Вебер. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с.

 [Воевода, Е. В. Женщины-дипломаты в России: к вопросу о гендерном дисбалансе / Е. В. Воевода, В. М. Морозов, В. В. Карпов // Женщины в российском обществе. – 2018. - №4. - С. 24-35](https://womaninrussiansociety.ru/article/voevoda-e-v-morozov-v-m-karpov-v-v-zhenshhiny-diplomaty-v-rossii-k-voprosu-o-gendernom-disbalanse-str-24-35/).

 Вульф, Н. Миф о красоте. Стереотипы против женщин / Н. Вульф. – Альпина, 2018. – 445 с.

 Гаман-Голутвина, О. В. Политические элиты как объект исследований в политической науке / О. В. Гаман-Голутвина // Политическая наука. – 2016. - №2. – С. 38-73.

 Гарфинкель, Г. Исследования по этнометодологии / Г. Гарфинкель. – СПб. : Питер, 2007. – 335 с.

 Гидденс, Э. Социология / Э. Гидденс. - М. : Эдиториал УРСС, 1999 - 704 C.

 Гоббс, Т. Левиафан / Т. Гоббс. – М. : Рипол-Классик, 2017. – 672 с.

 Гоголева Е. Н. Гендерные стереотипы в телевизионной рекламе как отражение гендерного неравенства // Женщина в российском обществе. - [2019. - № 1](https://womaninrussiansociety.ru/numberarticle/?issue=2019-1). - С. 77-86.

 Гозман, Л. Политическая психология / Л. Гозман, Е. Б. Шестопал. - Ростов-на-Дону : Феникс, 1996. – 448 с.

 Горчакова, В. Г. Прикладная имиджелогия: учебное пособие / В.Г. Горчакова. – М. : Академический проект, 2007. – 400 с.

 Грошев, И. В. Гендерные представления о власти / И. В. Грошев // Социологические исследования. - 2000. - № 12. - С. 33-41.

 [Груздева, М. А. Гендерные стереотипы в современной семье: женщины и мужчины (На материалах социологического исследования) / М. А. Груздева, О. Н. Калачикова // Женщина в российском обществе. – 2019. - №1. - С. 64-76](https://womaninrussiansociety.ru/article/o-n-gruzdeva-m-a-gendernye-stereotipy-v-sovremennoj-seme-zhenshhiny-i-muzhchiny-na-materialax-sociologicheskogo-issledovaniya-str-64-76/).

 Даль, Р. О демократии / Р. Даль. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 208

 Дафт, Р. Л. Уроки лидерства / Дафт Р. Л., Лейн П. - М. : Эксмо. - 2007. - 480 с.

 Дзялошинский, И. М. Коммуникативная природа имиджа, репутации, бренда / И. М. Дзялошинский // PR-Линия. - 2008. - № 2. - С. 6-8.

 Дробижева, Л. М. Российская идентичность: дискуссии в политическом пространстве и динамика массового сознания / Л. М. Дробижева // Полис. Политические исследования. - 2018. - № 5. - С. 100-115.

Дурдин, Д. М. “Образ” политического лидера и возможности его изменения / Д. М. Дурдин // Полис. Политические исследования. - 2000. - № 2. - С. 133 – 151.

 **Егорова-Гантман, Е. В. Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков / Е. В. Егорова-Гантман. — М. : Об-во «Знание» России, 1994. — 265 с.**

 Егорова-Гантман, Е. Политическая реклама / Е. Егорова-Гантман, К. Плешаков. - М. : Центр политического консультирования "Никколо М", 1999. - 240 стр.

 Ильин, Е. П. Дифференциальная психофизиология мужчины и женщины / Е. П. Ильин. - СПб. : Питер, 2003. — 544 с.

 Ильясов, Ф. Н. Политический маркетинг, или Как «продать» вождя / Ф. Н. Ильясов // Полис. Политические исследования. - 1997. - № 5. - С. 99-106.

 Казун, А. Сообщения СМИ и результаты кандидатов на выборах президента РФ 2018: Для кого всего важнее региональные новости? / А. Казун, О. Дорофеева // Вестник общественного мнения. – 2018. - № 3-4. – С. 174-183.

 Калюжная, Е. Г. Имидж: предыстория и культурологическое обоснование феномена / Е. Г. Калюжная // Известия Уральского государственного университета. Сер. 2, Гуманитарные науки. – 2006. - №47. – С. 45-52.

 [Келлерман, Б](http://webirbis.spsl.nsc.ru/irbis64r_01/cgi/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=CAT_PRINT&P21DBN=CAT&S21STN=1&S21REF=&S21FMT=FULLW_print&C21COM=S&S21CNR=555&S21P01=0&S21P02=1&S21P03=A=&S21STR=%D0%9A%D0%B5%D0%BB%D0%BB%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B0%D0%BD%2C%20%D0%91%D0%B0%D1%80%D0%B1%D0%B0%D1%80%D0%B0). Обновленное лидерство / Б. Келлерман. – Новосибирск : Фонд социо-прогност. исслед. "Тренды", 2005. - 342 с.

 [Ким, Н. В. Женщина в семье: репрезентация семейной политики в российских СМИ до и после 2006 г / Н. В. Ким // Женщина в российском обществе. – 2017. - №1. - С. 64-74](https://womaninrussiansociety.ru/article/kim-n-v-zhenshhina-v-seme-reprezentaciya-semejnoj-politiki-v-rossijskix-smi-do-i-posle-2006-g-str-64-74/).

 Клецина, И. С. Гендерная социализация / И. С Клецина. – СПб : Издательство РГПУ им. А.И. Герцена, 1998. – 92 с.

 Ключко, О. И. Модели полоролевой социализации в российском образовании / О. И. Ключко // Женщина в российском обществе. – 2016. - №1. – С. 80-91.

 [Ковтун, Г. С.. Гендерные представления современной студенческой молодежи (на материале г. Владивостока) / Г. С. Ковтун, А. А. Куперман. – 2017. - №1. - С. 53-63](https://womaninrussiansociety.ru/article/kovtun-g-s-kuperman-a-a-gendernye-predstavleniya-sovremennoj-studencheskoj-molodezhi-na-materiale-g-vladivostoka-str-53-63/).

 Козлов, Д. В. Массовое политическое поведение в современной России в свете концепции ресентимента / Д. В. Козлов // Полис. Политические исследования. - 2017. - № 1. - С. 85-98.

 Кон, И. С. Пол и гендер: заметки о терминах / И. С. Кон // Андрология и генитальная хирургия. - 2004. - № 1. - С. 31—35.

 Косова, Л. Быть женщиной: динамика массовых представлений о гендерных ролях / Л. Косова // Вестник общественного мнения. – 2018. - № 3-4. – С. 140-151.

 Крыштановская, О. Анатомия российской элиты / О. Крыштановская. – М. : [Захаров](https://www.labirint.ru/pubhouse/239/), 2005. – 384 с.

 [Кудряшова, Е.В. Лидер. Исследования лидерства в современной западной общественно-политической мысли / Е. В. Кудряшова. – Архангельск. : Изд-во Поморского международного педагогического университета, 1996. - 256 с.](https://lib.sale/liderstvo-knigi/lider-issledovaniya-liderstva-sovremennoy.html)

 Лассуэлл, Г. Психопатология и политика / Г. Лассуэлл. – М. : РАГС, 2005. – 352 с.

 Лейпхарт, А. Демократия в многосоставных обществах: сравнительное исследование / А. Лейпхарт. – М. : Аспект Пресс, 1997. – 288 с.

 Линецкий, А. И. Момент истины: традиционалистские стереотипы в российской политике / А. И. Линецкий // Полис. Политические исследования. - 2018. - № 1. - С. 62-79.

 Макиавелли, Николло. Государь / Николло Макиавелли. – М. : Эксмо, 2008. – 512 с.

 Миллс, Ч. Властвующая элита / Ч. Миллс. – М. : Директ-Медиа, 2007. – 542 с.

 Музыка, Е. В. Гендерные различия в восприятии власти / Е. В. Музыка // Теория и практика общественного развития. - 2015. - № 12. - С. 277-286.

 Ольшанский, Д. В. Основы политической психологии / Д. В. Ольшанский. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. — 496 с.

 Панасюк, А. Ю. Имидж: энцикл. слов / А. Ю. Панасюк. – М. : РИПОЛ классик, 2007. − 768 с.

 Перелыгина, Е. Б. Психология имиджа / Е.Б. Перелыгина. - М. : Аспект Пресс. - 2002. — 223 с.

 Петухов, В. В. Демократизация российского общества: возможна ли вторая попытка? / В. В. Петухов // Полис. Политические исследования. - 2017. - № 5. - С. 8-23.

 Платон. Диалоги / Платон. - СПб. : Азбука, 2000. 448 с.

 Политология. Краткий словарь основных терминов и понятий / В. С. Пусько. - М. : Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2010. - 112 с.

 Политология. Словарь / В. Н. Коновалов. — М. : РГУ, 2010. – 448 с.

 Попова О. В. Политическое поведение российской молодежи: репертуар тактик и реальные действия / О. В. Попова // Вестник СПбГУ. Сер. 6. – 2016. – Вып. 1. – С. 15-27.

 Попова, О. В. Гендерные аспекты политической карьеры российской субфедеральной элиты: мнения экспертов / О. В. Попова // Женщина в российском обществе. – 2013. - №3.- С. 21-30.

 [Попова, О. В. Проблемы репродуктивного здоровья женщин и абортов в программах российских политических партий / О. В. Попова, А. Е. Маслова, М. И. Агапитова. – 2016. - №4. - С. 58-84](https://womaninrussiansociety.ru/article/popova-o-v-maslova-a-e-agapitova-m-i-problemy-reproduktivnogo-zdorovya-zhenshhin-i-abortov-v-programmax-rossijskix-politicheskix-partij-str-58-84/).

 Почепцов, Г. Г. Имиджелогия / Г.Г. Почепцов. – Киев : Ваклер, 2006 . – 574 с.

 Почепцов, Г. Г. Профессия: имиджмейкер / Г. Г. Почепцов. - СПб. : Алетейя, 2001. - 256 с.

 Пшизова, С. И. Демократия и политический рынок в сравнительной перспективе / С. И. Пшизова // Полис. Политические исследования. - 2000. - № 2. - С. 30–40.

 Ростовская, Т. К. Семейные установки и семейные практики в современной российской студенческой среде / Т. К. Ростовская, Г. В. Заярская // Женщина в российском обществе. - [2017. - № 1](https://womaninrussiansociety.ru/numberarticle/?issue=2017-1). - С. 75-85.

 Руссо, Ж. Ж. Политические сочинения / Ж. Ж. Руссо. – М. : Росток, 2016. – 640 с.

 [Рябова, Т. Б. Семейные и религиозные ценности как ресурс «мягкой силы» России: дискуссии в современных российских и западных СМИ / Т. Б. Рябова, Д. О. Рябов // Женщина в российском обществе. – 2017. - №3. – С. 17-32](https://womaninrussiansociety.ru/article/ryabova-t-b-ryabov-d-o-semejnye-i-religioznye-cennosti-kak-resurs-myagkoj-sily-rossii-diskussii-v-sovremennyx-rossijskix-i-zapadnyx-smi-str-17-32/).

 Рябова, Т. Б. Пол власти: гендерные стереотипы в современной российской политике / Т. Б. Рябова. — Иваново. : Иван. гос. ун-т, 2008. - 246 с.

 Селиверстова, А. Имидж политического лидера: создание, внедрение, актуализация / А. Селиверстова // Власть. – 2011. - №1. – С. 71-74.

 Селиверстова, Ю. А. Современное политическое лидерство: эволюция форм обеспечения стабильности России / Ю. А. Селиверстова. - Нижний Новгород, 2011. - 166 с.

 Семенова, Л. Как навязываются стереотипы / Л. Семенова // 'Гендер для "чайников". - М. : Звенья, 2006. – 264 с.

 Скотт, Дж. Гендер: полезная категория исторического анализа / Дж. Скотт // Гендерные исследования. – 2000. - № 5. - С. 142-170.

 Тартаковская, И. Биологический факты и политические интерпретации: разделились беспощадно мы на мужчин и женщин / И. Тартаковская // Гендер для "чайников". - М. : Звенья, 2006. – 264 с.

 Тихонова, Н. Е. Соотношение интересов государства и прав человека в глазах россиян: эмпирический анализ / Н. Е. Тихонова // Полис. Политические исследования. - 2018. - № 5. - С. 134-149.

 [Ушакова, В. Г. Политическая активность женщин в общественном мнении студенческой молодежи России и Объединенных Арабских Эмиратов: сравнительный анализ / В. Г. Ушакова, К. А. Балан. – 2018. - №2. - С. 116-122](https://womaninrussiansociety.ru/article/ushakova-v-g-balan-k-a-politicheskaya-aktivnost-zhenshhin-v-obshhestvennom-mnenii-studencheskoj-molodezhi-rossii-i-obedinennyx-arabskix-emiratov-sravnitelnyj-analiz-str-116-122/).

 Уэст, К. Создание гендера / К. Уэст ,Д. Зиммерман // Хрестоматия феминистских текстов. - СПб. : Издательство "Дмитрий Буланин", 2000. С. 193-220.

 Федоров, В. В. Новая Россия: действующие лица и исполнители (эволюция российского общественного мнения в 1989‑2014 гг.) / В. В. Федоров // Четверть века после ССР: люди, общество, реформы. - М. : Изд-во Московского университета, 2015. - С. 234‑290.

 Фрейд, З. Введение в психоанализ. Лекции 1-15 / З. Фрейд. - СПб. : Алетейя СПб, 1999. – 416 с.

 Фуко, М. Порядок дискурса / Фуко М. // Воля к знанию: по ту сторону власти, знания и сексуальности. Работы разных лет. – Москва. : Касталь, 1996. - С. 47-96.

 Цицерон, Марк. О государстве. О законах / Марк Цицерон. – М. : Академический проект, 2016. – 249 с.

 Черемушникова, И. К. Имидж как смысловая реальность культуры / И. К. Черемушникова. – Волгоград : Изд-во ВолГМУ. - 2010. - 300 с.

 Чирикова, А. Е. Женщина во главе фирмы / А. Е. Чирикова. - М. : Институт социологии РАН, 1998. - 358 с.

 Чирун, С. Н. Гендерные особенности политического участия в постсовременной России / С. Н. Чирун, Е. А. Боброва // Женщина в российском обществе. - [2018. - № 2](https://womaninrussiansociety.ru/numberarticle/?issue=2018-2). - С. 104-115.

 [Шведова, Н. А. Политические партии и гендерное равенство / Н. А. Шведова // Женщины в российском обществе. – 2016. - №4. - С. 31-30](https://womaninrussiansociety.ru/article/shvedova-n-a-politicheskie-partii-i-gendernoe-ravenstvo-str-31-30/).

 Шепель, В. М. Имеджология: Секрет личного обаяния / В. М. Шепель. - М. : Народное образование, 1993. - 320 с.

 Шестопал, Е.Б. Восприятие образов двенадцати ведущих российских политиков (психологический и лингвистический анализ) / Е.Б. Шестопал // Полис. Политические исследования. – 1996. - № 5. - С. 168-191.

 Шестопал, Е. Б. Новые тенденции восприятия власти в России / Е. Б. Шестопал // Полис. Политические исследования. - 2005. - № 3. - С. 137-151.

 Штылева, Л. В. Детерминанты, этапы и тенденции трансформаций «вопроса пола» в отечественном образовании и педагогической науке (XVIII — начало XX в.) / Л. В. Штылева // Женщина в российском обществе. - 2012. - № 2. - С. 83 - 89.

 Яхонтова, Е.С. Эффективность управленческого лидерства / Яхонтова. – М. : ТЕИС, 2002. – 501 с.

 Bass, В. Leadership, Psychology, and Organizational Behavior / В. Bass. - N.Y. : Greenwood Press, I960. – 548 p.

 Bernard, Luther Lee. The Qualities of Leaders / L. L. Bernard // An Introduction to Social Psychology. - New York : Henry Holt and Co., 1926. PP. 528-540.

 Borgatta, Edgar F. Some Findings Relevant to the Great Man Theory of Leadership / Edgar F. Borgatta, Robert F. Bales // Couch American Sociological Review. – 1954. - Vol. 19. - No. 6. - PP. 755-759.

 Broverman, I. K. [Sex‐Role Stereotypes: A Current Appraisal](http://psycnet.apa.org/journals/ccp/34/1/1/) / I. K. Broverman // Journal of Social issues. — 1972. — Т. 28. - № 2. - С. 59-78.

 Goffman, E. Gender Advertisements / Erving Goffman. New York. : Harper, 1979. - 84 p.

 Graen, G. Role-making Processes Within Complex Organizations / G. Graen // Handbook of Industrial and Organizational Psychology. - 1975. - PP. 1201-1245.

 Hemphill, J. Situational Factors in Leadership / J. Hemphill. – Columbus : Ohio State University, 1949. – 136 p.

 Jacobs, Т. О. Leadership and Exchange in Formal Organizations T. O. Jacobs. - Alexandria : Human Resources Research Organization ,1971. – 352 p.

 Jоrstad, J. Narcissism and leadership: Some differences in male and female leaders / J. Jorstad // Nordic Journal of Psychiatry. – 1995. – Vol. 49. – PP. 409-416.

 Katz, D. The Social Psychology of Organization / D. Katz, R. Kahn. - N.Y. : Wiley, 1966. – 498 p.

 Kotter, J. Power, Dependence and Effective Management / J. Power Kotter // Harvard Business Review. - 1977. Vol. 55. – No. 4. – PP. 125-136.

 Kuczmarski, S. Values-Based Leadership / S. Kuczmarski, Th. Kuczmarski. - Englewood Cliff s : NJ, 1995. – 304 p.

 Mann, R. A. Review of the Relationships Between Personality and Performance in Small Groups / R. A. Mann // Psychological Bulletin. - 1959. – Nо. 56. - PP. 241-270.

 McGregor, D. The Human Side of Enterprise / D. McGregor. - N.Y. : McGraw-Hill, 1960. – 61 p.

 Merton, Robert K. The Social Nature of Leadership / Robert K. Merton // The American Journal of Nursing. – 1969. - Vol. 69. - No. 12. - PP. 2614-2618.

Oakley A. Sex, gender and society / Ann Oakley. - Maurice Temple Smith Ltd, 1972. - 225 pages.

Parsons, T. Age and sex in the social structure of the United States / T. Parsons // American Sociological Review. – 1946. – Vol. 7. – PP. 604-616.

Parsons, Т. The Superego and the Theory of Social Systems / T. Persons // Working Papers in the Theory of Action. – 1953. - Vol. 111. - PP. 13-29.

Sherif, M. An Outline of Social Psychology / M. Sherif, C. Sherif. N.Y. : Harper & Bros, 1956. – 85 p.

# Stogdill, R. Handbook of Leadership / R. Stogdill // A Survey of Theory and Research. - 1974. - PP. 7-16.

Stogdill, R. Personal Factors associated with Leadership: A Survey of Literature / R. Stogdill // Journal of Psychology. - 1948. - Vol. 25. - PP. 35–71.

Stoller, Robert J. Sex and gender: on the development of masculinity and femininity / Robert J. Stoller. - Science House, 1968. - 383 p.

Vroom, V. Leadership and Decision-making / V. Vroom, P. Yetton. – Pittsburgh : PA University of Pittsburgh Press, 1973. – 79 p.

Wildavsky, A. A. Culture Theory of Leadership / A. A. Wildavsky // Leadership and Politics: New Perspectives in Political Science. – 2006. - PP. 87-113.

Wilson, E. O. [Sociobiology: The New Synthesis](https://en.wikipedia.org/wiki/Sociobiology%3A_The_New_Synthesis) / O. E. Wilson. - [Harvard University Press](https://ru.wikipedia.org/wiki/Harvard_University_Press), 2000. – 384 p.

Yuval-Davis, N. Gender & Nation Sage N. / Yuval-Davis. - SAGE Publications, 1997. – 157 р.

**Авторефераты и диссертации**

1. Анистратенко, Т. Г. Политическое лидерство: Типология и технологии имиджеконструирования : дис. … д-ра полит. наук : 23.00.02 / Т. Г. Анистратенко. - Ростов-на-Дону, 2003. - 135 с.

Калиев, Т. Б. Политическое лидерство как институт политической власти: современное состояние и перспективы развития : дис. … д-ра полит. наук : 23.00.02 / Т. Б. Калиев. - Москва, 2013. - 155 с.

Мякотина, О. В. Имидж политического лидера: тенденции становления и изменения : дис. … д-ра полит. наук : 23.00.02 / О. В. Мякотина. – Москва, 2008. - 207 с.

1. Трошина, Н. В. Фактор имиджа в российском электоральном процессе : дис. … д-ра полит. наук : 23.00.02 / Н. В. Трошин. - Саратов, 2001. - 209 с.
2. Давыборец, Е.Н. Формирование имиджа лидера современного государства: на примере президентов России и США: дис. … д-ра полит. наук: 23.00.02 / Е. Н. Давыборец. - Санкт-Петербург, 2008. - 195 с.
3. Галлямов, А. Р. Лидер и имидж лидера в современном политическом процессе: проблемы концептуализации и медиатизации: дис. … д-ра политю наук : 23.00.02 / А. Р. Галлямов. - Москва, 2003. - 222 с.

**Интернет-ресурсы**

1. Большой словарь иностранных слов [Электронный ресурс] // Большой словарь иностранных слов : [Сайт]. – Режим доступа: <https://gufo.me/dict/foreign_words/%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D0%B4%D0%B6> (дата обращения: 08.04.2019)
2. Выборы Президента Российской Федерации [Электронный ресурс] / Сайт Центральной избирательной комиссии [Сайт]. – Режим доступа: <http://vestnik.cikrf.ru/upload/publications/analytics/elPrezident.pdf> (дата обращения: 12.04.2019)

Высший совет «Единой России» [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Единой России» [Сайт]. – Режим доступа: <https://er.ru/persons/supreme_council/> (дата обращения: 12.04.2019)

Высший совет ЛДПР [Электронный ресурс] // Официальный сайт ЛДПР [Сайт]. – Режим доступа: <https://ldpr.ru/party/Structure/Supreme_Council/> (дата обращения: 12.04.2019)

1. Доклад по глобальному индексу гендерного развития за 2018 год Электронный ресурс // Официальный сайт Всемирного экономического форума. – Режим доступа: <http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2018.pdf> (дата обращения: 25.04.2019)

Лучшие моменты и скандалы на дебатах 2018 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Youtube [Сайт]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=EaNLjYbjYFI&t=1338s> (дата обращения: 01.04.2019)

1. Определение гендера [Электронный ресурс] // Большой социологический словарь : [сайт]. – Режим доступа: <https://gufo.me/dict/social_dict?page=5&letter=%D0%BF> (дата обращения: 04.04.2019)
2. Определение лидерства [Электронный ресурс] // Большой социологический словарь : [сайт]. – Режим доступа: <https://gufo.me/dict/social_dict/%D0%9B%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D1%80> (дата обращения: 10.04.2019)
3. Определение пола [Электронный ресурс] // Большой социологический словарь : [сайт]. – Режим доступа: <https://gufo.me/dict/social_dict?page=5&letter=%D0%BF> (дата обращения: 08.04.2019)
4. Отношение россиян к полиции [Электронный ресурс] // Официальный сайт Левады-центра [Сайт]. – Режим доступа: <https://www.levada.ru/2017/11/07/otnoshenie-k-politsii/> (дата обращения: 16.04.2019)
5. Пользование Интернетом в России [Электронный ресурс] // Официальный сайт ВЦИОМ [Сайт]. – Режим доступа: <https://infographics.wciom.ru/theme-archive/society/mass-media/internet/article/prostory-interneta-dlja-raboty-ili-razvlechenii.html> (дата обращения: 12.04.2019)
6. Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию [Электронный ресурс] // Официальный сайт Администрации Президента РФ [Сайт]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/59863> (дата обращения: 10.04.2019)
7. Проблемы россиян [Электронный ресурс] // Официальный сайт Левады-центра [Сайт]. – Режим доступа: <https://www.levada.ru/2017/08/31/samye-ostrye-problemy-2/> (дата обращения: 16.04.2019)
8. Рейтинг В. В. Путина [Электронный ресурс] // Официальный сайт ВЦИОМ [Сайт]. – Режим доступа: <https://wciom.ru/news/ratings/odobrenie_deyatelnosti_gosudarstvennyx_institutov/> (дата обращения: 12.04.2019)
9. Скандал у Соловьева. Дебаты 2018 на России 1 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Youtube [Сайт]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=RKID-brwMME&t=110s> (дата обращения: 01.04.2019)
10. Скандальные дебаты у Соловьева. Собчак и вода VS Жириновский [Электронный ресурс] // Официальный сайт Youtube [Сайт]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=4iIdZ5o51Ys&t=1617s> (дата обращения: 01.04.2019)

Собчак обливает Жириновского водой [Электронный ресурс] // Официальный сайт Youtube [Сайт]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=qJUo5l2xaMk> (дата обращения: 01.04.2019)

1. Социальный статус и имидж гуманитарной интеллигенции: иллюзии и реальность. - Круглый стол РГГУ [Электронный ресурс] // Социс. - 2001. - С. 68. - Режим доступа: http://ecsocman.hse.ru/data/446/699/1217/011Sots.pdf (дата обращения: 13.04.2019)
2. Центральный комитет «Справедливой России» [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Справедливой России» [Сайт]. – Режим доступа: <http://www.spravedlivo.ru/11201-5> (дата обращения: 12.04.2019)

Центральный комитет КПРФ [Электронный ресурс] // Официальный сайт КПРФ [Сайт]. – Режим доступа: <https://kprf.ru/party/structure/tsk> (дата обращения: 12.04.2019)

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А. Таблица А1 – Результаты контент-анализа

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Категории** | **Единицы анализа** | **Число упоминаний** | **Комментарии** |
| Красота | Лошадь, зубастая, плоскодонка, страшная, ксюшадь | 43 | «Такая улыбка страшная у этой Собчак», «На лицо собчак противно смотреть», «Вольфович ещё сдерживался, Собака с Титьками Суриката Явно завидует Бабру с Жирной Грудью», «Слава Сталина И. В. Зоопарк на помойку истории вместе с лошадью Собчак» |
| Умственные способности | Тупая, дура, сумасшедшая, больная, дебилка, психоз, аутистка, умственно отсталые, безмозглая, идиотка | 131 | «Аахахаха Собчак такую ересь несёт, ржу немагу», «Жирик красава, ну он же прав Собчак же дура», «Собчак лечится надо!», «Собчак дура ахахахах Жириновский топ», «Собчак дууууурааа сказочная», «Смешно, но глядя на Собчак понимаешь, что некоторые в этой стране, не знают, какие законы есть, хоть посмотрела бы в интернете хотя бы, так то у нас ЧВК уже разрешены» |

Продолжение таблицы А1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Сексуальное поведение | Дом-2, швабра, проститутка, прошмондовка, шалава, шаболда, сучка, аморальщина, сука, шкура | 135 | «Правильно ей в чечне сказали кто она есть», «Ксюше Собчак надо отдать роте солдат», «Собчак -шкура», «Не знаю как насчет Бабурина, но про Собчак Жириновский абсолютно точно сказал кто она на самом деле», «Жириновский всю биографию Собчак пересказал!», «Зачем эту щкуру Собчак вообще кажут, Какие существа интересно пойдут голосовать за эту проститутку Собчак», «Кто за неё голосовать то будет? меньшинство??! или любители голубепородии дом 2. Тьфу на них нехристи еврейские» |
| Отношение к стране и народу | Агент, предатель, западная | 18 | «С Жириновским я согласна только по поводу Собчак! Она постоянно говорит, что мы все русские быдло, бедняки и тд!», «Собчак в Вашингтоне извинилась за наше ВОЗМОЖНОЕ вмешательство в их выборы. Ну не западный ли она агент после этого?», «Жирик уже постарел .куда ему в цаари .а эта продажно заподная собчак», «Как эту собчак вообще в кандидаты пропустили? Её место в белом доме, раздавать печенье, в прислуге госдепа» |

Продолжение таблицы А1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Скандальность | Дом-2, клоунша, клоун, спектакль, цирк | 95 | «Жирик и Собчак специально стоят вместе?», «Думаю не случайно Собчак ставят рядом с Жириком, так гораздо больше шума», «Серьёзно как они все бесят. Ничего толкового не Жириновский не Собчак не говорят. Только орут как болваны», «И вот это одно нами руководит а Собчак с жириком явно договорилась разыграть спектакль», «Собчак сама довела Жириновского,"в вашем возрасте нельзя волноваться"!», «Пришел собчак, дебаты превратились в дом2», «И все таки где Собчак- там всегда Дом2 !)», «Собчак явно в своей тарелке, чем эти дебаты не "Дом 2"?» |
| Принадлежность к полу | Женщина, мадам, баба, бабище | 29 | «Ладно, Собчак. Она баба. Но Жириновский-то?», «Соглашусь с Жириновским, зачем Собчак лезет в политику. Какой из неё призедент. И какой мужик согласится, чтобы Россией управляла баба», «Собчак расстрелять как врага народа баба на пасту президента это будет анархия» |

Продолжение таблицы А1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Управление армией | Война, армия, оборона | 7 | «Ксения Собчак возможно, образованная умная женщина, но у нее нет опыта управления. И у меня сильные сомнения что она сможет воплотить в жизнь то, что говорит. Слова это хорошо, но если все развалиться и начнется война, мне ее извинения не помогут к сожелению. Да и не только её», «Если бы Собчак стала бы призидентом сразу же война началась», «Армия и так сильная! Что может знать Собчак о армии? Позор» |
| Связь с Кремлем | Купленные, продажные, оппозиция | 12 | «Ну Собчак и мразь продажная», «Жириновский и Собчак купленные», «Да Собчак тупо Вовин ход, типо чтобы оппозиция была, а то вся оппозиция и сама за Вову ))) Она стоит орет аля - давайте прекратим в Сирии, но при этом умалчивает, что если мы прекратим, то США убьют» |

Приложение Б. Таблица Б1 – Вопросы анкеты

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Номер вопроса | Содержание вопроса | Варианты ответов |
| 1 | Ваш пол | 1. Мужской
2. Женский
 |
| 2 | Укажите ваш возраст | 1. 18-24
2. 25-30
3. 31-35
4. 36-40
5. 41-51
6. Старше 51
 |
| 3 | Укажите ваше образование | 1. Общее среднее
2. Среднее профессиональное
3. Высшее профессиональное
4. 2 и более дипломов о высшем образовании
 |
| 4 | Вы принимаете участие в выборах на пост Президента. Важен ли для Вас пол кандидата? | 1. Да, должен быть мужчина
2. Да, должна быть женщина
3. Пол не важен
4. Затрудняюсь ответить
 |
| 5 | А возраст кандидата | 1. 35-45
2. 46-55
3. 56-65
4. Старше 65
5. Возраст не имеет значения
6. Затрудняюсь ответить
 |
| 6 | Проголосуете ли Вы за кандидата без высшего образования? | 1. Да
2. Нет
3. Затрудняюсь ответить
 |

Продолжение таблицы Б1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 7 | Вы читаете фамилии кандидатов. Они получили образование в разных сферах. Какая будет предпочтительнее? | 1. Экономика и финансы
2. Юриспруденция
3. Социология
4. Технические специальности
5. Политология и международные отношения
6. Психология
7. Медицина
8. Реклама и связи с общественностью
 |
| 8 | Какой лидер подошел бы на пост Президента? | 1. Кандидат 1
2. Кандидат 2
3. Кандидат 3
4. Кандидат 4
 |
| 9 | Выберите качества политического лидера | 1. Эмоциональность
2. Рациональность
3. Чувственность
4. Логичность
5. Харизматичность
6. Авторитарность
7. Демократичность
8. Мягкость
9. Спокойствие
10. Рассудительность
 |

Продолжение таблицы Б1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 10 | К лидеру с каким прошлым Вы бы отнеслись с недоверием? | 1. Лидер до участия в выборах был успешным бизнесменом
2. Лидер работал в правоохранительных органах/армии
3. Лидер возглавлял политическую партию/правозащитную организацию/профсоюз или был активным ее участником
4. Лидер работал в университете/научном центре
5. Лидер из церкви или неформальных религиозных организаций
6. Лидер сделал карьеру в сфере культуры и спорта
7. Другое
 |
| 11 | Некоторые люди считают, что женщинам не место в политике. Согласны ли Вы с этим? | 1. Да, политика не для женщин
2. Да, я не вижу женщину на вышестоящих должностях, но незначительные подходят
3. Нет

Затрудняюсь ответить |

Продолжение таблицы Б1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 12 | Женщина стала депутатом Государственной Думы. Какой комитет она бы могла возглавлять? | 1. По бюджету и налогам
2. По вопросам семьи, женщин и детей
3. По безопасности и противодействию коррупции
4. По жилищной политике
5. По культуре
6. По международным делам
7. По обороне
8. По образованию и науке
9. По охране здоровья
10. По транспорту и строительству
11. По энергетике
12. По труду, социальной политике и делам ветеранов
13. Любой комитет
 |
| 13 | Какие препятствия существуют для активного участия женщин в политике? | 1. Семья и дети
2. Эмоциональность и неуравновешенность
3. Отсутствие необходимого для политика мышления
4. Женщины не разбираются в обороне, экономике
5. Слабость характера
6. У женщин другие интересы (одежда, макияж, путешествия)
7. Ничего не препятствует
 |

Приложение В. Таблица В1 – Структура анкеты

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Понятие | Шкала | Номер вопроса |
| **Социально-демографические характеристики** |
| Пол | Номинальная | 1 |
| Возраст | Интервальная | 2 |
| Образование | Номинальная | 3 |
| **Представления о социально-демографических характеристиках политического лидера** |
| Пол лидера | Номинальная | 4 |
| Возраст лидера | Интервальная | 5 |
| Образование лидера | Номинальная | 6, 7 |
| Сфера деятельности до политической карьеры | Номинальная | 10 |
| **Привлекательность и черты политического лидера** |
| Внешняя привлекательность | Номинальная | 8 |
| Качества лидера | Номинальная | 9 |
| **Отношение к женщинам-политикам** |
| Оценка участия в политике | Номинальная | 11 |
| Сферы компетентности  | Номинальная | 12 |
| Препятствия | Номинальная | 13 |

Приложение Г. Рисунок Г1 – Предпочтения в половой принадлежности политического лидера среди девушек

Приложение Г. Рисунок Г2 – Предпочтения в половой принадлежности политического лидера среди юношей

Приложение Д. Рисунок Д1 – Выбор качеств политического лидера у девушек

Приложение Д. Рисунок Д2 – Выбор качеств политического лидера у юношей

Приложение Е. Рисунок Е1 – Значимость высшего образования политического лидера среди девушек

Приложение Е. Рисунок Е2 – Значимость высшего образования политического лидера среди юношей

Приложение Ж. Рисунок Ж1 – Предпочтительная сфера образования политического лидера у девушек

Приложение Ж. Рисунок Ж2 - Предпочтительная сфера образования политического лидера у юношей

Приложение И. Рисунок И1 – Нежелательные каналы рекрутирования политического лидера у девушек

Приложение И. Рисунок И2 – Нежелательные каналы рекрутирования политического лидера у юношей

Приложение К. Рисунок К1 – Подходящие сферы компетентности для женщин-политиков в представлениях девушек

Приложение К. Рисунок К2 – Подходящие сферы компетентности для женщин-политиков в представлениях юношей

Приложение Л. Рисунок Л1 – Препятствия для активного политического участия женщин в представлениях девушек

Приложение Л. Рисунок Л2 – Препятствия для активного политического участия женщин в представлениях юношей

1. Состав Государственной Думы Российской Федерации [Электронный ресурс] // Официальный сайт Государственной Думы РФ : [сайт]. – Режим доступа: <http://duma.gov.ru/duma/deputies/> (дата обращения: 15.04.2019) [↑](#footnote-ref-1)
2. Состав Правительства Российской Федерации [Электронный ресурс] // Официальный сайт Правительства РФ : [сайт]. – Режим доступа: <http://government.ru/gov/persons/#federal-ministers> (дата обращения: 15.04.2019) [↑](#footnote-ref-2)
3. Список глав субъектов Российской Федерации [Электронный ресурс] // Официальный портал с рейтингом глав субъектов РФ: [сайт]. – Режим доступа: <https://governors.ru/governor/assignment> (дата обращения: 15.04.2019) [↑](#footnote-ref-3)
4. Инфографика по президентским выборам 2018 года [Электронный ресурс] // Официальный сайт издательства «Medium» : [сайт]. – Режим доступа: <https://medium.com/kartinkamaciya/vybory-2018-itogi-486e9813d131> (дата обращения: 15.04.2019) [↑](#footnote-ref-4)
5. Аристотель. Политика / Аристотель. - М. : АСТ, 2010. – 400 с. [↑](#footnote-ref-5)
6. Цицерон, Марк. О государстве. О законах / Марк Цицерон. – М. : Академический проект, 2016. – 249 с. [↑](#footnote-ref-6)
7. Макиавелли, Николло. Государь / Николло Макиавелли. – М. : Эксмо, 2008. – 512 с. [↑](#footnote-ref-7)
8. Гоббс, Т. Левиафан / Т. Гоббс. – М. : Рипол-Классик, 2017. – 672 с. [↑](#footnote-ref-8)
9. Руссо, Ж. Ж. Политические сочинения / Ж. Ж. Руссо. – М. : Росток, 2016. – 640 с. [↑](#footnote-ref-9)
10. Арендт, Х. О насилии / Х. Арендт. – М. : Новое издательство, 2014. – 148 с. [↑](#footnote-ref-10)
11. Лассуэлл, Г. Психопатология и политика / Г. Лассуэлл. – М. : РАГС, 2005. – 352 с. [↑](#footnote-ref-11)
12. Даль, Р. О демократии / Р. Даль. – М. : Аспект Пресс, 2000. - 208 [↑](#footnote-ref-12)
13. Лейпхарт, А. Демократия в многосоставных обществах: сравнительное исследование / А. Лейпхарт. – М. : Аспект Пресс, 1997. – 288 с. [↑](#footnote-ref-13)
14. Миллс, Ч. Властвующая элита / Ч. Миллс. – М. : Директ-Медиа, 2007. – 542 с. [↑](#footnote-ref-14)
15. Блондель, Ж. Политическое лидерство / Ж. Блондель. – М. : Российская академия управления, 1992. — 135 с. [↑](#footnote-ref-15)
16. Wildavsky, A. A. Culture Theory of Leadership / A. A. Wildavsky // Leadership and Politics: New Perspectives in Political Science. – 2006. - PP. 87-113. [↑](#footnote-ref-16)
17. Гаман-Голутвина, О. В. Политические элиты как объект исследований в политической науке / О. В. Гаман-Голутвина // Политическая наука. – 2016. - №2. – С. 38-73. [↑](#footnote-ref-17)
18. Ольшанский, Д. В. Основы политической психологии / Д. В. Ольшанский. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. — 496 с. [↑](#footnote-ref-18)
19. Крыштановская, О. Анатомия российской элиты / О. Крыштановская. – М. : [Захаров](https://www.labirint.ru/pubhouse/239/), 2005. – 384 с. [↑](#footnote-ref-19)
20. Андреева, Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 1999. - 375 с. [↑](#footnote-ref-20)
21. **Егорова-Гантман, Е. В. Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков / Е. В. Егорова-Гантман. — М. : Об-во «Знание» России, 1994. — 265 с.**  [↑](#footnote-ref-21)
22. ###  Дурдин, Д. М. “Образ” политического лидера и возможности его изменения / Д. М. Дурдин // Полис. Политические исследования. - 2000. - № 2. - С. 133 – 151.

 [↑](#footnote-ref-22)
23. Определение лидерства [Электронный ресурс] // Большой социологический словарь : [сайт]. – Режим доступа: <https://gufo.me/dict/social_dict/%D0%9B%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D1%80> (дата обращения: 10.04.2019) [↑](#footnote-ref-23)
24. #  Stogdill, R. Handbook of Leadership / R. Stogdill // A Survey of Theory and Research. - 1974. - PP. 7-16.

 [↑](#footnote-ref-24)
25. Bernard, Luther Lee. The Qualities of Leaders / L. L. Bernard // An Introduction to Social Psychology. - New York : Henry Holt and Co., 1926. PP. 528-540. [↑](#footnote-ref-25)
26. Платон. Диалоги / Платон. - СПб. : Азбука, 2000. 448 с. [↑](#footnote-ref-26)
27. Borgatta, Edgar F. Some Findings Relevant to the Great Man Theory of Leadership / Edgar F. Borgatta, Robert F. Bales // Couch American Sociological Review. – 1954. - Vol. 19. - No. 6. - PP. 755-759. [↑](#footnote-ref-27)
28. Mann, R. A. Review of the Relationships Between Personality and Performance in Small Groups / R. A. Mann // Psychological Bulletin. - 1959. – Nо. 56. - PP. 241-270. [↑](#footnote-ref-28)
29. Kotter, J. Power, Dependence and Effective Management / J. Power Kotter // Harvard Business Review. - 1977. Vol. 55. – No. 4. – PP. 125-136. [↑](#footnote-ref-29)
30. Stogdill, R. Personal Factors associated with Leadership: A Survey of Literature / R. Stogdill // Journal of Psychology. - 1948. - Vol. 25. - PP. 35–71. [↑](#footnote-ref-30)
31. Hemphill, J. Situational Factors in Leadership / J. Hemphill. – Columbus : Ohio State University, 1949. – 136 p. [↑](#footnote-ref-31)
32. Merton, Robert K. The Social Nature of Leadership / Robert K. Merton // The American Journal of Nursing. – 1969. - Vol. 69. - No. 12. - PP. 2614-2618. [↑](#footnote-ref-32)
33. [Кудряшова, Е.В. Лидер. Исследования лидерства в современной западной общественно-политической мысли / Е. В. Кудряшова. – Архангельск. : Изд-во Поморского международного педагогического университета, 1996. - 256 с.](https://lib.sale/liderstvo-knigi/lider-issledovaniya-liderstva-sovremennoy.html)  [↑](#footnote-ref-33)
34. Bass, В. Leadership, Psychology, and Organizational Behavior / В. Bass. - N.Y. : Greenwood Press, I960. – 548 p. [↑](#footnote-ref-34)
35. Katz, D. The Social Psychology of Organization / D. Katz, R. Kahn. - N.Y. : Wiley, 1966. – 498 p. [↑](#footnote-ref-35)
36. McGregor, D. The Human Side of Enterprise / D. McGregor. - N.Y. : McGraw-Hill, 1960. – 61 p. [↑](#footnote-ref-36)
37. Vroom, V. Leadership and Decision-making / V. Vroom, P. Yetton. – Pittsburgh : PA University of Pittsburgh Press, 1973. – 79 p. [↑](#footnote-ref-37)
38. Sherif, M. An Outline of Social Psychology / M. Sherif, C. Sherif. N.Y. : Harper & Bros, 1956. – 85 p. [↑](#footnote-ref-38)
39. Parsons, Т. The Superego and the Theory of Social Systems / T. Persons // Working Papers in the Theory of Action. – 1953. - Vol. 111. - PP. 13-29. [↑](#footnote-ref-39)
40. Jacobs, Т. О. Leadership and Exchange in Formal Organizations T. O. Jacobs. - Alexandria : Human Resources Research Organization ,1971. – 352 p. [↑](#footnote-ref-40)
41. Graen, G. Role-making Processes Within Complex Organizations / G. Graen // Handbook of Industrial and Organizational Psychology. - 1975. - PP. 1201-1245. [↑](#footnote-ref-41)
42. Kuczmarski, S. Values-Based Leadership / S. Kuczmarski, Th. Kuczmarski. - Englewood Cliff s : NJ, 1995. – 304 p. [↑](#footnote-ref-42)
43. #  Анистратенко, Т. Г. Политическое лидерство: Типология и технологии имиджеконструирования : дис. … д-ра полит. наук : 23.00.02 / Т. Г. Анистратенко. - Ростов-на-Дону, 2003. - 135 с.

 [↑](#footnote-ref-43)
44. Политология. Краткий словарь основных терминов и понятий / В. С. Пусько. - М. : Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2010. - 112 с. [↑](#footnote-ref-44)
45. Политология. Словарь / В. Н. Коновалов. — М. : РГУ, 2010. – 448 с. [↑](#footnote-ref-45)
46. #  Калиев, Т. Б. Политическое лидерство как институт политической власти: современное состояние и перспективы развития : дис. … д-ра полит. наук : 23.00.02 / Т. Б. Калиев. - Москва, 2013. - 155 с.

 [↑](#footnote-ref-46)
47. #  Селиверстова, Ю. А. Современное политическое лидерство: эволюция форм обеспечения стабильности России / Ю. А. Селиверстова. - Нижний Новгород, 2011. - 166 с.

 [↑](#footnote-ref-47)
48. Гозман, Л. Политическая психология / Л. Гозман, Е. Б. Шестопал. - Ростов-на-Дону : Феникс, 1996. – 448 с. [↑](#footnote-ref-48)
49. # Галлямов, А. Р. Лидер и имидж лидера в современном политическом процессе: проблемы концептуализации и медиатизации: дис. … д-ра политю наук : 23.00.02 / А. Р. Галлямов. - Москва, 2003. - 222 с.

 [↑](#footnote-ref-49)
50. Дафт, Р. Л. Уроки лидерства / Дафт Р. Л., Лейн П. - М. : Эксмо. - 2007. - 480 с. [↑](#footnote-ref-50)
51. Браун, А. Политическое лидерство и политическая власть / А. Браун // Полис. Политические исследования. - 2016. - № 1. - С. 104-120. [↑](#footnote-ref-51)
52. Большой толковый словарь русского языка / С. А. Кузнецов. - СПб. : Норинт, 1998. - 682 с. [↑](#footnote-ref-52)
53. Большой словарь иностранных слов [Электронный ресурс] // Большой словарь иностранных слов : [Сайт]. – Режим доступа: <https://gufo.me/dict/foreign_words/%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D0%B4%D0%B6> (дата обращения: 08.04.2019) [↑](#footnote-ref-53)
54. Трошина, Н. В. Фактор имиджа в российском электоральном процессе : дис. … д-ра полит. наук : 23.00.02 / Н. В. Трошин. - Саратов, 2001. - 209 с. [↑](#footnote-ref-54)
55. Панасюк, А. Ю. Имидж: энцикл. слов / А. Ю. Панасюк. – М. : РИПОЛ классик, 2007. − 768 с. [↑](#footnote-ref-55)
56. Шестопал, Е. Б. Новые тенденции восприятия власти в России / Е. Б. Шестопал // Полис. Политические исследования. - 2005. - № 3. - С. 137-151. [↑](#footnote-ref-56)
57. Ильясов, Ф. Н. Политический маркетинг, или Как «продать» вождя / Ф. Н. Ильясов // Полис. Политические исследования. - 1997. - № 5. - С. 99-106. [↑](#footnote-ref-57)
58. Почепцов, Г. Г. Профессия: имиджмейкер / Г. Г. Почепцов. - СПб. : Алетейя, 2001. - 256 с. . [↑](#footnote-ref-58)
59. Бодрийяр, Жан. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. - М. : Культурная революция, 2006 – 269 с.  [↑](#footnote-ref-59)
60. Калюжная, Е. Г. Имидж: предыстория и культурологическое обоснование феномена / Е. Г. Калюжная // Известия Уральского государственного университета. Сер. 2, Гуманитарные науки. – 2006. - №47. – С. 45-52. [↑](#footnote-ref-60)
61. Черемушникова, И. К. Имидж как смысловая реальность культуры / И. К. Черемушникова. – Волгоград : Изд-во ВолГМУ. - 2010. - 300 с. [↑](#footnote-ref-61)
62. Перелыгина, Е. Б. Психология имиджа / Е.Б. Перелыгина. - М. : Аспект Пресс. - 2002. — 223 с. [↑](#footnote-ref-62)
63. Социальный статус и имидж гуманитарной интеллигенции: иллюзии и реальность. - Круглый стол РГГУ [Электронный ресурс] // Социс. - 2001. - С. 68. - Режим доступа: http://ecsocman.hse.ru/data/446/699/1217/011Sots.pdf (дата обращения: 13.04.2019) [↑](#footnote-ref-63)
64. Симонова, И. Ф. Педагогика имиджа / И. Ф. Симонова. - СПб. : Ультра Принт, 2012. – 304 с. [↑](#footnote-ref-64)
65. Шепель, В. М. Имеджология: Секрет личного обаяния / В. М. Шепель. - М. : Народное образование, 1993. - 320 с. [↑](#footnote-ref-65)
66. Горчакова, В. Г. Прикладная имиджелогия: учебное пособие / В.Г. Горчакова. – М. : Академический проект, 2007. – 400 с. [↑](#footnote-ref-66)
67. Пшизова, С. И. Демократия и политический рынок в сравнительной перспективе / С. И. Пшизова // Полис. Политические исследования. - 2000. - № 2. - С. 30–40. [↑](#footnote-ref-67)
68. Определение пола [Электронный ресурс] // Большой социологический словарь : [сайт]. – Режим доступа: <https://gufo.me/dict/social_dict?page=5&letter=%D0%BF> (дата обращения: 08.04.2019) [↑](#footnote-ref-68)
69. Тартаковская, И. Биологический факты и политические интерпретации: разделились беспощадно мы на мужчин и женщин / И. Тартаковская // Гендер для "чайников". - М. : Звенья, 2006. – 264 с. [↑](#footnote-ref-69)
70. Фрейд, З. Введение в психоанализ. Лекции 1-15 / З. Фрейд. - СПб. : Алетейя СПб, 1999. – 416 с. [↑](#footnote-ref-70)
71. Parsons, T. Age and sex in the social structure of the United States / T. Parsons // American Sociological Review. – 1946. – Vol. 7. – PP. 604-616. [↑](#footnote-ref-71)
72. Wilson, E. O. [Sociobiology: The New Synthesis](https://en.wikipedia.org/wiki/Sociobiology%3A_The_New_Synthesis) / O. E. Wilson. - [Harvard University Press](https://ru.wikipedia.org/wiki/Harvard_University_Press), 2000. – 384 p. [↑](#footnote-ref-72)
73. Бовуар, Симона де. Второй пол / С. де Бовуар. - Москва : Прогресс, 1997. - 832 с. [↑](#footnote-ref-73)
74. Гидденс, Э. Социология / Э. Гидденс. - М. : Эдиториал УРСС, 1999 - 704 с.  [↑](#footnote-ref-74)
75. Определение гендера [Электронный ресурс] // Большой социологический словарь : [сайт]. – Режим доступа: <https://gufo.me/dict/social_dict?page=5&letter=%D0%BF> (дата обращения: 04.04.2019) [↑](#footnote-ref-75)
76. Stoller, Robert J. Sex and gender: on the development of masculinity and femininity / Robert J. Stoller. - Science House, 1968. - 383 p. [↑](#footnote-ref-76)
77. Oakley A. Sex, gender and society / Ann Oakley. - Maurice Temple Smith Ltd, 1972. - 225 pages. [↑](#footnote-ref-77)
78. #  Уэст, К. Создание гендера / К. Уэст ,Д. Зиммерман // Хрестоматия феминистских текстов. - СПб. : Издательство "Дмитрий Буланин", 2000. С. 193-220.

 [↑](#footnote-ref-78)
79. Семенова, Л. Как навязываются стереотипы / Л. Семенова // 'Гендер для "чайников". - М. : Звенья, 2006. – 264 с. [↑](#footnote-ref-79)
80. Goffman, E. Gender Advertisements / Erving Goffman. New York. : Harper, 1979. - 84 p. [↑](#footnote-ref-80)
81. Фуко, М. Порядок дискурса / Фуко М. // Воля к знанию: по ту сторону власти, знания и сексуальности. Работы разных лет. – Москва. : Касталь, 1996. - С. 47-96. [↑](#footnote-ref-81)
82. Батлер, Дж. Гендерная тревога / Дж. Батлер // Антология гендерной теории. – Минск : Пропилеи, 2000. С. 297-347. [↑](#footnote-ref-82)
83. Гарфинкель, Г. Исследования по этнометодологии / Г. Гарфинкель. – СПб. : Питер, 2007. – 335 с. [↑](#footnote-ref-83)
84. Бендас, Т. В. Гендерная психология : учебное пособие / Т. В. Бендас. – СПб. : Питер, 2006. – 431 с. [↑](#footnote-ref-84)
85. Jоrstad, J. Narcissism and leadership: Some differences in male and female leaders / J. Jorstad // Nordic Journal of Psychiatry. – 1995. – Vol. 49. – PP. 409-416. [↑](#footnote-ref-85)
86. Ильин, Е. П. Дифференциальная психофизиология мужчины и женщины / Е. П. Ильин. - СПб. : Питер, 2003. — 544 с. [↑](#footnote-ref-86)
87. Чирикова, А. Е. Женщина во главе фирмы / А. Е. Чирикова. - М. : Институт социологии РАН, 1998. - 358 с. [↑](#footnote-ref-87)
88. Яхонтова, Е.С. Эффективность управленческого лидерства / Яхонтова. – М. : ТЕИС, 2002. – 501 с. [↑](#footnote-ref-88)
89. Скотт, Дж. Гендер: полезная категория исторического анализа / Дж. Скотт // Гендерные исследования. – 2000. - № 5. - С. 142-170. [↑](#footnote-ref-89)
90. Рябова, Т. Б. Пол власти: гендерные стереотипы в современной российской политике / Т. Б. Рябова. — Иваново. : Иван. гос. ун-т, 2008. - 246 с. [↑](#footnote-ref-90)
91. Кон, И. С. Пол и гендер: заметки о терминах / И. С. Кон // Андрология и генитальная хирургия. - 2004. - № 1. - С. 31—35. [↑](#footnote-ref-91)
92. Штылева, Л. В. Детерминанты, этапы и тенденции трансформаций «вопроса пола» в отечественном образовании и педагогической науке (XVIII — начало XX в.) / Л. В. Штылева // Женщина в российском обществе. - 2012. - № 2. - С. 83 - 89. [↑](#footnote-ref-92)
93. Бем, С. Л. Линзы гендера: трансформация взглядов на проблему неравенства полов / С. Л Бем. - М. : РОССПЭН, 2004. - 336 с. [↑](#footnote-ref-93)
94. Ключко, О. И. Модели полоролевой социализации в российском образовании / О. И. Ключко // Женщина в российском обществе. – 2016. - №1. – С. 80-91. [↑](#footnote-ref-94)
95. Ростовская, Т. К. Семейные установки и семейные практики в современной российской студенческой среде / Т. К. Ростовская, Г. В. Заярская // Женщина в российском обществе. - [2017. - № 1](https://womaninrussiansociety.ru/numberarticle/?issue=2017-1). - С. 75-85. [↑](#footnote-ref-95)
96. Косова, Л. Быть женщиной: динамика массовых представлений о гендерных ролях / Л. Косова // Вестник общественного мнения. – 2018. - № 3-4. – С. 140-151. [↑](#footnote-ref-96)
97. [Груздева, М. А. Гендерные стереотипы в современной семье: женщины и мужчины (На материалах социологического исследования) / М. А. Груздева, О. Н. Калачикова // Женщина в российском обществе. – 2019. - №1. - С. 64-76](https://womaninrussiansociety.ru/article/o-n-gruzdeva-m-a-gendernye-stereotipy-v-sovremennoj-seme-zhenshhiny-i-muzhchiny-na-materialax-sociologicheskogo-issledovaniya-str-64-76/). [↑](#footnote-ref-97)
98. Yuval-Davis, N. Gender & Nation Sage N. / Yuval-Davis. - SAGE Publications, 1997. – 157 р. [↑](#footnote-ref-98)
99. Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию [Электронный ресурс] // Официальный сайт Администрации Президента РФ [Сайт]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/59863> (дата обращения: 10.04.2019) [↑](#footnote-ref-99)
100. [Айвазова, С. Г. Гендерный дискурс в поле консервативной политики / С. Г. Айвазова // Женщина в российском обществе. – 2017. - №4. - С. 3-13](https://womaninrussiansociety.ru/article/ajvazova-s-g-gendernyj-diskurs-v-pole-konservativnoj-politiki-str-3-13/). [↑](#footnote-ref-100)
101. [Рябова, Т. Б. Семейные и религиозные ценности как ресурс «мягкой силы» России: дискуссии в современных российских и западных СМИ / Т. Б. Рябова, Д. О. Рябов // Женщина в российском обществе. – 2017. - №3. – С. 17-32](https://womaninrussiansociety.ru/article/ryabova-t-b-ryabov-d-o-semejnye-i-religioznye-cennosti-kak-resurs-myagkoj-sily-rossii-diskussii-v-sovremennyx-rossijskix-i-zapadnyx-smi-str-17-32/). [↑](#footnote-ref-101)
102. [Ким, Н. В. Женщина в семье: репрезентация семейной политики в российских СМИ до и после 2006 г / Н. В. Ким // Женщина в российском обществе. – 2017. - №1. - С. 64-74](https://womaninrussiansociety.ru/article/kim-n-v-zhenshhina-v-seme-reprezentaciya-semejnoj-politiki-v-rossijskix-smi-do-i-posle-2006-g-str-64-74/). [↑](#footnote-ref-102)
103. [Ковтун, Г. С.. Гендерные представления современной студенческой молодежи (на материале г. Владивостока) / Г. С. Ковтун, А. А. Куперман. – 2017. - №1. - С. 53-63](https://womaninrussiansociety.ru/article/kovtun-g-s-kuperman-a-a-gendernye-predstavleniya-sovremennoj-studencheskoj-molodezhi-na-materiale-g-vladivostoka-str-53-63/). [↑](#footnote-ref-103)
104. Грошев, И. В. Гендерные представления о власти / И. В. Грошев // Социологические исследования. - 2000. - № 12. - С. 33-41. [↑](#footnote-ref-104)
105. Музыка, Е. В. Гендерные различия в восприятии власти / Е. В. Музыка // Теория и практика общественного развития. - 2015. - № 12. - С. 277-286. [↑](#footnote-ref-105)
106. Чирун, С. Н. Гендерные особенности политического участия в постсовременной России / С. Н. Чирун, Е. А. Боброва // Женщина в российском обществе. - [2018. - № 2](https://womaninrussiansociety.ru/numberarticle/?issue=2018-2). - С. 104-115. [↑](#footnote-ref-106)
107. Айвазова, С. Г. Гендерный ракурс массовой политики / С. Г. Айвазова // Женщина в российском обществе. - [2016. - №1](https://womaninrussiansociety.ru/numberarticle/?issue=2016-1). - С. 24-34. [↑](#footnote-ref-107)
108. [Воевода, Е. В. Женщины-дипломаты в России: к вопросу о гендерном дисбалансе / Е. В. Воевода, В. М. Морозов, В. В. Карпов // Женщины в российском обществе. – 2018. - №4. - С. 24-35](https://womaninrussiansociety.ru/article/voevoda-e-v-morozov-v-m-karpov-v-v-zhenshhiny-diplomaty-v-rossii-k-voprosu-o-gendernom-disbalanse-str-24-35/). [↑](#footnote-ref-108)
109. [Шведова, Н. А. Политические партии и гендерное равенство / Н. А. Шведова // Женщины в российском обществе. – 2016. - №4. - С. 31-30](https://womaninrussiansociety.ru/article/shvedova-n-a-politicheskie-partii-i-gendernoe-ravenstvo-str-31-30/). [↑](#footnote-ref-109)
110. Высший совет «Единой России» [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Единой России» [Сайт]. – Режим доступа: <https://er.ru/persons/supreme_council/> (дата обращения: 12.04.2019) [↑](#footnote-ref-110)
111. Высший совет ЛДПР [Электронный ресурс] // Официальный сайт ЛДПР [Сайт]. – Режим доступа: <https://ldpr.ru/party/Structure/Supreme_Council/> (дата обращения: 12.04.2019) [↑](#footnote-ref-111)
112. Центральный комитет КПРФ [Электронный ресурс] // Официальный сайт КПРФ [Сайт]. – Режим доступа: <https://kprf.ru/party/structure/tsk> (дата обращения: 12.04.2019) [↑](#footnote-ref-112)
113. Центральный комитет «Справедливой России» [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Справедливой России» [Сайт]. – Режим доступа: <http://www.spravedlivo.ru/11201-5> (дата обращения: 12.04.2019) [↑](#footnote-ref-113)
114. [Букина, А. А. Гендерный аспект программ консервативных и центристских политических партий современной России / А. А. Букина // Женщина в российском обществе. – 2016. - №3. - С. 106-120](https://womaninrussiansociety.ru/article/bukina-a-a-gendernyj-aspekt-programm-konservativnyx-i-centristskix-politicheskix-partij-sovremennoj-rossii-str-106-120/). [↑](#footnote-ref-114)
115. [Попова, О. В. Проблемы репродуктивного здоровья женщин и абортов в программах российских политических партий / О. В. Попова, А. Е. Маслова, М. И. Агапитова. – 2016. - №4. - С. 58-84](https://womaninrussiansociety.ru/article/popova-o-v-maslova-a-e-agapitova-m-i-problemy-reproduktivnogo-zdorovya-zhenshhin-i-abortov-v-programmax-rossijskix-politicheskix-partij-str-58-84/). [↑](#footnote-ref-115)
116. Попова, О. В. Гендерные аспекты политической карьеры российской субфедеральной элиты: мнения экспертов / О. В. Попова // Женщина в российском обществе. – 2013. - №3.- С. 21-30. [↑](#footnote-ref-116)
117. Рябова, Т. Б. Пол власти: гендерные стереотипы в современной российской политике / Т. Б. Рябова. — Иваново. : Иван. гос. ун-т, 2008. - 246 с. [↑](#footnote-ref-117)
118. Broverman, I. K. [Sex‐Role Stereotypes: A Current Appraisal](http://psycnet.apa.org/journals/ccp/34/1/1/) / I. K. Broverman // Journal of Social issues. — 1972. — Т. 28. - № 2. - С. 59-78. [↑](#footnote-ref-118)
119. [Ушакова, В. Г. Политическая активность женщин в общественном мнении студенческой молодежи России и Объединенных Арабских Эмиратов: сравнительный анализ / В. Г. Ушакова, К. А. Балан. – 2018. - №2. - С. 116-122](https://womaninrussiansociety.ru/article/ushakova-v-g-balan-k-a-politicheskaya-aktivnost-zhenshhin-v-obshhestvennom-mnenii-studencheskoj-molodezhi-rossii-i-obedinennyx-arabskix-emiratov-sravnitelnyj-analiz-str-116-122/). [↑](#footnote-ref-119)
120. Рябова, Т. Б. Пол власти: гендерные стереотипы в современной российской политике / Т. Б. Рябова. — Иваново. : Иван. гос. ун-т, 2008. - 246 с. [↑](#footnote-ref-120)
121. Вебер, М. Избранные произведения / М. Вебер. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с. [↑](#footnote-ref-121)
122. Трошина, Н. В. Фактор имиджа в российском электоральном процессе : дис. … д-ра полит. наук : 23.00.02 / Н. В. Трошина. - Саратов, 2001. - 209 с. [↑](#footnote-ref-122)
123. Алексеев, Д. Ю. Политическое лидерство в России: основные тенденции / Д. Ю. Алексеев // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. – 2010. - №2. – С. 93-100. [↑](#footnote-ref-123)
124. Федоров, В. В. Новая Россия: действующие лица и исполнители (эволюция российского общественного мнения в 1989‑2014 гг.) / В. В. Федоров // Четверть века после ССР: люди, общество, реформы. - М. : Изд-во Московского университета, 2015. - С. 234‑290. [↑](#footnote-ref-124)
125. ###  Козлов, Д. В. Массовое политическое поведение в современной России в свете концепции ресентимента./ Д. В. Козлов // Полис. Политические исследования. - 2017. - № 1. - С. 85-98.

 [↑](#footnote-ref-125)
126. #  Линецкий, А. И. Момент истины: традиционалистские стереотипы в российской политике / А. И. Линецкий // Полис. Политические исследования. - 2018. - № 1. - С. 62-79.

 [↑](#footnote-ref-126)
127. ###  Дробижева, Л. М. Российская идентичность: дискуссии в политическом пространстве и динамика массового сознания / Л. М. Дробижева // Полис. Политические исследования. - 2018. - № 5. - С. 100-115.

 [↑](#footnote-ref-127)
128. Петухов, В. В. Демократизация российского общества: возможна ли вторая попытка? / В. В. Петухов // Полис. Политические исследования. - 2017. - № 5. - С. 8-23. [↑](#footnote-ref-128)
129. Рейтинг В. В. Путина [Электронный ресурс] // Официальный сайт ВЦИОМ [Сайт]. – Режим доступа: <https://wciom.ru/news/ratings/odobrenie_deyatelnosti_gosudarstvennyx_institutov/> (дата обращения: 12.04.2019) [↑](#footnote-ref-129)
130. Галлямов, А. Р. Лидер и имидж лидера в современном политическом процессе: проблемы концептуализации и медиатизации: дис. … д-ра политю наук : 23.00.02 / А. Р. Галлямов. - Москва, 2003. - 222 с. [↑](#footnote-ref-130)
131. Выборы Президента Российской Федерации [Электронный ресурс] / Сайт Центральной избирательной комиссии [Сайт]. – Режим доступа: <http://vestnik.cikrf.ru/upload/publications/analytics/elPrezident.pdf> (дата обращения: 12.04.2019) [↑](#footnote-ref-131)
132. ###  Тихонова, Н. Е. Соотношение интересов государства и прав человека в глазах россиян: эмпирический анализ / Н. Е. Тихонова // Полис. Политические исследования. - 2018. - № 5. - С. 134-149.

 [↑](#footnote-ref-132)
133. Мякотина, О. В. Имидж политического лидера: тенденции становления и изменения : дис. … д-ра полит. наук : 23.00.02 / О. В. Мякотина. – Москва, 2008. - 207 с. [↑](#footnote-ref-133)
134. [Келлерман, Б](http://webirbis.spsl.nsc.ru/irbis64r_01/cgi/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=CAT_PRINT&P21DBN=CAT&S21STN=1&S21REF=&S21FMT=FULLW_print&C21COM=S&S21CNR=555&S21P01=0&S21P02=1&S21P03=A=&S21STR=%D0%9A%D0%B5%D0%BB%D0%BB%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B0%D0%BD%2C%20%D0%91%D0%B0%D1%80%D0%B1%D0%B0%D1%80%D0%B0). Обновленное лидерство / Б. Келлерман. – Новосибирск : Фонд социо-прогност. исслед. "Тренды", 2005. - 342 с. [↑](#footnote-ref-134)
135. Петухов, В. В. Демократизация российского общества: возможна ли вторая попытка? / В. В. Петухов // Полис. Политические исследования. - 2017. - № 5. - С. 8-23. [↑](#footnote-ref-135)
136. Давыборец, Е. Н. Формирование имиджа лидера современного государства: на примере президентов России и США: дис. … д-ра полит. наук: 23.00.02 / Е. Н. Давыборец. - Санкт-Петербург, 2008. - 195 с. [↑](#footnote-ref-136)
137. [Келлерман, Б](http://webirbis.spsl.nsc.ru/irbis64r_01/cgi/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=CAT_PRINT&P21DBN=CAT&S21STN=1&S21REF=&S21FMT=FULLW_print&C21COM=S&S21CNR=555&S21P01=0&S21P02=1&S21P03=A=&S21STR=%D0%9A%D0%B5%D0%BB%D0%BB%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B0%D0%BD%2C%20%D0%91%D0%B0%D1%80%D0%B1%D0%B0%D1%80%D0%B0). Обновленное лидерство / Б. Келлерман. – Новосибирск : Фонд социо-прогност. исслед. "Тренды", 2005. - 342 с. [↑](#footnote-ref-137)
138. Пользование Интернетом в России [Электронный ресурс] // Официальный сайт ВЦИОМ [Сайт]. – Режим доступа: <https://infographics.wciom.ru/theme-archive/society/mass-media/internet/article/prostory-interneta-dlja-raboty-ili-razvlechenii.html> (дата обращения: 12.04.2019) [↑](#footnote-ref-138)
139. [Ушакова, В. Г. Политическая активность женщин в общественном мнении студенческой молодежи России и Объединенных Арабских Эмиратов: сравнительный анализ / В. Г. Ушакова, К. А. Балан. – 2018. - №2. - С. 116-122](https://womaninrussiansociety.ru/article/ushakova-v-g-balan-k-a-politicheskaya-aktivnost-zhenshhin-v-obshhestvennom-mnenii-studencheskoj-molodezhi-rossii-i-obedinennyx-arabskix-emiratov-sravnitelnyj-analiz-str-116-122/%22%20%5Co%20%22%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%8F%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D1%81%D1%81%D1%8B%D0%BB%D0%BA%D0%B0%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%A3%D1%88%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%92.%20%D0%93.%2C%20%D0%91%D0%B0%D0%BB%D0%B0%D0%BD%20%D0%9A.%20%D0%90.%20%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F%20%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D1%89%D0%B8%D0%BD%20%20%D0%B2%20%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%BC%20%D0%BC%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B8%20%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B9%20%D0%BC%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%B6%D0%B8%20%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8%20%20%D0%B8%20%D0%9E%D0%B1%D1%8A%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D0%90%D1%80%D0%B0%D0%B1%D1%81%D0%BA%D0%B8%D1%85%20%D0%AD%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BE%D0%B2%3A%20%D1%81%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B9%20%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%2C%20%D1%81%D1%82%D1%80.%20116-122). [↑](#footnote-ref-139)
140. Доклад по глобальному индексу гендерного развития за 2018 год Электронный ресурс // Официальный сайт Всемирного экономического форума. – Режим доступа: <http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2018.pdf> (дата обращения: 25.04.2019) [↑](#footnote-ref-140)
141. Собчак обливает Жириновского водой [Электронный ресурс] // Официальный сайт Youtube [Сайт]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=qJUo5l2xaMk> (дата обращения: 01.04.2019) [↑](#footnote-ref-141)
142. Скандал у Соловьева. Дебаты 2018 на России 1 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Youtube [Сайт]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=RKID-brwMME&t=110s> (дата обращения: 01.04.2019) [↑](#footnote-ref-142)
143. Лучшие моменты и скандалы на дебатах 2018 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Youtube [Сайт]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=EaNLjYbjYFI&t=1338s> (дата обращения: 01.04.2019) [↑](#footnote-ref-143)
144. Скандальные дебаты у Соловьева. Собчак и вода VS Жириновский [Электронный ресурс] // Официальный сайт Youtube [Сайт]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=4iIdZ5o51Ys&t=1617s> (дата обращения: 01.04.2019) [↑](#footnote-ref-144)
145. Приложение А. Таблица А1 [↑](#footnote-ref-145)
146. Бодрийяр, Жан. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. - М. : Культурная революция, 2006 – 269 с.  [↑](#footnote-ref-146)
147. Вульф, Н. Миф о красоте. Стереотипы против женщин / Н. Вульф. – Альпина, 2018. – 445 с. [↑](#footnote-ref-147)
148. Гоголева Е. Н. Гендерные стереотипы в телевизионной рекламе как отражение гендерного неравенства // Женщина в российском обществе. - [2019. - № 1](https://womaninrussiansociety.ru/numberarticle/?issue=2019-1). - С. 77-86. [↑](#footnote-ref-148)
149. Казун, А. Сообщения СМИ и результаты кандидатов на выборах президента РФ 2018: Для кого всего важнее региональные новости? / А. Казун, О. Дорофеева // Вестник общественного мнения. – 2018. - № 3-4. – С. 174-183. [↑](#footnote-ref-149)
150. Приложение Б. Таблица Б1 [↑](#footnote-ref-150)
151. Приложение В. Таблица В1 [↑](#footnote-ref-151)
152. Приложение Г. Рисунок Г1 [↑](#footnote-ref-152)
153. Приложение Г. Рисунок Г2 [↑](#footnote-ref-153)
154. Шестопал, Е.Б. Восприятие образов двенадцати ведущих российских политиков (психологический и лингвистический анализ) / Е.Б. Шестопал // Полис. Политические исследования. – 1996. - № 5. - С. 168-191. [↑](#footnote-ref-154)
155. Приложение Д. Рисунок Д1 [↑](#footnote-ref-155)
156. Приложение Д. Рисунок Д2 [↑](#footnote-ref-156)
157. Клецина, И. С. Гендерная социализация / И. С Клецина. – СПб : Издательство РГПУ им. А.И. Герцена, 1998. – 92 с. [↑](#footnote-ref-157)
158. Берн, Ш. М. Гендерная психология. (Секреты психологии) / Ш. М. Берн. - СПб. : прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. – 320 с. [↑](#footnote-ref-158)
159. Приложение Е. Рисунок Е1 [↑](#footnote-ref-159)
160. Приложение Е. Рисунок Е2 [↑](#footnote-ref-160)
161. Женщины и мужчины в России. 2018: Стат. сб. / Росстат. – М., 2018. – 241 с. [↑](#footnote-ref-161)
162. Приложение Ж. Рисунок Ж1 [↑](#footnote-ref-162)
163. Приложение Ж. Рисунок Ж2 [↑](#footnote-ref-163)
164. Проблемы россиян [Электронный ресурс] // Официальный сайт Левады-центра [Сайт]. – Режим доступа: <https://www.levada.ru/2017/08/31/samye-ostrye-problemy-2/> (дата обращения: 16.04.2019) [↑](#footnote-ref-164)
165. Приложение И. Рисунок И1 [↑](#footnote-ref-165)
166. Приложение И. Рисунок И2 [↑](#footnote-ref-166)
167. Отношение россиян к полиции [Электронный ресурс] // Официальный сайт Левады-центра [Сайт]. – Режим доступа: <https://www.levada.ru/2017/11/07/otnoshenie-k-politsii/> (дата обращения: 16.04.2019) [↑](#footnote-ref-167)
168. Приложение К. Рисунок К1 [↑](#footnote-ref-168)
169. Приложение К. Рисунок К2 [↑](#footnote-ref-169)
170. Приложение Д. Рисунок Л1 [↑](#footnote-ref-170)
171. Приложение Л. Рисунок Л2 [↑](#footnote-ref-171)
172. Егорова-Гантман, Е. Политическая реклама / Е. Егорова-Гантман, К. Плешаков. - М. : Центр политического консультирования "Никколо М", 1999. - 240 стр. [↑](#footnote-ref-172)
173. Почепцов, Г. Г. Имиджелогия / Г.Г. Почепцов. – Киев : Ваклер, 2006 . – 574 с. [↑](#footnote-ref-173)
174. ###  Тихонова, Н. Е. Соотношение интересов государства и прав человека в глазах россиян: эмпирический анализ / Н. Е. Тихонова // Полис. Политические исследования. - 2018. - № 5. - С. 134-149.

 [↑](#footnote-ref-174)
175. Петухов, В. В. Демократизация российского общества: возможна ли вторая попытка? / В. В. Петухов // Полис. Политические исследования. - 2017. - № 5. - С. 8-23. [↑](#footnote-ref-175)
176. Дробижева, Л. М. Российская идентичность: дискуссии в политическом пространстве и динамика массового сознания / Л. М. Дробижева // Полис. Политические исследования. - 2018. - № 5. - С. 100-115. [↑](#footnote-ref-176)
177. Попова О. В. Политическое поведение российской молодежи: репертуар тактик и реальные действия / О. В. Попова // Вестник СПбГУ. Сер. 6. – 2016. – Вып. 1. – С. 15-27. [↑](#footnote-ref-177)
178. Давыборец, Е.Н. Формирование имиджа лидера современного государства: на примере президентов России и США: дис. … д-ра полит. наук: 23.00.02 / Е. Н. Давыборец. - Санкт-Петербург, 2008. - 195 с. [↑](#footnote-ref-178)
179. Дзялошинский, И. М. Коммуникативная природа имиджа, репутации, бренда / И. М. Дзялошинский // PR-Линия. - 2008. - № 2. - С. 6-8. [↑](#footnote-ref-179)
180. Ильясов, Ф. Н. Политический маркетинг, или Как «продать» вождя / Ф. Н. Ильясов // Полис. Политические исследования. - 1997. - № 5. - С. 99-106. [↑](#footnote-ref-180)
181. Селиверстова, А. Имидж политического лидера: создание, внедрение, актуализация / А. Селиверстова // Власть. – 2011. - №1. – С. 71-74. [↑](#footnote-ref-181)