

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования «Кубанский государственный университет»  
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

*На правах рукописи*

*Николаева*

**НИКОЛАЕВА МАРИЯ ВИТАЛЬЕВНА**

**РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ В ПУБЛИЧНОМ  
ОНЛАЙН-ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

Специальность 5.5.2 - Политические институты, процессы и технологии

Диссертация на соискание ученой степени  
кандидата политических наук

Научный руководитель:  
Гнедаш Анна Александровна  
кандидат политических наук, доцент

Краснодар 2022

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 Теоретико-методологические основы исследования репрезентаций политических субъектов в публичном пространстве	31
1.1 Политические субъекты в современных социальных исследованиях: содержание и подходы в российской и зарубежной политической науке	31
1.2 Публичное онлайн-пространство как поле политических практик: теория и методология исследования	46
1.3 Модель репрезентации политических субъектов в онлайн-пространстве: структурные компоненты	76
2 Практики репрезентации политических субъектов в публичном онлайн-пространстве современной России	104
2.1 Политические репрезентации государственных лидеров: кейс-стади президента РФ В.В. Путина	104
2.2 Репрезентации региональных лидеров: кейс-стади губернатора Краснодарского края В.И. Кондратьева	128
2.3 Репрезентации оппозиционных политиков: кейс-стади А.А. Навального* и С.И. Фургала	144
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	164
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	170
ПРИМЕЧАНИЯ	195
ПРИЛОЖЕНИЕ А Сетевые графы «Психологические и гендерные характеристики политических субъектов»	196
ПРИЛОЖЕНИЕ Б «Репрезентации политических субъектов в социальных медиа»	212

## ВВЕДЕНИЕ

### **Актуальность темы диссертационного исследования.**

Проникновение Интернет-технологий в сферу политики происходит быстрыми темпами и в разных траекториях: по данным Internet World Stats за 2022 год из более 145,9 миллионов жителей нашей страны 129,8 миллионов являются Интернет-пользователями<sup>1</sup>, что составляет 89 % от общего числа граждан. Процессы интернетизации вторгаются в сферу политики намного быстрее, чем реализуются попытки исследовать и изучить влияние Интернета на политические процессы, выработать теоретико-методологическую парадигму и интерпретировать данные процессы в науке. Массовый доступ к Интернету не только обеспечил население технологическим прорывом во всех областях их жизнедеятельности, но и создал проблемное поле для социально-гуманитарных исследований – новое социальное пространство, в котором реализуются политические, социальные, психологические и экономические практики. Появление Интернета произвело фундаментальные изменения в обществе, в жизни каждого государства и отдельно взятого человека. Междисциплинарность исследований Интернет–пространства обоснована его признанием как социального института, наделенного всеми институциональными признаками и значениями.

Единодушными оказываются исследователи, которые указывают на высокий уровень трансформации общественно–политических отношений под влиянием онлайн-пространства, утверждая, что динамика изменений настолько интенсивна, что нуждается в междисциплинарном анализе и прогнозе. В онлайн-пространстве социально-политические практики обретают новый мобилизационный потенциал и начинают влиять на политические институты, процессы и технологии в офлайн-пространстве, что

---

<sup>1</sup> Интернет в России в 2022 году: самые важные цифры и статистика [Электронный ресурс]. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-v-rossii-v-2022-godu-samy-e-vazhnye-cifry-i-statistika/> (Дата обращения: 03.09.2022)

определяет актуальность данной работы, которая основывается на симбиозе политологических и медиа-теорий.

Глобальность процессов цифровизации политической сферы привела к тому, что политические технологии и процессы оказываются под воздействием закономерностей онлайн-пространства, которое расширяет границы взаимодействия всех политических субъектов в целом. Понятие политического субъекта усложняется с каждым десятилетием, и это характеризует данную категорию как динамично развивающийся феномен, который с появлением онлайн-пространства не может существовать независимо от него.

В настоящее время политические субъекты стали полноценными акторами публичного онлайн-пространства и могут выражать свою политическую позицию и осуществлять социально-политическое действие. Однако, в современной политологической науке не до конца сформировался категориальный аппарат, который в полной мере позволил бы описывать и исследовать политические феномены, происходящие в онлайн-пространстве. Именно поэтому в данной работе мы вводим и фундируем новое для политологии понятие «репрезентация политических субъектов в онлайн-пространстве». Репрезентация политических субъектов в онлайн-пространстве включает процесс позиционирования, восприятия и обратной связи. Постоянное движение этого цикла позволяет говорить, что процесс репрезентации в онлайн-пространстве (в отличие от репрезентаций в офлайн-пространстве) недостаточно изучен с научной точки зрения, но давно происходит в контексте политических технологий, применяемых политическими субъектами.

Теоретическое обоснование концепта «репрезентация политического субъекта», предложенное в данной диссертационной работе, позволит применить синтетический метод к анализу российской публичной политики, что даст возможность не только объяснить новые социально-политические явления, происходящие в онлайн-пространстве, но и определить вектор

изучения политических институтов, процессов и технологий в совершенно новом сформированном поле политических практик.

**Степень научной разработанности проблемы.** Предложенная нами модель репрезентации политических субъектов в онлайн-пространстве находится на стыке различных исследовательских направлений социальных наук, что потребовало объяснения данного явления в поле научной политологии, а также осмысления и обобщения исследований зарубежных и отечественных ученых, выполненных в рамках междисциплинарных социогуманитарных исследований.

Изначально мысли о том, что государство должно обеспечивать публичность политических процессов, открытость и всенародную свободу были аргументами немецких философов И. Канта<sup>1</sup> и Г. Гегеля. Так, Г.Гегель утверждал, что «публичность обеспечивает государству его потребность в чиновниках и вместе с тем представляет собой единственное условие, которое гарантирует каждому гражданину возможность посвятить себя всеобщему сословию»<sup>2</sup>.

Основа публичности политических процессов и интеракций политических субъектов – коммуникационная среда, которая теоретически и практически описана Ю. Хабермасом в работах «Структурная трансформация публичной сферы» и «Теория коммуникативного действия»<sup>3</sup>. Его принято считать одним из основоположников теоретической разработки концепта «публичная сфера», которая также была описана Х. Арндт, доказавшей, что публичность – важнейший компонент развития человечества в целом. Универсальное понимание публичной сферы как коммуникативно-деятельностного пространства также было раскрыто в работах Х. Арндт<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Кант И. Ответ на вопрос «Что такое Просвещение?» // Кант И. Сочинения: в 6 т. М.: Мысль, 1966. Т. 6.

<sup>2</sup> Гегель Г. Философия права. М.: Наука, 1990

<sup>3</sup> Habermas J. Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der Bürgerlichen Gesellschaft. Frankfurt, 1962.; Habermas J. Theorie des kommunikativen Handelns. Frankfurt, 1981. Bd. 2. S. 258.

<sup>4</sup> Арндт Х. Vita active, или О деятельности жизни. СПб.: Алетейя, 2000.

Изучением фундаментальных проблем коммуникативной природы политических процессов и технологий занимались ряд зарубежных учёных (П. Лазарсфельд, Г. Лассуэл, П. Норрис, К. Санстейн, Ж.-П. Шварценберг)<sup>1</sup>. Изменения политической коммуникации в контексте концепции информационного общества, отражены в работах таких исследователей, как Д. Бэлл, И. Масуда и Н. Негропonte<sup>2</sup> в XX в.

Репрезентация политических субъектов рассматривается в рамках нашего исследования как совокупность политических технологий, способных мобилизовать граждан и учитывать их интересы. Философские обоснования термина «репрезентация» отражаются в смысле представительности и платежеспособности римлян – «репрезентировать» значит «осуществлять присутствие». Особенность данной коннотации состоит в том, что состоятельность процесса репрезентации актуально только в контексте юридического представительства<sup>3</sup>. Эпистемологически понятие «репрезентация» означает представление познаваемого явления с помощью посредников (моделей, символов, знаковых, языковых, логических и математических систем). Американский философ М. Вартофский исследовал натуралистическую трактовку восприятия и определил, что репрезентация – это не просто сходство с отображением. Речь идет об «адекватности репрезентаций перспективы», которая выступает критерием восприятия<sup>4</sup>. М. Хайдеггер вкладывает в понятие репрезентация доступность к повседневной жизни посредством специального языка, определенный результат интерпретативной и рефлексивной деятельности<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Lasarsfeld P., Berelson B., Guadet H. The People's Choice. How Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign. New York-London, 1969; Lasswell H. The Structure and Function of Communication in Society / The Process and Effects of Mass Communication. Chicago, 1971; Norris P. Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide. Cambridge University Press, 2001; Sunstein C. Republic.com. Princeton, 2001; Шварценберг Р. Ж. Политическая социология: В 3 т. М., 1992.

<sup>2</sup> Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 1999; Масуда И. Компьютоутопия // Философская и социологическая мысль. 1993. № 6. С.12-15; Negroponte N. Being Digital. New York, 1995.

<sup>3</sup> Гадамер Х.Г. Истина и метод: Основы философской герменевтики. 1988.

<sup>4</sup> Вартофский М. Модели: Репрезентация и научное понимание. М., 1988.

<sup>5</sup> Хайдеггер М. Что значит мыслить? // Хайдеггер М. Разговор на проселочной дороге. М., 1991.

В социологическом поле понятие репрезентация функционирует в семиотическом дискурсе и выступает контекстуальным понятием «референция», то есть «репрезентировать – это всегда указывать, представлять, символизировать»<sup>1</sup>. В искусствоведении данное понятие связывается с изобразительным искусством, которое отражает культурологический подход к визуальной интерпретации различных окружающих субъектов<sup>2</sup>.

Политический дискурс, посвященный понятию «репрезентация», сформирован работами Дж. Мэнсбриджа, Х. Питкин, Э. Рефелда, М. Саварда, Н. Урбинати<sup>3</sup>.

Процесс репрезентации политических субъектов представляет собой создание коммуникативной среды, которая предполагает взаимодействие пользователей, среди которых граждане и политические субъекты. Базовой объяснительной моделью данного процесса является циркулярная модель коммуникации (Ч. Осгуд; У. Шрамм)<sup>4</sup>, которая предполагает, что субъекты коммуникации – отправитель (кодировщик) и получатель (декодировщик и интерпретатор) – постоянно меняются ролями благодаря обратной связи<sup>5</sup>.

Среди современных исследований политической коммуникации, рассматривающих её сетевые аспекты, выделяются работы таких авторов, как Б. Барбер, Р. Дэвис, С. Колеман, Д. Тапскот<sup>6</sup>. Среди российских учёных можно выделить С.В. Володенкова, М.Н. Грачева, И.М. Дзялошинского,

---

<sup>1</sup> Нельсон Г. Способы создания миров. М.: ЛогоS, Идея-Пресс, Праксис, 2001. 376 с.

<sup>2</sup> Беньямин В. Краткая история фотографии. М.: Ад Маргинем Пресс, 2013.

<sup>3</sup> Mansbridge J. Clarifying the Concept of Representation // *American Political Science Review*. 2011. № 105(3). P.621-630; Pitkin H.F. *The Concept of Representation*. Berkeley, CA: University of California Press, 1967; Saward M. *The Representative Claim*. Oxford: Oxford University Press, 2010.

<sup>4</sup> Осгуд Ч., Суси Дж., Танненбаум П. Приложение методики семантического дифференциала к исследованиям по эстетике и смежным проблемам // *Семиотика и искусствометрия*. М., 1972. С. 46-48; Шрам У. Как работает связь. Обработка и эффекты массовой коммуникации. Urbana: University of Illinois Press, 1954. - 58 с.

<sup>5</sup> Ярцева Н.В., Ярцев В. С. Метод Чарльза Осгуда в автоматизированном мониторинге медиа // *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*. 2017. № 5. С. 49-62.

<sup>6</sup> Barber B. The uncertainty of digital politics: Democracy's uneasy relationship with information Technology // *Harvard International Review*. 2001. № 23. P. 42–48; Coleman S. New mediation and direct representation: reconceptualizing representation in the digital age // *New Media Society*. 2005. Vol. 7. №. 2. P. 177-198; Дэвис Р. Сеть политики: влияние Интернета на американскую политическую систему // *Актуальные проблемы Европы. Средства массовой информации и демократия в современном мире: сб. статей и*

А.В.Курочкина, О.Ю. Малинову, В.Н. Панина, С.П. Поцелуева, А.И. Соловьёва, Л.Н. Тимофееву<sup>1</sup>. Отдельно стоит выделить Ярославскую научную школу под руководством доктора политических наук А.В.Соколова, в которой на протяжении десятилетия исследовались институциональные концепции взаимодействия политических субъектов, гражданского общества, сетевых молодежных сообществ в условиях протестной реальности, формируемой в онлайн-пространстве<sup>2</sup>.

Попытки рассмотреть Интернет-пространство в институциональной парадигме предпринимали А.В. Жабров И.В. Нестерова, Г.Ю. Никипорец-Такигава<sup>3</sup>, однако в их работах не приводится теоретическое обоснование институционализации политических процессов в Интернет-среде.

Исследованием вербальных, невербальных и визуальных характеристик политических субъектов и власти в целом более 25 лет

---

рефератов. М.: РАН ИНИОН, 2002; Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество: плюсы и минусы сетевого интеллекта. Киев: ITN Пресс, 1999.

<sup>1</sup> Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. М.: Издательство Московского университета; Проспект. 2015. С.132-148; Грачев М.Н. Политика: коммуникационное измерение. Тула: Изд-во Тул. гос. пед. ун-та им. Л. Н. Толстого, 2011. 172 с.; Дзялошинский И.М. Гражданские коммуникации в системе коммуникационного пространства: к постановке вопроса // Коммуникативное пространство: измерения, пределы, возможности. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010. С. 168–176; Курочкин А.В. Социальные сети как инструмент политической мобилизации: опасность манипуляции и пределы демократии // Политэкс: Политическая экспертиза. 2012. Т. 8. № 3. С. 200–207; Малинова О.Ю. Символическое пространство современной политики. Основные тенденции трансформации публичной сферы // Публичная политика в современной России: субъекты и институты: сб. ст. М., 2006. С. 60–71; Панин В.Н. «Цветные» революции как продукт информационно-коммуникативных технологий: аспекты «эволюции» «классических» революций // Современная наука и инновации. 2019. С.181-186; Поцелуев С.П. Диалоги и парадиалог как формы дискурсивного взаимодействия в политической практике коммуникативного общества: дис. д-ра полит. наук. Ростов н/Д., 2010. 477 с.; Соловьев А.И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // ПОЛИС. Политические исследования. 2002. № 3. С. 5–18; Тимофеева Л.Н., Рябченко Н.А., Малышева О.П., Гнедаш А.А. Цифровая социально-политическая повестка дня и ее осмысление в условиях новой медиаэкологии // Полис. Политические исследования. 2022. № 2. С. 37-51. <https://doi.org/10.17976/jpps/2022.02.04>; Тимофеева Л.Н. Политическая коммуникативистика: проблемы становления // ПОЛИС. Политические исследования. 2009. № 5. С. 55–67; Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика / под ред. Л.Н. Тимофеевой. М.: РОССПЭН, 2012. 327 с.

<sup>2</sup> Фролов А. А., Соколов А. В., Гребенко Е. Д. Политическая активность и лояльность современной молодежи // PolitBook. 2021. №. 4. С. 6-20; Соколов А. В., Палагичева А. В. Особенности политической демобилизации граждан в современной России // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 2021. Т. 15. №. 2. С. 82-95.

<sup>3</sup> Никипорец-Такигава Г.Ю. Интернетизация политического пространства на примере России. дис.д-ра полит.наук.735 с.; Жабров А.В. Институционализация российского президентализма как фактор повышения легитимности политической власти: дис.канд. полит. наук. Тула, 2013. 203 с.; Нестерова И.В. Институционализация патерналистского авторитаризма в Респубиках Центральной Азии: дис. канд. полит. наук. Саратов, 2010. 225 с.



занимается профессор МГУ Е.Б. Шестопал<sup>1</sup>. К этой же проблематике относятся работы И.В. Самаркиной<sup>2</sup>, исследующей политическую картину мира от бессознательных установок до стереотипизации политических субъектов, которые сравниваются с политическими установками, образами, идеями.

Следующий блок работ связан с прямыми исследованиями онлайн-пространства в политологическом ракурсе. Инновационные идеи об условиях сетевизации политико-управленческих практик в онлайн-пространстве рассматривают И.В. Мирошниченко, О.М. Михайленок, Е.В. Морозова, Н.А.Рябченко, Л.В. Сморгунов<sup>3</sup>. Также важны работы Г.Л. Акопова, И.А.Быкова, А.А.Вартумяна, А.В. Волковой, Ю.В. Ирхина, А.В. Курочкина, О.В. Михайловой, А.С. Шерстобитова<sup>4</sup>, в которых исследуются институциональные стратегии политических субъектов в онлайн-пространстве. Работы В.В. Васильченко, Н.В. Гришина, Д.А. Лурье<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Шестопал Е.Б. Проект длиною в четверть века. Исследование образов власти и лидеров в постсоветской России (1993-2018) // Полис. Политические исследования. 2019. № 1. С. 9-20.

<sup>2</sup> Самаркина И.В. Политическая картина мира: опыт концептуализации и интерпретации // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2013. № 3. С. 117 – 127.

<sup>3</sup> Михайленок О.М. Проблемы и перспективы сетевого подхода в исследовании социально-политических отношений // Россия и политический порядок в меняющемся мире: ценности, институты, перспективы. 2021. С. 339-340; Морозова Е.В., Мирошниченко И.В. Сетевые сообщества в условиях чрезвычайных ситуаций: новые возможности для граждан и для власти // Полис. 2011. №1. С. 141-153; Рябченко Н.А., Мирошниченко И.В. Институционализация публичной политики в online-пространстве современной России. Краснодар, 2012; Рябченко Н.А. Online социальные сети в публичной политике: семь мостов Египта // Человек. Сообщество. Управление. № 4. С. 38-53; Сморгунов Л.В. Государство и политика модернизации // Вестник философии и социологии КГУ. 2010. № 2. С. 132-139.

<sup>4</sup> Акопов Г.Л. Интернет и политика. Модернизация политической системы на основе инновационных политических технологий. М.: Кнорус, 2014. 240 с.; Быков И.А. Сетевая политическая коммуникация: теория, практика и методы исследования. СПб.: ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2013. С. 10–11; Вартумян А.А., Шебзухова Т.А., Клименко И.С. Формальные модели, как инструментальное средство в политологических исследованиях // Современная наука и инновации. 2019. С.283-291; Волкова А.В. Механизмы "умного регулирования" в публичной политике современной России: расширение гражданского участия // Человек. Сообщество. Управление. 2017. Т. 18. № 3. С. 37-52; Ирхин Ю.В. Сетевые подходы в политике и технология блокчейна // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 2. С. 38–49; Курочкин А.В., Шерстобитов А.С. Политика и государственное управление в условиях сетевого общества / С.-Петербург. гос. ун-т. СПб.: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та, 2012. 151 с.; Михайлова О.В. Современное государственное управление в условиях виртуализации и расширения сетевого ландшафта публичной политики, Вестник Московского университета. Серия 21: Управление (государство и общество). 2019. №4. С. 23-39. Шерстобитов А.С., Бряннов К.А. Технология политической мобилизации в социальной сети «ВКонтакте»: сетевой анализ протестного и провластного сегментов // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение: Вопр. теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 10. Ч. 1. С. 196-202.

<sup>5</sup> Васильченко В.В. Влияние интернет-коммуникаций на активизацию протестных движений молодежи в современной России: дис. канд. полит. наук. М., 2017. 161 с.; Гришин Н.В. Институционализация государственной электоральной политики // ПОЛИТЭКС. Партийная и электоральная системы. 2015. №1. С. 89-107; Лурье Д.А. Интернет-участие граждан в политике как механизм

посвящены политическому онлайн-активизму в контексте избирательных процессов. Н.А. Баранов занимается вопросами изучения популистских стратегий в современной политике, проблемами интернетизации и цифровизации политического пространства<sup>1</sup>.

Э.И. Авзалова, П.Н. Карпов, С.С. Малиновский<sup>2</sup> в своих исследованиях отражают общую специфику Рунета. В частности, Д.И. Писарчук<sup>3</sup> анализирует сетевые политические субъекты; И.А. Бронников, В.В. Пашинская, А.В. Садилова, Е.А. Соловьева описывают процессы коммуникации между политическими субъектами и гражданами в онлайн-пространстве<sup>4</sup>. Региональный аспект исследования политического процесса был изучен А.В. Глуховой, А.И. Кольбой, А.В. Соколовым<sup>5</sup>, которые в своих работах обращают внимание на конфликтогенный потенциал государственных и негосударственных сетевых акторов.

Мобилизационный потенциал сетевых сообществ, которые формируются посредством репрезентации политических субъектов в онлайн-пространстве, рассматривался в работе «Что такое социальный капитал?» Ф.Фукуямы<sup>6</sup>. Позже данную проблематику в контексте российских реалий

---

взаимодействия государства и гражданского общества в современной России: дис. канд. полит. наук. М., 2011. 222 с.

<sup>1</sup> Баранов Н.А. Возрождение популизма: европейский опыт и российские практики // Вестник СПбГУ. Сер. 6. 2015. С.25-36.

<sup>2</sup> Авзалова Э.И. Интернет-коммуникации как формы гражданского влияния на принятие политико-управленческих решений в России: дис. канд. полит. наук. Казань, 2015. 218 с.; Карпов П.Н. Интернет как средство политической коммуникации в России: дис.канд. полит. наук. М., 2013. 167 с.; Малиновский С.С. Политическая коммуникация в Рунете как фактор российского политического процесса: дис.канд. полит. наук. М., 2013. 195 с.

<sup>3</sup> Писарчук Д.И. Технологии создания и продвижения сетевого партийного бренда в условиях современной демократии: дис. канд. полит. наук. М., 2016. 192 с.

<sup>4</sup> Бронников И.А. Особенности сети интернет как формы политической коммуникации: дис. канд. полит. наук. М., 2011. 216 с.; Пашинская В.В. Политическая интернет-коммуникация – технология оптимизации демократических процессов: дис. канд. полит. наук. Ростов н/Д., 2016. 160 с.; Садилова А.В. Технологии взаимодействия власти и общества в Интернет-практиках в 2000-е годы: дис.канд. полит. наук. М., 2017. 173 с.; Соловьева Е.А. Информационное противоборство в сети Интернет: политологический анализ: дис. канд. полит. наук. Пятигорск, 2011. 215 с.

<sup>5</sup> Глухова А.В., Кольба А.И., Соколов А.В. Стратегии взаимодействия территориальных сообществ в ходе городских конфликтов (на материалах экспертного опроса в крупных региональных центрах РФ) // Журнал исследований социальной политики. 2021. Том 19. № 2. С. 239-252.

<sup>6</sup> Фукуяма Ф. Что такое социальный капитал? [Электронный ресурс]. URL: <http://root.elima.ru/texts/?id=477> (дата обращения: 03.09.2022).

рассматривали И.А. Быков, А.Г. Восканян, Г.С. Мельник Р.И. Шарапов<sup>1</sup>. Сетевой и лингводискурсивный анализ процессов мобилизации сетевых сообществ провели А.А. Гнедаш, В.В. Катермина, О.П. Малышева, Н.А. Рябченко<sup>2</sup>, предложившие модель анализа социального действия, которое продуцируется в онлайн-пространстве, а в конечном счете осуществляется в офлайн-пространстве и задает вектор развития социально-политических систем в целом.

Таким образом, рассмотрев степень научной разработанности, мы выделили направления исследований, в рамках которых комплексно анализируются понятия публичной политики, онлайн-пространства, политических технологий, а также изучается восприятие политических образов гражданами. На основании проведенного анализа основных направлений исследований отметим недостаточное количество работ, посвященных анализу деятельности политических субъектов в онлайн-пространстве, и в частности, её аспектам, связанным с репрезентацией. Остается малоизученной проблематика «репрезентации» как политической категории, способной отражать специфику политических субъектов в онлайн-пространстве, а также как способности мобилизовать ресурсы сетевых сообществ и политических субъектов для совершения социально-

---

<sup>1</sup> Быков И.А. Интернет-технологии в избирательной кампании Барака Обамы // Вестник Пермского государственного университета. 2010. № 1. С. 48-58; Восканян А.Г. Почта Ю.М. Значимость коммуникационных средств Интернета в современной политике // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2013. С. 79-97; Мельник Г.С. СМИ в мобилизационных технологиях // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: матер. 51-й междунар. науч.-практ. конф. 2012 г. С. 341; Шарапов Р. И. Мобильный интернет как инструмент политической мобилизации // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2017. С. 20-27.

<sup>2</sup> Рябченко Н.А., Гнедаш А.А., Малышева О.П., Катермина В.В. Управление политическим контентом в онлайн-пространстве современных государств: как Twitter не позволил Д. Трампу выиграть президентские выборы в 2020 г. // Политическая наука. 2021. № 4. С. 135–160. DOI: <http://www.doi.org/10.31249/poln/2021.04.06>; Рябченко Н.А., Катермина В.В., Гнедаш А.А., Малышева О.П. Политический контент социальных движений в online-пространстве современных государств: методология анализа и исследовательская практика // Южно-российский журнал социальных наук. 2018. Т. 19. № 3. С. 139–162. DOI: <http://www.doi.org/10.31429/26190567-19-3-139-162>; Рябченко Н.А., Малышева О.П., Гнедаш А.А. Управление политическим контентом в социальных сетях в период предвыборной кампании в эпоху постправды // Полис: Политические исследования. 2019. №. 2. С. 92–106. DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.17976/jpps/2019.02.07>; Рябченко Н.А., Малышева О.П., Катермина В.В., Гнедаш. А.А. Модель коммуникации "говорящий – слушающий" в условиях цифровизации лингвистического поворота: опыт сетевого и лингводискурсивного анализа контента видеохостинга "Youtube" // Политическая лингвистика. 2021. № 1 (85). С. 81–94. DOI: [https://doi.org/10.26170/1999-2629\\_2021\\_01\\_07](https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_01_07).

политического действия как онлайн, так и офлайн. Существует теоретическая и практическая потребность в изучении понятийной лакуны на основе проведенных прикладных исследований и комплексном теоретическом анализе понятия «репрезентация».

**Объектом исследования** выступает публичное онлайн-пространство современной России.

**Предмет диссертационной работы** – процессуальные и структурные характеристики, технологии и особенности репрезентаций политических субъектов в публичном онлайн-пространстве современной России.

**Цель исследования** состоит в определении структурных элементов процесса репрезентации политических субъектов в онлайн-пространстве современной России, а также в выделении и обосновании последовательных этапов процесса репрезентации политических субъектов.

Задачи диссертационного исследования:

1) раскрыть содержание теоретико-методологических подходов в российской и зарубежной политической науке к исследованию политических субъектов;

2) охарактеризовать публичное онлайн-пространство как актуальное и современное поле политических практик традиционных политических субъектов;

3) разработать модель политических репрезентаций как теоретическую призму исследования политических процессов;

4) апробировать разработанную модель репрезентаций политических субъектов; в результате апробации охарактеризовать этапы процесса репрезентаций государственных лидеров на примере практик Президента РФ В.В. Путина и выделить особенности политических репрезентаций субъектов данного уровня;

5) определить и охарактеризовать основные составляющие процесса репрезентации региональных лидеров в онлайн-пространстве современной

России на примере практик губернатора Краснодарского края В.И.Кондратьева;

б) выявить и обосновать процессуальные и структурные характеристики процесса репрезентации оппозиционных политиков А.А.Навального\*<sup>1</sup> и С.И. Фургала.

**Гипотеза** исследования заключается в предположении о том, что в онлайн-пространстве происходит упорядоченная последовательность действий/взаимодействий политических субъектов с использованием визуальных, вербальных, невербальных и контекстных политических технологий, называемых репрезентацией. Репрезентация – это политический процесс, включающий ряд политических технологий, констатирующий развитие публичной политики в России, а также термин, нуждающийся в концептуальном обосновании в контексте политологической парадигмы в целом. В процессе репрезентации политические субъекты способны артикулировать и агрегировать интересы, создавать нужное восприятие образа и деятельности, а также рекрутировать и мобилизовать сетевые сообщества институциональных и неинституциональных политических субъектов и обычных пользователей на социально-политическое действие (либо бездействие / противодействие).

**Хронологические рамки исследования** – с 2010-х гг. по 2021 г. Нижняя граница хронологического периода определяется актуализацией онлайн-пространства как нового (и по значимости становящегося равным офлайн-пространству) поля политических практик; верхняя граница определена 2021 г. как годом, предшествующим крупнейшим турбулентным событиям в мировой практике в 2022 г.

**Теоретико-методологические основания** исследования соответствуют предмету, цели и поставленным задачам. В качестве теоретической основы диссертации используется теория социального

---

<sup>1</sup> Здесь и далее \* означает, что Алексей Навальный внесен в перечень экстремистов и террористов РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fedsfm.ru/documents/terrorists-catalog-portal-act> (дата обращения 03.09.2022).

пространства, автором которой является П. Бурдьё<sup>1</sup>, согласно которому социальное пространство – это структура социальных позиций, а не геометрическое обоснование предметной субъектности, которая может располагаться на системе координат. Конструирование социального пространства строится на социальных отношениях – это одно из необходимых условий для взаимодействия индивидуальных и коллективных агентов. Агенты имеют свойства силы и власти, и эти макропеременные обозначаются П. Бурдьё как «капитал». По своей природе они необходимы для построения социального пространства. Такой подход ученый объясняет самим устройством социального пространства, где между субъектами, имеющими близкие и сходные позиции, как правило, имеются совпадения в политических взглядах, ценностях, интересах, установках и когнитивных представлениях. «Социальная реальность» является пространством для восприятия и анализа существующих в нем субъектов. Каждый субъект занимает определенную позицию в социальном пространстве, которая характеризуется интересами и габитусом в качестве моделей восприятия и оценки, как результат деятельности субъекта, обусловленного занимаемой позицией. Габитус представляет собой систему восприятия и оценки сконструированных в определенном социальном пространстве субъектов, которые продуцируют образцы поведения. Каждый социальный субъект соотносится с определенной социальной категорией, обладающей детерминированными социальными условиями, исходящими из определенных символов, взглядов, предпочтений.

Вторым теоретическим основанием стал сетевой подход М. Кастельса и исследователей, работающих в данной сетевой парадигме. По мнению М. Кастельса трансформационные изменения коснулись публичной политики, так как она функционирует по принципам сетевого взаимодействия граждан,

---

<sup>1</sup> Бурдьё П. Социальное пространство и генезис «классов» // Вопросы социологии. 1992. № 1. С.17-33.

основанных на информационно-коммуникационных технологиях<sup>1</sup>. История развития Интернета в рамках теории М. Кастельса<sup>2</sup> показывает, что сотрудничество и свобода информации могут способствовать возникновению нововведений намного больше, чем конкуренция и право собственности. Важнейшим тезисом, выдвигаемым М. Кастельсом, является его уверенность в том, что репрезентация публичной политики и действующих в ней политических субъектов предполагает наличие современных информационно-коммуникационных технологий, таких как онлайн-пространство, способного обеспечить виртуальный имидж. Согласно сетевой методологии И.В. Мирошниченко и методикам исследования онлайн-пространства Н.А. Рябченко в диссертации была проанализирована сетевая публичная политика и онлайн-пространство. Подходы данных авторов не только определили научные тренды в социально–политических исследованиях, но и расширили научное представление о социальных сетях, социальных сообществах и акторах, способных формировать конструктивный потенциал для демократического участия и гражданского сотрудничества между политическими субъектами и гражданами.

Третье и четвертое основание – циркулярная модель коммуникации, автором которой является У. Шрамм и структурно-функциональная модель политического процесса Г. Алмонда.

У. Шрамм обосновал модель коммуникации с учетом обратной связи между отправителем и получателем информации. Его теоретические разработки предполагают постоянную смену ролей между теми, кто является отправителем и получателем информации, так как обратная связь гарантирует циркуляцию информации между субъектами коммуникации.

Для построения модели репрезентации политических субъектов в публичном онлайн-пространстве нами была критически осмыслена и

---

<sup>1</sup> Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. О.И. Шкаратана. Москва: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.

<sup>2</sup> Castells M. Galaxy Internet: reflections on the Internet, business and society / transl. from English by A. Matveyev, ed. by V. Kharitonov. Ekaterinburg: U-Factory, 2004. 328 p.

дополнена структурно-функциональная модель политического процесса Г. Алмонда. Концептуальные основания данной модели содержатся в структуре политического процесса, представленного автором как совокупности таких компонентов как система, процесс и управление. Качественное содержание каждого из компонентов отражает этапы модели репрезентации политических субъектов за исключением компонентов, не включенных в Интернет-пространство, и не отвечающих требованиям современного онлайн-пространства.

В исследовании также использовался критический дискурс-анализ как один из методов критической дискурсивной теории, разработанной нидерландским лингвистом Теном ван Дейком. В современном политическом контексте репрезентация была исследована с позиции качественного научно-методологического аппарата, способного раскрывать дискурсивные и идеологические импликации со стороны власти и политических субъектов. Критическая политическая лингвистика, в центре которой стоят социальные проблемы, выходит за пределы речевых и текстовых инструментов, оформляясь в научную методологию, способную применять критическую теорию для анализа взаимодействия власти, элиты, политических субъектов и граждан в контексте манипуляций и идеологических гегемоний.

**Методы сбора и анализа данных.** Изучение репрезентаций политических субъектов в онлайн-пространстве осуществлялось с использованием общенаучных методов познания и институциональной методологии. Для анализа технологий позиционирования политического субъекта и апробации разработанной нами модели репрезентации был использован лингводискурсивный анализ, визуальный анализ, социологический метод сбора больших данных, составляющих контент онлайн-пространства (социальные платформы, блоги, видеохостинги).

Метод семантического дифференциала применялся для исследования обратной связи и оценки эффективности процесса репрезентаций



политических субъектов. Благодаря разработанному инструментарию, который включал два направления в изучении семантических пространств политических субъектов по предложенной 10-бальной шкале, мы проанализировали процессы восприятия и оценивания политических субъектов. Оценочная шкала имела два противоположных полюса для выявления тенденций в восприятии политических субъектов, определения процессов и технологий, связанных с субъективными и объективными представлениями граждан.

Сетевой анализ политических субъектов, выполненный на втором этапе, после количественного метода семантического дифференциала, а также построение социальных графов, сформировали модели сетевой визуализации данных, отразивших восприятие политических субъектов пользователями. Данное исследование проводилось с 2019 года с периодичностью один раз в год для анализа вербальных, невербальных, визуальных, текстовых и контекстуальных технологий репрезентации политических субъектов.

Метод кейс-стади был использован для определения структурных элементов процесса репрезентации политических субъектов в онлайн-пространстве современной России, а также для выделения и обоснования последовательных этапов процесса репрезентации политических субъектов. Обоснованность выбранных нами политических субъектов диктуется теоретическими концептами, предложенными А. Лейпхартом<sup>1</sup>. Они соответствуют предложенной со-общественной модели демократии, которая объясняет сложные политические процессы в многосоставных обществах, к которым относится и Россия. Многосоставность общества принято ассоциировать с сегментарными противоречиями, которые существуют у людей с разными политическими взглядами. «Политические противоречия в целом совпадают с линиями социального раздела общества, в особенности с

---

<sup>1</sup> Лейпхарт А. Многосоставные общества и демократические режимы [Электронный ресурс]. URL: [http://www.civisbook.ru/files/File/Leiphart\\_1992-\\_1.pdf](http://www.civisbook.ru/files/File/Leiphart_1992-_1.pdf) (дата обращения: 23.09.2022).

наиболее важными из существующих внутри общества границ», – так считает Г.Экштейн<sup>1</sup>, разделяющий мнения А.Лейпхарта о многосоставных обществах, имеющих разные политические предпочтения и взгляды. Для того, чтобы проанализировать процесс репрезентации в онлайн-пространстве, нами были выбраны политические субъекты, представляющие разные уровни власти (федеральный уровень – В.В. Путин, региональный уровень – В.И. Кондратьев, С.И. Фургал), а также различные политические установки (провластный – В.В. Путин, В.И. Кондратьев; оппозиционный А.А. Навальный\*, С.И. Фургал). Губернатор (с 2018 г. по 2020 г.) Хабаровского края С.И. Фургал также представляет, с одной стороны, системную оппозицию (политическая партия ЛДПР), с другой стороны, – демонстрирует нетипичный случай – как губернатор, обвиняемый в организации убийств, но с колоссальной электоральной поддержкой как в период выборов, так и в период ареста бывшего губернатора, а затем и увольнения. Так как все указанные политические субъекты отличаются друг от друга не только легитимностью власти, но и личностными и поведенческими особенностями, важным стало изучение «случая» каждого политического субъекта<sup>2</sup>.

Указанные группы методов и подходов позволили нам подтвердить заявленную гипотезу.

**Эмпирическая база диссертации включила:**

- биографические материалы политических субъектов (В.В. Путина, В.И. Кондратьева, А.А. Навального\*, С.И. Фургала), находящиеся в открытом доступе (фото, видео-материалы, публикации на социальных платформах);

- репрезентативные данные опросов ВЦИОМ за 2018-2021 гг.: «Рейтинги доверия политикам, оценки работы президента и правительства, поддержка политических партий»<sup>3</sup>;

---

<sup>1</sup> Eckstein Harry. Division and Cohesion in Democracy: A Study of Norway. Princeton, 1966, p. 34.

<sup>2</sup> Варганова Г.А. Кейс-стади как метод научного исследования // Библиосфера. 2006. № 2. С 36-42.

<sup>3</sup> Рейтинги доверия политикам, оценки работы президента и правительства, поддержка политических партий [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/reitingi-doverija-politikam-ocenki-raboty-prezidenta-i-pravitelstva-podderzhka-politicheskikh-partii>

- открытые данные компании «Медиалогия» – автоматизированной системы мониторинга и анализа СМИ и социальных сетей в режиме онлайн: «Топ – 15 самых цитируемых журналистов – январь 2020 года»<sup>1</sup>, «События в соцсетях за 2020 год»<sup>2</sup>, «Топ-20 самых цитируемых губернаторов-блогеров – июль 2021»<sup>3</sup>, «Топ-3 самых цитируемых информационных агентств - июль 2021»<sup>4</sup>;

- открытые данные новостных официальных порталов, социальных платформ, мессенджеров (Twitter\*\*<sup>5</sup>, Instagram\*\*<sup>6</sup> и WhatsApp<sup>7\*\*</sup>, а также YouTube, TikTok, Telegram): дата-сет публикаций в аккаунте Russia\_president; официальный сайт Putin Team<sup>8</sup>; дата-сет публикаций в аккаунте kondratyevi и в аккаунте В.Кондратьева на социальной платформе ВКонтакте<sup>9</sup>; дата-сет публикаций А.Навального\* в Instagram\*\*; контент аккаунта А.А.Навального\* в видеохостинге YouTube<sup>10</sup>; контент аккаунта С.И.Фургала на социальной платформе Instagram\*\*; Telegram-канал «ямыСергейФургал». Дата-сети включили более 1120 постов и публикаций в период с 2018 по 2021 гг.;

---

11?amp%3Butm\_campaign=rejting&amp%3Butm\_medium=test1&cHash=4dd08dc926d9cb33a66f5cab5da6e7a2  
(дата обращения: 23.02.2021).

<sup>1</sup> Топ – 15 самых цитируемых журналистов – январь 2020 года [Электронный ресурс]. URL: [https://www.mlg.ru/ratings/search/?q=%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%8B+2020&search\\_categ=73&how=d](https://www.mlg.ru/ratings/search/?q=%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%8B+2020&search_categ=73&how=d) (дата обращения 02.02.2020)

<sup>2</sup> События в соцсетях за 2020 год [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/research/10399/> (дата обращения 23.12.2020)

<sup>3</sup> ТОП-20 самых цитируемых губернаторов-блогеров – июль 2021 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/vlast/governors/governors-blogers/10055/> (дата обращения:18.08.2021)

<sup>4</sup> Топ-3 самых цитируемых информационных агентств - июль 2021 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/socmedia/8625/>(дата обращения: 23.12.2021).

<sup>5</sup> Здесь и далее \*\* означает, что компания Meta и соцсети, которыми она владеет, признаны в России экстремистскими и запрещены.

<sup>6</sup> Здесь и далее \*\* означает, что компания Meta и соцсети, которыми она владеет, признаны в России экстремистскими и запрещены.

<sup>7</sup> Здесь и далее \*\* означает, что компания Meta и соцсети, которыми она владеет, признаны в России экстремистскими и запрещены.

<sup>8</sup> Официальный сайт Putin Team [Электронный ресурс]. URL: <https://putinteam.ru/> (дата обращения 22.03.2021)

<sup>9</sup> Официальный аккаунт В.И. Кондратьева в ВКонтакте [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/kondratyevvi> (дата обращения: 23.09.2022).

<sup>10</sup> Официальная страница А.А. Навального\* в YouTube [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/c/NavalnyLiveChannel> (дата обращения: 01.10.2022).

Пятую группу эмпирических источников составили материалы собственных прикладных исследований репрезентаций политических субъектов в онлайн–пространстве с 2017 по 2021 гг.:

- материалы критического дискурс-анализа Послания Президента РФ В.В.Путина Федеральному Собранию в 2021 году с целью анализа транслируемых дискурсивных полей современной политической повестки дня и определения основных направлений деятельности политических институтов на федеральном уровне; а также публикации и посты выбранных политических субъектов, размещенные на социальных платформах в онлайн-пространстве для определения текстовых и контекстуальных технологий осуществления процесса репрезентации;

- материалы лингводискурсивного анализа, который позволил выделить лингвистические паттерны политической коммуникации пяти ведущих журналистов России в онлайн-пространстве (К.Собчак, В.Познер, А.Венедиктов, В.Соловьев, М.Симоньян) и позволил охарактеризовать онлайн-пространство как поле политических практик, в котором посредством трансляции политической повестки, формируется образ политического субъекта;

- материалы визуального анализа, позволившего изучить этап восприятия респондентами политических субъектов в процессе их репрезентации в онлайн-пространстве. Временной период исследования охватывает 2018–2021 гг. Выборку составили студенты и магистранты «Кубанского государственного университета» в количестве 280 человек, репрезентативность была соблюдена относительно пола, статуса, возраста и образования респондентов;

- результаты апробации авторской методики «Аккаунт политического субъекта в онлайн-пространстве» по оценке позиционирования политического субъекта в онлайн-пространстве с применением стимульного материала. Период проведения исследования: 2017-2021 гг. Выборка была сбалансирована по полу, возрасту и образованию, общее количество

респондентов (студенты Кубанского государственного университета) - 250 человек;

- результаты применения методики семантического дифференциала для анализа психологических и гендерных семантических пространств политических субъектов, влияющих на процессы позиционирования и восприятия политического субъекта в онлайн-пространстве. Модифицированная методика была апробирована в период с 2017 по 2021 гг. Выборку составили студенты и магистранты «Кубанского государственного университета» в количестве 210 человек. Выборка была сбалансирована по возрасту, полу и образованию;

- результаты сетевого анализа политических субъектов, основанного на количественных данных, полученных после анализа результатов исследования семантических пространств политических субъектов в онлайн-пространстве. Полученные в ходе сетевой визуализации данные о семантических пространствах изучаемого политического субъекта позволили спроецировать сетевые графы, отражающие процесс восприятия политических субъектов респондентами в период 2020-2021 гг.;

- результаты применения метода кейс-стади, который позволил определить структурные элементы процесса репрезентации политических субъектов в онлайн-пространстве, а также описать последовательные этапы процесса репрезентации выбранных нами политических субъектов, анализ которых осуществлялся в 2017-2021 гг.

**Научная новизна диссертационного исследования** состоит в разработке модели репрезентации политических субъектов в онлайн-пространстве. Она включает следующие этапы: позиционирование политического субъекта в онлайн-пространстве, восприятие его другими пользователями, оценка изменений поведения пользователей в отношении политического субъекта и обратная связь пользователя. Учет результатов обратной связи в позиции политического субъекта и повторное позиционирование делает эту модель цикличной и адаптированной к

внешним вызовам и угрозам. Научная новизна конкретизирована в следующих результатах:

1) Обобщены и уточнены факторы, влияющие на процессы политической коммуникации в публичном пространстве России. Выделены подходы и содержательные компоненты термина «политический субъект» в контексте социально-политических изменений, определяющих вектор развития российской и зарубежной политической науки в целом.

2) Теоретически проанализировано и практически интерпретировано публичное онлайн-пространство как поле политических практик, прослежена эволюция методологических предпосылок, определивших необходимость изучения новых политических практик, формирующихся в онлайн-пространстве.

3) Разработана модель репрезентации политических субъектов в публичном онлайн-пространстве. Определены и обоснованы технологии, механизмы и каналы репрезентации политических субъектов в онлайн-пространстве России.

4) Разработан дизайн кейс-стади, посредством которого была апробирована модель репрезентации политического субъекта на примере государственного лидера РФ В.В. Путина. Описаны основные этапы процесса репрезентации, характеризующие эффективное и грамотное функционирование в онлайн-пространстве, основанное на трансляции официального политического дискурса без учета процесса восприятия и обратной связи от пользователей.

5) Определены и выявлены основные характеристики процесса репрезентации региональных лидеров в онлайн-пространстве современной России на примере губернатора Краснодарского края В.И. Кондратьева: губернатор системно и активно использует коммуникативную составляющую онлайн-пространства для информирования пользователей о социально-политических изменениях в Краснодарском крае.

б) Выявлены и обоснованы процессуальные и структурные характеристики процесса репрезентации оппозиционных политиков на примере А.А. Навального\* и С.И. Фургала. Выделены наиболее эффективные элементы процесса репрезентации оппозиционных политических субъектов, заключающихся в активном позиционировании оппозиционных и протестных настроений в сетевых сообществах.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Проблема определения политического субъекта находит свое отражение в классических работах, посвященных анализу «политического» определения «субъектности» в политике. Зарубежные и отечественные подходы основываются на организационно-институциональном подходе определения политического субъекта как государственного института, воздействующего на политический объект. В контексте публичной политики и сетевого общества формируются потенциально новые политические субъекты, конструируемые информационно-коммуникационными условиями. Актуальные процессы цифровизации и сетевизации политических систем современных стран создают условия для образования новых политических субъектов в виде сетевых сообществ, групп и индивидов, отличающихся от традиционных политических институтов уровнем публичности, присутствием в онлайн-пространстве и скоростью создания онлайн-контента. Существующие теоретические подходы не раскрывают полной сущности политического субъекта и отражают скорее традиционные формы существования, нежели эволюционные стадии развития, включающие самостоятельную деятельность новых политических субъектов в публичном онлайн-пространстве России. Одним из оснований субъектности политических структур, организаций и статусов становится реакция самих граждан на публичную трансляцию деятельности политического субъекта в онлайн-пространстве. Особенно важны процессы онлайн-публичности политического субъекта как для отражения и освещения

с коммуникативной точки зрения политического дискурса, так и для становления публичной политики и гражданского общества.

2. Изменение публичной политики в контексте информационно-коммуникационных технологий (с начала XXI века) и условий пандемии COVID-19 (с 2020 г.) формирует совершенно новое поле политических практик – онлайн-пространство. Данные изменения в первую очередь касаются содержательных моментов в исследовании политических субъектов и дискурсов, создавая и расширяя возможности для изучения политических институтов, процессов и технологий. Классические политические субъекты (государственные и оппозиционные структуры, политические объединения и организации, политические партии, журналисты и общественные активисты, медийные личности, традиционные СМИ (пресса, радио, ТВ)) способны институционализироваться и реализовывать свой социальный и политический капитал в онлайн-пространстве, таким образом меняя взаимоотношения между гражданами и властью. Политические субъекты используют онлайн-пространство как поле политических практик для формирования политического образа, проведения эффективной предвыборной кампании, организации сетевых и гражданских сообществ для совместного принятия политических решений, транслирования гражданам актуальной политической информации, а также использования политического капитала пользователей онлайн-пространства для мобилизации ресурсов.

3. Разработанная в данном диссертационном исследовании модель репрезентации политических субъектов позволяет осмыслить возрастающую роль и влияние интернетизации на политическую систему и социально-политическую жизнедеятельность властных структур, сетевых сообществ и отдельных граждан. Критически переосмыслив структурно-функциональную модель политического процесса Г. Алмонда и циркулярную модель политической коммуникации У. Шрамма, были разработаны и описаны основные этапы процесса репрезентации политических субъектов,



дополняющие концептуальные основания интерпретированных теоретических моделей. Авторская модель репрезентации политических субъектов включает следующие этапы: позиционирование и функционирование политического субъекта (агрегация и артикуляция), восприятие и оценка пользователями, обратная связь от пользователей (социализация и рекрутирование), учет изменений в позиции политического субъекта (мобилизация) и дальнейшее позиционирование. Данная модель является цикличной. Нами были выявлены следующие технологии политической репрезентации: невербальные, вербальные, визуальные, текстовые, контекстные, при помощи которых конструируются все элементы процесса репрезентации в онлайн-пространстве.

4. Политизация общественной жизни стала возможной с развитием онлайн-пространства, в котором отсутствует вертикальная иерархия, объясняющая ранее сложившуюся модель коммуникации между политическими субъектами и гражданами. Репрезентация политических субъектов происходит на основе вербальных, невербальных, текстовых, визуальных и контекстуальных технологий, имеющих определенные составляющие и механизмы распространения. Наиболее наглядно и эффективно данные технологии репрезентации используются на таких социальных платформах, как Instagram\*\*, Twitter\*\*, Facebook\*\*<sup>1</sup>, ВКонтакте, сервисе для создания и просмотра коротких видео TikTok, видеохостинге YouTube. Особенности репрезентации В.В. Путина в онлайн-пространстве: во-первых, позиционирование данного политического субъекта идет опосредованно (через сетевые сообщества, например, Putin Team), а не от первого лица. Во-вторых, процесс позиционирования отличается трансляцией официального дискурса, в котором В.В. Путин использует государственную символику, статусные привилегии, политическое лидерство, обеспечивающее ему эффективное функционирование в онлайн-

---

<sup>1</sup> Здесь и далее \*\* означает, что компания Meta и соцсети, которыми она владеет, признаны в России экстремистскими и запрещены.

пространстве. В-третьих, процесс восприятия политического субъекта характеризуется слиянием личностного и статусного образов данного политического субъекта, в котором олицетворяются как государственный лидер, так и должность Президента, статус международного политического деятеля, роль публичного политика, присутствующего во всех сегментах российского онлайн-пространства. В-четвертых, обратная связь и мобилизации ресурсов сетевых сообществ, лидером которых является В.В. Путин, характеризуется высоким уровнем поддержки и высоким рейтингом доверия данному политическому субъекту.

5. Особенностью репрезентаций В.И. Кондратьева в качестве регионального лидерства является преемственность официального государственного дискурса, исходящего от В.В. Путина и обозначенного на федеральном уровне. Позиционирование В.И. Кондратьева осуществляется с учетом эффективно сформированного образа регионального лидера, который избран на второй срок подряд. Функционирование политического субъекта в публичном онлайн-пространстве осуществляется от первого лица и обеспечивается за счет выполнения информационных функций по освещению наиболее важных региональных общественно-политических вопросов. Процесс восприятия политического субъекта происходит при использовании следующих политических технологий: респонденты активно передают и используют визуальные компоненты для обозначения своего отношения к губернатору, включая проводимую им политику в социально-экономических и политических сферах. Прямая корреляция прослеживается между публикациями В.И. Кондратьева на социальных платформах и положительным восприятием респондентов / пользователей, которые распространяют контент губернатора и вырабатывают рационально-эмоциональные установки в отношении данного политического субъекта. Этапы обратной связи и мобилизации пользователей онлайн-пространства реализуются за счет региональных политических и кадровых форумов и

мероприятий, в которые активно включен губернатор Краснодарского края, В.И. Кондратьев, как инициатор и идейный политик.

б. Оппозиционный политический контент, активно трансформировавшийся в онлайн-пространстве, вызывает неоднозначную реакцию со стороны пользователей, что делает его информационным поводом в политической жизни общества. Политический контент, производящий оппозиционно-протестный эффект, быстрее вовлекает пользователей в горизонтальные связи; узлами данных связей являются сетевые сообщества, участники которых совершают социально-политическое действие при взаимодействии как в онлайн, так и в офлайн. Политический капитал, сконцентрированный в оппозиционных сетевых сообществах, имеет тенденцию конвертироваться из онлайн в офлайн-пространство. Выявленные тенденции характеризуют большую узнаваемость лидеров-оппозиционеров, которые проводят эффективную политику в Интернете, создавая группы, блоги, форумы, сайты и официальные страницы, посредством которых они общаются со своими потенциальными сторонниками вне официального политического дискурса. Особенности репрезентации А.А. Навального\* и С.И. Фургала заключаются в активном позиционировании политического дискурса, посвященного таким политическим субъектам, как В.В. Путин, Д.А. Медведев, Ю.Я. Чайка, а также другим известным политикам. Значимой особенностью в процессе репрезентации оппозиционного политического субъекта были выделены технологии мобилизации и рекрутировании ресурсов сетевым сообществом А.А. Навального\*. Мы выделяем высокий уровень и скорость обратной связи и реакции пользователей на публикации данного политического субъекта и его призывов к общественно-политическим действиям, таким как митинги, акции протеста, онлайн-флешмобы в поддержку, активные дискуссии и споры, вызванные оппозиционными темами и видеоконтентом, которые размещает А.А. Навальный\* в онлайн-пространстве. Таким образом, для оппозиционных политических субъектов онлайн-пространство является фактически

единственным каналом мобилизации граждан и рекрутирования сторонников.

**Теоретическая и практическая значимость диссертации** заключается в разработке автором новой модели исследования репрезентации политических субъектов в публичном онлайн-пространстве современной России, которая позволяет оценить эффективность используемых политических технологий в процессе построения коммуникации между политиком и гражданином. Предложенная исследовательская методика позволяет проводить анализ представленных в онлайн-пространстве политических субъектов, способных формировать мобилизационный потенциал, позволяющий новым политическим акторам (сетевые сообщества, гражданские журналисты, политические блогеры, оппозиционеры) выражать свое мнение и влиять на политические решения и управленческие практики.

Таким образом, теоретико-фундаментальный уровень обогатился исследованиями, которые могут дополнить академические курсы и образовательный процесс в контексте профессиональных дисциплин. Инструментально-эмпирический уровень, на котором была разработана и апробирована модель репрезентации политических субъектов, предполагает исследование похожих процессов и технологий в политической системе, применение методов анализа данных, систематизацию и обработку данных различных политических исследований. Практически-прикладной уровень предполагает использование модели репрезентации, которая аккумулирует общественные и социальные ресурсы в онлайн-пространстве, для оценки общественно-политических проблем и позволит использовать разработанный инструментарий органами власти федерального, регионального и местного значения.

**Соответствие содержания диссертационного исследования паспорту научной специальности.** Диссертация соответствует следующим пунктам паспорта специальности 5.5.2 – «Политические институты,

процессы и технологии»: п. 8 Политические институты: формирование, развитие и современные трансформации; п. 14 Политический процесс: сущность, источники, структура, социальные основания и средовые факторы; п. 29 Информационные процессы и управление политическими коммуникациями: традиционные СМИ, социальные медиа и сети; п. 30 Политические технологии и специфика их применения.

**Апробация результатов исследования.** Основные положения исследования были изложены автором в 23 научных работах общим объемом более 15 печатных листов, в том числе: в 1 статье в журнале, индексируемом в международной базе цитирования Web of Science; в 3 статьях в ведущих рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ для публикации результатов кандидатских диссертаций; в 19 статьях, индексируемых в базе данных РИНЦ. Промежуточные результаты исследования были презентованы как выступления на различных конференциях, в том числе: VIII Всероссийский конгресс РАПН (2018); ежегодные конференции РАПН (г. Москва, 2017, 2019, 2020, 2021 гг.); международные конференции (г. Москва, 2017, 2018, 2019, 2020 гг.; г. Санкт-Петербург, 2018, 2019, 2021 гг.; г. Челябинск, 2019, 2020 гг.; г. Пермь 2019 г.; г. Краснодар, 2020, 2021 гг.); всероссийские конференции (г. Москва 2017, 2018, 2019, 2020 гг.; Ростов-на-Дону, 2018, 2019 гг.; г. Барнаул, 2018, 2019 гг.; г. Ярославль, 2018, 2019, 2020 гг.), всероссийские конференции с международным участием (г. Краснодар, 2017, 2018, 2019 гг.; Барнаул 2020 г.); региональные конференции (г. Краснодар, 2018 г.).

В рамках проблематики диссертационного исследования автор принял участие в качестве исполнителя в 3 научно-исследовательских проектах: РФФИ, проект № 20-012-00033 «Лингвистические модели социально-политической коммуникации в онлайн-пространстве: дискурсивные поля, паттерны и гибридная методология анализа сетевых данных», 2020–2022 гг.; РФФИ и ЭИСИ, проект № 21-011-31826 «Делиберативная практика

взаимодействия парламентских партий с электоратом: структурно-коммуникативный анализ», 2021 г.; РФФИ и ЭИСИ, проект № 20-011-31701 «Государственная семейная политика как фактор устойчивого развития государства: сетевой анализ региональных практик в современной России», 2020 г.

Диссертация обсуждена и рекомендована к защите заседанием кафедры государственной политики и государственного управления ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», протокол № 3 от 13.09.2022 г.

**Структура работы** состоит из введения, двух глав, шести параграфов, заключения, приложений и списка использованных источников.

# **1 Теоретико-методологические основы исследования репрезентаций политических субъектов в публичном пространстве**

## **1.1 Политические субъекты в современных социальных исследованиях: содержание и подходы в российской и зарубежной политической науке**

Традиционные подходы к определению «политического» возникли еще в политической философии, которая задавалась поиском ответов на вопросы Платона, а за ним и Аристотеля о политических институтах и совершенном типе государственного устройства<sup>1</sup>. С расширением научной картины мира, становлением политологии как самостоятельной науки, необходимо исследовать категориальный аппарат, выяснить и определить рамки политической науки, ее базовые элементы, начиная с политических субъектов, процессов и технологий.

Со времен Г. Гегеля сложилась целостная система представлений о функциях государства и политических институтов: «Правительственные дела по своей природе объективны, для себя по своей субстанции уже решены, и индивиды должны выполнить и осуществить их. Между теми и другими нет непосредственной естественной связи; поэтому индивиды не предназначены к выполнению этих функций своей природой, личностью и рождением. Объективным моментом для их предназначения к этому служит знание и доказательство их пригодности, – доказательство, которое обеспечивает государству его потребность в чиновниках и вместе с тем представляет собой единственное условие, которое гарантирует каждому гражданину возможность посвятить себя всеобщему сословию»<sup>2</sup>.

Проблема становления политических субъектов находит свое отражение в работах, посвященных анализу границ «политического»,

---

<sup>1</sup> Аристотель. Соч.: В 4 т. М.: Мысль, 1984

<sup>2</sup> Гегель Г. Философия права. М., 1990.

определения субъективности в политике и процессах глобализации, которые затрагивают все сферы жизнедеятельности человека.

Испытывая теоретические трудности в определении сущности политических субъектов, определим термины «субъект» и «субъектность», имеющие не столь жесткие границы, как «субъект» и «объект» политических процессов. Под политическим субъектом в организационно-институциональном подходе подразумевают государственный институт, воздействующий на политический объект<sup>1</sup>.

В социально-философской концепции Ю. Хабермаса утверждается, что субъект – это в первую очередь понятие социальное, рождающееся из деятельности. Целью социального действия субъекта является публичный дискурс, а субъект, находящийся в контексте политических процессов, является политическим субъектом<sup>2</sup>.

Публичная политика формирует потенциальные политические субъекты в сетевом сообществе, которые соответствуют различным видам социальных различий, основанных на экономических, политических, социокультурных сферах<sup>3</sup>. По мнению Ю. Хабермаса, информационно-коммуникационное пространство, представленное публичной сферой, формирует и конструирует общественность, участвующую в общественно-политических процессах<sup>4</sup>. Согласно мыслителю, понятие «коммуникативное действие» относится в итоге к интеракции как минимум двух способных к речи и действию субъектов, которые вербальными либо экстравербальными средствами вступают в интересующее отношение<sup>5</sup>.

Структурный функционализм и теория действия, автором которой является Т. Парсонс, определяет политическую систему как совокупность

---

<sup>1</sup> Шевченко А.А. Субъекты политической философии // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: Философия и право. 2004. № 1. С. 111-117.

<sup>2</sup> Хабермас Ю. Между натурализмом и религией. Философские статьи / пер. с нем. М.Б. Скуратова. М.: Весь Мир, 2011. С.336.

<sup>3</sup> Халий И.А. Институты гражданского общества в современной России: к методологии изучения // Россия реформирующая: ежегодник. М.: ИС РАН, 2007. №6. С.265 – 280.

<sup>4</sup> Habermas J. Die Moderne – ein unvollendetes Projekt: Philosophischpolitische Aufsätze 1977–1990. Leipzig: Reclam Verlag, 1990.S.203

<sup>5</sup> Habermas J. Theorie des kommunikativen Handelns. B.I. Suhrkamp. Fr.: М., 1987. P. 25-27.



субъектов политики, совокупность политических отношений и политических институтов, которые влияют на политическую жизнь страны<sup>1</sup>.

В работах Г. Спенсера, Т. Парсонса, М. Вебера деятельность социально-политических институтов рассматривается в связи со средствами массовой информации как с институтом публичной политики. В связи с этим в публичной политике под влиянием новых социальных СМИ возникает совершенно новый субъект в политической науке – социальные сети<sup>2</sup>.

Актуальность изучения политических субъектов в политической науке обуславливается также и трансформацией политической жизни под воздействием многовластия, возникающего в результате образования новых властных субъектов в виде сетевых сообществ и их институционализированных центров на основе «электронной демократии»<sup>3</sup>.

В целом в политике выделяют основные группы политических субъектов, которые действуют непосредственно и опосредованно. К первой группе авторы относят личность, государство, политическую партию, общественно-политические организации и межгосударственные объединения. Личность является важнейшим политическим субъектом, статус и пост занимаемой личности характеризует развитие политической системы в государстве, так как лидер осуществляет государственное управление<sup>4</sup>. К политическим субъектам, действующим опосредованно, относятся граждане, социальная общность, сетевые сообщества, классы, народ, неспособные институционально оформиться в единый и целостный политический субъект.

Развитие политических субъектов, по мнению П.В. Панова, происходит в социокультурной среде, которая обладает неинституциональностью и

---

<sup>1</sup> Парсонс Т. О социальных системах / под ред. В.Ф. Честноковой и С.А. Белановского. М.: Академический проект, 2002. С.832.

<sup>2</sup> Рябченко Н.А. Online социальные сети в публичной политике: «Семь мостов» Египта // Человек. Сообщество. Управление. 2011. № 4. С. 92-102.

<sup>3</sup> Гнедаш А.А., Рябченко Н.А. Краудсорсинговые сети современной России: стохастический анализ акторов публичной политики // Социодинамика: методические и технологические вопросы изучения киберпространства. 2015. С. 131-139.

<sup>4</sup> Зосименко И.А., Чернов В.А. Электоральная активность как форма проявления общественно-политического участия граждан // Сибирский научный сборник. 2012. № 1. С. 192-203.

статусными диспропорциями, ограничением ресурсов и активностью. Отсюда и определение политического субъекта, обладающего ресурсным потенциалом, а следовательно, это органы государственной власти, политические элиты, партии, общественные объединения, социально-политические группы интересов и политические лидеры<sup>1</sup>.

М.А. Аствацатурова и Д.С. Чекменев рассматривают проблематику характеристики субъектов политики в пространстве публичности. Авторы теории рассматривают роль политических субъектов в общественно-политической жизни как факторы формирования гражданского общества<sup>2</sup>. В данном исследовании также проводится анализ функций политических субъектов и политических акторов. Конкретизируется понятие политического субъекта политическими учреждениями, организациями, институтами и отношениями между ними, а понятие политического актора – с лицом или общественной группой, воздействующей на политический процесс. Современная российская реальность объединяет субъекта и актора, создавая при этом многосубъектность общественно-политического дискурса.

В современных политических процессах происходят изменения во взаимодействии политических институтов и гражданского общества в целом. Связаны данные процессы с цифровизацией и актуализацией развития неинституциональных акторов политического процесса, а также с формированием новой коммуникационно-информационной среды – онлайн-пространством<sup>3</sup>. Традиционные политические субъекты (политические лидеры, политические партии, группы интересов) начинают трансформироваться и адаптироваться согласно основным этапам развития публичной политики. Возникают новые сетевые сообщества и политические

---

<sup>1</sup> Панов П.В. Институты, идентичности, практики: теоретическая модель политического порядка. М., 2011. С. 211.

<sup>2</sup> Аствацатурова М.А., Чекменев Д.С. Субъекты и акторы общественно – политического дискурса в пространстве публичной политики // Институты гражданского общества. Вестник экспертного совета. 2018. № 1. С. 126-131.

<sup>3</sup> Павлова Т.В. Современное гражданское участие: к изучению новых форм коллективного действия в условиях глобализации // Новые направления политической науки: Гендерная политология. Институциональная политология. Политическая экономия. Социальная политика. М.: РАПН; РОССПЭН, 2007. С. 136-148.

акторы, способные к расширению политического пространства, следовательно, и исследовательскому полю.

В научном дискурсе существует общая классификация участников публичной политики – «сетевые феодалы» и «сетевые крепостные»<sup>1</sup>. Они обозначают политических субъектов, различных по степени участия в социально-политических процессах, информационно-коммуникационных технологиях, публичных решениях, способности к объединению и взаимодействию в политических сообществах<sup>2</sup>.

Могут возникать совершенно новые сущностные формы политических субъектов, способные влиять на политические процессы, новые движения и организации, протестные и оппозиционные сообщества и формы, гражданская журналистика, открытое правительство и политические партии, функционирующие в Интернет-среде<sup>3</sup>. Помимо традиционных акторов публичной политики, государства, политических партий и лидеров, возникают новые политические субъекты – онлайн-СМИ. Современная классификация акторов публичной политики выделяет политических блогеров, онлайн сетевые сообщества, общественные организации Web 2.0 и онлайн-СМИ. Авторы инновационной классификации уделяют внимание на «политический вес» политических субъектов, объясняя свою четкую позицию исследованиями, посвященными институционализации новых акторов, механизмов и технологий в публичной политике России<sup>4</sup>.

И.Н. Ефимова и А.В. Маковейчук выделяют совершенно новый политический субъект – социальные сети в Интернет-пространстве. Объясняется такая позиция существованием у политиков личных сайтов, блогов, существующих в социальных сетях и платформах. Присутствие

---

<sup>1</sup> Эко Э. Средние века уже начались? // Иностранная литература. 1994. № 4. С. 258-267.

<sup>2</sup> Беляева Н.Ю. Развитие концепта публичной политики: внимание «движущим силам» и управляющим субъектам // Полис. 2011. № 3. С. 72- 87.

<sup>3</sup> Морозова Е.В., Мирошничко И.В., Рябченко Н.А. Гибридные политические институты: к проблеме типологизации // Человек. Сообщество. Управление. 2016. Т. 16. № 4. С.6-26.

<sup>4</sup> Рябченко Н.А. Политический блогинг России – ожидаемый инструмент политической коммуникации или «нечно большее»? // Социальный и человеческий капитал как основа инновационного развития местных сообществ. Всерос. научн. конф. Краснодар: Изд-во КубГУ, 2010. С.195-197.

политических акторов в социальных сетях и блогосфере способствует активному продвижению политика в его деятельности<sup>1</sup>.

Современные политические практики способствуют институционализации политических субъектов. Социально-политические исследования как зарубежных, так и отечественных политологов доказывают, что политический процесс следует рассматривать как процесс развития политических практик, их институционализации и легитимации, одновременно обуславливающих развитие политических субъектов<sup>2</sup>.

Публичная политика способствует созданию «политических сообществ», характерные черты для которых были разработаны Р. Роудзом и Д. Маршем, и включали в себя следующие особенности: регулярное взаимодействие между участниками, общность ценностей, общая идеология участников, обладание некими ресурсами, равновесие и иерархичная структура. Помимо данных характеристик каждая должна относиться к государственной политике; ценности и регулярные взаимодействия должны соотноситься с выработкой публичных решений<sup>3</sup>.

И.В. Самаркина и А.А. Киселев выделяют следующих лидеров общественного мнения в политическом сетевом сообществе – энфлюентиалы и техфлюентиалы<sup>4</sup>. Энфлюентиалы – пользователи Интернета, лидеры мнений, осуществляющие информационно-коммуникационные потоки, способные изменять мнения и поведения людей. Техфлюентиалы – последователи энфлюентиалов, которые используют онлайн-пространство для передачи различной информации о компаниях, брендах и продуктах. На основании данных двух групп лидеров мнений в сети Интернет появляется инновационная группа политфлюентиалов – тип политических субъектов,

---

<sup>1</sup> Ефимова И.Н., Маковейчук А.В. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности // Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов. 2012. С. 245-248.

<sup>2</sup> Балакирева Н.Ю. Информационное пространство политики современной России: формирование сетевой организации. Орел: Изд-во ОРАГС, 2006. С. 55-56.

<sup>3</sup> Marsh D., Rhodes R.F. Policy Networks in British Government. Oxford, 1992. P.176

<sup>4</sup> Киселев А.А., Самаркина И.В. Интернет: модель и практики политического участия. Краснодар, 2007. С. 103.

оказывающих реальное и виртуальное политическое участие (акции протеста, призыва к голосованию, политическим действиям).

В контексте формирования новой политической субъектности в Интернет-пространстве ученые выделяют основные группы пользователей, способных в будущем сформироваться в политические субъекты – активные пользователи (энфлюентиал), неактивные пользователи, активный участник Интернет – политики (политфлюентиал), неактивный участник Интернет-политики.

М. Бевир отмечает структуру governance как пространство взаимодействия, в котором два или более политических актора преследуют общие цели, они коммуницируют и обмениваются ресурсами. Политические субъекты представляют собой политические институты, основанные на бинарных отношениях и взаимодействии, они не имеют четкой иерархии и структуры, формируются в публичном пространстве как горизонтальные симметричные коммуникации<sup>1</sup>. Зачастую такие взаимодействия между политическими субъектами называют «играми», так как политические акторы формируют собственную политическую культуру взаимодействия, правила поведения и распределения ресурсов внутри онлайн-пространства.

Как отмечают И.В. Мирошниченко и Н.А. Рябченко, политические субъекты обладают характером включенности в онлайн-пространство, так как готовы к участию в сетевых взаимодействиях на различных уровнях публичного управления как традиционных, так и инновационных, включающих в себя электронные ресурсы, сайты, порталы и сетевые представительства органов власти в социальных онлайн-платформах. Ряд исследований доказывают, что современные политические субъекты не имеют комплексных и целенаправленных стратегий по размещению политического контента в онлайн-пространстве, а значит, институты публичной политики по-прежнему слабо развиты, изучены и исследованы.

---

<sup>1</sup> Bevir M., Richards D. Decentering policy network: a theoretical agenda // Public administration, 2009. № 87 (1). P. 3-14.

Рейтинг социальных платформ, используемых органами власти в крупных городах, применяющих социальные платформы, слабо развит и имеет следующую иерархию популярности: ВКонтакте, Twitter\*\*, Facebook\*\*, YouTube, Instagram\*\*, Одноклассники, Livejournal<sup>1</sup>.

Природу коммуникативного действия между субъектами объясняет Ю. Хабермас. Он также описывает процессы, протекающие в этом мире по одной причине – отсутствие альтернативных вариантов развития событий<sup>2</sup>. Природа коммуникации в современных условиях гораздо усложнилась, что требовало объяснений, в результате чего сложилась теория коммуникативного действия, включающая четыре категории действий, отличающихся присутствием более или менее рациональных элементов. Учеными отмечается стратегическое, нормативное, драматургическое и коммуникативное действие, логика которых развивается от простого к сложному. Стратегическое действие управляется эгоистическими целями самого индивида, влияние на индивида, побуждение его на определенные действия. Нормативное действие подчинено нормам и ценностям, присущим обществу, в котором индивид непосредственно находится, он разделяет мнение большинства и живет по законам, характерным для данного общества, а значит, коммуникация построена традиционным способом. Драматургическое действие подразумевает создание некоего публичного имиджа – применение драматургического действия похоже на игру ролей в повседневности в обычной жизни. Коммуникативное действие – это отсутствие иерархии, оно основано на свободном соглашении участников для принятия определенного решения, координация усилий участников коммуникационного процесса. Данная теория непосредственно связана с рядом других теорий в области лингвистики и массмедиа, организационной социологией, например, работа «Актор и система». Таким образом, мы

---

<sup>1</sup> Мирошниченко И.В., Рябченко Н.А. Сетевые инновации в многоуровневом публичном управлении: содержание и оценка потенциала их внедрения // Среднерусский вестник общественных наук. Политология. № 6. 2016. С.104 – 116.

<sup>2</sup> Habermas J. Moral Consciousness and Communicative Action. Cambridge, Mass, 1990. P. 122.

описали теории, определившие природу коммуникации между различными субъектами, включая политические.

Развивая мысль о формировании публичной политики, о взаимодействии политических субъектов друг с другом, а также гражданами в онлайн–пространстве, необходимо упомянуть о развитии средств массовой информации и коммуникации как основании для диалога.

К видам средств массовой информации и коммуникации А.А. Гнедаш и Н.А. Рябченко относят<sup>1</sup>:

1. Традиционные медиа: пресса (газеты, журналы); книжные издательства; агентства печати; радиовещание; телевидение; кино-, видео-, звукозапись. Именно они являются или являлись по мнению большинства ученых, основными видами коммуникаций для граждан.

2. Социальные медиа – Интернет-пространство:

2.1 *Социальные платформы ВК, Facebook\*\*, Twitter\*\*, Instagram\*\*, Одноклассники*, а также формируемые на этих платформах сетевые сообщества, социальные сети. Недавно обсуждаемый сценарий о перспективах социальных платформ влиять на политическую жизнь страны, находит свое отражение в президентских выборах в США в 2016 году. По мнению экспертов, фейковые новости в период предвыборной кампании стали общественной проблемой, с которой впервые столкнулись в подобных размерах. Социальную платформу Facebook\*\* обвинили в манипуляции общественным мнением и победе Дональда Трампа на выборах. Существуют мнения о том, что было обнаружено около сотни сайтов, которые распространяли фейковые новости о Хилари Клинтон и других кандидатах в Президенты США. Недавно созданные сайты распространяли ложные сообщения на официальных сайтах. Например, из всего массива информации, размещенных на официальных сайтах, 38% состояли из фейков. Пытаясь исключить влияние человеческого фактора, команда Facebook\*\* не

---

<sup>1</sup> Рябченко Н.А., Катермина В.В., Гнедаш А.А., Малышева О.П. Модели и практики управления политическим контентом в online-пространстве современных государств в эпоху постправды. Монография. Москва: Общество с ограниченной ответственностью "ФЛИНТА", 2021. 340 с.

стала отрицать отбор новостного контента на основании виральности, в результате чего социальная платформа стала площадкой для публикации фейковых новостей, ложного фото и видеоконтента, действия которого руководствовались исключительно в целях рекламы. Пользовательский контент (текстовые сообщения (посты) или комментарии, цифровые фотографии или видеоролики и данные, полученные с помощью всех онлайн-взаимодействий).

Для того чтобы пояснить как пользовательский контент становится частью онлайн-пространства, необходимо проанализировать деятельность известного оппозиционного деятеля, Алексея Навального\*, которого очень часто называют ярко выраженный self made man, ивент-активист, политик, борец с коррупцией. Деятельность Алексея Навального\* в онлайн-пространстве носит противоречивый характер. С одной стороны, он позиционирует себя как опытный политик, правозащитник, опытный пользователь Интернет-технологий. С другой – получивший особую популярность за свою провокационную деятельность относительно политиков, известных медийных личностей, спортсменов, общественных деятелей, А. Навальный\* причисляет себя к медийному судье, который строит свою популярность на текстовых сообщениях, комментариях, цифровых фотографиях, видеороликах, данных, полученных с помощью всех онлайн-взаимодействий, способных сообщить о нечестных, скрытых, коррумпированных чиновниках, государственных деятелях, депутатов и многих других политиков. Объектом его новостных сюжетов, которые содержательно наполняют его канал на Youtube, стали общественные запросы на борьбу с коррупцией. На одном из митингов в Москве, А. Навальный\*, обратился к толпе со словами: «Привет, цифровое будущее страны», таким образом акцентировав внимание на перспективы у молодого поколения, а также их связь с собой цифровыми технологиями. Мало того, опытный видеоблогер, по своей стилистике и содержанию, отражает борьбу против существующей политической системы в стране. Пользовательский



контент, который транслирует А. Навальный\*, напрямую репрезентирует политические субъекты следующим образом: те политические субъекты, которые лояльно, положительно оценивают существующее положение дел в стране, подвергаются большей критике с его стороны, нежели политические субъекты, по умолчанию находящиеся в армии оппозиции.

2.2 *Онлайн-лидеры мнений* (блогеры, топовые пользователи, гражданская журналистика). Юрий Дудь\*\*\*<sup>1</sup>, феномен российской журналистики, видеоблогер, ведущий авторского шоу «вДудь». Гостями у известного журналиста становятся известные политики, общественные деятели, бизнесмены, деятели Интернета, театра, кино, шоу-бизнеса, науки, находящиеся в топовых списках популярности. Мнения данных людей важны, а Юрий Дудь\*\*\*, «ютубер», как его прозвали в медиа-среде, является инфлюенсером современной политической повестки дня. По состоянию на март 2020 года, канал, который ведет Ю. Дудь\*\*\*, имеет более 7 миллионов подписчиков, и около 900 миллионов просмотров. Как отмечают В.В. Катермина и А.А. Гнедаш, известные журналисты отражают определенный тип социального поведения в ответ на политическую повестку дня<sup>2</sup>. Описанные нами ранее теории спирали тишины и времени ограниченных действий, предложенные авторами более полувека назад, актуальны в связи с феноменом «ютубера». Формулируя политическую повестку дня, топовые журналисты, как публичные деятели, ведут активную деятельность в социальных платформах и имеют устойчивое политическое сознание. Эффект спирали тишины состоит в том, что вся политическая коммуникация строится по принципу популярного и эффективного политического контента, который употребляется журналистами и публичными деятелями. С апреля 2018 года данную передачу посетили:

---

<sup>1</sup> Здесь и далее \*\*\* означает, что данные лица внесены в перечень иностранных агентов. [Электронный ресурс]. URL: <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7755/> (дата обращения: 01.10.2022).

<sup>2</sup> Катермина В. В., Гнедаш А. А., Николаева М. В. Комплексный анализ лингвистических паттернов коммуникации топовых российских журналистов в официальных аккаунтах социальных платформ ВКОНТАКТЕ, FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. 2020. № 4 (109). С.49-62.

А. Навальный\*, В.В. Жириновский, К. Собчак, П. Грудинин. Политические лидеры делятся своими взглядами, политическими установками и мыслями. Таким образом, программа, выходящая на Youtube один раз в неделю, репрезентирует политическую картину в России, актуализирует насущные проблемы и вопросы, требующие освещения, профессионального мнения авторитетного политика. Репрезентация политического субъекта происходит в рамках телешоу, контекст которого задает сам ведущий, часто применяющий провокационные вопросы, личностные местоимения, факты из личной жизни политика. Процесс репрезентации происходит на вербальном, невербальном, а самое главное – контекстуальном уровне. Проанализировав тематику основного контента, который присутствует в выпусках, в которых участвовали политические субъекты, мы сделали следующие выводы: основные вопросы, связанные с политической жизнью, включают обсуждение экономики, выборы Президента РФ, международное сотрудничество, демократические ценности, отношение к действующему Президенту РФ В.В. Путину, личный опыт взаимодействия с политической системой страны.

Репрезентация политических субъектов в онлайн-пространстве, на примере онлайн-лидеров мнений, которые могут быть блогерами, топовыми пользователями или гражданскими журналистами, может происходить по другому сценарию. Кандидат в Президенты в 2018 году, известная телеведущая, журналист, блогер, Ксения Собчак, лидер мнения в онлайн-пространстве, демонстрирует другую специфику репрезентации политической повестки дня на примере кейса в пользу защиты прав человека. Как известно, накануне выборов Президента РФ, Ксения Собчак посещает столицу Чечни, город Грозный, с целью проведения одиночного пикета в защиту руководителя «Мемориала» Оюба Титиева, который, по мнению К. Собчак, пострадал за свою профессиональную деятельность. Пикет с плакатом в руках «Свободу Оюбу Титиеву» стал настоящим вызовом предвыборной кампании Ксении Собчак не только главе Чеченской

Республике Р. Кадырову, но и всей политической системе страны, которая настолько бюрократизирована и коррумпирована, что людей, не согласных с таким положением дел, можно насильно обвинить и дискредитировать<sup>1</sup>.

Таким образом, мы видим, что онлайн-пространство, включающее в себя деятельность лидеров мнений, репрезентирует политические субъекты и их политические взгляды: оппозиционные настроения граждан, предвыборные дебаты и программы кандидатов в Президенты РФ, сильные и слабые стороны в российской экономике, культуре, социальной сфере, международном положении страны. Все вышеперечисленные области предлагают содержательные технологии отображения взглядов, установок и характеристик политического субъекта в онлайн-пространстве.

2.3 Мессенджеры (*Viber, WhatsApp*\*\*\*) также активно формируют Интернет-пространство. В России активно обсуждают работу мессенджеров как в рамках государственной политики, целью которой является контроль над обменом сообщениями и недопущение нарушения закона о персональных данных, так и в области правового поля для предотвращения террористической пропаганды, в связи с действиями ИГИЛ<sup>2</sup>, запрещенной в России. По этой причине в России в декабре 2015 года активно рассматривали законопроект, который бы регулировал работу мессенджеров. Медиаэксперты сходятся во мнении о том, что современные мессенджеры являются источником фейковых новостей: в современном информационном обществе сложно отказаться от привычки пользоваться мессенджерами из-за множества функций общения, которые они обеспечивают. Беспокойство вызывают сетевые уязвимости в обмене контентом пользователей, так как они могут стать объектом распространения фейковых новостей.

Каким образом мессенджеры представляют политические субъекты, какие содержательные и институциональные характеристики они способны репрезентировать в своей работе? Во время массовых трагедий и катастроф,

---

<sup>1</sup> Предвыборная программа Ксении Собчак [Электронный ресурс]. URL: <https://president-rt.ru/page/predvybornaja-programma-ksenii-sobchak> (Дата обращения 25.10.2022)

<sup>2</sup> Исламское государство - террористическая организация, запрещенная в Российской Федерации.

на примере деятельности Правительства РФ, мы можем рассмотреть, какие действия предпринимаются политическими субъектами локального и федерального уровня, в рамках официального дискурса, транслируемого из официальных источников. При помощи социальных мессенджеров становится актуальной альтернативная информация, которая распространяется по сетевым источникам с практически нулевой стоимостью, что делает ее более популярной и практичной по сравнению с традиционными СМИ. В данной ситуации характерными примерами может послужить кейс, основанный на трагических событиях в г. Кемерово, в котором случился пожар в торгово-развлекательном центре «Зимняя вишня». В связи со случившимися событиями и многочисленными жертвами, свидетели происшествия, очевидцы, волонтеры, все равнодушные люди объединились в социальных мессенджерах для оказания необходимой помощи, а также привлечения внимания властей к нарушению правил пожарной безопасности. Пользователи Интернет-пространства становились свидетелями многочисленных фотографий жертв пожара, сообщений, постов, комментариев о помощи, реальном состоянии дел в торгово-развлекательном центре во время происшествия. Несмотря на официальную информацию СМИ, в социальных мессенджерах мгновенно появлялась альтернативная информация, которая категорически отличалась от официальной. Таким образом, необходимость изучать функции и особенности социальных мессенджеров в контексте репрезентации политических субъектов подтверждается общественным резонансом, вызывающим все больший интерес среди пользователей.

Негативные оценки деятельности политических субъектов в связи с существующими событиями требуют изучения со стороны экспертов политологов, так как формируемый образ власти, созданный в социальных мессенджерах, отличается от реального образа. Институциональные характеристики, которые приобретают политические субъекты в социальных мессенджерах, обладают целым рядом особенностей: портрет политического

субъекта, созданный в Интернет-пространстве, имеет обезличенный образ; государственные деятели, чиновники, политики при помощи массового сознания объединяются в стереотипные образы бюрократизированных и обезличенных людей, которые ведут свою профессиональную деятельность халатно и под воздействием явных карьерных и материальных перспектив, ради которых они часто пренебрегают формальными нормами и правилами.

2.4 *Видеохостинги* – это сервис для просмотра и добавления видеороликов в браузере через специальный плеер. Самый популярный видеохостинг – YouTube. Аксенова О.Н. и Е.В. Швец пишут, что «ежедневно в России YouTube смотрят десятки миллионов человек; ... люди часто относятся к YouTube, как к своему телевизору»<sup>1</sup>.

2.5 *Виртуальные миры* – это искусственно созданный мир, построенный посредством программирования на основе компьютерных технологий. Именно в виртуальных мирах в игровой форме пользователи могут реализовать свои амбиции, связанные с политической деятельностью, а также в режиме онлайн обсуждать с другими пользователями политические процессы и обмениваться мнением.

Таким образом, мы видим, что публичная политика невозможна без политических субъектов; она зародилась ещё в немецкой философии, объясняющей объективные принципы потребности индивидов в чиновниках. Со времен, когда каждый политический субъект обосновывал свои границы «политического», прошло не одно столетие, трансформация политического мира определила изменения, которые касались и политических субъектов в целом. Публичная политика формирует потенциально новые политические субъекты, которые соответствуют не только политической, но и экономической и социокультурной деятельности. В условиях многовластия и развития информационно-коммуникационных технологий образуются

---

<sup>1</sup> Аксенова О. Н. Youtube – новая информационная площадка для политических деятелей // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2017. № 3. С. 17-20.

политические субъекты в виде сетевых сообществ и неинституциональных объединений.

Дальнейшая логика развития политических субъектов будет рассмотрена учёными в пространстве публичности. Политический субъект в нашем случае определяется как политический актор, лидер, политическая партия, группа политических интересов, которые начинают формироваться и адаптироваться согласно новым этапам развития публичной политики.

В контексте политического пространства могут формироваться совершенно новые по значимости и направлению деятельности субъекты, обозначающие альтернативные сущностные формы своего влияния на политические процессы: протестные и оппозиционные сообщества, гражданская журналистика, политические партии, движения и объединения.

Так как политические субъекты нового типа функционируют в публичных пространствах, нами были изложены основные каналы коммуникации между ними и гражданами: традиционные медиа (телевидение, радио, газеты, журналы, кино, агентства печати, книжные издательства) и социальные медиа, которые сосредоточились на онлайн-пространстве, состоящем из социальных платформ, онлайн-лидеров мнений, мессенджеров, видеохостингов и виртуальных миров.

## **1.2 Публичное онлайн-пространство как поле политических практик: теория и методология исследования**

В данном параграфе мы обозначим публичное пространство и публичную политику как политологический концепт, возникший в середине XX века. Как правило, логические обоснования развития концепта «публичная политика» ведут начало от древнегреческих философов, которые предпринимали попытки объяснить социально-политические процессы,

происходящие в то время. Мысли Платона<sup>1</sup>, Аристотеля<sup>2</sup>, Цицерона<sup>3</sup> были описаны в работах «Политика», «Государство», «О государстве», а также дополнялась и критиковалась философами Средневековья и Нового времени. В работах Никколо Макиавелли объясняется процесс коммуникации как инструмент борьбы за политическую власть<sup>4</sup>. Дж. Мильтон<sup>5</sup>, Дж. Локк<sup>6</sup>, Д. Юм<sup>7</sup>, Ш. Монтескье<sup>8</sup>, Д. Стюарт Милль<sup>9</sup> также рассматривают публичную политику в парадигме взаимодействия власти и граждан. Научный контекст концепции «публичная политика» разрабатывал Г. Гегель, посвятив этому многостраничные трактаты и проводя дискуссии со своими студентами в процессе преподавания немецкой философии в Йельском университете. Развитие понятие публичная политика приобретала в контексте разработанных Г. Гегелем принципов абсолютного идеализма и диалектики. Именно в этот период зарождается принципиально новое понимание функций государственных служащих, чиновников и других политических субъектов, которые отражают интересы общества, но в то же время принадлежат политической системе<sup>10</sup>. По мнению Г. Гегеля, субъективная сторона избрания определенной должности состоит в том, что чиновник или государственный служащий отныне «уполномочивается ведать публичными делами»<sup>11</sup>. Далее научные размышления концепции публичной сферы находили свое отражение в фундаментальных работах Х. Арндт<sup>12</sup>, Ю. Хабермаса<sup>13</sup>. Более современными авторами считаются Т. Адорно и

---

<sup>1</sup> Платон. Государство // Собр. соч.: В 4 т. Т.3.М., 1994. С. 140-158.

<sup>2</sup> Аристотель. Риторика // Аристотель. Риторика; Поэтика. М., 2000. С.112-148.

<sup>3</sup> Цицерон. О государстве // Цицерон. Диалоги. М., 1994. С. 8-88.

<sup>4</sup> Макиавелли Н. Рассуждения о первой декаде Тита Ливия // Маккиавели Н. Избр. соч. М., 1982. С.379-452.

<sup>5</sup> Мильтон Д. Ареопагитика: Речь о свободе печати, обращенная к английскому парламенту // О свободе: Антология западноевропейской классической либеральной мысли. М., 1995. С.20-47.

<sup>6</sup> Локк Дж. Два трактата о правлении // Соч.: В 3 т. Т.3. М., 1988. С. 138-406.

<sup>7</sup> Юм Д. Трактат о человеческой природе. Минск, 1998.

<sup>8</sup> Монтескье Ш.Л. О духе законов. М., 1999

<sup>9</sup> Милль Д.С. О свободе // О свободе: Антология западноевропейской классической либеральной мысли. С.288-392.

<sup>10</sup> Гегель Г. Работы разных лет. Т. 2. 1971. С. 5-209.

<sup>11</sup> Гегель Г. Система наук. Феноменология духа. М., 1959. С. 233-361.

<sup>12</sup> Арндт Х. Vita active, или о деятельности жизни. Спб.: Алетейя, 2000. С.14-27.

<sup>13</sup> Thompson В. Habermas: Critical Debates. Cambridge, Mass.: MIT, 1982. P. 469.

Хоркхаймер М.<sup>1</sup>, выделившие социально-структурные и политические аспекты публичной политики, в которой общественное мнение напрямую конструирует действия властной элиты. Это позволяет убедиться в том, что публичная сфера, в основе которой общественное мнение играет ключевую роль, существовала и развивалась в рамках исторического развития государств. В англосаксонской традиции политологической науки понятие «публичная политика», в частности, сводится к удовлетворению потребностей граждан. По мнению А. Хайденхаймера, Х. Хекло и К. Адамса, о развитии публичной политики можно будет говорить, проанализировав политические курсы действий или бездействий правительств<sup>2</sup>. Другую точку зрения по определению публичной политики как деятельности по распределению ресурсов, производства и деления общественных благ дополняют американские исследователи Д. Коэн и Э. Арато<sup>3</sup>. Разделяет данную точку зрения Н.Ю. Беляева, определяя движущие силы публичной политики, основанные на эффективных общественных результатах<sup>4</sup>. По результатам исследования российских ученых, мы можем говорить о том, что развитие публичной политики, прежде всего, это развитие информационно-коммуникационных технологий<sup>5</sup>. При этих условиях публичное пространство создает требования для включенности все большего количества граждан в общественно-политические практики<sup>6</sup>.

Г.М. Заболотная<sup>7</sup> и Ю.А. Красин выделяют типичные модели участия граждан в общественно-политической реальности: модель гражданского участия, в которой предполагается существование и развитие общественных

---

<sup>1</sup> Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения. М.: Медиум, 1997. С.149.

<sup>2</sup> Heidenheimer A., Heclo H., Adams C. Comparative Public Policy: The Politics of Social Choice in America, Europe and Japan. New York: St. Martin Press, P.3.

<sup>3</sup> Коэн Дж. Л., Арато Э. Гражданское общество и политическая теория / пер.с англ.М.: Весь мир, 2003. С. 610.

<sup>4</sup> Беляева Н.Ю. Развитие концепта публичной политики: внимание «движущим силам» и управлению субъектам // Полис. 2011. № 3. С.76.

<sup>5</sup> Прохоренко И.Л. О методологических проблемах анализа современных политических пространств // Полис. 2012. № 6. С.71.

<sup>6</sup> Семенов А.В. Институционализация публичной сферы в политическом пространстве региона: автореф. дис. канд. полит. наук. Пермь, 2010. С.20 – 21.

<sup>7</sup> Заболотная Г.М. Проблема публичной сферы в современной политической теории // Вестник Тюменского государственного университета. 2004. № 4. С.121 – 127.



организаций и гражданского общества, оказывающих свое влияние на выработку государственных решений<sup>1</sup>; вторая экспертно-административная модель, основанная на анализе существующих интересов граждан, воспринимающих и вырабатывающих на их основе политические решения, и в целом политический курс развития общества<sup>2</sup>.

Публичная политика, по мнению А.И. Соловьева, способствует разнообразию общественно-политических практик<sup>3</sup>.

Российский опыт становления публичной политики в постсоветском пространстве изучали Т.А. Алексеева<sup>4</sup>, Л.И. Никовская<sup>5</sup>, М.Н. Кондрашина<sup>6</sup>, С.А. Гадышев<sup>7</sup> и Н.А. Шматко<sup>8</sup>. Именно они описали основные особенности развития публичной политики, среди которых можно выделить уникальный коммуникационный процесс между властью и обществом, скорая смена с закрытой на открытую политическую систему, а также постепенное проникновение демократических ценностей. Объединяет данные научные позиции тот факт, что в развитии теоретических моделей активное участие принимают политические субъекты как неотъемлемые элементы развития публичной политики в целом.

Изменения публичной политики в контексте развития информационно-коммуникационных технологий формируют совершенно новое поле политических практик под названием онлайн-пространство. Данные

---

<sup>1</sup> Красин Ю.А. Российские проблемы публичного // Публичная политика. Приложения. М.: Университет Калгари - Горбачев-фонд, 2005. С.16.

<sup>2</sup> Красин Ю.А. Механизмы аккумуляции интересов в публичной политике // Социально – политические процессы и экономическое состояние России: материалы научного семинара. М.: Научный эксперт, 2005. С. 50.

<sup>3</sup> Соловьев А.И. Политика и администрирование в структуре государственного управления // Управление государством: Проблемы и тенденции развития. Политическая наука: Ежегодник 2007 / Российская ассоциация политической науки; гл. ред. А.И. Соловьев. М.: РОССПЭН, 2008. С.76.

<sup>4</sup> Алексеева Т.А. «Публичное» и «частное»: где границы «политического»? // Проблемы и суждения: голоса российской политологии. М.: КДУ, 2003. С.145.

<sup>5</sup> Никовская Л.И. Публичная политика в современной России: между корпоративно-бюрократическим и гражданско-модернизаторским выбором // Публичное пространство, гражданское общество и власть: опыт развития и взаимодействия. М.: РОССПЭН – РАПН, 2008. С.123

<sup>6</sup> Кондрашина М.Н. Публичная политика как поле: к вопросу методологии исследования // Вестник Томского государственного университета. 2009. № 327. С. 46.

<sup>7</sup> Гадышев С.А. Современные подходы к определению публичной политики // Гуманитарный вектор. 2010. №3 С.132-134.

<sup>8</sup> Шматко Н.А. Феномен публичной политики // Социологические исследования. 2001. № 7. С. 106-113.

изменения в первую очередь касаются содержательных моментов исследования политических процессов, политических субъектов и дискурса, создавая новое пространство под воздействием цифровизации и технологизации<sup>1</sup>.

Публичное пространство как поле политических практик было изучено начиная с исследований Д. Истона, который определяет публичное пространство как комплекс действий, направленных на решение публичной проблемы, существующей в политической системе<sup>2</sup>. Именно данное понятие наталкивает нас на мысль о том, что публичное пространство может существовать как поле совместных политических практик для граждан и различных политических субъектов. Инновационную по своему содержанию идею высказывает Макс Каасе в статье «Политическая наука и интернет», где он одним из первых определяет новое пространство политических практик – мировую сеть Интернет, а именно, функционирование и влияние на политические процессы. По мнению немецкого ученого, всемирная паутина исследует политические процессы и технологии, являясь их движущей силой<sup>3</sup>.

Российские политологи раскрывают сущность онлайн-пространства как совокупность социального окружения, производящего политические практики и глобальную сеть Интернет<sup>4</sup>. Тенденция трансформации и перехода политических процессов в Интернет-пространство констатирует тот факт, что публичная политика преодолела этап институционализации и способна существовать в онлайн-пространстве. В свою очередь, различные политические субъекты реализуют принципы горизонтальной коммуникации

---

<sup>1</sup> Перфильев Ю.Ю. Российское интернет-пространство: развитие и структура. М.: Гардарики, 2003.С.7.

<sup>2</sup> Каас М. Политическая Наука и Интернет Kaas M. political science and the Internet // inern. Polit. Science rev. L. , 2000. Vol. 21. № 3. P. 265-282.

<sup>3</sup> Ширин С.С. // Всемирная паутина как объект исследования в политической науке. Вестник СПбГУ. Сер.6. 2013. Вып.2 С.98-105.

<sup>4</sup> Рябченко Н.А. Модернизация публичной политики современной России: ресурсы и возможности online социальных сетей и блогов. Политическая наука: состояние и перспективы развития в XXI веке: материалы Междунар. Науч.-практ. Конф. / отв.ред. В.М. Юрченко. Краснодар: Изд-во Кубанского гос.ун-та, 2011. С. 407-411.

в свойственной сетевой публичной политике. Используя термин «политические практики» необходимо подчеркнуть, что они функциональны в контексте политического процесса, который определяется Н.А. Барановым как логически разворачиваемую последовательность взаимодействия между политическими акторами<sup>1</sup>. Основными акторами политического процесса ученые называют политические системы, политические институты (государство, гражданское общество, политические партии, а также организованные и неорганизованные сообщества граждан). Онлайн-пространство создает возможности для формирования принципиально новых акторов публичной политики (блогеры, неполитические общественные организации и т.п.), которые не только участвуют в разработке и развитии коммуникативных площадок, но и наряду с традиционными субъектами (государством и политическими партиями), присутствовать в принятии политических решений. Таким образом, политические практики обозначают формирование новой субъектности у первичных политических акторов. В контексте данных изменений политических акторов принято обозначать как политические субъекты. Политические субъекты, используя цифровые технологии и механизмы, формулируют новые политические запросы на участие в публичной политике, протекающей в онлайн-пространстве.

Политические практики образуют публичную сферу, а политические процессы и действия зачастую происходят в онлайн-пространстве. Данный термин был введен отечественным ученым-политологом Н.А. Рябченко, которая определяет онлайн-пространство как совокупность спроектированных пользователями систем, основанных на применении технологиях web 2.0 и web 3.0, отражающих офлайн-пространство публичной политики, а также создающих и расширяющих единое информационно-коммуникативное пространство публичной сферы<sup>2</sup>. Выделяют следующие

---

<sup>1</sup> Баранов Н.А., Пикалов Г.А. Теория политики [Электронный ресурс]. URL: [http://politlogia.narod.ru/b/BARANOV\\_POLITICA/index.htm](http://politlogia.narod.ru/b/BARANOV_POLITICA/index.htm) (дата обращения: 24.10.2022)

<sup>2</sup> Рябченко Н.А. Online публичная сфера России в преддверии электорального цикла 2011–2012 гг. // Экстраординарность, случайность и протест в политике: тематическое и методологическое поле сравнительных исследований: сб. науч. ст. Краснодар: Кубанский гос. Ун-т, 2011. С. 376-382.

стратегии и принципы, которые составили основу онлайн-пространства, выделяемого как пространства для политологического исследования – «архитектура участия» пользователей, имеющих представления и интересы, отражающие политическую проблему; интерактивность и гипертекстуальность для создания и обмена информационным контентом; создание информационных каналов<sup>1</sup>.

Политические практики имеют особенность функционировать в онлайн-пространстве. Обосновываются данные положения в теоретико-методологических работах А.А. Гнедаш и Н.А. Рябченко, обозначающих онлайн-пространство как совокупность технологий Web 2.0 и Web 3.0, основанных на горизонтальной многосторонней коммуникации между участниками, формирующими публичную политику России<sup>2</sup>.

Таким образом, исследуя политические практики в публичном онлайн-пространстве, мы изучаем последнее в качестве «единого социально-политического пространства, образованного системами, спроектированными пользователями при помощи технологий Web 2.0 и основанной на ней технологии Web 3.0, что значительно расширяет возможности информационно-коммуникационных процессов, протекающих в этом пространстве»<sup>3</sup>. Обосновываются процессы трансформации политических процессов и дискурса в онлайн-пространстве. Для анализа политических процессов и технологий, происходящих в онлайн- и офлайн-пространстве, нам нужно описать их с позиции использования политических практик.

Онлайн-пространство является новым информационно-коммуникационным инструментом для реализации различных политических практик. Одним из аспектов развития онлайн-пространства как поля политических практик является изучение политической коммуникации в

---

<sup>1</sup> Дедова О.В. Лингвистическая концепция гипертекста: основные понятия и терминологическая парадигма // Вестник Московского ун-та. 2001. № 4. С.22-36.

<sup>2</sup> Гнедаш А.А., Рябченко Н.А. Гендерная политика online: субъекты, механизмы и проблемы функционирования // Политическая экспертиза. 2011. № 1. С.163-183.

<sup>3</sup> Мирошниченко И.В., Морозова Е.В., Гнедаш А.А., Рябченко Н.А. Социальные сети в публичной практике современной России: модернизационный потенциал. Краснодар: Просвещение-Юг, 2012. С.181

условиях развития информационно-коммуникационных и онлайн-технологий в контексте массовой политической пропаганды, манипуляции общественным сознанием, политической манипуляции различных политических субъектов и институтов. Благодаря развитию онлайн-пространства стали развиваться политические коммуникации, природа которых имеет виртуальную основу. Посредством Интернет-технологий политические коммуникации оказывают существенное влияние на управленческие процессы, меняется взаимодействие государства и общества. Автор данной точки зрения С. В. Володенков, доктор политических наук, исследует Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. Он подчеркивает, что на смену теориям политической коммуникации, которые были актуализированы в послевоенное время и определившие фактор трансформации общественного развития, пришли теории о развитии политической коммуникации в онлайн-пространстве. Идеи М. Маклюэна о глобальной деревне, Р. Дейберта об общественных ценностях, Ё. Масуды и О. Тоффлера об информационном обществе составляют обширную теоретическую базу для дальнейших исследований политической коммуникации. Сущность и особенности политической коммуникации в российском контексте были изучены А.И. Соловьевым, М.Н. Грачевым, В.П. Пугачевым, В.А. Гуторовым, Л.Н. Тимофеевой, Ю.В. Ирхиным и М.Г. Анохиным.

Используя предыдущие теоретические концепции, С.В. Володенков развивает теорию об использовании онлайн-пространства для дестабилизации национальных политических режимов, включающую такие политические технологии, как политическая пропаганда, манипуляция общественным сознанием, информационные войны в Интернет-пространстве. Социально-политический эффект, который изучается в аспекте политических манипуляций и пропаганды в онлайн-пространстве, оказывает влияние на процессы управления общественным сознанием и политическим контентом, позволяя политическим субъектам различного вида и уровня

конструировать восприятие, формулировать новые модели поведения, современную политическую реальность.

Впервые мы встречаем понятие информационной интервенции, которая была применена С. В. Володенковым, для определения влияния Интернет-технологий в процессе смены национальных политических режимов в тех странах, которые ставят целью обеспечение международной безопасности национальных коммуникационным пространств.

Информационно-коммуникационные технологии становятся мощным инструментом для обеспечения глобального управления: основной территорией осуществления информационной атаки стали сегодня именно национальные сегменты Интернет-пространства. Данные утверждения аргументируются примерами анализа «цветных революций» в разных странах. Традиционные политические субъекты используют онлайн-пространство для позиционирования своих политических взглядов, определения политической повестки дня, для коммуникации со своими сторонниками и избирателями. Манипулятивные технологии, имеющие ресурсы экстерриториальности, мультимедийности и интерактивности, актуализируют и внедряют в массовое сознание альтернативные общественно-политические символы и ценности, формируют новые политические мифы и стереотипы, таким образом прямо влияя на восприятие традиционных политических субъектов, властных институтов и акторов.

Новые формы политической пропаганды построены на сетевых принципах коммуникации, на трансляции косвенных политических ценностях, на моделях мировосприятия, в корне отличающихся от тех национальных поведенческих стратегий, которые вырабатывает наше государство. Как пишет С.В. Володенков: «Отдельного внимания заслуживает тенденция радикализации политических настроений в Интернет-пространстве. В отличие от традиционных политических партий, которые агрегируя и артикулируя общественные интересы различных групп граждан, в рамках представительной демократии существенно сглаживали в

парламентах различных уровней политический спектр представляемых интересов, Интернет-сообщества выражают значительно более радикальные требования к власти». Таким образом, на данный момент не существует единого подхода и мнения по вопросу о регулировании общественно-политического дискурса в онлайн-пространстве<sup>1</sup>.

Вторым аспектом развития публичного онлайн-пространства как поля политических практик становятся избирательные кампании различного уровня и масштаба. Цифровые технологии современных избирательных кампаний имеют обширную область применения. Применение цифровых технологий особенно эффективно в онлайн-пространстве, так как оно имеет информационно-коммуникационную природу, благодаря которой горизонтальное взаимодействие между участниками достигает большего масштаба и проникновения. Начиная с 2000 года социологические исследования указывают на продолжительный рост числа пользователей онлайн-пространством. Отметим, что изначально быстрый темп роста был у молодого поколения. К 2015 году общая численность пользователей онлайн-пространства составила 111 782 877 человек<sup>2</sup>, 75 % населения страны являлись активными пользователями. Таким образом, значительная часть потенциального электората активно использует современные технологии, что позволяет нам сделать вывод об эффективности применения онлайн-пространства, как поля предвыборных политических практик. За весь период проникновения предвыборных технологий в онлайн-пространство можно выделить три крупных этапа, которые имеют свою политическую специфику существования. Первый этап имеет временную хронологию с 2000 по 2008 годы, но отличается низкой степенью включенности и заинтересованности политических субъектов во взаимодействии с гражданами в онлайн-пространстве. Но все же именно в этот период осуществлялись первые

---

<sup>1</sup> Шутов А.Ю. Политическое восприятие страны как проблема теории коммуникации // Россия Польша: проблемы взаимного восприятия: Мат-лы междунар. науч. конф. М., 2013. С. 9-10.

<sup>2</sup> Сведения об общей численности избирателей, участников референдума Российской Федерации по состоянию на 1 июля 2015 года // Центральная избирательная комиссия Российской Федерации. 2015. URL: <http://www.cikrf.ru/izbiratel/quantity/01072015.html> (дата обращения: 21.09.2022).

попытки политических субъектов виртуализировать свою политическую субъектность, заявить о своих политических взглядах и установках, сформулировать политическую повестку<sup>1</sup>. Отдельные политики создавали личные сайты, проводили избирательные кампании и проводили политическую агитацию. Рост числа пользователей онлайн-пространства складывался с определенным дисбалансом в пользу количества потенциального электората и политических партий и лидеров, зарегистрированных на социальных платформах и ведущих активную публичную деятельность. Существовала большая разница между «спросом» и «предложением» в отношении политической информации в онлайн-пространстве. По сравнению с состоянием избирательных кампаний в США, где в 2008 году самым значимым событием в политической жизни американского общества, проходят выборы Президента. Это предвыборная кампания Барака Обамы, в которой активно применялись Интернет-технологии: присутствие кандидата в Президенты в онлайн-пространстве, высокая активность его личных аккаунтов, регулярные публикации, заинтересованность в каждой социально-политической ситуации в стране, создание и распространение вирусных видео с участием знаменитостей, агитирующих за кандидата, привлечение сторонников и финансирования обеспечили победу. Таким образом, на основании данных Интернет-технологий, кандидату удалось реализовать ряд политических функций, требующих колоссальных ресурсов и финансов, а именно представление предвыборной кампании, создание успешного политического образа, сбор обращений избирателей, сбор средств на проведение избирательной кампании, поиск волонтеров, адресная рассылка обращений кандидата потенциальным избирателям, мобилизация сторонников на проведение публичных мероприятий, а также в день голосования<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Ермолаев В.П. Методы агитации в российском интернет-пространстве в период 2000-2015 гг. // Вестник московского университета. Сер.12. Политические науки. 2016. № 3. С.64-75.

<sup>2</sup> Надпорожский И.А. Применение интернет-технологий в российских избирательных кампаниях // Вопросы студенческой науки. 2018. С. 15.



Второй этап развития избирательных технологий в онлайн-пространстве характеризуется временным периодом с 2008 по 2014 годы. Динамика активности политических субъектов имеет резонансную амплитуду действий, публикационной активности и видеообращений. Заметная корреляция между проявленной активностью в период выборов в Государственную Думу в 2011 году, когда происходил пик активности, насчитывающий 40392 публикации в контексте предстоящих выборов. В «послевыборный» период количество публикаций сократилось в 2 раза, до 19582 в 2013 году. С наступлением нового электорального цикла показатели агитационной активности вновь демонстрируют высокий рост<sup>1</sup>. Основным источником политической информации о предстоящих выборах, о кандидатах и предвыборной кампании являлся официальный сайт кандидата. С 2008 года начинается развитие публичного онлайн-пространства, в котором функционируют социальные платформы LiveJournal, Periscope, Twitter\*\*, Facebook\*\*, Instagram\*\*, а также видеохостинг YouTube, содержащий политический видеоконтент. Увеличивающееся разнообразие социальных платформ создает дополнительные возможности для информационных предвыборных кампаний различного уровня. Присутствие как можно большего количества политических субъектов позволяет отследить эффективность присутствия политических партий, которые к 2016 году демонстрируют высокие показатели индекса присутствия в онлайн-пространстве. Возглавляет рейтинг партия «Единая Россия», которая достигла уровня 81%, затем партия «Яблоко» с 80%, замыкает рейтинг партия «Справедливая Россия», которая достигла 66%.

Также данный период отличается активным применением электоральных технологий в онлайн-пространстве – самой значимой предвыборной кампанией в этот период следует считать кампанию Алексея Навального\*, который участвовал в выборах мэра Москвы в 2013 году.

---

<sup>1</sup> Чижов Д. Коммуникационная активность российских политических партий в Интернете // Вестник Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. 2015. 16 декабря [Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik.rcoit.ru/public/2.html> (дата обращения: 10.09.2022).

Оппозиционно-настроенный кандидат набрал 27% голосов и занял 2 место благодаря избирательным технологиям, полностью действующим в онлайн-пространстве. Создание ресурса «Мосвписка» для поиска волонтеров, проект «Навальный в каждый дом», личные страницы «Команды Навального», онлайн-сервисы для фандрайзинга и поиска средств на введение предвыборной кампании, популярный видеопроjekt «Круги Навального» – это совокупность политических практик, которые применял кандидат. Первостепенной задачей кандидата была артикуляция интересов его сторонников, мобилизация ресурсов для того, чтобы граждане совершали социальное действие в поддержку А. Навального\*, и социальное бездействие относительно всех остальных политических партий.

Таки образом, мы видим, что активизация политических субъектов в публичном онлайн-пространстве продуцирует различные виды политических практик. Данные практики эффективны в электоральных циклах, так как создают возможность проводить предвыборную кампанию в онлайн-пространстве. Данный период отличается особенностями увеличения пользовательской аудитории, привлечением и агитацией оппозиционных сторонников, мобилизацией ресурсов пользователей для совершения политического действия или бездействия.

Третий период 2015–2018 годы. Данный период ознаменован использованием «больших данных», находящихся в Интернет-пространстве для политических целей, в том числе избирательные кампании, направленные на привлечение электората. Методология исследования новых политических трендов направлена на социологические парадигмы, в основе которых находятся личные, поведенческие и психометрические данные. Впервые данный тренд продемонстрировала кампания Cambridge Analytica во время президентских выборов в США в 2016 году. При помощи онлайн-пространства специалисты кампании Cambridge Analytica изучали информацию о поведенческих стратегиях американцев, таким образом прогнозируя результаты голосования. Учитывая предпочтения американцев,

были сформированы электоральные группы, на которые была направлена таргетированная политическая реклама. По мнению Михаила Косински, каждый пользователь онлайн-пространства оставляет в онлайн-пространстве «цифровые следы». Таким образом, возникают Political Big Data, определяемые как «большие политические данные», способствующие эффективному проведению избирательных кампаний в онлайн-пространстве.

Российский избирательный процесс в 2018 году задает выборы Президента, которые в политическом смысле развили тенденции к эффективному диалогу между политическими субъектами и потенциальными избирателями в онлайн-пространстве. Для каждого кандидата была характерная особенность в проведении предвыборной кампании. Мобилизационный потенциал сторонников Ксении Собчак отличался либерализацией политических взглядов и политическим лозунгом «Против всех». В кампании Владимира Путина активизировалось общественное движение Putin Team, избиратели Владимира Жириновского вели активную пропаганду и агитацию благодаря региональным отделениям и штабам, остальные кандидаты использовали традиционные каналы коммуникации с гражданами. При исследовании, проведенном в предвыборный период, были охарактеризованы цифровые следы онлайн-пользователей, которые включают публикации, комментарии, теги и хэштеги, адресованные каждому кандидату. Объектом исследования стали комментарии избирателей, опубликованные к информационным постам на официальных страницах кандидатов в Президенты РФ и в их публичных агитационных сообществах. Наибольший интерес представляют единицы анализа, содержащие эмоциональную окраску на вербальном и невербальном уровне. Они отражают отношение электората по отношению репрезентаций кандидата в Президенты. Отличительной чертой единиц анализа, выявленных по В.В. Путину, является увязка их с исполнением им текущих полномочий Президента РФ.

В десятку самых упоминаемых ключевых слов вошли такие слова, как «пенсия», «бедность», «коррупция», «налоги», «голодают», «долг», «нефть/игла», «санкции», «война», «закрывают». Предвыборная кампания кандидата от партии КПРФ Павла Грудина в сети Instagram\*\* отличается большим количеством публикаций провокационного характера, контент которых посвящен «информационной войне против Павла Грудина». Кроме того, она отличается пересечением запросов определенной аудитории избирателей с пунктами программы кандидата, на основании чего можно сделать вывод, что кандидат нашел своего избирателя, а избиратель нашел своего кандидата в лидеры страны. При этом среди языковых доминант мы отмечаем «жулик», «ворует», «чиновники», «коммунист», «бизнесмен». Контент-анализ комментариев относительно репрезентаций кандидата В.В. Жириновского говорит о корреляции возраста, харизмы и принадлежности к партии с возникновением определенных смысловых единиц. Основной источник предвыборных публикаций о кандидате – региональные лидеры и активисты партии ЛДПР, его предвыборный штаб. Так, комментарии содержали следующие ключевые слова: «кругом враги», «скандал», «дед», «Жирик», «Америка», «репертуар/образ».

«Блондинка в шоколаде», «цирк», «лошадь», «Дом-2», «западные спонсоры», «Кадыровская», «Борьба», «Путин её Батя», «Америка», «Кремлевский проект» – часто упоминаемые ключевые слова контент-анализа комментариев по поводу единственной женщины-кандидата в Президенты РФ 2018 года К.А. Собчак. Эти слова-маркеры можно интерпретировать как вызов существующей системе – самый неоднозначный и противоречивый из всех представленных кандидатов. Сам контент-анализ свидетельствует о том, что личность кандидата вызывает бурный интерес в социальных сетях. Формируя политическую повестку дня, каждый из четырех перечисленных нами кандидатов создает ценностную политику, которую поддерживают и одобряют, либо критикуют и оспаривают пользователи сети Интернет, продуцируя социальное действие в виде

информационного посыла. Таким образом, в процессе избирательного цикла в онлайн-пространстве возникают политические совместные и индивидуальные практики, которые влияют на политический процесс в целом.

Исследуя региональную специфику избирательных кампаний, в качестве примера необходимо рассмотреть масштабный цикл губернаторских выборов, прошедших в 2019 году в 16 регионах России. Избирательную кампанию в онлайн-пространстве в республике Карелия вели 100% кандидатов, в Свердловской области – 83%, а в Севастополе и Новгородской области всего 20% кандидатов. Подобный дисбаланс в использовании онлайн-пространства свидетельствует о том, что большинством политических субъектов была задана тенденция, которая в будущем будет реализована на выборах различного уровня<sup>1</sup>.

Развитие экономической, социальной, культурной жизни по цифровым технологиям изменяет и политическую систему в целом<sup>2</sup>. В избирательном процессе кандидаты стараются продемонстрировать высокотехнологичные навыки, которые трансформируют традиционные каналы коммуникации кандидата с избирателями. Востребованными становятся технологии иного спектра, например, не реальная встреча кандидата со своими сторонниками, а онлайн-трансляция на YouTube, стримы, различные приложения в смартфонах, технологии фандрайзинга, краудфандинга, привлечение волонтеров, а также публикация событийного политического контента. Живая коммуникация заменяется в онлайн-пространстве посредством коммуникации визуальной, текстовой, контекстуальной<sup>3</sup>. Показательным примером выступают выборы Президента В. Зеленского в 2019 году, когда предвыборная кампания приобрела вирусный характер, за период которой в

---

<sup>1</sup> Надпорожский И. А. Применение интернет-технологий в российских избирательных кампаниях // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2018. № 1 (17). С. 117-121.

<sup>2</sup> Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Карзубов Д.Н., Синяков А.В. Развитие методологии и методики интеллектуального поиска цифровых маркеров политических процессов в социальных медиа // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2017. № 5 (141). С. 79-104.

<sup>3</sup> Володенков С.В. Big data как инструмент воздействия на современный политический процесс: особенности, потенциал и акторы // Журнал политических исследований. 2019. № 1. С. 7-13.

онлайн-пространстве было создано более 2000 неофициальных сообществ в поддержку выбранного Президента. Тенденции к событийным процессам, которые организуют не партийные и государственные представители, а волонтеры и сторонники, способные запустить информационные волны в онлайн-пространстве. Впервые подобные процессы были продемонстрированы на выборах президента США Барака Обамы<sup>1</sup>.

Третий аспект исследования политических практик в онлайн-пространстве был рассмотрен нами в контексте создания в России оппозиционных движений, протестных акций и митингов. Протестные настроения в российском обществе появились после череды политических событий в контексте парламентских выборов в 2011 году. Жесткая конкуренция и значительные нарушения на выборах стали причинами гражданской активности населения, которое в составе 40 тысяч человек участвовало в протестном митинге на Болотной площади. Радикальные изменения в политической жизни российского общества произошли после митинга «За честные выборы», на котором впервые громко о себе заявили лидеры несистемной оппозиции М. Касьянов, Б. Немцов, В. Рыжков, Э. Лимонов, А. Навальный\*. Еще большее количество россиян собралось на митинге 24 декабря на проспекте академика Сахарова. Информационное противодействие между властными субъектами и оппозиционными лидерами и их сторонниками вылилось в многочасовой митинг и 100 тысячную толпу. Ранее Д. Медведев высказал свое мнение на происшествие на Болотной площади и призвал граждан не быть целью манипуляций и не разжигать социальную рознь<sup>2</sup>. В ответ на эти слова граждане с еще большим энтузиазмом начали заполнять улицы Москвы. Политические практики начала первого десятилетия XXI века обернулись жестким противостоянием между политическими субъектами (Президент, министры, губернаторы,

---

<sup>1</sup> Косоруков А.А., Котлярова Т.Ю. Информационно-коммуникационные технологии как фактор трансформации публичной сферы современного общества // Тренды и управление. № 4. 2018. С. 88-96.

<sup>2</sup> Послание Президента Российской Федерации Дмитрия Медведева Федеральному Собранию Российской Федерации. М., 2011.

лидеры политических партий, депутатов, глав администраций, заместителей) и лидеров несистемной оппозиции.

После событий на Болотной площади и проспекте академика Сахарова власть решила противодействовать акциям протеста, организовав «антиоранжевый» митинг в поддержку В.В. Путина и его политического курса, в котором большинство участников правительственного митинга были государственными служащими, чиновниками, работниками бюджетных организаций, доставляемые автобусами к месту событий<sup>1</sup>. Разница в мобилизационном потенциале правительственных и оппозиционных сторонников заключается в том, что артикуляция и агрегация интересов граждан в первом случае осуществляется в призывном порядке, а во втором случае – в процессе коммуникации с гражданами в онлайн-пространстве.

После первых значительных столкновений оппозиционных сторонников с властными государственными институтами начинается формирование цифровой оппозиции в России. Первым показательным проектом был «Фонд Борьбы с коррупцией», созданный в 2011 году Алексеем Навальным\*. Основная цель проекта – предотвращение коррупции в стране. Примерами могут быть следующие проекты, связанные взаимодействием гражданского общества, институтов власти, публичных деятелей, участвующих в различных проектах общественного контроля над избирательными процессами, проходящими в стране:

- проект «Наблюдатели», консолидировавший усилия наблюдателей перед выборами Президента России в 2012 году. Был создан общественный контроль, представляющий интересы каждого предвыборного штаба. Данный проект просуществовал под названием «Свободный протокол»<sup>2</sup>;

- проект «Свободный протокол», позволивший создать общую базу правонарушений и фальсификаций в единую систему, насчитывающей около

---

<sup>1</sup> Смирнова М.В. Болотная площадь, или ветер перемен (политико-социальный анализ феномена массовых протестов в России в начале второго десятилетия XXI В.) // Вестник РУДН. Серия Политология. № 3. 2012. С.19-29.

<sup>2</sup> Проект «Наблюдатель» [Электронный ресурс]. URL: <http://nabludatel.org/stat-nablyudatelem/> (Дата обращения: 19.09. 2022)

12 тысяч отчетов от участников сообщества. С помощью данного проекта удалось зарегистрировать регионы, в которых систематически подделывались избирательные бюллетени<sup>1</sup>.

- проект «Пресс–центр» – продолжение проекта от Лиги Избирателей, который провел пресс-конференцию с корреспондентами, участвующими в выборах. Была создана площадка для совместной деятельности, а также сформированы сетевые сообщества на базе социальных платформ Facebook\*\*, ВКонтакте/

- проект «Шествие», представляющий митинги и шествия по всему миру, в котором приняли участие более 120 тысяч человек. Помимо людей, вышедших на улицы различных городов России, россияне, живущие за границей, также поддержали данную акцию;

- проект «Белые улицы», который ознаменовался автомобильной акцией, организованной Борисом Акунином. Он «запустил» акцию в блоге Живого Журнала. Итогом акции стало автомобильное шествие, которое образовало кольцо из автомобилей на Садовом кольце;

- проект «Правовая помощь», площадка для взаимодействия наблюдателей и юристов–волонтеров, которые просматривают жалобы избирателей, размещенные в социальной платформе «ВКонтакте». Рассматриваемые жалобы получали обратную реакцию о дальнейших действиях с юридической точки зрения;

- проект «Фонд Помощи», который организовывал финансовую поддержку со стороны всех желающих.

Данные проекты являются самые яркими примерами организационных форм взаимодействия оппозиционных институтов и становления сетевых сообществ, которые преобразуют публичную политику в организованную структуру с различными акторами, изменяющими ее.

---

<sup>1</sup> Проект «Свободный протокол» [Электронный ресурс]. URL:<https://rg.ru/2012/03/02/protokol.html> (Дата обращения: 20.09.2022)



- «РосПил» – площадка для борьбы с коррупцией как главного врага в России. Это проект, на который бурно отреагировало сетевое сообщество #ОнВамНеДимон. Также на сайте представлен отчет, сообщающий, что в процессе деятельности антикоррупционной политики удалось предотвратить контракты на сумму 70 млрд. рублей;

- «РосЖКХ» – онлайн-сервис, который помогает решить проблемы с коммунальными службами (отправка грамотного заявления с жалобой или просьбой решить проблему в ЖКХ);

- «РосЯма» – онлайн-сервис, созданный как площадка, в которой генерируется информация о ямах на дорогах (автоматическая подача жалобы в ГИБДД).

На данный момент существуют проекты, созданные с помощью гражданского общества, активных пользователей онлайн-пространства и представителей Фонда борьбы с коррупцией. В качестве резонансного события выступает фильм «Пенсионер Навальный объясняет»<sup>1</sup>, выпущенный Фондом борьбы с коррупцией, который возглавляет А. Навальный\*, и размещенный на видеохостинге YouTube 25 июня 2018 г., набравший около трех миллионов просмотров и 42 134 комментария и постов от пользователей.

Примером могут послужить прямые трансляции в социальных платформах, видеохостингах, форумах о проведении митинга «Он Вам не Царь», собравшим протестующих для выражения недовольства властью перед инаугурацией Владимира Путина на пост Президента России. Тысячи активных пользователей онлайн-пространства распространяли новости в своих аккаунтах, мобилизуя политический капитал сетевого сообщества. Оппозиционные сетевые сообщества имеют горизонтальную структуру с гибкой иерархией управления. Помимо официального сайта, в котором централизуется информационно-новостной контент сетевого сообщества,

---

<sup>1</sup> Алексей Навальный. Пенсионер Навальный объясняет [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NWDUg1skBeY> (Дата обращения: 25.09.2022 г.)

существуют региональные представительские группы, состоящие из активных Интернет-пользователей, которые базируются на социальных платформах ВКонтакте, Facebook\*\*, Twitter\*\*, Instagram\*\* с применением территориальных принципов организации пользователей в единую коммуникационную сеть. В каждом регионе, городе и населенном пункте, где количество сторонников А. Навального\* интегрировалось в сетевое сообщество, функционирует социальная платформа, которая канализирует информацию. Подобной площадкой выступают группы ВКонтакте, организованные по данному принципу: «Команда Навального/Краснодар».

Последние оппозиционные практики в онлайн-пространстве массово призывали граждан участвовать в митингах в поддержку арестованного А. Навального\*. Содержание публикаций в различных социальных платформах носит агитационный характер, чаще всего призывы к участию незаконных акций транслируются посредством видеообращений. Примечательным становится тот факт, что новостной контент включает инструкции как не быть задержанным во время митинга. По данным Радио Свободы, численность митингов 23 и 31 января в поддержку А. Навального\* составила 90 тысяч человек. Напротив, сторонники А. Навального\* оценивают масштаб акций в 250–300 тысяч человек, среди которых 10 тысяч человек были задержаны, а также было заведено не менее 90 уголовных дел.

Четвертым аспектом развития политических практик в онлайн-пространстве является коллективная деятельность граждан в рамках краудсорсинга, краудфандинга, электоральный фандрайзинга и технологии Political Big Data. Данные понятия в целом относятся к различным сферам деятельности людей, одну из которых представляет политика.

Развитие общественно-политических процессов в рамках краудсорсинга. Российские исследователи отмечают, что «краудсорсинг – это надстройка онлайн-пространства, создающая связующее звено между офлайн- и онлайн-пространствами. Офлайн-пространство формулирует действенный посыл, а онлайн-пространство предоставляет инструменты

посредничества между той или иной группой людей и способно трансформировать, видоизменять действенный посыл, исходя из потребностей общества»<sup>1</sup>. Таким образом, социально-политический запрос в технологии краудсорсинга можно разделить на следующие направления: создание политического образа кандидата в выборах, формирование предвыборной кампании, привлечение сторонников и волонтеров для технической реализации избирательной кампании; возможность граждан участвовать в публичной политике, принятии политико-управленческих решений; финансовые операции по сбору средств и пожертвований и политических кампаний; помощь в реализации гражданских инициативах и проектов; использование социальных платформ для реализации национальных проектов и решений.

Существует два вида взаимодействия граждан в социально-политических процессах. Первый вид основывается на сетевом взаимодействии пользователей онлайн-пространства, которые предлагают свои ресурсы для определенной деятельности (благотворительные, волонтерские, экологические, политические акции, социально-политические проекты). К примеру, успешным краудсорсинговым проектом, который реализуется по сей день, является проект по поиску пропавших людей «ЛизаАлерт». Второе направление развитие краудсорсинговой деятельности становится актуализация социально-политических вопросов и мобилизация гражданских ресурсов для принятия общественного решения. Демонстрацией данного направления служит пример принятия закона «О полиции» в 2011 году, а также голосование за принятие новой Конституции РФ, в ходе которой происходили общероссийские обсуждения основных поправок и изменений.

Частным случаем краудсорсинга выступает краудфандинг, при помощи которого осуществляется поиск средств от большого количества людей.

---

<sup>1</sup> Гнедаш А.А., Рябченко Н.А. Конструктивные и деструктивные социально-политические практики в online-пространстве современной России: «Фейлы», «Кейсы», «Механики» // Человек. Сообщество. Управление. 2014. № 2. С. 48.

Зародилось данное направление в США в 2009 году, куда впервые был запущен электронный ресурс-сайт Kickstarter. В том же 2009 году было запущено 37 020 проектов, для которых было собрано более 428 миллионов долларов<sup>1</sup>. Избирательная кампания Барака Обамы впервые в глобальных целях применила технологии краудфандинга, привлекая волонтеров для реализации свои политических обещаний. Как правило, волонтеры и добровольцы занимаются сбором подписей, раздачей листовок и агитационных плакатов, рассылкой программ, печатью и многими другими действиями. В российских реалиях технологию краудфандинга зачастую используют оппозиционные сообщества, которым необходима финансовая поддержка для деятельности организации.

В современном обществе примерами краудфандинга и краудсорсинга выступают выборы в Государственную Думу VIII созыва. Кандидатами предпринимается попытка мобилизовать своих сторонников для проведения предвыборной кампании. На примере избирательной кампании Антона Фургала, сына бывшего губернатора Хабаровской области, Сергея Фургала, выдвинувшего свою кандидатуру по пост депутата в Городскую Думу, мы видим, как используется технология краудфандинга. Изначально для официальной регистрации Антона Фургала в качестве кандидата на выборах, его команде предстояло собрать 15 000 подписей. Сбором подписей занимались волонтеры, которые организовывали постоянные или временные точки сбора. Официальные страницы Антона Фургала в различных социальных платформах содержат мобилизационный контент, который призывает граждан оказать всевозможную поддержку кандидату. Таким образом, мы видим, что инновационные технологии проникли в политические процессы, начиная от принятия местных управленческих решений и заканчивая национальной государственной политикой, которая

---

<sup>1</sup> Дайте денег: как профинансировать свой проект из чужого кошелька [Электронный ресурс]. URL: <http://vladivostok3000.ru/education/1319-crowdfunding/> (Дата обращения: 08.09.2022).

реализуется с целью привлечения человеческих ресурсов для выработки общего политического курса.

Отдельным видом, имеющим опыт реализации в электоральных циклах разных стран, стоит назвать электоральный фандрайзинг. Он определяется как целенаправленная деятельность кандидатов по сбору средств для своей предвыборной кампании. Изначально технологический прием электорального позиционирования в онлайн-пространстве стал одним из важнейших событий в политической жизни, так как многие кандидаты на выборы различного уровня получили доступ к участию в выборах. Технологическая составляющая в позиционировании политического субъекта в онлайн-пространстве проявляется в проведении онлайн-трансляций с пользователями с целью электоральной мобилизации, посредством эффективной коммуникации. Электоральное позиционирование с психологической точки зрения называется эффектом сопричастности, способствующим приближению и погружению кандидата в жизнь избирателя через онлайн-встречи на YouTube. Ярким примером использования электорального фандрайзинга выступает digital-кампания В. Зеленского, в команде которого в период предвыборной кампании работало более 600 тысяч волонтеров. Волонтерами были высококвалифицированные юристы, экономисты, логисты и специалисты в области информационной кампании.

Особое место в политической жизни занимают технологии «больших политических данных». Во Франции в 2017 году президентом был избран Э. Макрон. В преддверии выборов вся страна была разделена на 60 000 ареалов, примерное количество жителей в каждом ареале составляло около 1000 человек, территориально это было равно одному кварталу. Далее выделенные зоны исследовали по идеологическим, социально-экономическим и демографическим показателям при помощи социологических опросов. Исходя из полученных данных в каждом квартале распределялись политические приоритеты: график работы пикетов, выступлений кандидатов, публичных встреч с теми представителями, которые пользовались

популярностью в данном регионе. Пятый аспект развития онлайн-пространства как поля политических практик основывается на формировании политической повестки дня, которая становится главным фактором в процессе выработки и принятия социальных действий/противодействий/бездействий.

В онлайн-пространстве формируются лингвистические паттерны, которые формируют восприятие образа политического субъекта и транслируемого им контента. Лингвистические паттерны влияют на дискурсивные поля в онлайн и в офлайн-пространстве, потребление которых активно сказывается на поведении рядовых граждан. Каждый пользователь онлайн-пространства активно занимается Интернет-серфингом и потребляет политическую информацию, способную оказывать сильное влияние на его политическое сознание, на формирование его гражданской позиции, а также на формулирование основного посыла его дальнейших действий, которые перетекают из просмотра новостной ленты в одной из социальных платформ к реальным попыткам участвовать в политической жизни. Лингвистические паттерны, формируемые в онлайн-пространстве, продуцируются различными медийными личностями, топовыми журналистами, публичными деятелями, блогерами, лидерами мнений в контексте ярких политических событий.

Для того чтобы определить каким образом лингвистические паттерны способны задавать векторы восприятия политического контента, мы проанализировали дата-сети пяти ведущих журналистов России по мнению компании «Медialogия». Нами были выбраны аккаунты Алексея Венедиктова\*\*\*, Владимира Соловьева, Владимира Познера, Маргариты Симоньян и Ксении Собчак. Анализируемый период - с 1 по 30 января 2020 года включает реакцию журналистов на Послание Президента РФ В.В. Путина Федеральному Собранию РФ от 15 января 2020 г.<sup>1</sup>. Далее были выбраны все посты данных журналистов из аккаунтов в указанных

---

<sup>1</sup> Послание Президента РФ В. В. Путина Федеральному Собранию РФ от 15 января 2020 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/62582>. (дата обращения: 22.01.2020).

социальных сетях ВКонтакте, Facebook\*\*, Instagram\*\*, Twitter\*\* за период 15–30 января 2020 г. Учитывая сетевой характер коммуникации в онлайн-пространстве и взаимодействие исследуемых журналистов с другими инфлюенсерами, примерное число потребителей (подписчики + фоловеры + потенциальные и случайные просмотры) продуцируемого ими (топовыми журналистами) контента увеличивается в 10 раз: примерное число пользователей, прочитавших приводимые ниже посты, оценивается в 60 млн. граждан. Эти факторы обеспечивают указанным журналистам 2 канала влияния на общественное мнение и политическую повестку дня: формальный канал – через СМИ; неформальный канал – через пользователей и подписчиков. Полученные дата-сети были подвергнуты сетевому, лингводискурсивному, фолксономическому анализу.

Исследуемые нами аккаунты топовых журналистов в России отражают определенный тип социального поведения в ответ на политическую повестку дня. Каждый журналист как публичное лицо, заинтересованное в публикации актуального контента, ведет активную деятельность на социальных платформах, пользуясь и руководствуясь собственным стилем изложения материала и собственным мнением, которое вызывает у общества ответную реакцию в качестве социального действия/противодействия/бездействия.

При анализе политических субъектов в онлайн-пространстве необходимо учесть мировые тенденции и практики, которые своим примером демонстрируют возможности социальных платформ и развитого публичного пространства производить фундаментальные политические изменения в разных странах. В 2017 году весь мир охватил феномен «Джасиндомании»<sup>1</sup>, став политической сенсацией за последние 150 лет в политической жизни Новой Зеландии; некоторые СМИ называют сложившуюся ситуацию новозеландским Brexit. Должность премьер-министра заняла Джасинда

---

<sup>1</sup> Politics Expected to Hinder New Zealand Businesses [Электронный ресурс]. URL: <http://www.scoop.co.nz/stories/PO1710/S00189/politics-expected-to-hinder-new-zealandbusinesses.htm> (дата обращения: 20.09.2022)

Ардерн, которая прославилась популистскими методами и попала под объектив политической камеры вместе со своей страной – Новой Зеландией.

Еще в 2001 году Джасинда получила диплом бакалавра в Гамильтоне в области политических коммуникаций. В политику Джасинда пришла вместе со своей тетей, Мари Ардерн, которая тогда уже была членом лейбористской партии. Заняв место сотрудника предвыборного штаба политика Гарри Дуэйновена в 1999 году, будучи студенткой, Джасинда плотно укрепила там свои позиции. После окончания университета будущий премьер-министр стала работать в штабе члена новозеландского парламента Фила Гоффа, а затем в канцелярии премьер-министра Хелен Кларк. В карьере Джасинды Ардерн был и международный опыт работы в британском правительстве, где она была старшим советником по вопросам политики у премьер-министра Тони Блэра. В 2017 году она возглавляет правительство Новой Зеландии, став самой молодой женщиной политиком на этом посту. После того как Джасинда была выбрана премьер-министром, во всем мире, начиная с Новой Зеландии, началась «джасиндомания», обозначающая всенародную любовь к самому молодому, либеральному, честному и открытому премьер-министру.

Политические взгляды Джасинды Ардерн заключаются в том, что она легализовала аборты, выступает за права секс-меньшинств, борется за легализацию марихуаны. «Все, о чем я когда-либо думала, было связано с помощью людям» - цитируем ее.

Подобное расположение к премьер-министру связано с несколькими событиями в социальных платформах, которые не только сделали ее образ узнаваемым, но и раскрыли в ней человека, способного переживать всем свойственные этапы в жизни. Будучи против любых проявлений сексизма, на финишной прямой предвыборной кампании, Джасинда рассказывает о долгожданной беременности, и спустя три месяца официально заявляет, что ждет ребенка. После громкого заявления, в социальных платформах люди запустили флешмоб #knitforJacinda, «вяжи ради Джасинды», в его рамках участники флешмоба вязали теплые вещи и передавали их в детские дома.



Таким образом, будущий премьер-министр не только привлекла внимание к своей персоне, но и смогла актуализировать социальные проблемы, которые мгновенно распространились в онлайн–пространстве.

Ребенок Джасинды Ардерн и телеведущего Кларка Гейфорда не раз станет предметом обсуждений, которые будут вестись в социальных платформах, так как в сопровождении своего мужа и их дочери Джасинда часто появляется в публичных местах. К примеру, в январе 2020 года дочь Джасинды произвела фурор при посещении религиозного и политического движения Ратана, куда премьер-министр вместе со спикером парламента направилась на очередную встречу. В результате в социальной платформе Twitter\*\* появились многотысячные фотографии и комментарии со стороны поклонников, описывающих восторженные отзывы о том, что им понравилось наблюдать за счастливой семьей, а именно, их порадовала маленькая девочка в голубом платьице и розовой панамке.

Но это не первый случай, когда вся семья премьер-министра участвует в политических событиях. Трехмесячная Нив стала самой молодой посетительницей ассамблеи, придя со своей семьей на заседание ООН в 2018 году. Для того чтобы ребенок мог присутствовать на заседании, девочке сделали пропуск с надписью «первый ребенок Новой Зеландии». Вместе с Джасиндой Ардерн был ее муж, который держал ребенка на руках, пока мама выступала с речью о Нельсоне Манделе. «Жаль, я не снял, как японская делегация зашла в переговорку в тот момент, когда мы меняли памперс», - так прокомментировал муж Джасинды свое пребывание на заседании в Twitter\*\*.

Еще одним фактором, который привлек к личности Джасинды особое внимание в онлайн-пространстве – это Twitter\*\* «первого кота Новой Зеландии», который имел личный аккаунт. Пользователи часто вспоминают историю о том, что некоторое время назад домашний любимец едва не прервал переговоры, которые проходили между Джасиндой Ардерн и

Дональдом Трампом, вбежав в кабинет и громко оповещал о своем присутствии.

В целом, мы можем говорить о личности Джасинды Ардерн как о политике нового поколения, который не боится демонстрировать выполняемые различные функции премьер–министра, а также разные роли жены, дочери и мамы.

Многие эксперты, оценивая шансы Джасинды в выборах, утверждали, что с помощью своего яркого образа и особенного посыла в социальные платформы, она смогла победить и набрать большинство голосов. В сети активно обсуждался снимок обложки журнала *Voque*, личная жизнь будущего премьер-министра, а также ее способность быть яркой и привлекать к себе взгляды, в отличие от своих оппонентов, которые не так активно вели свою избирательную кампанию в онлайн-пространстве. Поразительным является тот факт, что Ардерн может взять в руки диджейский пульт и миксовать треки, чем покорила внимание молодежи. Джасинда Ардерн изначально ориентировалась на молодежь, и именно эта социальная группа дала ей наибольшую поддержку.

На протяжении всей предвыборной кампании Джасинда Ардерн была активным пользователем социальных платформ. У нее есть аккаунты в Instagram\*\*, Facebook\*\* и Twitter\*\*.

Таким образом, выстраивая доверительные и честные отношения со своими избирателями, Джасинда Ардерн выбрала наиболее эффективный канал коммуникации – социальные платформы в онлайн-пространстве. Не стоит говорить о том, что жизнь будущего премьер-министра была наполнена смыслом саморекламы: народу Новой Зеландии были близки по духу публикации премьер-министра, все сферы ее жизнедеятельности транслировались открыто. Политические взгляды и установки были заявлены откровенно, критика, которая обрушилась на нее ввиду семейного положения, а также за явные прогрессивные реформы – факторы, которые в совокупности смогли привести к тому, что большинство пользователей

смогли реализовать свое социальное действие, проголосовав за будущего премьер–министра Новой Зеландии.

Таким образом, в результате применения политическими субъектами Интернет-технологий, логика коммуникации между ними и гражданами требует новых теоретических обоснований и практических применений. Изменившие сущность коммуникативной процесса Интернет–технологии позволяют выстраивать диалог между властью и людьми при помощи информационных проводников.

Обозначенная высокая популярность онлайн-пространства диктует новые возможности для организации и проведения исследований, в которых превалирует гибридная методология, позволяющая не только исследовать политический мир, но и выявить причинно-следственные связи между событиями в онлайн-пространстве и действиями пользователей в офлайн. Политические субъекты, информация о которых запрашивается пользователями в онлайн-пространстве чаще всего, вызывают наибольший интерес, а значит, именно данные политические субъекты формируют и артикулируют интересы пользователей; вокруг них формируется актуальная политическая информация, внимание граждан приковано к ней, и в этом заключается особенность в выборе объекта для исследования.

Примером, подтверждающим процессы актуализации политической информации в онлайн-пространстве, становится феномен «джасиндомании», который привлёк внимание жителей одной страны к одному политическому субъекту, активно позиционирующему свои политические взгляды в социальных платформах. Став популярной, известной и узнаваемой по всей стране благодаря онлайн-пространству, кандидату удалось стать самым молодым премьер-министром в Новой Зеландии.

Изучая политические тренды, успевшие проникнуть в онлайн-пространство, мы делаем вывод о том, что, действительно, онлайн-пространство является полем социально-политических практик. Тенденции к виртуализации и медиатизации политической жизни общества привели к

тому, что теперь в онлайн-пространстве мы наблюдаем за ходом предвыборной кампании кандидата на выборы Президента какой-либо страны, увеличивающийся уровень оппозиционного движения, зарождение цветных революций, монетизацию и развитие шеринговой экономики, рынка микроуслуг, уберизации экономики. Данные тренды безоговорочно определяют онлайн-пространство как пространство современных политических практик и действий.

### **1.3 Модель репрезентации политических субъектов в онлайн-пространстве: структурные компоненты**

Мы рассмотрели эволюцию политических субъектов в контексте развития политической науки в целом, объяснив, как усложнилась их деятельность и оценка восприятия. В связи с усиливающейся ролью онлайн-пространства, а также учитывая современные тенденции слияния онлайн- и оффлайн-пространства, процессы исследования политического субъекта требуют новых методов, осмысленных в контексте политических реалий XXI века. Онлайн-пространство становится первичной площадкой функционирования, позиционирования и выстраивания оценки восприятия деятельности политических субъектов пользователями.

В политической науке существуют различные типы политических моделей, которые позволяют исследовать политическую реальность. Модель может быть конкретным образом изучаемого объекта, воображаемым или обладающим реальными характеристиками. Содержательные или формальные модели отражают язык, на котором формулируются научные гипотезы. Политические модели являются содержательными по природе своих структурных, когнитивных и концептуальных оснований.

Когнитивная модель строится на мысленных образах политической реальности, которые могут состоять из политических лидеров, деятелей,

публичных политиков. Именно когнитивные структуры строятся на сознательных и бессознательных мыслительных процессах.

Содержательная модель строится на когнитивной модели, но носит описательный, объясняющий и прогностический характер. Это позволяет отвечать на вопросы о происходящих политических процессах, описывать их и наблюдать за изучаемыми объектами с целью прогноза.

Концептуальные же модели, сочетая в себе содержательные модели, определяют политическую концепцию, которая в дальнейшем может эволюционировать до методологической установки. Концептуальные модели выделяются в логико-семантические, структурно-функциональные и причинно-следственные. Различие моделей состоит в том, что они решают разные исследовательские задачи.

При построении структурно-функциональной модели объект обычно рассматривается как целостная система, которую расчленяют на отдельные элементы или подсистемы. Части системы связываются структурными отношениями, описывающими подчиненность, логическую и временную последовательность решения отдельных задач.



Рисунок 1 – Объяснительные модели политических процессов

Так, для разработки модели репрезентации политических субъектов в онлайн-пространстве, нам необходимо выстроить концептуально-теоретическую рамку моделируемого объекта. Для этого мы критически переосмыслили и дополнили структурно-функциональную модель политического процесса Габриэля Алмонда и циркулярную модель коммуникации У. Шрамма.

Структурно-функциональная модель Габриэля Алмонда описывает политический процесс. Попытки встроить микрополитические процессы в макрополитическую систему осуществлялись в процессе работы, на которую ушло более 40 лет, начиная с 1956 г. Именно практическая сторона исследуемого Габриэлем Алмондом процесса позволяет интерпретировать политическую реальность как процесс, систему и управление. Поэтапное включение в политический процесс индивидов, политических лидеров и деятелей превращает его в цикличную модель, сопровождающуюся включением новых членов, способных встроиться в макроструктуру политического процесса и выходом тех политических компонентов, которые не способны адаптироваться к современным условиям.



Рисунок 2 – Структурно-функциональная модель политического процесса Г.Алмонда

Описывая цикличную модель политического процесса как предложенную совокупность функций процесса, системы и управления, на современном этапе можно выделить наиболее актуальные элементы системы. Сам автор рассматривает первый этап развития политической реальности как процесс, основанный на артикуляции и агрегировании интересов политических субъектов, вырабатывающих политический курс, осуществляющих реализацию политики и арбитраж. Подобная конверсия предполагает включение новых политических субъектов для участия в политическом процессе и исчезновение, перерождение старых субъектов, не отвечающих запросам политической системы. В данном блоке политический процесс подразумевает процедуру входа в политическую среду, появление новых субъектов или интеграцию микрополитических субъектов. Обоснованием для данного входа в систему служит влияние окружающей среды на процесс принятия норм, выполнение процессуальных и динамичных действий. Второй «уровень системы» состоит из производства и адаптации новых участников и среды к существующей политической системе, происходит своего рода социализация политических субъектов к нормам и социальным правилам, уже существующим в этой системе. Процесс социализации политических субъектов связан также и с функцией рекрутирования и обеспечения коммуникативной составляющей. Благодаря политической коммуникации обеспечивается информационная, манипулятивная и пропагандистская деятельность – важнейшая составляющая политического процесса в те послевоенные времена. На третьем, итоговом уровне управления, обеспечиваются процессы регулирования и распределения ресурсов, которыми обладают участники политического процесса.

Цикличность структурно-функциональной модели заключается в том, что она при помощи блока управления и регулирования ресурсов общества меняет социально-политическую среду, в которой функционирует

политическая система, и как следствие, новая политическая реальность создает возможности для появления и функционирования новых политических субъектов, преобразования старых.

Модель репрезентации политических субъектов в онлайн-пространстве была предложена нами для анализа деятельности политических субъектов в условиях новой цифровой реальности. Современная модель репрезентации строится на предложенной Габриэлем Алмондом структурно-функциональной модели анализа политической системы.

Коммуникация, существующая в структурно-функциональной модели Г. Алмонда, появляется только во втором блоке, рассматривающем политический процесс как систему. Основной разницей, существующей между моделью структурно-функциональной моделью Г. Алмонда и моделью репрезентации политических субъектов в публичном онлайн-пространстве является место и роль информационно-коммуникационных технологий, которые во второй модели обеспечивают жизнедеятельность всех этапов репрезентации.

Впервые модель У. Шрамма была предложена в 1954 году, в дополнение знаменитой в те времена линейной модели политической коммуникации, предложенной Г. Лассуэлом. Сам коммуникативный процесс был рассмотрен, как один из фундаментальных процессов, происходящих в обществе. По его мнению, в каждом обществе происходят интеракции, они являются неотъемлемой частью любого взаимодействия индивидов друг с другом или с группой индивидов. На рисунке 1 обозначена схема, которая определяет теоретические границы процесса репрезентации политических субъектов. Природа коммуникации состоит в том, что в ней присутствует обязательная обратная связь, без которой сама коммуникация невозможна. Необходимое условие коммуникации заключается в том, чтобы отправитель и получатель имели общих «шифр». Именно благодаря кодированию, декодированию и интерпретации сообщения политическая коммуникация изучается как процесс, эволюционирующий и бесконечный. Именно поэтому



концептуальная основа процесса репрезентации политических субъектов в публичном онлайн-пространстве построена на циркулярных концепциях структурно-функциональной модели политического процесса и циркулярной модели коммуникации.

Основываясь на описанной циркулярной модели коммуникации, процесс репрезентации политических субъектов в онлайн-пространстве строится на Интернет-коммуникации. Доминирующая Интернет-коммуникация в политической жизни представлена в множестве информационно-коммуникационных ресурсов, среди которых персональные сайты политических субъектов, органов власти, политических лидеров и партий, информационно-аналитические сайты, блоги государственных и политических деятелей, политическая реклама и новостные ленты в онлайн-пространстве.

Изменение природы политической коммуникации привело к изменению самого политического процесса. По мнению большинства ученых, исследовавших политическую коммуникацию, основными признаками «шифра», который кодирует и декодирует политическую информацию, являются новые формы, жанры, условия и модели поведения коммуникантов данного вида сообщения<sup>1</sup>. Каждая социальная платформа имеет специфические условия существования, делающие ее привлекательной для определенной аудитории. Такие параметры, как визуальный контент, теги и хештеги, твиты и ретвиты, временной интервал контента и другие возможности являются тем самым шифром, который используется пользователями онлайн-пространства.

---

<sup>1</sup> Акопов Г. Л. Глобальные проблемы и опасности сетевой политики // Политнет.ги, 2004. URL: <http://problem.politnet.ru/oglavlen.html> (дата обращения: 21.12.2021).

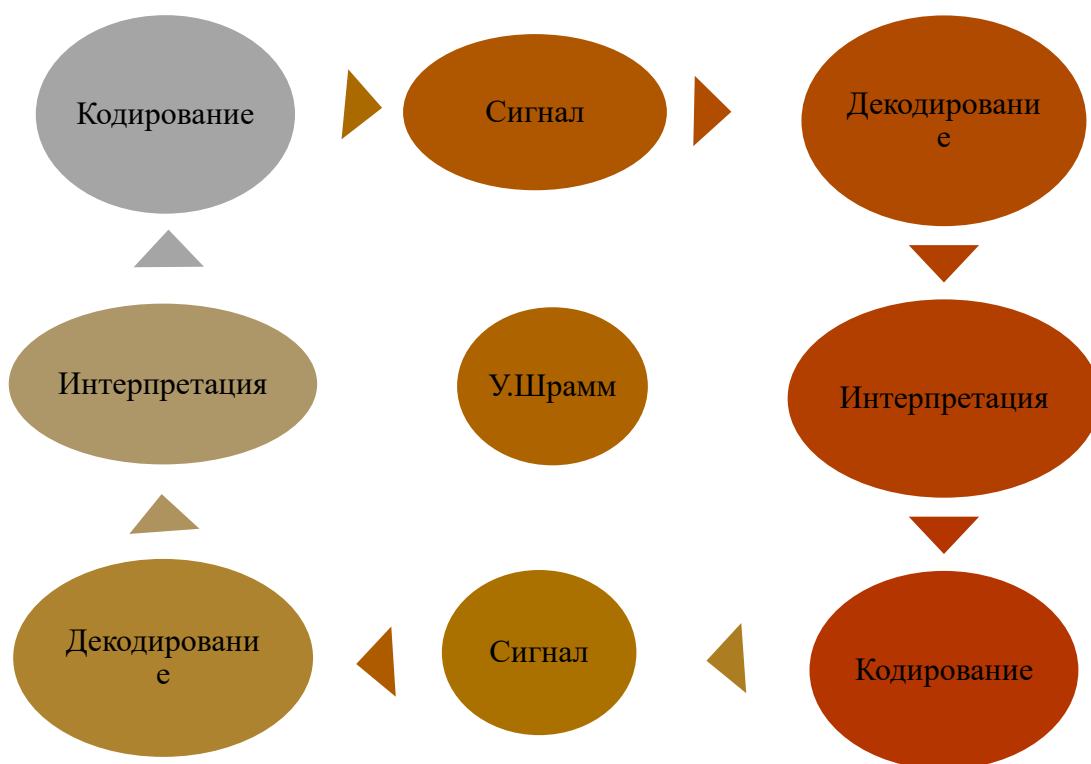


Рисунок 3 – Модель коммуникации У. Шрамма

Таким образом, политический дискурс, который формулируется политическими субъектами, имеет следующие институциональные характеристики:

- параметр формальности/неформальности, определяющий амплитуду коммуникации от тем о политике до максимальной институциональности, включающие международные переговоры, официальные встречи и публичные выступления;

- параметр субъектности, раскрывающий политическую коммуникацию между политическими субъектами и гражданами, коммуникация между политическими субъектами и органами государственной власти, коммуникация в политических институтах и организациях;

- параметр событийной локализации, учитывающий цель политического мероприятия в контексте которого происходит коммуникация (выборы, съезд партии, дебаты, слушания, инаугурация и т.д.);

- характер интенции, личный контакт, общественный диалог, коммуникация в различных социальных платформах, чатах, форумах и т.д.<sup>1</sup>.

Таким образом, политическая онлайн-коммуникация трансформировалась из модели циркулярной модели, предложенной У. Шраммом, не изменяя своим принципам и сохраняющим обратную связь.

Для изучения политической репрезентации в онлайн-пространстве необходимо визуально обозначить, из чего складывается процесс репрезентации, какие этапы он включает и как циклично запускается. Первым характерным этапом в модели репрезентации является позиционирование и функционирование политического субъекта в онлайн-пространстве, обозначающий, что он является полноценным политическим субъектом, запускающим горизонтальную коммуникацию. Контент, который транслирует политический субъект, воспринимается пользователями, и этот процесс формирует второй этап. На втором этапе происходит оценка изменений поведения пользователей как точка бифуркации, которая предполагает, что пользователи фильтруют информацию и анализируют ее. Если же политическая повестка дня, формулируемая политическим субъектом актуальна, пользователь реагирует на нее и в виде обратной связи вырабатывает свое отношение к политическому субъекту. Обратная связь может быть выражена в виде комментария, отзыва, репоста, лайка, любого действия, регламентированного условиями функционирования в онлайн-пространстве, и эти действия формируют третий этап репрезентации политического субъекта. Последний этап заключается в учете изменений в позиции политического субъекта, что делает модель цикличной, запускающий следующий процесс коммуникации. Согласно этой теории коммуниканты практически одновременно посылают и получают сигналы в виде сообщений, что делает эту модель интерактивной и интерпретативной.

---

<sup>1</sup> Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе: перспективные направления исследований / Российская коммуникативная ассоциация. СПб., 2004. URL: [http://www.russ-comm.ru/rca\\_biblio/v/vershinin02.shtml](http://www.russ-comm.ru/rca_biblio/v/vershinin02.shtml) (дата обращения: 23.09.2022).



Рисунок 4 – Процесс репрезентации политических субъектов в публичном онлайн–пространстве современной России

С учетом структурно-функциональной модели Г. Алмонда, утвердившего политический процесс как совокупность свойств системы и управления в институциональной среде, процесс репрезентации может изучаться нами как мобилизационный фактор, способствующий развитию у политических субъектов мобилизационного потенциала. Таким образом, этапы, характеризующие процесс репрезентации политических субъектов в публичном онлайн-пространстве, были дополнены и конкретизированы теоретическими основами, определяющими процесс мобилизации как возможный результат процесса репрезентации. Модель процесса

репрезентации является идеальным состоянием тех политических процессов, в которые включены политические субъекты в онлайн-пространстве. Соблюдение каждого пункта описываемых действий в итоге определяет мобилизационные ресурсы политического субъекта, артикулированные в онлайн-пространстве.

С учетом изменений процесса репрезентации политических субъектов идеальная модель будет включать теоретические принципы, которые служат концептуальной основой процесса репрезентации политических субъектов, с учетом того, что политический процесс протекает в публичном онлайн-пространстве. С учетом изменений процесс политической репрезентации будет значительно расширен и конкретизирован за счет пояснения и описания основных этапов жизнедеятельности публичного политического субъекта в онлайн-пространстве.

1. Процесс позиционирования дополняется артикуляцией и агрегацией интересов пользователей относительно политических субъектов, реализующих политический курс с учетом своих взглядов и политической системы. Личные или коллективные интересы учитываются на этапе позиционирования, что способствует артикуляции общих интересов пользователей. Политический субъект может отражать актуальные политические проблемы, позиционировать свое отношение к решению данных вопросов. В результате коммуникации в онлайн-пространстве начинают складываться неупорядоченные, неассоциативные, институциональные, ассоциативные группы, которые начинают процесс агрегации интересов. Данная деятельность сводится к тому, что деятельность политического субъекта и пользователей соединяется в общий курс действий, требований, программ, которые необходимы к реализации в будущем.

2. Процесс восприятия пользователями и оценка изменений поведения пользователей в отношении политического субъекта может выражаться в социализации и рекрутировании пользователей, способных приобретать

политические ценности, установки и правила того политического субъекта, чьи взгляды он разделяет или не разделяет. Складывается специфичная политическая культура, позволяющая познавать уровень информации о политической системе, политической жизни общества. Уровень эмоционального восприятия политической системы и ее различных субъектов позволяет выработать симпатию или антипатию, таким образом, запускается процесс рекрутирования. Процесс рекрутирования является фильтрующим процессом, позволяющим отбирать последователей данного политического курса.



Рисунок 5 – Модель репрезентации политических субъектов в публичном онлайн-пространстве России

3. Обратная связь от пользователей в отношении политического субъекта возможна как конструктивная и деструктивная, так и положительная и отрицательная. На данном этапе происходит распределение и управление ресурсами пользователей, которые стали сторонниками

политического субъекта. Процессы социализации и рекрутирования пользователей в онлайн-пространстве позволяют формировать мобилизационный потенциал не только политическому субъекту, но и сетевому сообществу или группе, которая объединила общие политические интересы в процессе коммуникации.

4. Мобилизационные действия сетевого сообщества имеют свойства расширяться и перерасти в социально-политическое движение, выходящее сначала из территориально-географических границ, а затем из границ онлайн-пространства. Способы интеграции новых социально-политических сетевых сообществ в общественную жизнь страны имеют различные сценарии. Несмотря на то, что политические субъекты, обладающие мобилизационным потенциалом, могут быть как государственные, так и оппозиционные, органы публичного управления начинают реагировать на новые вызовы и угрозы. Альтернативные политические субъекты, такие как оппозиционные сетевые сообщества, сторонники политических партий, региональные лидеры, представляющие системную или несистемную оппозицию, еще не встроены в систему публичного управления, но уже формулируют политическую повестку дня для своих сторонников.

П. Бурштейн, Р. Айновер и Дж. Холландер<sup>1</sup> создали шкалу реакции органов власти на возрастающий мобилизационный потенциал сетевых сообществ.

Анализ двух кейсов кандидатов в депутаты Государственной Думы VIII созыва, Алены Поповой и Михаила Лобанова (таблица 1), демонстрирует как политические субъекты данного уровня способны мобилизовать своих сторонников к участию в общественно-политической жизни общества.

---

<sup>1</sup> Burstein P., Einwohner R.L., Hollander J.A. The success of political movements: A bargaining perspective // The politics of social protest / Ed. by J.C. Jenkins, B. Klandermans. L.: UCL press, 1995. P. 275-291.

Таблица 1 – Включение сетевых сообществ состоящих из сторонников кандидатов в депутаты Государственной Думы в 2021 г., в публичную политику<sup>1</sup>

Ступени	Кейс Алены Поповой <sup>2</sup>	Кейс Михаила Лобанова <sup>3</sup>
Ступень 1 Сетевой актор, представляющий новое социальное движение, получает доступ к институциональным каналам гражданского участия (общественные слушания, экспертиза, судебные разбирательства)	Кандидат в депутаты Государственной Думы VIII созыва по 205 округу.	Представитель от коалиции университетских, профсоюзных, районных активистов. Участник выборов в Государственную Думу VIII в Западном округе Москвы.
Ступень 2 Доступ к политической повестке дня, когда общественная проблема, актуализированная информационными сетями нового социального движения, формулируется в политическом дискурсе, как общественно значимая	Доступ к политической повестке дня обоснован интеграцией сетевого актора в социальные сферы, связанные с изменением российского законодательства в отношении домашнего насилия. Усовершенствование нормативно-правовой базы, предполагающей повышение статуса и роли женщины в семье, карьере, политико- управленческих практиках. Доступ к политической повестке осуществляется при помощи позиционирования своих политических взглядов в социальных платформах- Instagram**, YouTube, Twitter**.	Активная информационная политика, содержащая концепцию развития окружного экологического законодательства. Актуализация правоты защиты студентов и преподавателей МГУ. Трансляция данных политических взглядов в онлайн-пространство посредством публикаций, визуального, текстового контента с пометкой о реализованных общественно-политических акциях. Является активным сетевым актором онлайн- пространства, формирующим политическую повестку дня при помощи социальных платформ Instagram** (самая активная), Facebook**, Twitter**, а также в видеохостинге YouTube.

<sup>1</sup> Таблица составлена автором на основе собственных эмпирических исследований

<sup>2</sup>Официальный сайт Алены Поповой. [Электронный ресурс]. URL:<http://alena-popova.ru/projects.html> (дата обращения: 23.12.2021).

<sup>3</sup> Официальный сайт Михаила Лобанова. [Электронный ресурс]. URL: <https://lobanov2021.ru/> (дата обращения: 23.12.2021).



<p>Ступень 3 «Политическая чувствительность», что предполагает интеграцию целей социального движения в формирование политического курса, отражающихся в разработке соответствующего законодательства</p>	<p>Политический курс основан на предвыборной программе Алены Поповой, которая ведет работу по двум направлениям: борьба с насилием, экономическая безопасность женщин.</p>	<p>Политический курс Михаила Лобанова характеризуется оппозиционными взглядами, об этом свидетельствует ряд социально-значимых акций, в которых кандидат принимал организаторское участие: «Инициативная группа МГУ», «Образовательная колонна, «Марш Миллионов, многочисленные пикеты против вступления МГУ в «Общероссийский народный фронт»</p>
<p>Ступень 4 «Результативная чувствительность», отражающая реализацию принятого законодательства в масштабах всего государства, так и в глобальном смысле</p>	<p>Запуск проектов в сфере электронного правительства, Основатель eGov Live (информирование о возможностях электронного правительства), Gov2People (поддержка гражданских проектов), OpenDuma (информация с заседаний Госдумы). Сооснователь проекта «Ты не одна», «Этика и технологии».</p>	<p>Кампания по сбору подписей в защиту велотрассы на Крылатских холмах, благоустройство Удальцовских прудов, эко прогулка по долине реки Сетунь, благоустройство Университетского проспекта. Самопрезентация М. Лобанова выглядит следующим образом: «Доцент МГУ, состою в профсоюзе «Университетская солидарность», защищаю Воробьевы горы от застройки».</p>
<p>Ступень 5 Воздействие, которое характеризует развитие нового социального движения как в масштабах государства, так и в глобальном измерении</p>	<p>Социальное движение, лидером которого является Алена Попова, реализует задачу по защите от гендерного насилия, а особенности от домашнего насилия. В масштабах государства оказывается юридическая, финансовая, медицинская, правовая помощь. В основе социального-политического движения функционирует социальная сеть взаимопомощи женщинам. Особое внимание проект уделяет продвижению закона против домашнего</p>	<p>Команды М. Лобанова сформировала социальное движение (коалицию) из районных активистов, представителей профсоюзных организаций и инициативных групп, в состав также входят местные жители, экологи, муниципальные депутаты. В масштабах западного округа Москвы удалось сформировать общественное движение вокруг следующих общественно-политических проблем: недопущение строительства микрорайона на границе заказника «Долины реки Сетунь», защита парков и скверов</p>

	насилия, который в России до сих пор не принят.	вокруг МГУ, защитили от застройки участок заказчика «Воробьевы горы».
Степень 6 «Структурная чувствительность», предполагающая изменение структуры гражданских и политических действий социального движения, которая основывается на новых институционализированных каналах влияния на систему публичного управления.	Данная степень институционализации будет зависеть от того, сможет ли данный кандидат выиграть выборы и стать депутатом Государственной Думы VIII созыва	Данная степень институционализации будет зависеть от того, сможет ли данный кандидат выиграть выборы и стать депутатом Государственной Думы VIII созыва

Мобилизационные действия молодых политиков в онлайн-пространстве запустили процесс институционализации сетевого сообщества в офлайн. Гражданские инициативы, технологии общественной экспертизы, консолидации общества в решении значимых проблем – фактор, свидетельствующий о развитии публичной политики, а конкретнее, становление и формирование сетевых политических субъектов, запускающих процесс репрезентации. Как следствие, в процессе репрезентации политических субъектов социальный капитал конвертируется в политический, мобилизуя ресурсы сторонников для активных социально-политических действий/бездействий/противодействий.

Таким образом, репрезентация включает в себя сущностные основания политической субъектности, к примеру, должность, внешний вид, публичные выступления, вербальные и невербальные характеристики, в совокупности определяемые как политические технологии.

Изучение процесса репрезентации политических субъектов связано с различными политическими технологиями. Технологическая составляющая процесса репрезентации объясняет, каким образом политические субъекты циклично переходят от этапа позиционирования до мобилизации ресурсов пользователей. Репрезентация политических субъектов в онлайн-пространстве осуществляется по двум основным принципам, которые

обозначает Н.А. Рябченко – это принципы интерактивности и гипертекстуальности. Данные принципы объясняют процесс формирования политического контента, авторами которого могут быть как политические субъекты, так и обычные пользователи. Интерактивность элементов онлайн-пространства позволяет говорить нам о состоятельности модели политической репрезентации, так как он основывается на элементах коммуникации, рекрутизации и мобилизации сетевых ресурсов пользователей. Второй принцип гипертекстуальности связан с понятием гиперсреда, подразумевающей под собой технологию представления информации в определенных схемах, блоках и формах, которые составляют специфику функционирования Интернет-сервисов. Процесс репрезентации также функционирует по принципам интерактивности и гипертекстуальности.

Учитывая особенности функционирования онлайн-пространства и архитектуру социальных платформ и площадок, на которых происходит процесс репрезентации, нами были проанализированы их основные характеристики на предмет ключевых технологий в позиционировании, восприятии и обратной связи пользователей.

*Социальная платформа ВКонтакте.* Российская социальная сеть была создана Павлом Дуровым, официальной датой функционирования принято считать 10 октября 2006 года, когда было зарегистрировано доменное имя vkontakte.ru. С 2006 года социальная платформа стремительно развивается и набирает популярность не только в России, но в странах СНГ. По данным Alexa Internet, в 2015 году ВКонтакте попал в десятку самых посещаемых сайтов в мире<sup>1</sup>, а также стал лидером по количеству авторов по сравнению с другими социальными платформами<sup>2</sup>. Ярким событием прошлого десятилетия можно считать новость о том, что у Дмитрия Анатольевича

---

<sup>1</sup> Alexa Top 500 Global Sites. Vkontakte site info [Электронный ресурс] // br-analytics.ru: Издание Alexa Internet. 1996 - 2017. URL: <http://www.alexa.com/siteinfo/vk.com> (дата обращения: 23.09.2022).

<sup>2</sup> Социальные сети в России, осень 2016 [Электронный ресурс] // br-analytics.ru: Издание Brand Analytics. 2012-2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://blog.br-analytics.ru/sotsialnye-seti-v-rossii-osen-2016/> (дата обращения: 23.09.2022).

Медведева, в то время Президента РФ, появился свой аккаунт ВКонтакте. Активно данный политический тренд проник только сферу политической элиты, аккаунты в данной социальной платформе появлялись у лидеров политических партий, депутатов Государственной Думы, а также у российских оппозиционеров А. Навального\*, И. Хакамады. Отметим, что целью регистрации в данной социальной платформе являлось поддержание уровня современного политика, владеющего цифровыми технологиями, нежели организация эффективного диалога с гражданами, пользователями социальных платформ. Именно поэтому специфика данной социальной платформы по-прежнему включает функционирование политических субъектов высшего эшелона, а не представителей муниципальных и региональных представителей политической элиты<sup>1</sup>.

Специфика развития данной социальной платформы в контексте политических процессов и технологий объясняет включенность политических субъектов в информационно-новостной контент путем создания аккаунтов, личных страниц, сетевых сообществ, которые публикуют визуальный и текстовый материал, также популярен аудио и видео формат. Участие политических субъектов в политических процессах, протекающих социальной платформе ВКонтакте способствует формированию общественно-политического дискурса, при помощи таких технологий, как публичная представленность политических взглядов и установок, использование цифровых средств коммуникации между пользователями ВКонтакте («мне нравится», комментарии, функция «поделиться»), возможность создавать сетевые сообщества и группы для объединения сторонников политического субъекта.

Репрезентация политических субъектов в социальной платформе ВКонтакте отличается высокой степенью доверенности социальной платформе со стороны российских пользователей, а также со стороны

---

<sup>1</sup> Ермолаев В.П. Социальная сеть ВКонтакте как современный канал политической коммуникации // Социум и власть. № 3. 2017. С. 63-72.

политических субъектов, так как социальная платформа представляет часть российского рунета.

*Социальная платформа Instagram\*\**. В 2010 году в Санкт-Франциско появился социальный тренд делиться фотографиями в простой программе, которую создали два молодых человека, Майк Кригер и Кевин Систер. Изначально приложение Instagram\*\* создавался как сервис для геотаргетинга, включенного в App Store, компании Apple. Количество скачиваний данного приложения были настолько высоки, что в 2012 году происходит выпуск приложения на платформу Android. За два года существования приложения количество скачиваний увеличилось в 40 раз, а к концу 2019 года насчитывало более миллиарда пользователей. Моментально из простой программы для публикации фотографий Instagram\*\* вырос до крупнейшей во всем мире социальной платформы, актуализирующей на сегодняшний момент все общественно-политические процессы. «Социальная сеть Instagram\*\* — это с технической точки зрения фото- и видеохостинг, предназначенный для общения и представления информации с помощью особого мультимедийного языка: фото, видео и текста; с социально-экономической точки зрения – удобный цифровой инструмент, который позволяет легко и эффективно создавать личный контент, размещать информацию о себе, администрируя ее»<sup>1</sup>. Особенности социальной платформы Instagram\*\*, на которой происходит репрезентация политических субъектов, заключаются в технологиях создания и распространения контента:

1. Визуальные технологии, позволяющие формировать имиджевую стратегию политического субъекта:

1.1. Сервис Stories – интерактивные материалы, состоящие из видео и фото, доступны пользователям 24 часа. Придают событийность

---

<sup>1</sup> Назаров Д.М., Фитина Е.К. Возможности Instagram как инструмент цифрового маркетинга // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2019. С. 116-122.

информационно-новостному контенту, актуализируют повестку дня, акцентируют внимание пользователей на смысловой посыл.

1.2. Сервис «IGTV», который позволяет публиковать видео с длительностью до 1 часа. Благодаря данному сервису до пользователей можно донести информацию в видео-формате, при этом данная функция хоть и является схожей с возможностями видеохостинга YouTube, но определенно разбавляет фотоконтент социальной платформы.

1.3. Сервис «Reels», который является попыткой интеграции возможностей TikTok, основная идея состоит в публикации короткого видеоконтента продолжительностью до 1 минуты.

2. Текстовые технологии, позволяющие политическим субъектам коммуницировать с пользователями с помощью текста:

2.1. Использование хештегов позволяет маркировать необходимой текст, формируя при помощи его дискурсивное поле. Политические субъекты активно маркируют текст хештегами, например, #ОнВамНеДимон, #пенсионная реформа и другие политические хештеги, распространяющиеся в онлайн-пространстве с целью включить как можно больше пользователей в определенное дискурсивное ядро.

2.2. Сервис «Instagram Direct» работает по принципу мессенджера, функциональная возможность основывается на политической коммуникации между пользователями и политическими субъектами.

2.3. Возможность комментировать публикации, что также актуализирует политическую повестку, транслируемую политическими субъектами.

3. Контекстуальные технологии, которые обеспечивают интерактивность пользователей социальной платформы и формируют сетевые сообщества и группы со схожими политическими интересами и взглядами:

3.1. Массфоллоving – массовая подписка на пользователей на определенный аккаунт, отвечающий их политическим запросам и взглядам.

3.2. Масслайкинг – технология, позволяющая определить актуальную и популярную публикацию на определенную тему.

3.3. SFS (Shout for Shout) – упоминание пользователя или местоположения, которые делают публикацию более актуальной и распространенной, а также применение функции геолокации.

Таким образом, описанные выше технологии используются политическими субъектами на разных этапах репрезентации. Этап позиционирования политического субъекта чаще всего использует визуальные и текстовые технологии, также, как и этап восприятия. Текстовые и контекстуальные технологии активно используются как политическими субъектами, так и пользователями на этапе обратной связи и мобилизации ресурсов сетевых сообществ и отдельных пользователей.

*Социальная платформа Twitter\*\*.* «Twitter\*\* – «политический рупор» политических субъектов. Для данной социальной платформы характерны моментальность публикаций как потока «живой речи»; ограничение в количестве публикуемых символов вынуждает авторов постов упрощать и концентрировать смысл своего текста; в эпоху «клипового мышления» и процессов ускорения жизни твиты позволяют вести политическим субъектам «текстовую трансляцию», дополняемую различными лингвистическими и экстралингвистическими приемами и средствами»<sup>1</sup>.

*Социальная платформа Facebook\*\*.* В настоящий момент Facebook\*\* является одной из крупнейших платформ в европейских странах. Заметную роль в политической жизни общества данная социальная платформа начинает играть во время прокатившихся по странам Востока сетевых революций,

---

<sup>1</sup> Катермина В.В., Гнедаш А.А., Николаева М.В. Комплексный анализ лингвистических паттернов коммуникации топовых российских журналистов в официальных аккаунтах социальных платформ ВКонтакте, Facebook, Instagram, Twitter // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им.И.Я.Яковлева. 2020. № 4. С. 49-62.

«революций Фейсбука»<sup>1</sup>. На данный момент социальная платформа насчитывает 2,45 миллиарда человек<sup>2</sup>.

1. Позиционирование политических субъектов осуществляется при помощи создания собственного политического контента, репоста публикаций других пользователей, публикации фото и видео материала. Визуальные и текстовые технологии функционируют параллельно и в совокупности определяют информационно-коммуникационный посыл политического субъекта.

2. Восприятие политических субъектов происходит исходя из имиджевых стратегий самих политических субъектов, которые публикуют политический контент. Политический контент, размещенный на страницах политических субъектов, может иметь информационный, отчетный, законотворческий, формальный и неформальный дискурс.

3. Обратная связь и мобилизационные возможности социальной платформы отражаются в следующих технологиях – коммуникация политического субъекта с пользователями на предмет общественно-политических вопросов, проведение опросов, обсуждений, консолидация пользователей вокруг значимого события, предвыборные технологии (поддержка кандидата, обсуждение предвыборной кампании, сбор средств и агитация за кандидата).

*Видеохостинг YouTube.* История видеохостинга насчитывает несколько этапов его развития в социальную платформу, которой по различным источникам пользуется более 2 миллиардов людей по всему миру<sup>3</sup>. Изначально сайт Youtube.com задумывался и воплощался в жизнь как сайт знакомств, который имел одну отличительную способность от других

---

<sup>1</sup> Шатина Н.В., Шатин И.М. Политическое пространство российского сегмента социальной сети Фейсбук // Вестник РГГУ. Политология. История. Международные отношения / Политическое пространство российского сегмента. 2015 г. С. 18-30.

<sup>2</sup> Как изменилась аудитория Facebook. Данные официальной статистики 2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/marketing/145954-kak-izmenilas-auditoriya-facebook-dannye-oficialnoy-statistiki-2020-marketologu-na-zametku> (дата обращения: 23.12.2021).

<sup>3</sup> YouTube — «телевидение» XXI века. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/youtube-televidenie-xxi-veka> (дата обращения: 23.12.2021).



ресурсов – возможность выкладывать видеоролики о себе. Создатели Чад Херли, Стив Чен и Джавид Карим скоро обнаружили, что значительное большинство видеороликов было не о пользователях, а о тех событиях, которые происходят в мире. В скором времени был произведен ребрендинг, а в настоящее время это один из самых популярных онлайн-ресурсов, который загружается 500 часами видео в совокупности каждую минуту. Каждый день количество политического контента на YouTube растет, а ютуб-блогеры создают каналы, в которых активно транслируется политическая повестка дня в России и в мире. Одними из самых популярных YouTube каналов, содержащих политический контент, можно отметить каналы Алексея Навального\*, Ксению Собчак, Юрия Дудя\*\*\*, Николая Соболева, Екатерины Шульман\*\*\*, Владимира Соловьева, Владимира Позера, Леонида Парфенова и других журналистов и ютуб-блогеров.

Особенностью позиционирования политических субъектов в видеохостинге YouTube является формат функционирования политического контента, который фактически называют телевидением XXI века, он состоит в том, что пользователи могут получать интересующую их информацию в совершенно открытом, дешевом, постоянном доступе. Определение политических взглядов пользователя определяется просматриваемым контентом, который в дальнейшем формируется посредством изначальных информационных запросов. Подобным же образом используется TikTok, который в 2018 году обозначил свою аудиторию, превышающую 800 миллионов человек в месяц<sup>1</sup>. Само приложение совмещает современные запросы аудитории на информацию в виде короткие видео различного содержания и формы, подтверждающие феномен клипового мышления. Технологически видеохостинги имеют специфику рекомендованных видеороликов, которые подтверждают теорию о «пузыре фильтров». Присутствие политических субъектов в видеохостингах позволяет сделать

---

<sup>1</sup> Аудитория TikTok в России: инфографика за первый квартал 2021 года. Электронный ресурс. URL: <https://www.cossa.ru/news/288394/> (дата обращения: 23.12.2021).

вывод о том, что, действительно, в сетевом информационном обществе доминирующим фактором развития трендов гражданского общества, электронного правительства и делиберативной демократии являются принципы горизонтальной коммуникации между политическими субъектами и гражданами.

YouTube и TikTok активно конвертируют ресурсы пользователей онлайн-пространства в реальные действия/бездействия/противодействия граждан, так как максимально располагает оппозиционно-настроенным контентом. Примером служат события в январе 2021 года, когда TikTok стал главной протестной площадкой в России. 23 января по всей России планировались акции в поддержку главного оппозиционера страны, Алексея Навального\*, только что вернувшегося в страну после нахождения на лечении в Германии. Главным информационным поводом для недовольств пользователей стал выход фильма «Дворец для Путина» на YouTube. Масшовость распространения протестных настроений приблизилась к самым масштабным акциям, имеющим не такую длинную историю в России<sup>1</sup>. С целью предотвратить масштабные митинги власти стали публиковать альтернативные ролики в поддержку Путина. Общероссийский трендом стали публикации роликов со следующими действиями – пользователи стали снимать флешмобы, в которых заменяют портреты В. Путина на А. Навального\*. В результате в онлайн-пространстве развернулось настоящее противоборство оппозиционных сетевых сообществ и индивидуальных пользователей с органами власти при участии Роскомнадзора, федеральных СМИ и лидеров мнений. Подобные практики все чаще встречаются в публичном онлайн-пространстве, в котором каждая социальная платформа имеет отличительные характеристики и особенности применяемых технологий.

---

<sup>1</sup> Тикток перед акциями 23 января стал главной протестной соцсетью. И сразу же – врагом номер один в России [Электронный ресурс]. URL: <https://tjournal.ru/internet/326938-tiktok-pered-akciyami-23-yanvarya-stal-glavnoy-protestnoy-socsetyu-i-srazu-zhe-vragom-nomer-odin-v-rossii> (дата обращения: 23.12.2021).

*Онлайн-СМИ.* Онлайн-СМИ – это web-ресурсы, основное назначение которых – выполнять функцию средств массовой информации в онлайн-пространстве, руководствуясь принципами журналистики<sup>1</sup>. Онлайн-СМИ как актор публичной политики влияет на формирование политической повестки дня в России.

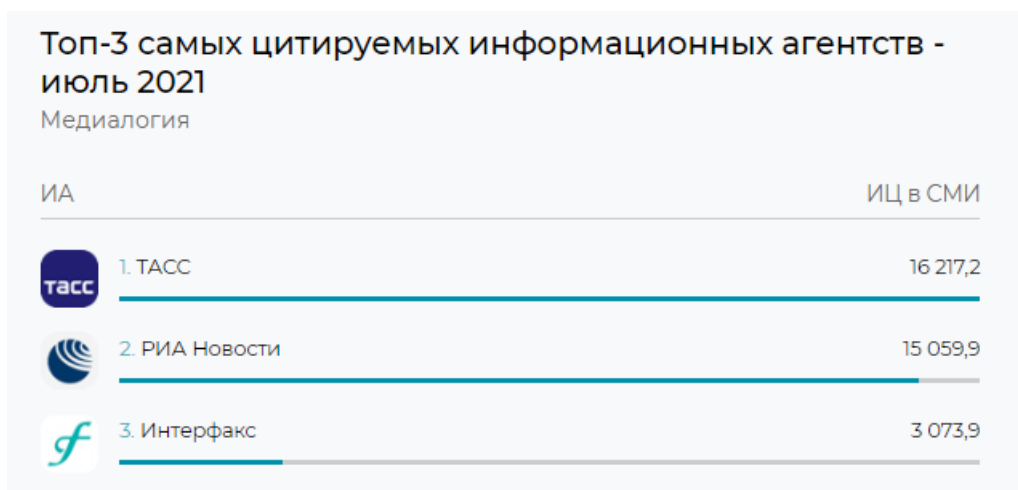


Рисунок 6 – Рейтинг информационных агентств в России, июль 2021

Лидерами по формированию общественного мнения среди информационных агентств являются ТАСС, РИА Новости и Интерфакс. Значительно лидируют первые две позиции, и прежде всего, это связано с тем, что они анонсируют все социально-политические события страны. В июле 2021 года в России было несколько информационных поводов, которые транслировались из СМИ и цитировались в различных социальных медиа. К примеру, крушение самолета на Камчатке, проведение Олимпиады в Токио, взрыв в гостинице в Геленджике<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Мирошниченко И.В., Морозова Е.В., Гнедаш А.А., Рябченко Н.А. Социальные сети в публичной практике современной России: модернизационный потенциал. Краснодар: Просвещение-Юг, 2012. С.107.

<sup>2</sup> Топ-3 самых цитируемых информационных агентств - июль 2021 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/socmedia/8625/> (дата обращения: 23.12.2021).

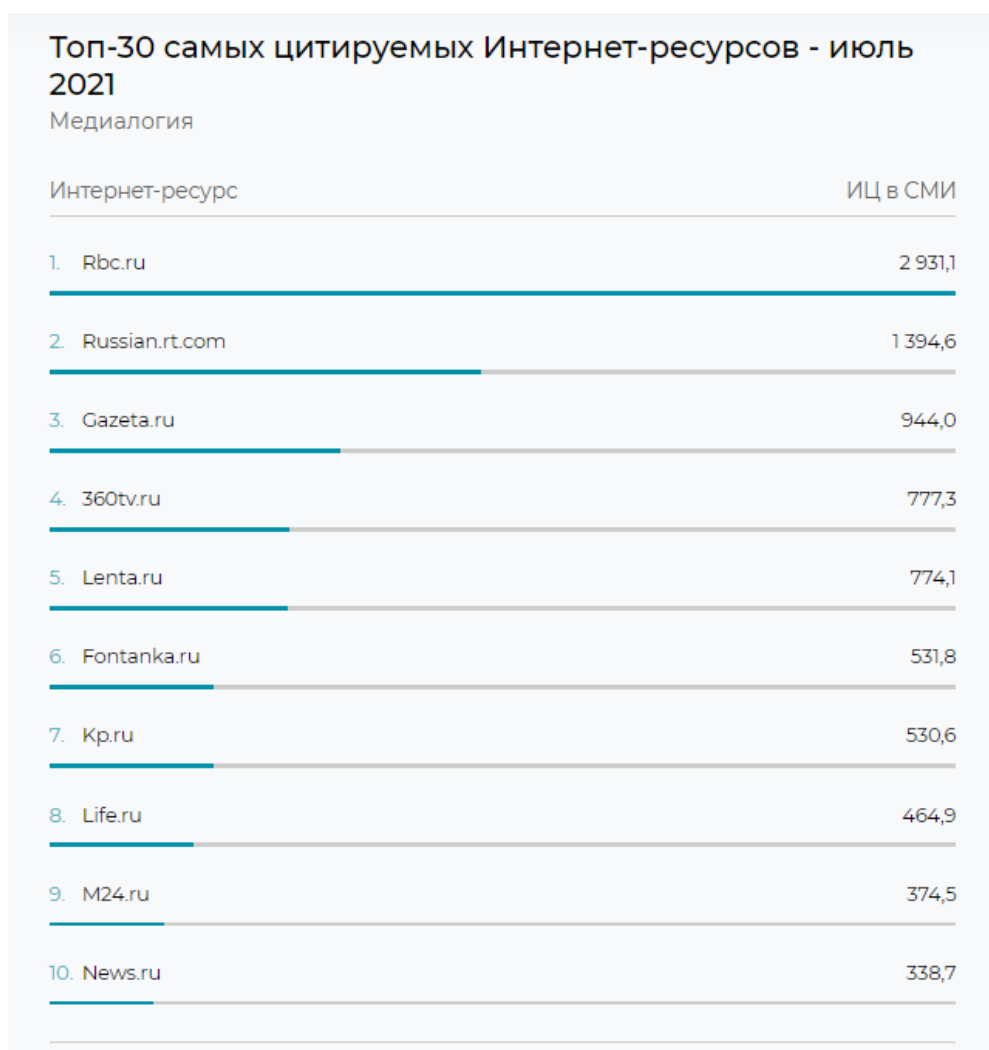


Рисунок 7 – Топ-самых цитируемых Интернет-ресурсов за июль 2021 г.

Проанализировав новостные порталы на предмет наличия политического контента, можно сделать вывод о том, что все представленные Интернет-ресурсы включают его в регулярные публикации. Лидер рейтинга самых цитируемых Интернет-ресурсов по цитируемости Rbc.ru заслужил первое место в рейтинге благодаря публикациям о подорожании цен на одежду и обувь, как следствие, рост цен на перевозку и сырье, в рамках деятельности Правительства. Также в июле активно обсуждалось, что «...премьер-министр России Михаил Мишустин определил кураторов

российских федеральных округов на уровне вице-премьеров, должности распределились между вице-преьерами»<sup>1</sup>.

Благодаря высоким рейтингам цитирования онлайн-СМИ, дискурсивные пространства социальных платформ, видеохостингов и других приложений наполняются политическим контентом. Политический дискурс функционирует в онлайн-пространстве, влияя на восприятие политических субъектов, а значит и на процесс репрезентации в целом.

Таким образом, публичное онлайн-пространство становится полем политических практик, способных не только формировать политическую повестку дня, но и выработать отношение к политическому курсу страны в целом. Продемонстрированные технологии доказывают, что каждое сетевое сообщество, социальная платформа и видеохостинги имеют отличительные характеристики, способные влиять на процесс репрезентации политических субъектов в онлайн-пространстве. Особенностью временного периода, охватывающего начало 2017 года и до конца 2021 года, когда было проведено исследование, ознаменовано технической эволюцией и развитием социальных платформ. Особенность этих изменений заключалась в том, что у социальных платформ появлялись конфигуративные изменения в структуре самой платформы, которая предоставляла больше возможностей для отражения поведенческих, личностных и имиджевых стратегий пользователей. Так, например, визуально-ориентированная социальная платформа Instagram\*\* создала возможность для дополнительного размещения контента, в форме клипового видеосюжета. Тексториентированная социальная платформа ВКонтакте позволила публиковать коллаборацию визуального, аудиального и текстового контента. Социальная платформа Facebook\*\* отличилась тем, что позволила пользователем реагировать на публикации других пользователей в виде эмоций (эмоджи), что значительно изменило глубину поведения пользователя на социальных

---

<sup>1</sup> Топ-30 самых цитируемых Интернет-ресурсов - июль 2021 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/socmedia/8625/> (дата обращения: 23.12.2021).

платформах. Инновационная деятельность социальных платформ становится основой качественных изменений политических коммуникаций в онлайн-пространстве.

Таким образом, функционирование политических субъектов в онлайн-пространстве была охарактеризовано нами как один из этапов репрезентации политических субъектов. Сущностная особенность понятия репрезентации политических субъектов обоснована нами наличием обратной связи со стороны пользователей, что не делает её равной понятию восприятия. Обозначенная нами модель репрезентации политических субъектов включает следующие этапы: позиционирование и функционирование политического субъекта, что предполагает наличие официальной страницы или аккаунта в онлайн-пространстве, это могут быть социальные платформы и видеохостинг, в которых прослеживается актуальная политическая повестка дня, формируемая политическим субъектом. Следующий этап – процесс восприятия политического субъекта со стороны пользователей и обратная связь, которая превращает процесс репрезентации в цикличную модель, предложенную некогда У. Шраммом. Из технологий, формирующих целостное восприятие и оценку политического субъекта в контексте репрезентации, мы выделили основные и доминирующие в онлайн-пространстве, а именно текстовые, визуальные и контекстуальные. Процесс репрезентации политических субъектов включает не только осознание действительности, перенесённой в онлайн-пространство, но и концепты смысловых и интерпретаторских оценок, которые в совокупности определяют когнитивные и эмоциональные стереотипы, установки и характеристики.

Таким образом, рассмотрев теоретико-методологические основы исследования репрезентаций политических субъектов в публичном пространстве, мы сделали вывод о современном состоянии исследования политических субъектов в научном поле политологии. Актуализируется понятие публичное пространство в современных социально-политических

исследованиях, выявляется терминологическая лакуна относительно понятия «политический субъект», который функционирует в новом поле политических практик – онлайн-пространстве. Понятие политический субъект эволюционирует в современных реалиях новой политической субъектности, так как в традиционном смысле это понятие не отождествляет политический субъект с оппозиционными группами, сетевыми сообществами, лидерами мнений, гражданской журналистикой, онлайн-СМИ и политическими блогерами. Для того, чтобы изучить структурные элементы функционирования политического субъекта в публичном онлайн-пространстве вводится новое понятие – репрезентация. В связи со сложной и одновременно сетевой архитектурой онлайн-пространства мы разработали модель репрезентации как совокупность последовательных этапов, пройдя через которые, политический субъект может получить одобрение своей деятельности, артикулировать интересы потенциальных избирателей, мобилизовывать пользователей в качестве поддержки и реализации политического курса. Таким образом, автором была предложена модель репрезентации политических субъектов, включающая следующие этапы: позиционирование и функционирование политического субъекта, восприятие политического субъекта пользователями, оценка изменений поведения пользователей в отношении политического субъекта, обратная связь в отношении политического субъекта и учет изменений в позиции политического субъекта. Модель репрезентации – идеальное соблюдение каждого этапа действий, в результате которого мобилизуются ресурсы пользователей для совершения социального действия в онлайн-пространстве.

## **2 Практики репрезентации политических субъектов в публичном онлайн-пространстве России**

### **2.1 Политические репрезентации государственных лидеров: кейс-стади президента РФ В.В. Путина**

На общероссийской конференции «Перестройка: 20 лет спустя» - Е.Б.Шестопап произнесла следующую речь: «Ретроспективно наши оценки того или иного политического периода зависят от многих факторов и в первую очередь от отношения к политике сейчас; наша сегодняшняя установка на политику Путина отражается и на оценке того исторического периода, который мы здесь рассматриваем»<sup>1</sup>.

В новогоднюю ночь 1999 года первый Президент России, Борис Ельцин, объявил о своей отставке, представив своего заместителя, Владимира Путина. Немного позже, 13 января 2000 года, В. Путин объявил о желании баллотироваться на пост Президента России. Вскоре 26 марта 2000 года он был избран Президентом, взяв курс на укрепление центральной власти и обеспечение стабильности сложившейся тогда неустойчивости и колебанию общественной жизни.

На сегодняшний момент длится четвертый президентский срок Владимира Путина, который в совокупности составляет около 18 лет. При президентстве В. Путина выросло целое цифровое поколение, при котором власть не сменялась ни один раз. При этом данное поколение характеризуется ростом оппозиционной составляющей политического сознания молодежи, сквозь призму которой в стране формируется альтернативная картина мира. В этой картине мира вся власть принадлежит оппозиционным сообществам, вырабатывающим политический курс коренным образом отличающийся от курса, который проводит В. Путин.

---

<sup>1</sup> Шестопап Е.Б. Общероссийская научная конференция «Перестройка:20 лет спустя» // Вестник Московского университета. Политические науки. № 12. 2005. С.49-52.



Двадцатилетние трансформации, произошедшие в обществе при правлении В.В. Путина, основываются на экономических подъёмах и кризисах, которые в целом обеспечивают тактические победы, но стратегические ошибки. Политические неудачи и победы, связанные с борьбой с терроризмом, войны в Сирии, поддержка Венесуэлы, а также укрепление авторитета на Ближнем Востоке, воссоединение с Крымом и многие другие факторы свидетельствуют об активной внешней политике, и стагнирующей внутренней политике, которая привела к отсутствию политической конкуренции, формированию авторитарного дискурса, укреплению вертикали власти, проведению негативно сказывающихся реформ, вроде пенсионной, и крайне низкому уровню развития институтов гражданского общества.

Впрочем, В. Путин не только олицетворяет функции политического лидера, но и в целом определяет тенденцию к коллаборации статусных и личностных позиций, когда в сознании людей он фиксируется не только как Президент страны, а как политический субъект, отвечающий за все политические процессы, происходящие в стране.

Для того чтобы исследовать «присутствие» В.В. Путина в общественно-политическом дискурсе, мы проанализировали основные события в социальных медиа, которые активнее всего тиражировались, комментировались и распространялись. Исследования, которые проводила компания Медиалогия (разработчик автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и социальных медиа в режиме реального времени), выявили самые упоминаемые события 2020 года, среди которых пандемия коронавируса, голосование по поправкам в Конституцию РФ и протесты в Беларуси.



Рисунок 8 – Топ 5 событий в соцсетях 2020 года<sup>1</sup>

Важнейшие события страны за 2020 г. включают политические события национального масштаба, к примеру, голосование по поправкам в Конституцию РФ, а также протесты в Беларуси. Даже самое популярное событие в социальных медиа – всемирная пандемия коронавируса, опередившая по количеству сообщений все остальные события более чем в 16 раз, содержит в себе информацию о действиях политических субъектов, активнее всего обсуждались меры федеральных органов власти, в особенности меры, предложенные президентом РФ, В. Путиным<sup>2</sup>.

В ходе обращения к россиянам В. Путин транслировал те меры, которые необходимо предпринять для того, чтобы последствия пандемии коронавируса не смогли худшим образом сказаться на тех категориях граждан и областей экономики, которые в большей степени подвержены ущербу.

<sup>1</sup> Топ – 10 событий 2020 год [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/itogi2020/8008/> (дата обращения: 23.12.2021).

<sup>2</sup> Поддержка россиян во время пандемии: что предложил Путин. [Электронный ресурс]. Электронный ресурс. URL: <https://crimea.ria.ru/20200325/Podderzhka-rossiyan-vo-vremya-pandemii-cto-predlozhit-Putin-1118088502.html> (дата обращения: 23.09.2022).

Таблица 2 – Меры для граждан, 2020 г. <sup>1</sup>

Семьи с детьми	<i>«Предлагаю в ближайшие три месяца, начиная с апреля, всем семьям, имеющим право на материнский капитал, дополнительно выплачивать по 5 тыс. рублей ежемесячно на каждого ребенка в возрасте до 3 лет включительно»</i>
Граждане на больничном и без работы	<i>«Сейчас максимальная сумма по безработице ограничена 8 тыс. рублей. Предлагаю увеличить ее до уровня МРОТА, то есть до 12,130 рублей»</i>
Ветераны Великой Отечественной войны и труженики тыла	<i>Полагается единовременная выплата в размере 75 и 50 тыс. рублей. Пенсионеры должны получить средства до майских праздников, то есть уже в апреле.</i>
Налогоплательщики	<i>Четвертой мерой поддержки стали кредитные каникулы. В случае, если месячных доход плательщика снизился более чем на 30% в условиях пандемии, то он имеет право на отсрочку и потребительского, и ипотечного кредита.</i>
Малый и средний бизнес	<i>«Для малого и среднего бизнеса предлагаю предоставить отсрочку по всем налогам за исключением НДС на ближайшие шесть месяцев, а для микропредприятий – кроме такой отсрочки по налогам, отдать и отсрочку по страховым взносам в социальные фонды</i>
Граждане, занятые на малых и средних предприятиях	<i>"Государство сделает все, чтобы поддержать доходы граждан, прежде всего занятых на малых и средних предприятиях. Чтобы у таких предприятий появились для этого дополнительные ресурсы, предлагаю в два раза - с 30 до 15% - снизить для них размер страховых взносов.</i>

Таким образом, цитаты из обращений В. Путина к россиянам моментально тиражируются в социальных медиа, превращая его в самую обсуждаемую персону в онлайн-пространстве.

Владимир Путин – самая обсуждаемая в социальных сетях персона в 2020 году, набравшая более 89 миллионов сообщений. Взглянув на других представителей, вошедших в рейтинг, среди которых Алексей Навальный\*, Михаил Мишустин, Сергей Собянин и Сергей Шнуров, мы можем сделать вывод о том, что самыми обсуждаемыми персонами социальных медиа являются политики разного уровня статусности и медийности. Весомый показатель по цитируемости, количеству упоминаний и сообщений, В. Путин уверенно превосходит своих оппонентов в несколько десятков раз, в отличие от Алексея Навального\*, который хоть и уступает В. Путину, но все же опережает остальных участников рейтинга.

<sup>1</sup> Таблица составлена автором на основе собственных эмпирических исследований.

Выводы, которые хотелось бы сделать, акцентировав внимание на высокую и значимую роль В.Путина в становлении политической повестки дня в онлайн-пространстве. Он является лидером мнений не только традиционных каналов политической коммуникации, но и лидером в формировании общественно-политического дискурса в социальных медиа, ориентированных на более широкую аудиторию.



Рисунок 9 – Топ-5 персон в соцсетях 2020 года<sup>1</sup>.

По данным анализа социологических исследований, период которых охватывает 2020–2021 гг., политический субъект Владимир Путин определяется как самый популярный, влиятельный и часто цитируемый политик страны. Материалы и цитаты из Послания Федеральному Собранию каждый год вызывают долгосрочное обсуждение в онлайн-пространстве, которое наполняется высказываниями и комментариями медийных личностей, журналистов и общественных деятелей.

Анализ публичной политики Владимира Путина строится на сложной коммуникационной основе, в которой сам Президент заявляет, что не намерен проводить предвыборную кампанию в период выборов Президента,

<sup>1</sup> Топ–10 персон в соцсетях 2020 года [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/itogi2020/> (дата обращения: 23.09.2022).

а также утверждает, что его присутствие в онлайн-пространстве ограничено и продиктовано современными трендами публичного представительства. Парадоксально, что после таких заявлений, в рейтинге, который осуществляется благодаря мониторингу онлайн-пространства, Владимир Путин занимает лидирующие места.

Проанализировав активный интерес к В. Путину в онлайн-пространстве, определим, как происходит процесс репрезентации данного субъекта по основным этапам:

1. *Позиционирование (артикуляция и агрегация)* как первый этап реализации процесса репрезентации политического субъекта довольно насыщено и представлено многообразием информационных ресурсов. Позиционирование основ государственности, основных статусных и личностных качеств происходит через транслирование основной политической повестки дня, где Владимир Путин как действующий Президент закрепляет права лидера страны. Сразу стоит упомянуть о характере процесса позиционирования политического субъекта, который носит опосредованный характер, обозначающий, что действия политического субъекта в онлайн-пространстве представлены не им, а другими пользователями, группами и сообществами, публикующими новостной контент от имени В. Путина. Основой для регулярного информационного представительства становятся указы, обращения, публичные выступления Президента, которые освещаются как традиционными СМИ, так и онлайн-пространством, которое имеет альтернативную архитектуру коммуникации между пользователями.

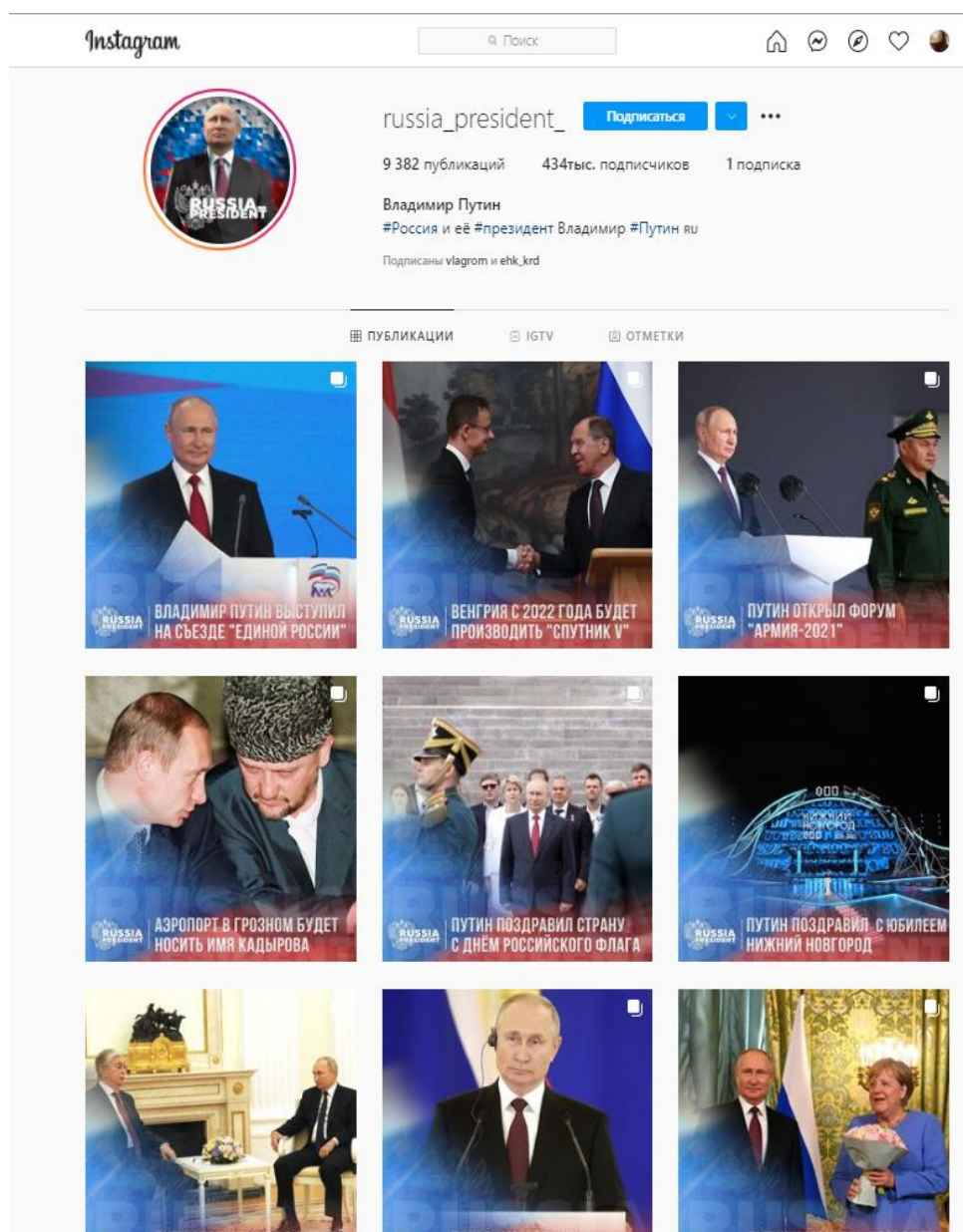


Рисунок 10 – Аккаунт в Instagram\*\* Russia\_President\_

Функционирование политического субъекта в онлайн-пространстве связано с публикацией официального политического дискурса, при этом процесс артикуляции и агрегации интересов пользователей происходит на латентном уровне. Пользователи, которые поддерживают политику В. Путина, восторженно принимают все изменения, которые транслируются в официальных страницах, сайтах, форумах.

Изучение процесса позиционирования политического субъекта велось нами на протяжении 3 лет, исследование носило качественный характер. Был

разработан исследовательский инструментарий, который позволил определить первый этап в процессе репрезентации политического субъекта в онлайн-пространстве. Исследование было проинтерпретировано в соответствии с научными предположениями о том, что процесс позиционирования, включающий основную идею и замысел, четко доходит до пользователей, хорошо запоминается и воспроизводится молодыми людьми, явившимися респондентами.

Каждому респонденту необходимо было заполнить анкету, которая состояла из пустых аккаунтов различных социальных платформ и видеохостингов (Instagram\*\*, Facebook\*\*, YouTube, TikTok, ВКонтакте). Респонденту необходимо было внести политический контент и обозначить ту позицию, которую он воспринимает от данного политического субъекта в онлайн-пространстве. На каждой полученной нами анкете политический субъект был обозначен визуально, чаще всего респонденты ассоциировали политический субъект с личностью политика. В начале анкеты нами был сформулирован один вопрос: «Какой политический субъект, на ваш взгляд, имеет большую власть в России?». Впечатляющее большинство ответов было посвящено В.В. Путину. Многие изображения вполне узнаваемы, в большинстве случаев, это С. Шойгу, А. Навальный\*, Л. Соболь\*\*\*, С. Лавров, представители политических партий, известные журналисты, встречались и обезличенные фигуры, которые олицетворяли власть посредством символов. Символы были обозначены в виде широкого списка, самыми популярными из которых – танк, звезды, российский флаг, башни Кремля либо одной из церквей Москвы. Обязательными цветами изображения были синий, красный и белый. Респонденты однозначно соотносили власть с формой легитимности статуса Президента, например, если в аккаунте был изображен В.Путин, то контекстуальное измерение визуального образа соотносилось с такими атрибутами власти, как российский флаг, деловой пиджак или костюм, стены кабинета Президента, либо архитектура Москвы. Это характеризуют современное состояние

политической системы как закрытую или теньную, молодежь не может четко обозначить субъект власти.



Рисунок 11 – Репрезентация в Instagram\*\*



Рисунок 12 – Репрезентация в соц Instagram\*\*

Многие изображения Путина имеют сложную когнитивную структуру, они составляют определенный политический сценарий, в котором достаточно



много детализованных сюжетов и функций. Действия Президента на изображениях копируют новостной политический контент, который мы получаем ежедневно из социальных платформ, Интернета и других СМИ.



Рисунок 13 – Репрезентация в Instagram\*\*

Зачастую, как обозначено на рисунке 13, фигуры обезличены, нет цвета и схожести с реальными политическими субъектами, однако контекстуальные технологии в виде подписи под публикацией, а также визуальное обозначение позиции людей, изображенных на рисунке, направляет нас на мысль о позиции доминирующего субъекта, который находится у края стола и выслушивает речь своих подчиненных. На рисунке также присутствуют ритуалы власти (бесцветный флаг на заднем фоне, флаг, портрет лидера в рамке).

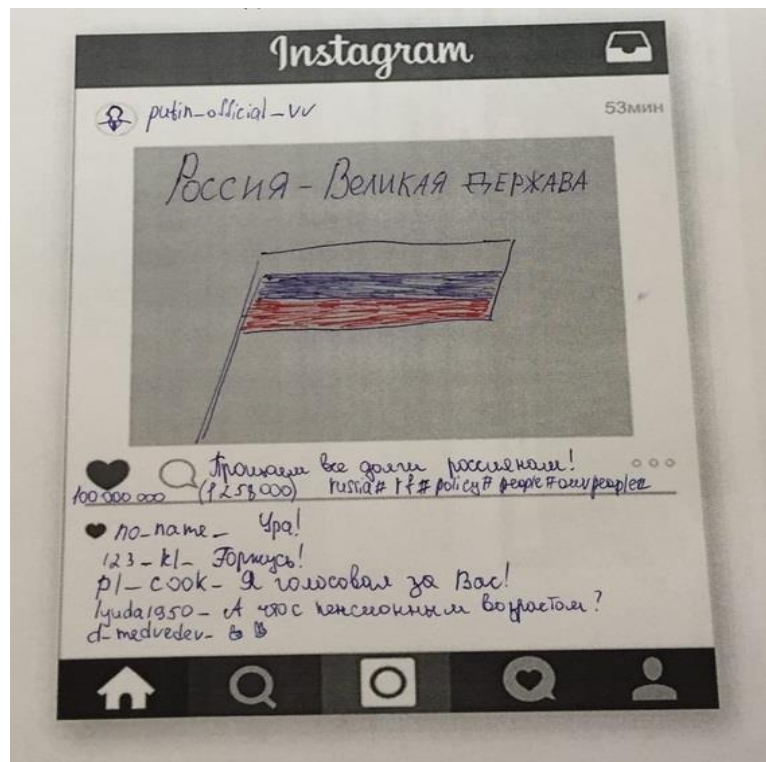


Рисунок 14 – Репрезентация в Instagram\*\*

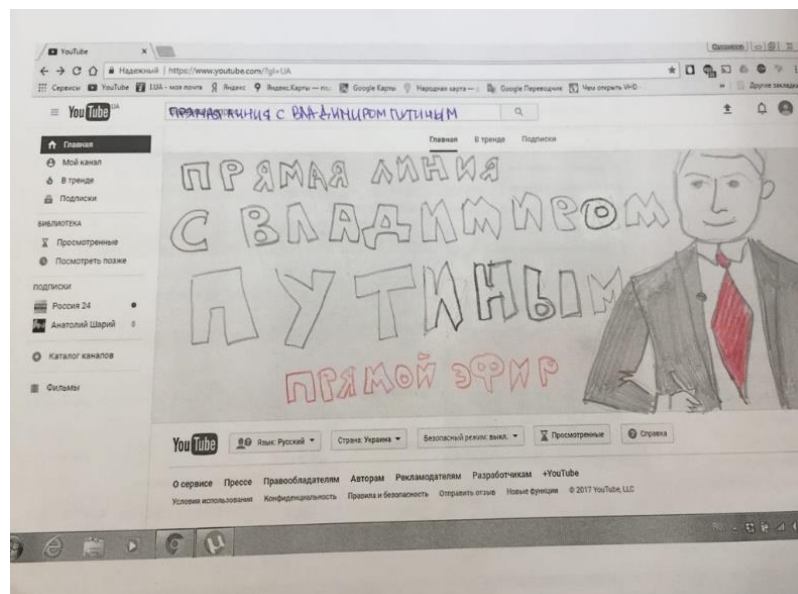


Рисунок 15 – Репрезентация в видеохостинге YouTube

Сравнивая различия в позиционировании политического контента в реально существующих аккаунтов и тех, что были изображены респондентами, мы приходим к основному выводу: позиционирование тех аккаунтов, которые размещают контент от лица В. Путина, и тех аккаунтов,

которые отображали респонденты, близки в том, что в обоих случаях присутствуют ориентиры государственной символики. Различия состоят лишь в том, что в реальных аккаунтах в каждой публикации имеется фотография В. Путина, а респонденты обозначают его опосредованно через невербальные средства, речь, государственную символику и особенности делового стиля Президента. Динамика использования визуальных средств в процессе позиционирования политического субъекта в очередной раз доказывает, что в России должность и личность дополняют друг друга. Граждане осознают определенную разницу между институтом президентства и собственно фигурой, занимающей соответствующий пост; в большинстве случаев молодое поколение обозначает В. Путина единоличным правителем России.

Рассмотрением данного феномена занималась Е.Б. Шестопап, которая изучала сознательные и бессознательные характеристики субъективности, а также определила основные этапы правления Владимира Путина, основываясь на мнениях респондентов. В результате исследования образа В. Путина были получены неоднозначные характеристики, вытекающие из перемен, которые характеризовали не только личность Президента, но и институт власти в целом. Она характеризует современных респондентов следующим образом: «... молодые поколения, выросшие в постсоветский период, и прежде всего так называемые путинэйджеры, не знающие никого из политических лидеров, кроме Путина, в целом вполне успешно освоили репертуар демократических представлений и ценностей. Правда, у этих поколений наблюдается серьезный зазор между ценностями, усвоенными на вербальном уровне, и реальными политическими практиками. Как показывает опыт последних лет, эти молодые граждане, действующие чаще всего в виртуальном политическом пространстве»<sup>1</sup>. Несмотря на то, что на вопрос о том, кто обладает наивысшей властью в стране, респонденты

---

<sup>1</sup> Шестопап Е. Б. Проект длиною в четверть века. Исследование образов власти и лидеров в постсоветской России (1993-2018) // Полис. Политические исследования. 2019. № 1. С. 9-20.

склонны к ответу в пользу В. Путина, действия молодого цифрового поколения по бессознательным причинам характеризуются не в пользу действующей власти.

Таким образом, процесс позиционирования политического субъекта мы можем охарактеризовать как линейный и направленный скорее на информирование общества о политических событиях российского и международного уровня, нежели на мобилизацию граждан для масштабных действия в пользу существующей легитимной власти. Артикуляция и агрегация интересов пользователей осуществляется в процессе важнейших законопроектов, таких как принятие поправок в Конституцию РФ, одобрение внешней политики Президента, выборов различного уровня и т.д.

2. Процесс *восприятия* политического субъекта в онлайн-пространстве как второй этап процесса репрезентации изучался нами при помощи метода семантического дифференциала, результаты которого в дальнейшем были визуализированы при помощи метода сетевой аналитики. Вместе с образом В. Путина мы исследовали восприятие такие политических субъектов, как Д.А. Медведев, лидеров системной оппозиции (В. Жириновского, С. Миронова, Г. Зюганова), лидера несистемной российской оппозиции (А. Навального\*), а также региональных лидеров, губернатора Краснодарского края (В. Кондратьева) и мэра г.Краснодар (Е. Первышова).

Опрос проходил в г. Краснодаре, выборка составила 200 человек каждый год. Объектом исследования выступали политические субъекты, имеющие одинаковый набор качеств из двух противоположных градаций, от 1 до 10. Респонденту необходимо было выбрать ту характеристику, которая наиболее присуще данному политическому субъекту, а также степень проявления данного качества соответственно. Изучая восприятие политических субъектов в целом, мы должны понимать, что они основаны на образах, основных элементах, формирующих наше восприятия, которое, в свою очередь, состоит из психологических, поведенческих и личностных характеристик. Поэтому для нас важно понимать, какие качества,

выделяемые респондентами, как доминирующие, составляют политический образ.

На первом этапе респондентам были предоставлены пары антонимичных прилагательных, между которыми была 10-бальная шкала. Всего было два набора прилагательных, соотносящихся с гендерными и психологическими свойствами политического субъекта.

Таблица 3 – Психологические качества политических субъектов<sup>1</sup>

Критерии	Президент РФ	Премьер министр	Администрация Президента РФ	Политические партии	Губернатор	Мэр	Оппозиция
Непривлекательный/ Привлекательный	8 38,5%	5 30,8%	7 – 8 61,5%	7 – 10 23,1%	10 30,8%	6 – 9 23,1%	5 23,1%
Аморальный/ Моральный	8 – 10 23,1%	5 38,8%	7 – 8 30,8%	4 – 5 23,1%	10 38,8%	7 38,5%	5 46,2%
Закрытый/ Открытый	10 23,1%	5 – 7 23,1%	8 23,1%	8 – 10 23,1%	8-10 23,1%	8 30,8%	10 30,8%
Замкнутый/ Коммуникабельный	10 23,1%	5 – 6 23,1%	7 30,8%	7 30,8%	7 30,8%	8 30,8%	10 30,8%
Непрезентабельный/ Презентабельный	10 76,9	7 33,3%	10 46,2%	6 38,8%	6 38,8%	7 38,5%	23,1%
Сдержанный/ Импульсивный	4 23,1%	5 38,5%	5 38,5%	10 46,2%	6 30,8%	5 30,8%	23,1%
Старый/ Молодой	5 30,8%	5 38,5%	5 33,3%	5 23,1%	5 30,8%	7 38,5%	23,1%
Высокомерный/ Скромный	4 30,8%	5 38,5%	7 30,8%	6 30,8%	6 41,7%	6 30,8%	23,1%
Слабый/ Сильный	10 38,5%	7 23,1%	10 38,5%	6 33,3%	6 23,1%	6 38,5%	30,8%
Аутсайдер/ Лидер	10 53,8%	4 23,1%	8 30,8%	6 33,3%	6 38,5%	5 38,5%	23,1%
Враг/Друг	10 30,8%	7 23,1%	10 38,5%	7 30,8%	7 30,8%	7 30,8%	30,8%
Предательский/ Патриотичный	10 53,8%	5 – 7 16,7%	10 46,2%	6 23,1%	10 33,3%	7 38,5%	1,7%
Трусливый/ Смелый	10 30,8%	4 23,1%	10 30,8%	7 23,1%	7 – 10 23,1%	7 38,5%	10 5,4%

<sup>1</sup> Таблица составлена автором на основе собственных эмпирических исследований.

Консервативный/ Либеральный	7 30,8%	5 33,3%	7 23,1%	7 30,8%	6 23,1%	7 23,1%	10 5,4%
Лживый/ Честный	4 – 8 15,4%	6 30,8%	8 25%	6 46,2%	10 23,1%	7 38,5%	8,5%
Авторитарный/ Демократичный	5 – 10 25,7%	5 23,1%	10 30,8%	5 – 6 23,1%	6 – 8 23,1%	6 23,1%	10 30,8 %
Пассивный/ Активный	8 23,1%	6 30,8%	8 38,5%	10 23,1%	7 – 10 23,1%	8 30,8%	10 6,2%
Постоянный/ Мобильный	7 38,5%	6 46,2%	7 23,1%	6 46,2%	6 23,1%	8 23,1%	10 8,5%
Скрытый/ Публичный	8 25%	8 30,8%	7 – 9 23,1%	6 – 7 23,1%	7 – 8 23,1%	7 – 8 25%	10 3,8%
Некомпетентный/ Эрудированный	10 61,5%	8 30,8%	10 30,8%	6 30,8%	8 38,5%	7 – 9 23,1%	3,1%
Негативный/ Позитивный	8 53,8%	6 – 7 30,8%	8 30,8%	6 46,2%	8 25%	10 33,3%	3,1%
Регрессивный/ Прогрессивный	7 30,8%	5 30,8%	8 30,8%	7 30,8%	7 30,8%	10 38,5%	30,8 %

Приведенные нами данные говорят о том, что Президент в нашей стране является самым располагающим к себе политическим субъектом. Основные качества, присущие данному политическому субъекту: открытость, коммуникабельность, презентабельность, лидерство, дружелюбность, патриотичность, эрудированность, сила и демократичность. Сила и лидерство – два качества, которые обеспечивают успех во внешней политике В. Путина по словам респондентов. Дружелюбность и патриотичность – качества, которые демонстрирует В.Путин на всех публичных мероприятиях, с акцентом на то, что наша страна будет дружелюбной и открытой только в тех случаях, когда оппоненты открыты будут для нас.

Самым важным фактором, который стоит отметить – это выявленная коммуникабельность В. Путина, демонстрирующая желание политического субъекта идти на диалог с гражданами. Выявление данного качества связано со способностью В.Путина создавать пространство для диалога посредством своих обращений к гражданам (в период пандемии коронавируса, в период внесения поправок в Конституцию РФ), а также проведением ежегодной «Прямая линия с Владимиром Путиным». Самой короткой встречей принято

считать первую, прошедшую в 2001 году по инициативе самого Президента, продолжительность которой составила 1 час 33 минуты. С каждым годом количество времени и число присутствующих журналистов растет: в 2001 году журналистов было более 500 человек; в 2020 было заявлено рекордное количество журналистов – 1 895 человек<sup>1</sup>.

Таблица 4 – Гендерные качества политических субъектов<sup>2</sup>

Гендерные критерии	Президент	Премьер-министр	Администрация Президента (С.В.Лавров*)	Политические партии (В.В.Жириновский*)	Губернатор (В.И.Кондратьев*)	Мэр (Е.А.Первышов*)	Оппозиция
Феминный/ Маскулинный	10 38,5%	6 33,3%	10 46,2%	10 38,5%	7 23,1%	7 53,8%	5 30,8%
Равнодушный к детям/ Любящий детей	10 33,3%	5 46,2%	10 23,1%	8 30,8%	6 38,5%	6 30,8%	5 38,5%
Индивидуалист/ Семьянин	10 23,1%	5 23,1%	10 30,8%	5 38,5%	6 38,5%	6 30,8%	5 38,5%
Падкий на лесть/ Независимый от чужого мнения	10 30,8%	6 38,5%	10 30,8%	5 30,8%	5 30,8%	7 38,5%	5 38,5%
Нежный/ Грубый	5 46,2%	6 38,5%	6 – 7 23,1%	7 38,5%	7 23,1%	6 46,2%	5 – 8 30,8%
Тщеславный/ Скромный	6 23,1%	7 30,8%	7 46,2%	4 46,2%	7 38,6%	6 30,8%	4 23,1%
Отгалкивающий Привлекательный	10 23,1%	6 38,5%	6 30,8%	4 30,2%	6 – 7 25%	6 30,8%	6 25%
Каменный/ Сердечный	7 23,1%	7 30,8%	5 23,1%	6 23,1%	6 38,5%	8 25%	6 30,8%
Агрессивный/ Мягкий	6 30,8%	6 46,2%	6 33,3%	1 – 3 15,4%	5 – 7 23,1%	6 – 8 25%	5 25%
Наглый/ Застенчивый	6 33,3%	6 30,8%	3 33,3%	3 – 6 15,4%	7 30,8%	6 46,2%	3 23,1%

<sup>1</sup> Путеводитель по большим пресс-конференциям Владимира Путина [Электронный ресурс]. URL: [https://aif.ru/dontknows/file/putevoditel\\_po\\_bolshim\\_press-konferenciyam\\_vladimira\\_putina](https://aif.ru/dontknows/file/putevoditel_po_bolshim_press-konferenciyam_vladimira_putina) (дата обращения: 23.12.2021).

<sup>2</sup> Таблица составлена автором на основе собственных эмпирических исследований.

Инфантильный / Взрослый	10 23,1%	7 33,3%	10 38,5%	7 30,8%	7 33,3%	5 – 7 23,1%	3 – 8 15,4%
Адаптивный/ Жестокий	6 30,8%	6 30,8%	10 30,8%	6 23,1%	6 38,5%	4 30,8%	5 23,1%
Скупой на эмоции /Эмоциональный	5 38,5%	6 38,5%	4 30,8%	10 30,8%	6 38,5%	6 38,5%	7 30,8%
Женственный/ Мужественный	10 38,5%	10 38,5%	10 56,6%	9 23,1%	9 23,1%	5 23,1%	5 30,8%
Взрывной / Спокойный	7 46,2%	7 23,1%	5 30,8%	1 30,8%	6 38,5%	8 38,5%	3 38,5%

Исследование гендерных характеристик образа В. Путина дает парадоксальные результаты, к примеру, тот факт, что В. Путина все считают семьянином, хотя публичное заявление о разводе они опубликовали в 2013 году. Данный феномен объясняет Татьяна Борисовна Рябова, сравнивая В.Путина с Б. Обамой, в Европе все считают, что российский президент – семьянин и транслирует традиционные семейные ценности. Он воплощает фигуру отца, который защищает своих граждан, хотя у него нет ни жены, ни детей в близком окружении. А Барака Обаму даже в Америке не считают семьянином, так как он несет свободные ценности. Парадокс заключается в том, что Мишель Обама сопровождает Барака Обаму, она развела ему огород возле Белого Дома, выращивает овощи, занимается благотворительностью, даже их дочь сопровождает их везде. Этот пример демонстрирует, как общество трактует поведение политика<sup>1</sup>.

Подобные результаты исследования могут объяснить мнения граждан о том, что Путин является гарантом Конституции: он является не семьянином, а гарантом семьи. Д. Медведев набирает меньшее количество баллов, при этом он является примерным семьянином, который много лет живет со своей семьей.

<sup>1</sup> Рябова Т.Б. «Путин vs Обама»: противопоставление национальных маскулинностей как фактор современного российского антиамериканизма // Женщина в российском обществе. 2014. С.64-71.



«Мужественность президентов оценивается гражданами. Данные общероссийских и региональных анкетных опросов и интервью, проведенных в последние годы (в том числе наших собственных исследований), показывают, что избиратели обычно начинают свой список «настоящих мужчин» с Путина»<sup>1</sup>. Среди качеств, характеризующих В.В. Путина как мужчину, россияне называют, по преимуществу, стереотипно мужские черты: ум, решительность, твердость убеждений, силу характера, энергичность, физическую силу. Маскулинизация осуществляется и через приписывание ему других маркеров, соответствующих стереотипу мужчины: социальных ролей, фактов биографии, особенностей внешнего вида».

Обратим внимание на самые популярные ответы среди респондентов, а именно, на самые высокие показатели, которые получили политические субъекты вызвав однозначную реакцию. По-прежнему В.В. Путин заслуживает высоких показателей среди граждан, по их мнению, маскулинность, независимость, привлекательность, самостоятельность является его основными гендерными характеристиками. Не влияет на ответы респондентов и тот факт, что В.В. Путин официально не женат; такие качества, как «любящий детей» и «семьянин» отмечены по максимальной 10–бальной шкале.

Результаты проведенного исследования далее интерпретировались при помощи метода сетевой аналитики, который позволял визуализировать изменения в структурах восприятия политического субъекта в онлайн-пространстве<sup>2</sup>.

На втором этапе исследования образа политика мы применяем математические методы, а именно теорию графов, которая визуализирует процессы восприятия политического субъекта в онлайн-пространстве. После обработки данных, которые мы получили при помощи метода

---

<sup>1</sup> Рябова Т. Б. Пол власти: гендерные стереотипы в современной российской политике. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2008. С.246.

<sup>2</sup> Элкинс Дж. Девять типов междисциплинарности для визуальных исследований. Ответ на статью Мике Баль «Визуальный эссенциализм и объект визуальной культуры» // Логос. 2012. № 1 (85). С. 250–259.

семантического дифференциала, нами были изучены гендерные и психологические аспекты политического субъекта и представлены проанализированные данные в виде сетевой визуализации.

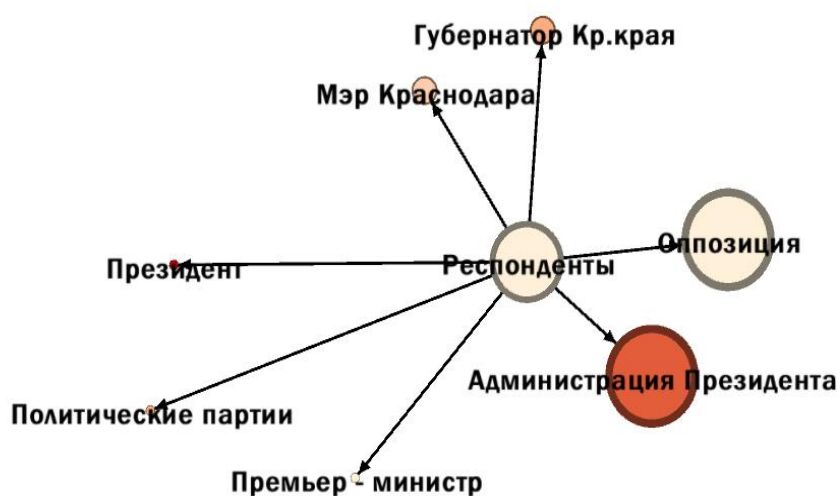


Рисунок 16 – Сетевой граф «Лидер/Аутсайдер»

Психологические и гендерные аспекты имеют разный цвет на картинках. Психологические аспекты окрашены в белый, светло-красный, красный, в зависимости от проявления того или иного качества у политического субъекта, соответственно, гендерные аспекты отражают белый, светло-зеленый, зеленый оттенок.

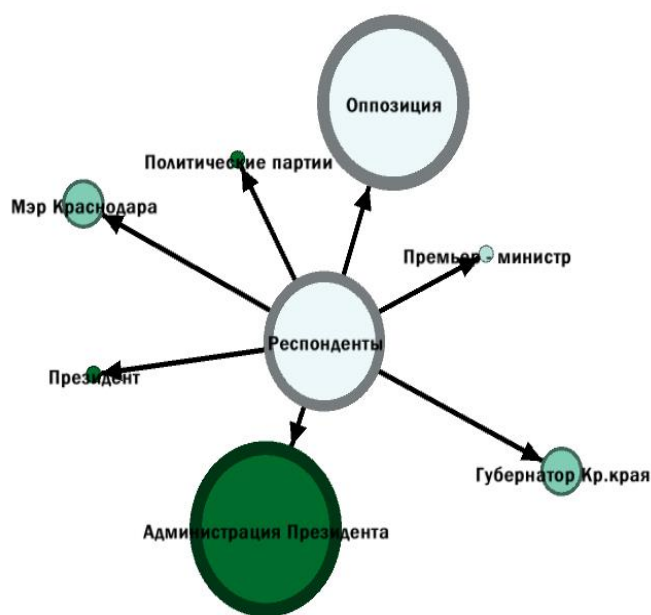


Рисунок 17 – Сетевой граф «Феминный/Маскулинный»

Каждый сетевой узел, за которым закреплен политический субъект, имеет две характеристики: диаметр и цвет. Градация цвета определяет близость политического субъекта к перечисленным нами качествам. Размер диаметра характеризует количественную составляющую из общего числа респондентов, которые выбрали определенное качество из психологического или гендерного типа личных качеств. Размер показывает количество человек, которые дали самую популярную оценку.

В результате Владимир Путин без существенных изменений воспринимается у респондентов как сильный, мужественный, маскулинный, консервативный, надежный, публичный лидер, способный транслировать собственную политику в онлайн-пространстве.

3. Обратная связь от пользователей (*рекрутирование и мобилизация*)

Третий этап в процессе репрезентации политического субъекта Владимира Путина в онлайн-пространстве определяется мобилизационным потенциалом и рекрутированием пользователей онлайн-пространства.

В ноябре 2017 года самый знаменитый российский хоккеист Александр Овечкин объявил о том, что для победы важна команда, ведь только команда может переломить ход игры. После таких заявлений хоккеист пояснил свои высказывания, заявив о том, что в западной прессе ему повстречалось выражение *Putin team*, что в переводе означает «команда Путина». Именно такое название получила команда единомышленников, поддерживающих политику В. Путина. Прежде всего *Putin team* – это команда Президента, которая позиционирует себя как общественное объединение, которое имеет свой информационный ресурс – официальный сайт, который структурирован по следующим основным разделам: люди, вступившие в команду, география представителей, знаменитости, вступившие в команду, а также процесс вступления в команду.

Заметим, что происходит мобилизация молодежной аудитории, которая пользуется онлайн-пространством. Иногда специалисты высказывались о том, что истинной целью создания команды *Putin team* является привлечение внимания зарубежной молодежи, так как Александр Овечкин является известным форвардом хоккейной команды другой страны. После официального объявления Александра Овечкина о создании команды *Putin team* официальный политический дискурс начал транслироваться из самых различных уголков страны, показывая самую обширную мировую географию. На данный момент в команде В. Путина не только спортсмены, звезды, певцы, актеры и многие другие медийные личности, активно призывающие поддержать политику Президента.

Таким образом, мы видим, что в российском сегменте онлайн-пространства была сформирована мобилизационная платформа, целью которой является создание позитивного восприятия политических перемен, автором которых является В. Путин.

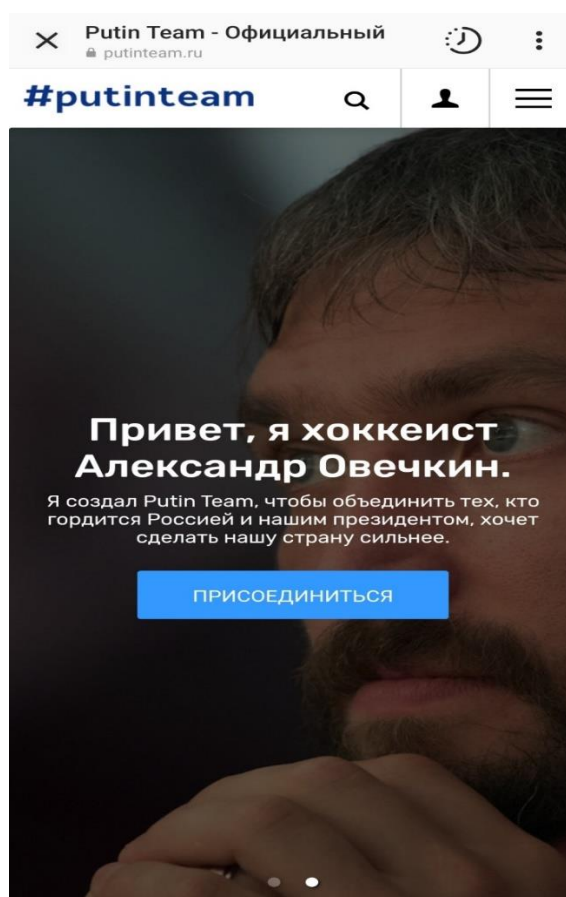


Рисунок 18 – Официальный сайт общественно-политического движения

Несмотря на огромную команду В. Путина, члены которой заявили о своей преданности публично и официально, следует проанализировать отношение граждан к той общественно-политической ситуации, которая сложилась на данный момент в России.

В апреле 2021 года аналитическим центром «Левада–центром»\*\*\* был проведен массовый опрос жителей, по данным которого затем вышел пресс-выпуск под названием «Президентские рейтинги и положение дел в стране». Данные опроса показали раскол общественного мнения при ответе на первый же вопрос: *«Дела в стране идут сегодня в целом в правильном направлении, или страна движется по неверному пути?»*. Половина россиян (49%) ответили, что страна движется по правильному направлению, чуть больше 40 % считают иначе. Связывая данные показатели с деятельностью Президента РФ, уместно было бы конкретизировать соответствие одобрения с

деятельностью самого В. Путина, который по сравнению с прошлыми исследованиями, проводимыми годом ранее, незначительно снизился. Стабилизировался уровень доверия В. Путина на отметке 64%<sup>1</sup>.

Схожий опрос провел Всероссийский центр изучения общественного мнения, который установил другой показатель одобрения деятельности Президента – 57%. Также были выявлены уровни положительной оценки работы премьер-министра и Правительства России, одобряемые 40% населения. Политическую партию «Единая Россия» поддержали 27%, КПРФ – 16%, ЛДПР – 9,6%, «Справедливая Россия – Патриоты – За правду» - 6,7%<sup>2</sup>. Также напрямую задавался вопрос о доверии Владимиру Путину и среди опрошенных 62,5% доверяют ему, считая его политический курс правильным и логичным.

Таким образом, общая поддержка населения своему Президенту характеризуется не только данными научно-исследовательских проектов, проводимых на протяжении нескольких лет, но и статистическими данными, которые отражают современные тенденции развития мониторинга общественного мнения. В российском обществе на сегодняшний момент нет единогласного мнения в поддержку действий В. Путина и зашкаливающих рейтингов в пользу его политики, как это было в 2014 году и годом позднее в виду активной внешней политики. Но, несмотря на это, общество принимает все общественно-политические изменения, инициированные В. Путиным, а также поддерживает и уважает его как человека, оказавшегося в сложной ситуации. Российским респондентам присуще ругать власть в целом, чем персонифицировать свои недовольства в виде конкретного политического субъекта. В. Путину, будучи лидером рейтингов по упоминаемости и цитированию в онлайн-пространстве, не требуются дополнительные

---

<sup>1</sup> Президентские рейтинги и положение дел в стране [Электронный ресурс]. URL: <https://www.levada.ru/2021/02/04/prezidentskie-rejtingi-i-polozhenie-del-v-strane/> (дата обращения: 23.12.2021).

<sup>2</sup> Рейтинги доверия политикам, оценки работы президента и правительства, поддержка политических партий [Электронный ресурс]. URL: [https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rejtingi-doverija-politikam-ocenki-raboty-prezidenta-i-pravitelstva-podderzhka-politicheskikh-partii-11?amp%3Butm\\_campaign=rejting&amp%3Butm\\_medium=test1&cHash=4dd08dc926d9cb33a66f5cab5da6e7a2](https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rejtingi-doverija-politikam-ocenki-raboty-prezidenta-i-pravitelstva-podderzhka-politicheskikh-partii-11?amp%3Butm_campaign=rejting&amp%3Butm_medium=test1&cHash=4dd08dc926d9cb33a66f5cab5da6e7a2) (дата обращения: 23.02.2022).

действия и каналы коммуникации, чтобы взаимодействовать со своими гражданами, достаточно тех мероприятий, которые он проводит ежегодно, чтобы рейтинг его доверия был на уровне 60%. Прямое и опосредованное восприятие политического субъекта реализуется в онлайн-пространстве без резонансных информационных поводов, а мобилизация ресурсов пользователей происходит для совершения социального действия в рамках национальных законотворческих проектов и законов, в которых они могут принимать активное участие.

4. *Учет изменений в позиции политического субъекта* в случае В. Путина остается неизменным, так как он по-прежнему заявляет о том, что он не реализует политическую рекламу, а также не пользуется технологиями продвижения своего личного политического бренда. Обратная связь есть в виде комментариев и обсуждений пользователей, но носит скорее характер согласованного информирования, нежели существует как дискуссионное поле.

Вывод по реализации модели репрезентации политического субъекта в публичном онлайн-пространстве можно сделать с учетом анализа каждого этапа, который характеризуется опосредованным участием политического субъекта в онлайн-пространстве. Основная функция этапа позиционирования политического субъекта заключается в информировании пользователей об общественно-политических изменениях в стране, что влечет за собой позитивное восприятие В. Путина, обеспечивая высокие уровни доверия и мобилизационную активность, связанную с гражданскими обязанностями населения ходить на выборы, принимать политико-управленческие решения, развивать публичную политику. Существенным признаком отличия процесса репрезентации у данного политического субъекта является его опосредованное участие в политических процессах, представленных в онлайн-пространстве. Примером может быть случай, когда на встрече со школьниками 1 сентября 2021 на площадке Всероссийского детского центра «Океан», один из присутствующих детей попросил В. Путина подписаться на

его канал в видеохостинге YouTube: «Я ещё делаю свою передачу, первый выпуск уже на моём YouTube-канале «Красная вилка». Подпишитесь, пожалуйста, я буду очень рад»<sup>1</sup>. В ответ Президент сказал, что он уже подписал указ о выделении средств на реконструкцию объектов жилищно-коммунального хозяйства в Бурятии, переспросив, что нужно подписать. Только после пояснений мальчика о том, что такое YouTube, Владимир Путин понял, о чем идет речь.

В целом хотелось бы отметить высокий мобилизационный потенциал у данного политического субъекта, связанный с ресурсами пользователей, которые артикулируют свои политические интересы и создают положительный имидж В. Путину.

## **2.2 Репрезентации региональных лидеров: кейс-стади губернатора Краснодарского края В.И. Кондратьева**

Использование Интернет-технологий в повседневной жизни определило вектор развития политических технологий, которые прочно вошли в пространство Интернета. В современной политической реальности используют тождество Интернет-технологий и информационных технологий, упрочняя позиции цифровизации в политике. Но отождествлять данные понятия в контексте исследования технологий репрезентации политических субъектов в онлайн-пространстве не предоставляется возможным, так как политические информационные технологии рассматриваются как способы и методы работы с информацией, а политические Интернет-технологии описывают особенности работы с пользователями в онлайн-пространстве. Рассматривая политико-информационные технологии, среди которых сайты, форумы, чаты, ресурсы, видеохосты, социальные платформы, мы понимаем,

---

<sup>1</sup> Встреча со школьниками. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/66554> (дата обращения: 23.12.2021).



насколько они стали неотъемлемой частью жизни политика. Политические Интернет-технологии подразумевают собой блоггинг, SMM, распространение слухов, рассылка на почту, периодические Интернет-издания. Онлайн-пространство как поле политических практик зачастую характеризуют как пространство нового гражданского сообщества.

Для апробации модели репрезентации политических субъектов в публичном онлайн-пространстве России в качестве второго политического субъекта нами был выбран губернатор Краснодарского края Вениамин Иванович Кондратьев, который занимает эту должность с 13 сентября 2015 году по результатам выборов, в которых он набрал около 84 %. В 2020 году Вениамин Кондратьев был переизбран на должность главы администрации Краснодарского края, в ходе выборов за данную кандидатуру проголосовало 83 % избирателей.

Личность В. Кондратьева вызывает много вопросов у жителей Кубани, которые увидели его на посту Губернатора Краснодарского края после А.Н.Ткачева, получившего повышение и ставшего министром сельского хозяйства. Александр Николаевич Ткачев был главой региона около 15 лет, в течение его срока было много экономических успехов, к примеру, проведение Зимней Олимпиады в Сочи и модернизация сельского хозяйства, были и критические случаи, которые оказали негативные последствия на его политическую карьеру (случай с наводнением в г. Крымск, а также массовое убийство в станице Кушевской). После ухода А. Ткачева, так долго остававшегося у власти в Краснодарском крае, пристальное внимание было обращено на В. Кондратьева, являющегося уроженцем Кемеровской области.

Присутствие губернатора в онлайн-пространстве стало заметным с принятием должности, которая определила публичные задачи политического субъекта. При анализе публичного пространства данного политического субъекта мы исследовали публичные страницы и аккаунты, социальные платформы, в которых присутствует Вениамин Кондратьев. Самые популярные из них, Instagram\*\*, Twitter\*\*, Facebook\*\*, ВКонтакте отражают

российский сегмент по использованию политическими субъектами онлайн-пространства.

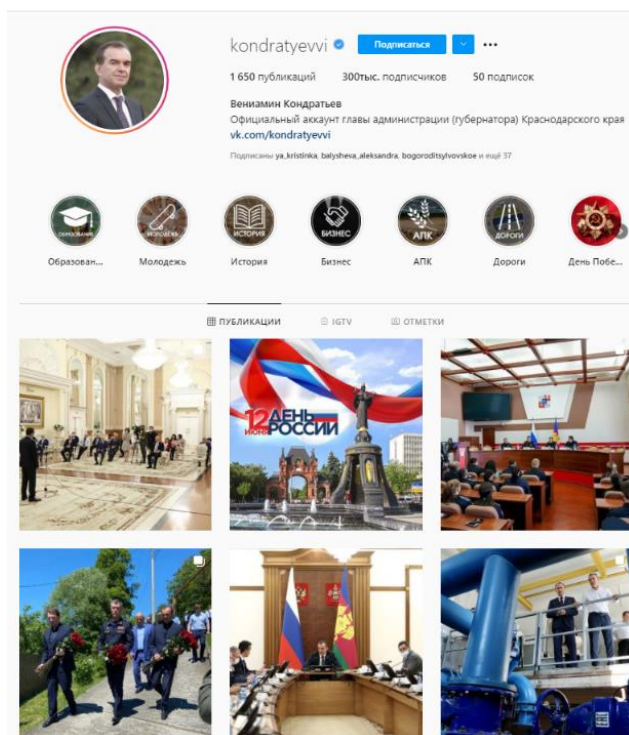


Рисунок 19 – Аккаунт Вениамина Кондратьева в Instagram\*\*

Содержательные компоненты анализа подчеркивают статус политического субъекта; вполне очевидно, что в полном объеме присутствует официальная символика, а политическая субъектность выведена на уровень делового официального дискурса, который транслирует политическую повестку дня.

*1. Позиционирование и функционирование (артикуляция и агрегация интересов) политического субъекта в онлайн-пространстве имеет четкую информационную структуру и контекст. Значительная часть политического дискурса включает визуальное и текстовое сопровождение проводимой политики губернатора. Вениамин Кондратьев четко разделяет политические взгляды Владимира Путина, обозначая их в позиционировании новостного контента в социальных платформах: «На краевом планерном совещании обсудили вопрос питания детей в школах и детских садах, по поручению Президента страны».*

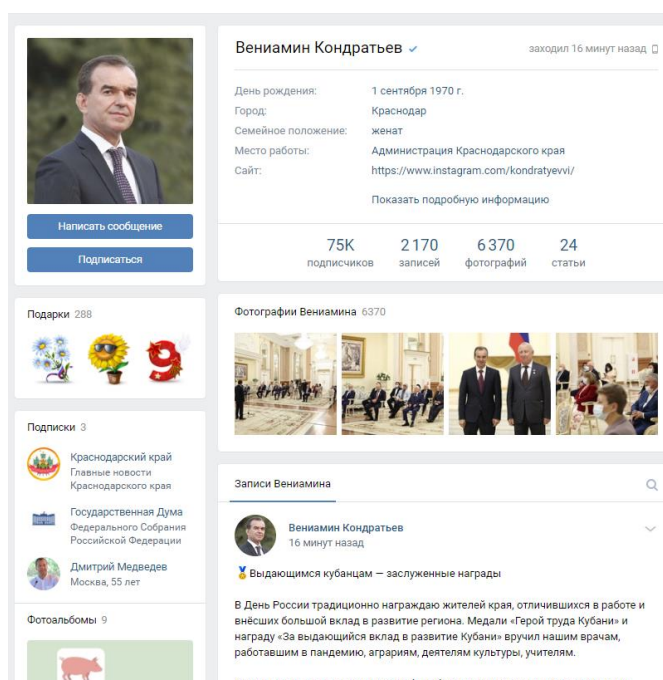


Рисунок 20 – Аккаунт Вениамина Кондратьева во ВКонтакте

Часто упоминается реализация национальных проектов, участие в них Краснодарского края. Мы определили, что около 40 % визуального контента включает информацию о выполнении должностных обязанностей. Вениамин Кондратьев активно транслирует рабочие совещания, рабочие и деловые встречи с государственными служащими, чиновниками, работниками администрации. Основной контент распределяется следующим образом: около 60 % занимает содержание, которое посвящено политическим, экономическим, культурным и общественно-социальным вопросам; 20 % состоит из политического контента, определяемого региональной спецификой (к примеру: спортивные победы, героические поступки кубанских жителей, озеленение и экология, туризм, достопримечательности Краснодарского края). Хотелось бы выделить страницу В. Кондратьева в социальной платформе Instagram\*\*, который подписан как официальный аккаунт главы администрации (губернатора) Краснодарского края. В данном аккаунте политический субъект использует возможность социальной платформы снимать публиковать прямые трансляции в сервисе Stories. Подача информации в виде структурированных областей (Stories,

выделенные в актуальную информацию, сохраняются на безграничное количество времени, способствуя созданию архивных новостей) содержит следующий тематический контент: образование, молодежь, история, бизнес, АПК, дороги, День Победы. Сервисы Reels и IGTV также активно используются губернатором для трансляции тех событий, гостем которых он стал. Сочетание фото- и видео-контента позволяют политическому субъекту включаться в публичные процессы, демонстрируя высокую степень вовлечения и погружения в событийный ряд политических процессов.

В новостной ленте социальной платформы Instagram\*\* с разной интенсивностью публикуются посты об итогах встречи губернатора с депутатами, а также визуализируется определенный законопроект, вступивший в силу на территории Краснодарского края.

Значительной особенностью позиционирования и функционирования политического субъекта в публичном онлайн-пространстве является публикация одинакового контента на различных социальных платформах. Дублирование политического дискурса не учитывает особенности целевой аудитории, а также создает эффект отчетности губернатора. На рисунках 19 и 20 мы видим, что две последние фотографии в официальных платформах ВКонтакте и Instagram\*\* идентичны, также, как и сама публикация, включающая текстовое описание события.



Рисунок 21 – Публикация Вениамина Кондратьева в Instagram\*\*



Рисунок 22 – Публикация Вениамина Кондратьева в Instagram\*\*

Особый стиль замечается в позиционировании политического субъекта в условиях информирования своих подписчиков о законотворческих изменениях. Во-первых, этот стиль прослеживается в сочетании текстовой и визуальной информации, которая отличается от остальных публикаций иллюстрационной привлекательностью подаваемого материала, использованием ярких красок и разных шрифтов для выделения нужных акцентов. В целом публикуемый материал похож на инфографику, в которой есть визуализированные объекты совместно с цифрами и фактами, отражающими содержание предпринимаемых государственных мер, суть законопроекта или предложения, исходящего от губернатора. Во-вторых, отличительной особенностью является подпись данной публикации, которая лингвистически выстроена от лица политического субъекта: «Часто бываю в разных районах ...», «На 48 сессии подводим итоги ...», но отсутствуют личные местоимения, что характерно для лиц, обозначающих высокую степень заинтересованности в своей команде, совместно с которой осуществляется региональная политика.

Подчеркивает данный тезис и результаты проведенного исследования, цель которого являлось определение того, как молодежь воспринимает позицию политического субъекта в онлайн-пространстве. Многие респонденты обозначили представителей региональной власти (губернатор, мэр, местное оппозиционное сообщество) как политических субъектов, обладающих наивысшей властью в России. На протяжении 3 лет в процессе исследования нам удалось выявить следующую тенденцию, которая является особенностью в процессе позиционирования – тенденция обезличивания региональных политических субъектов в сравнении с политическими субъектами федерального или всероссийского уровня. Такие субъекты, как В. Путин, А. Навальный\*, Д. Медведев хорошо прорисованы, уделено большое внимание их образу и цветовой композиции, выстроен сценарий, который дополняется государственной символикой.



Рисунок 23 - Репрезентация в Instagram\*\*

На рисунке 23 респондент отмечает политическую повестку дня, которую транслирует В. Кондратьев в Instagram\*\*. Автор называет страницу Kondratyevvi, далее следует визуальный контент и подпись: *«Основные вопросы развития края обсудили на конференции «Городская среда. Опыт регионов». Кубань – один из лидеров в стране в реализации нацпроекта по формированию комфортной городской среды»*. В качестве визуального контента респондент изображает детскую площадку с приятными погодными условиями, а также зеленые насаждения (дерево, трава). Очевидно, что позиционирование политического субъекта в онлайн-пространстве респонденты ассоциируют с определенными действиями, чаще всего предпринятыми для удовлетворения запросов жителей. Все анализируемые нами рисунки были охарактеризованы как яркие, солнечные, и приятные для просмотра, с отсутствием негативных объектов и мрачных вещей. Во многом эта перспектива продуцируется пользователями в ответ на процесс позиционирования В.Кондратьева в онлайн-пространстве, использующего технические средства и политические технологии для создания и тиражирования позитивного контента.

Таким образом, политический субъект не создает пространство для взаимодействия и диалога, а использует онлайн-пространство для информирования населения о политических процессах, в которые он активно включен. Позиционирование В. Кондратьева не отличается политическим контентом в различных социальных платформах, наблюдается идентичные фото и видеоматериалы, в совокупности с идентичным текстом.

2. *Восприятие* политического субъекта осуществляется на основании публичной деятельности В. Кондратьева, который определяет свою политическую субъектность и личные качества как политический образ.

Исследуя гендерные и психологические свойства политического субъекта, мы можем определить, как в дальнейшем эти свойства будут влиять на восприятие данного политического субъекта пользователями онлайн-пространства, какой политический образ сложится в сознании этих

людей. В таблицах 3 и 4 приведены результаты исследования психологических и гендерных характеристик, которыми обладает В.И.Кондратьев по мнению респондентов. Среди психологических качеств В.И. Кондратьеву наиболее присущи такие качества, как привлекательность, морально-нравственные основы, открытость и патриотизм. Высокие морально-нравственные принципы транслируются благодаря биографии губернатора, отец которого всю жизнь служил в Храме. Неоднократно сам губернатор признавался, что самым любимым досугом являются семейные походы в церковь. К менее проявляемым качествам респонденты отнесли пассивность, низкую мобильность политического субъекта, авторитаризм и сдержанность. Авторитаризм и сдержанность принято отождествлять с поведением В. Кондратьева на публичных совещаниях и переговорах. Также авторитарный стиль управления многие пользователи видят в манере коммуникации политического субъекта со своими подчиненными чрезмерная требовательность в выполнении указаний и усиленная придирчивость к государственным служащим, в общественно-политическом контексте усиливают поведенческую роль регионального лидера.

Среди гендерных качеств респонденты схожи во мнении, что мужественность В. Кондратьева является главным качеством, присущим мужчинам-политикам. Хотелось бы также отметить, что респонденты выделили и качества, дополняющие гендерный портрет В. Кондратьева: падкость на лесть, каменность, жестокость и скупость на эмоции.

Для того чтобы визуализировать полученные данные на предмет обнаружения скрытых связей и предыстории психологических, поведенческих и гендерных стратегий политического субъекта, нами были использована теория графов, демонстрирующая смысловые ассоциации, возникающие у респондента в процессе восприятия политического образа.

Сам граф представляет собой топологическую модель, состоящую из вершин (изучаемые объекты, в нашем случае, это политические субъекты) и множества ребер, соединяющих вершины (в данном случае отношение



респондента к изучаемому политическому субъекту). Важно отметить, что в нашем случае размер и цвет вершины имеет содержательно-интерпретационное значение, поскольку от размера и цвета зависит, какое количество респондентов соотносят психологическое и гендерное качество с политическим субъектом, и какое качество из двух антонимичных прилагательных (аутсайдер/лидер) выбирается респондентом чаще всего.

Первым, кто разработал теорию графов, является Леонард Эйлер, предложивший в 1736 году утверждения и доказательства основных положений теории графов. Таким образом он решил одну из сложнейших задач в области математики – задачу о кёнигсбергских мостах. Российский опыт применения теории графов нашел свое применение в научных открытиях, автором которых является кубанская школа политологии в составе следующих ученых: А.А. Гнедаш, И.В. Мирошниченко, Е.В. Морозова, Н.А. Рябченко<sup>1</sup>. Благодаря этим исследованиям российская политологическая школа обогатилась научными результатами, которые позволяют использовать сетевой подход в области исследования политических процессов в российском обществе и объяснять причинно-следственные связи политических событий, происходящих в онлайн-пространстве. Использование теории графов позволило нам визуализировать результаты собственного исследования восприятия политических субъектов в онлайн-пространстве.

На рисунке 24 обозначены результаты изучения проявления таких гендерных качеств у различных политических субъектов, как женственный/мужественный. Цвет означает качество проявления данного качества у изучаемого субъекта, а размер вершины означает, какое количество респондентов определяют данное качество у политического субъекта. Губернатора Краснодарского края, В.И. Кондратьева многие респонденты считают довольно мужественным – это обозначено цветом, а

---

<sup>1</sup> Мирошниченко И.В., Морозова Е.В., Гнедаш А.А., Рябченко Н.А. Социальные сети в публичной практике современной России: модернизационный потенциал. Краснодар: Просвещение-Юг, 2012. С. 82.

также системой координат, находящихся в одной области с Администрацией Президента.

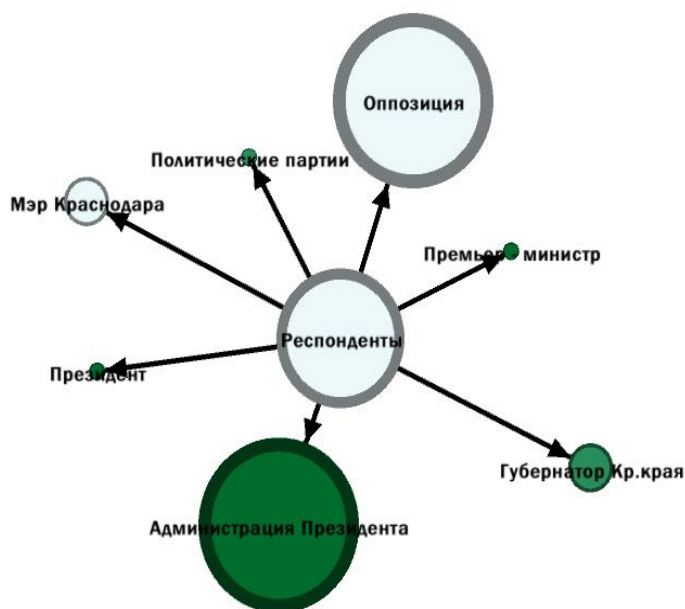


Рисунок 24 – Сетевой граф Женственный/Мужественный.

Для того чтобы интерпретировать занимаемую В. Кондратьевым позицию, необходимо понимать, что «любой субъект должен соответствовать набору наличных нормативных гендерных предписаний. Социально-политическая система, используя предписанные нормы феминности и маскулинности, может наделять субъекта определенными гендерными параметрами, функциями», – отмечает А.А. Гнедаш<sup>1</sup>.

Таким образом, В.И. Кондратьев транслирует семейные ценности, моменты, проведенные с детьми, испытывает положительные эмоции, когда речь идет о семье и детях – соответственно, он обладает предписанными

<sup>1</sup> Гнедаш А.А. В поисках утраченного субъекта: фемининные и маскулинные детерминанты субъектности в современной России // Полис. Политические исследования. 2010. № 5. С. 79-87

нормами маскулинности, что влияет на восприятие гражданами политического субъекта, как мужественного.

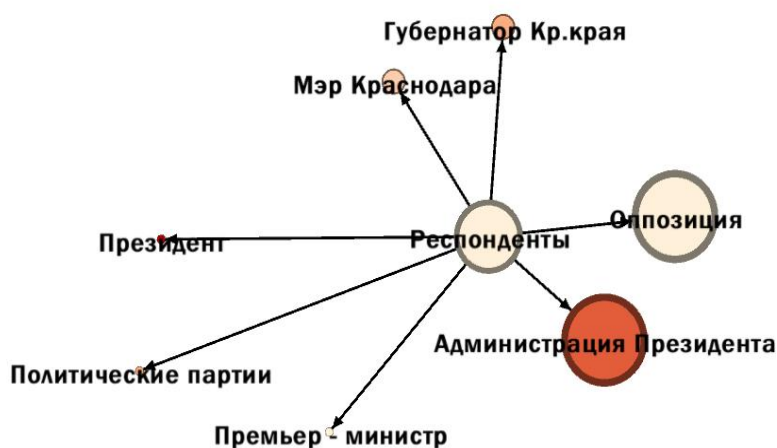


Рисунок 25 – Сетевой граф Аутсайдер/Лидер

На рисунке 25 мы видим расположение политических субъектов на плоскости, которая наделяет В.И. Кондратьева промежуточными качествами между лидерскими и аутсайдерскими позициями. Объясняется данное расположение тем, что процесс позиционирования в онлайн-пространстве происходит с сохранением дистанции между федеральной и региональной властью. Зачастую В.И. Кондратьев употребляет выражения «По поручению Президента», «По словам В. Путина», что также влияет на процессы восприятия данного политического субъекта, реализовывающего указания и поручения Президента страны. Объяснения данных процессов лежат в плоскости психологических и гендерных установок: «Субъект, попадая под действие или взаимодействия с социально-политической системой, начинает «играть» свою роль. Система воспринимает роль субъекта либо как типичную (идентифицируя и одобряя ее), либо как атипичную

(идентифицируя субъекта как выполняющего несвойственную ему или ей гендерную роль»<sup>1</sup>.

Таким образом, в процессе восприятия политического субъекта мы выявили основные гендерные и психологические характеристики, проявляющиеся у В.И. Кондратьева в большей и меньшей степени. Полученные нами характеристики свидетельствуют о том, что политический субъект ведет достаточно открытый диалог с гражданами, демонстрируя личностные и профессиональные качества, которые складываются в единый политический образ, воспринимаемый респондентами. В результате, анализируя политический образ В.И. Кондратьева, мы можем сказать о том, что высокие духовно-нравственные и патриотичные качества определяют успешные личностные стратегии, в то время как профессиональный авторитаризм, лидерство и сдержанность позволяет воспринимать его как сильного политического субъекта, способного определять успешность развития Краснодарского края, как личный проект, нацеленный на успех.

#### *4. Учет изменений в позиции политического субъекта*

В июле 2021 год кампания Медиалогия (мониторинг федеральных и региональных СМИ по цитируемости, социальных сетях, брендов и событий) опубликовала Топ – 20 самых цитируемых губернаторов-блогеров за июль 2021 года. В нем губернатор Краснодарского края занимает 5 позицию, запуская информационный повод по актуальной теме для россиян, отдых на Черноморском побережье в период пандемии коронавируса. В своем Telegram он сообщает: *«...туристы с 1 августа смогут приехать на отдых в Краснодарский край, имея отрицательный ПЦР-тест, однако, должны будут сделать прививку от коронавируса в течение трех дней»<sup>2</sup>.*

Вениамин Кондратьев активно использует онлайн-пространство для коммуникации с пользователями. Формулируя политическую повестку дня,

---

<sup>1</sup> Стратегии гендерного равенства/неравенства в сфере политики на рынке труда Краснодарского края в XXI веке // Политика развития и политико-административные отношения: сб. науч. ст. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2009. С. 315.

<sup>2</sup> Губернатора-блогеры: июль 2021 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/vlast/governors/governors-bloggers/8612/> (дата обращения: 23.12.2021).

губернатор отражает пользовательские запросы в информации, позиционируя себя не только как легитимный источник власти, но и как источник политической информации.

Процесс учета обратной связи заключается в том, что официальную страницу в Instagram\*\* под именем kondratyevvi зачастую используют в своих публикациях пользователи этой платформы. Публикации могут носить разный характер – от провокационных вирусных видео до содержательных обращений жителей края с различными социально-экономическими вопросами и проблемами, выражения касаются применяемых мер для борьбы со стихией и ее последствиями. Летом 2021 года многие населенные пункты Краснодарского края были подтоплены и остались без коммуникаций с внешним миром. Власть начала принимать меры, которые обеспечивали временную помощь людям, оказавшимся в сложной ситуации, но последствия были настолько сильными, что ресурсов не хватало, а те ресурсы, которые были, распределялись неграмотно и непоследовательно. В итоге масштаб бедствия распространился на большие территории, и люди стали снимать видео- и фоторепортажи с мест, где проливные дожди нанесли наибольший урон, публикуя их в различных социальных платформах, с пометкой страницы самого губернатора. Например: *«Это Молдовановка, как нам объяснили, единственный мост по которому может проехать скорая, другие службы, а также жители. Русло реки надо чистить. Kondratyevvi, хочется у вас уточнить, был ли тут глава района? Какие меры уже им предприняты для решения данного вопроса и восстановления моста?»* Подобные публикации присутствуют не только в социальной платформе Instagram\*\*, там, где Вениамин Кондратьев активно публикует новости; также мы наблюдаем обращения граждан к губернатору в онлайн-пространстве, а именно, ВКонтакте, Facebook\*\*, Telegram.

В течение нескольких дней В. Кондратьев публикует новость, в которой говорится о том, что на месте прорывов работают ремонтные бригады и ведутся восстановительные работы. *«Пока будет идти ремонт,*

*без воды в домах могут остаться около 30 тысяч человек. Поручил мэру курорта лично контролировать ситуацию, при необходимости организовывать людям подвоз питьевой воды».* Реакция губернатора на запросы пользователей в онлайн-пространстве была однозначной и быстрой. Накопившиеся публикации в онлайн-пространстве с вопросами и жалобами со стороны пользователей были замечены, а также начались конкретные действия со стороны властей по решению обозначенных проблем и устранению последствий.

Обратная связь, исходившая от граждан, позволила учесть их мнения и скорректировать позицию политического субъекта, изменив содержательную составляющую последующих публикаций. В целом, губернатор публикует одну новость в сутки, по сравнению с публикациями, где его официальную страницу упоминают другие пользователи социальных платформ – такие публикации поступают намного чаще. В сутки страницу губернатора могут отметить от 3 до 5 раз в стандартном режиме и более 10 в режиме, когда случаются важнейшие социально-политические события или чрезвычайные происшествия.

Мобилизационный потенциал, который формируется в процессе позиционирования политического субъекта, его восприятия пользователями и процесс обратной связи от них, свидетельствует о том, что публичная деятельность В. Кондратьева имеет две тенденции:

-мобилизационный потенциал сторонников его деятельности не раскрыт и проявляет себя только в комментариях к публикациям в онлайн-пространстве. Комментарии насыщены словами благодарности за его деятельность и бдительность, готовность к любым чрезвычайным происшествиям. По количеству позитивных и негативных комментариев, число первых набирает значительно меньше комментариев отрицательных. Публикации, имеющие менее 200 комментариев, отличаются большим количеством конструктивной похвалы. К публикациям, имеющим наибольшее количество комментариев, пользователи относятся с

претензиями к власти в целом. Как правило, такие публикации затрагивают острую социально-политическую или политическую тему, которая волнует абсолютное большинство. Таким образом, мобилизационный потенциал пользователей, которые либо поддерживают действия политического субъекта, либо критикуют, схожи по сценарию своих действий в онлайн-пространстве.

На протяжении трех лет главным информационно-мобилизационным поводом, который артикулирует интересы пользователей в поддержку В. Кондратьева, выступает региональный конкурс «Лидеры Кубани». Это открытый конкурс, который направлен на поиск талантливых и перспективных руководителей и управленцев различного уровня. Данный проект реализуется по инициативе главы администрации с 2018 года, а в 2020 году идею поддержали в масштабах всего Южного федерального округа<sup>1</sup>.

За три года участниками проекта стали более 18 тысяч человек. За это время более 50 человек стали главами муниципалитетов, глав поселений и заместителями государственных и муниципальных учреждений. Мобилизационный потенциал участников конкурса формирует активный новостной поток из положительного образа В. Кондратьева, как идейного инициатора данного проекта. Восприятие губернатора осуществляется по положительным отзывам, активным публикациям, а также в целом позиционирование В. Кондратьева как главы перспективного будущего региона.

Проект «Лидеры Кубани» является процессом опосредованного позиционирования, когда участники данного проекта формируют положительный имидж политического субъекта в онлайн-пространстве. Данный проект также влияет на формирование мобилизационного потенциала пользователей, так как артикулирует актуальную для региона политическую повестку – кадровую политику, укрепление власти и ее

---

<sup>1</sup> Вениамин Кондратьев наградил победителей кадрового конкурса «Лидеры Кубани» [Электронный ресурс]. URL: <https://admkrain.krasnodar.ru/content/1131/show/563622/> (дата обращения: 23.12.2021).

сменяемость. Активно обсуждаемые вопросы политики формируют класс пользователей в онлайн-пространстве, влияющий на все процессы репрезентации данного политического субъекта, начиная с этапа позиционирования и восприятия и заканчивая нарастающим мобилизационным потенциалом у пользователей, участников данного проекта.

Таким образом, проанализировав процесс репрезентации В. Кондратьева в публичном онлайн-пространстве, мы можем сделать вывод о том, что существуют определенные особенности в каждом этапе. Процесс позиционирования определяется как прямой и опосредованный, так как политический образ формируется не только из тех публикаций, которые делает сам политический субъект, но и складывается посредством новостных публикаций других пользователей онлайн-пространства. Восприятие политического субъекта основывается на его личностных, психологических и гендерных установках и стереотипах, позволяющих определить его как мужественного, авторитарного, сдержанного и публичного политика, транслирующего традиционные семейные ценности, преданность Президенту РФ в реализации вертикальных управленческих функций. Процесс мобилизации сторонников и противников наблюдается лишь на уровне дискуссионных площадок в онлайн-пространстве, где пользователи активно обсуждают проводимую губернатором политику. Рамки онлайн-пространства не разрушаются, масштабная артикуляция политических интересов реализуется только в рамках онлайн-пространства.

### **2.3 Репрезентации оппозиционных политиков: кейс-стади А.А. Навального\* и С.И. Фургала**

В эпоху цифровой реальности Интернет становится новым коммуникативным инструментом, используемым различными



политическими субъектами. Стабильное увеличение количества Интернет-пользователей заставляет изменять логику исследования социально-политических процессов и рассматривать влияние Интернет-технологий в современной политике государства.

Различные Интернет-технологии изменили сущность коммуникативного процесса между политическими субъектами и гражданами, происходит массовая интернетизация, мир политики подхватывает мировую тенденцию и пробует выстраивать диалог с людьми при помощи информационных проводников.

Так, в августе 2020 года в первой пятёрке событий среди россиян, доверяющих теленовостям, не оказалось новостей, связанных с отправлением Алексея Навального\*, реже отмечались такие события, как арест Сергея Фургала и протесты в Хабаровске. Напротив, среди пользователей, доверяющих Интернет-источникам, эти события назывались значительно чаще.

В событиях, которые обозначены как топовые, включают в себя коммуникацию между политическими субъектами и гражданами. На лицо различие в размещении новостного контента, особенно между телевидением и Интернетом. Например, на телевидение главными темами являются протесты в соседней стране, политика в условиях пандемии и изобретение вакцины. Интернет-сообщество создает условия для репрезентации политических субъектов, при модели позиционирования и функционирования политиков в социальных платформах возникает поле для политических практик, которые готовы к комментариям и обратной связи со стороны граждан. Именно по причине наличия обратной связи со стороны пользователей, которые могут обсуждать волнующую их тему, протестные события и отправления оппозиционера, Алексея Навального\*, опережают по значимости события, связанные с коронавирусом и изобретением вакцины.

Разработанная нами модель репрезентации политических субъектов представляет собой коммуникативную политическую технологию,

отражающую современную центрическую модель взаимоотношений политических субъектов и граждан.

Репрезентации оппозиционных политиков, в числе которых Алексей Навальный\* и Сергей Фургал, происходят с определенными субъектными особенностями, которые определяются деятельностью оппозиционеров в онлайн-пространстве. Эти особенности заключаются как в отсутствии официального статуса государственного служащего, так и в отсутствии властных ресурсов, позволяющих использовать институты СМИ для транслирования политической повестки. Наша гипотеза относительно репрезентации политических субъектов оппозиционного характера звучит следующим образом: в виду отсутствия у А. Навального\* и С. Фургала властных ресурсов, процесс репрезентации в онлайн-пространстве будет для них важнейшим показателем мобилизационной активности, так как первые этапы репрезентации (этап позиционирования и восприятия политического субъекта) артикулирует и агрегирует интересы пользователей, которые разделяют политические установки и взгляды политиков-оппозиционеров.

1. *Процесс позиционирования* Алексея Навального\* в онлайн-пространстве является прямым, сам политический субъект является автором и пользователей официальных страниц в социальных платформах и видеохостингах.

Изначально, деятельность А. Навального\* начиналась с короткометражных видео, размещенных под названием «Турне». Короткометражные видео с публичными выступлениями Алексея Навального\* в разных городах. Визуальное содержание, вербальные и невербальные характеристики усиливают протестные настроения присутствующих на публичных выступлениях. Для коммуникации А. Навального\* с публикой характерны вербальные согласия с публикой, громкие заявления оппозиционера, а также невербальные признаки поднятой руки, ощущение обращения к каждому зрителю. Регуляция потока речи направлена на достижение выступающим своих целей, экономия языковых

средств общения со стороны слушателя продиктована лишь его согласием на обращения А. Навального\*. Это выражается в слове «Да», которое произносится зрителями постоянно, в ответ на заявления выступающего. Выражение эмоционального состояния, в котором находятся участники встречи, определяется как восторженное, готовое на поддержку оппозиционера, единодушное и неустойчивое.

Обратная связь в виде комментариев удивляет содержательным контентом, направленным на благодарность за приезд, за смелость и ответственность, лежащую перед будущим поколением, а самое важное, желанием реализовывать свои силы в протестных акциях, митингах и демонстрациях.

На данный момент процесс позиционирования в корне изменил свое направление, Алексей Навальный\* в онлайн-пространстве позиционирует себя как *«Основатель Фонда борьбы с коррупцией, упомянутый гражданин, иной политик, различный активист ...»*. Контент, который размещает политический субъект в своих официальных аккаунтах, имеет популярность национального масштаба, и определяется высокой степенью просмотров и комментариев. Самыми популярными видеороликами, которые были опубликованы в официальном аккаунте видеохостинга YouTube оказались «Дворец для Путина» с 118 миллионами просмотров, «Он вам не Димон» набравший 43 миллиона просмотра, далее следует череда из видеороликов посвященных отравлению Алексея Навального\*, в совокупности больше 50 миллионов просмотров.

Артикуляция и агрегация интересов пользователей строится на совместных политических взглядах, которые предлагают смену власти, а именно В. Путина, а также борьба с коррупцией на всех уровнях власти. Содержание видеосюжетов, которые набирают огромное количество просмотров, отличается тем, что сценарии данных видео основаны на расследованиях о коррупционных схемах чиновников с высоким статусом. Именно поэтому, этап позиционирования А. Навального\* в онлайн-

пространстве, является мощным катализатором для артикуляции общих оппозиционных интересов.

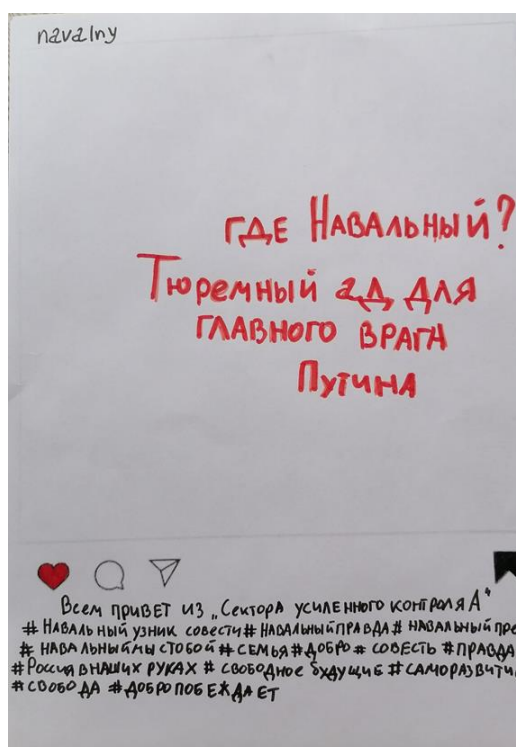


Рисунок 26 – Репрезентация А.Навального\* в Instagram\*\*

На рисунках 26 и 27 можно увидеть характерные особенности возникающие в процессе позиционирования политического субъекта. Изначально на рисунке 27 мы видим из чего складывается процесс позиционирования: публикации видеоконтента, фото с семьей, лицо А.Навального\* крупным планом, который в совокупности с текстовыми комментариями и подписями играют один политический сценарий.

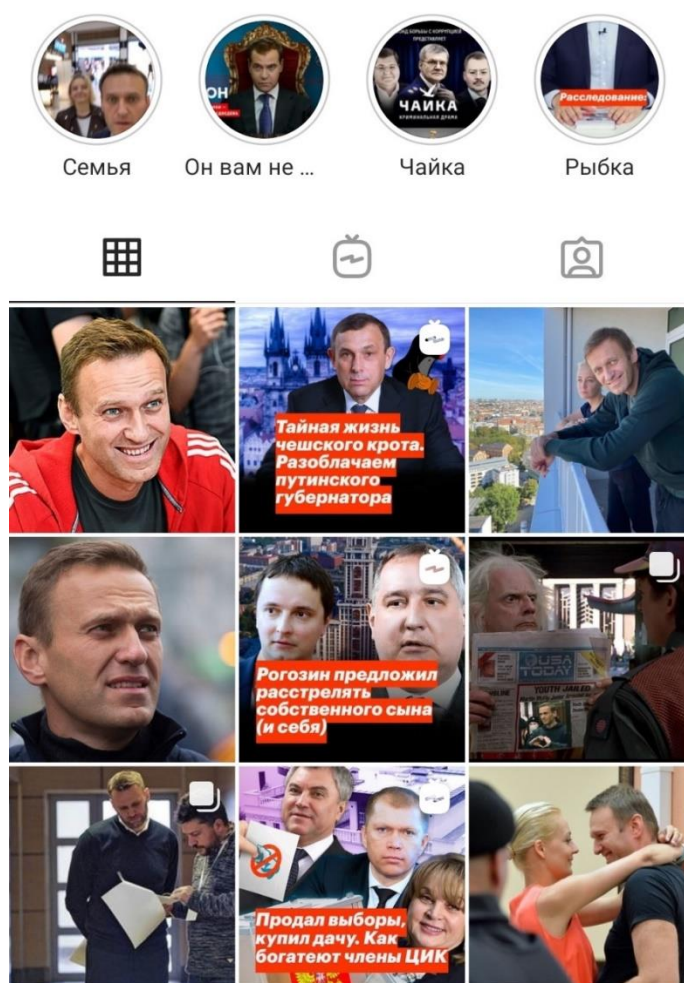


Рисунок 27 – Дата-сет публикаций А.Навального\* в Instagram\*\*

Респонденты активно считывают основной посыл деятельности А.Навального\*, репрезентируя это в своих работах. Красный текст отражает основной посыл респондента, также, как и на странице А.Навального\* в Instagram\*\*. Несмотря на то, что респонденты рисуют сценарии ареста А.Навального\*, мы хотим обратить внимание на техническое сопровождение данного контента, который похож на публикации самого оппозиционера. Таким образом, позиционирование политического субъекта в онлайн-пространстве направлено на артикуляцию интересов против борьбы с коррупцией и разоблачению известных политиков, чиновников и публичных деятелей. Исследование же в очередной раз доказывает наши предположения о том, что в процессе позиционирования политического субъекта,



отмечают данное качество, как личностно-поведенческое, психологическое, но не имеющее политический окрас. Интерпретация эмоционального поведения А. Навального\* находит отражение в процессах восприятия политического субъекта как активного публичного деятеля, борца, человека, идущего против системы.

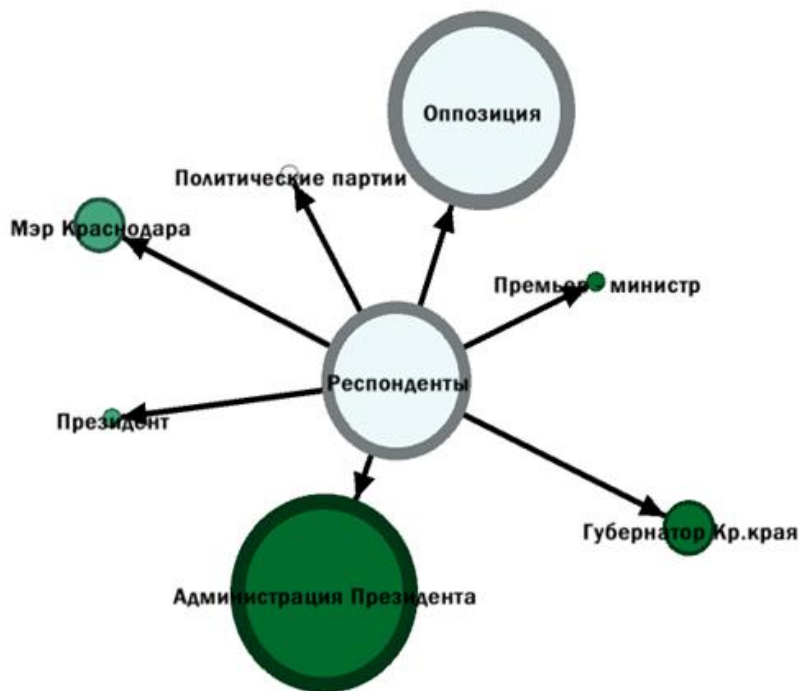


Рисунок 29 – Сетевой граф «Инфантильный/Взрослый»

Исследуя гендерные качества А.Навального\*, можно сделать вывод о том, что респонденты считают его мужественным, грубым, наглым и эмоциональным, но в совокупности, главными качествами политического субъекта также называют и инфантильность, падкость на лесть, равнодушие к детям, мягкость и нежность. Связано это, прежде всего, с тем, что А.Навального\* не видят в роли государственного служащего; в первую

очередь, функции оппозиционера в онлайн-пространстве – это политический блоггинг. Мы можем наблюдать, что пользователи онлайн-пространства, выступающие в роли респондента, не создают политический сценарий, в котором А.Навальный\* принимает управленческие решения, выполняет функции и должностные обязанности рядового чиновника. Также отсутствует государственная символика, которая сопровождала процесс позиционирования и восприятия В.Путина и В.Кондратьева.

Восприятие А.Навального\* происходит на уровне публичного деятеля, который выбрал для себя роль «ругать власть», он занял нишу критика власти, именно поэтому лидер несистемный оппозиции не воспринимается респондентами как будущий лидер страны. Занимаемая им роль актуальна до тех пор, пока присутствует сила тяжести на современной политической арене России в качестве В.Путина, определяющая биполярные политические взгляды пользователей в онлайн-пространстве.

3. *Обратная связь*, исходящая от пользователей онлайн-пространства поражает своей масштабностью и содержательностью. Комментарии, размещенные после публикаций Алексея Навального\*, были исследованы нами на предмет мобилизационного потенциала. Один из выводов, который можно сделать – высокая степень доверия политическому субъекту, активность и готовность к реальным действиям в офлайн. Высокий уровень просмотров видео, которые выпускает Алексей Навальный\* вместе со своей командой, Фондом борьбы с коррупцией, характеризуется также высокой степенью обратной связи в виде комментариев, исходящих от пользователей. Видео «Дворец для Путина» набрало около двух миллионов комментариев к самому видео, а также включает в себя очаги дискуссий, которые образуются в ответ на самые резонансные комментарии. Провокационные комментарии образуют точки соприкосновения общих интересов, которые заключаются в агрегации общих ресурсов для совершения социально-политических действий из онлайн-пространства в офлайн.



4. *Учет мнения пользователей* и коммуникация с ними в онлайн-пространстве в форме диалога. Проблемные ситуации, описываемые в комментариях, актуально затрагиваются Алексеем Навальным\* в последующих публикациях. Мобилизационный потенциал характеризуется высокой степенью активности, готовности и сплоченности между гражданами, поддерживающими взгляды лидера оппозиции.

Онлайн-пространство является одним из немногих площадок для мобилизационных действий протестного характера.

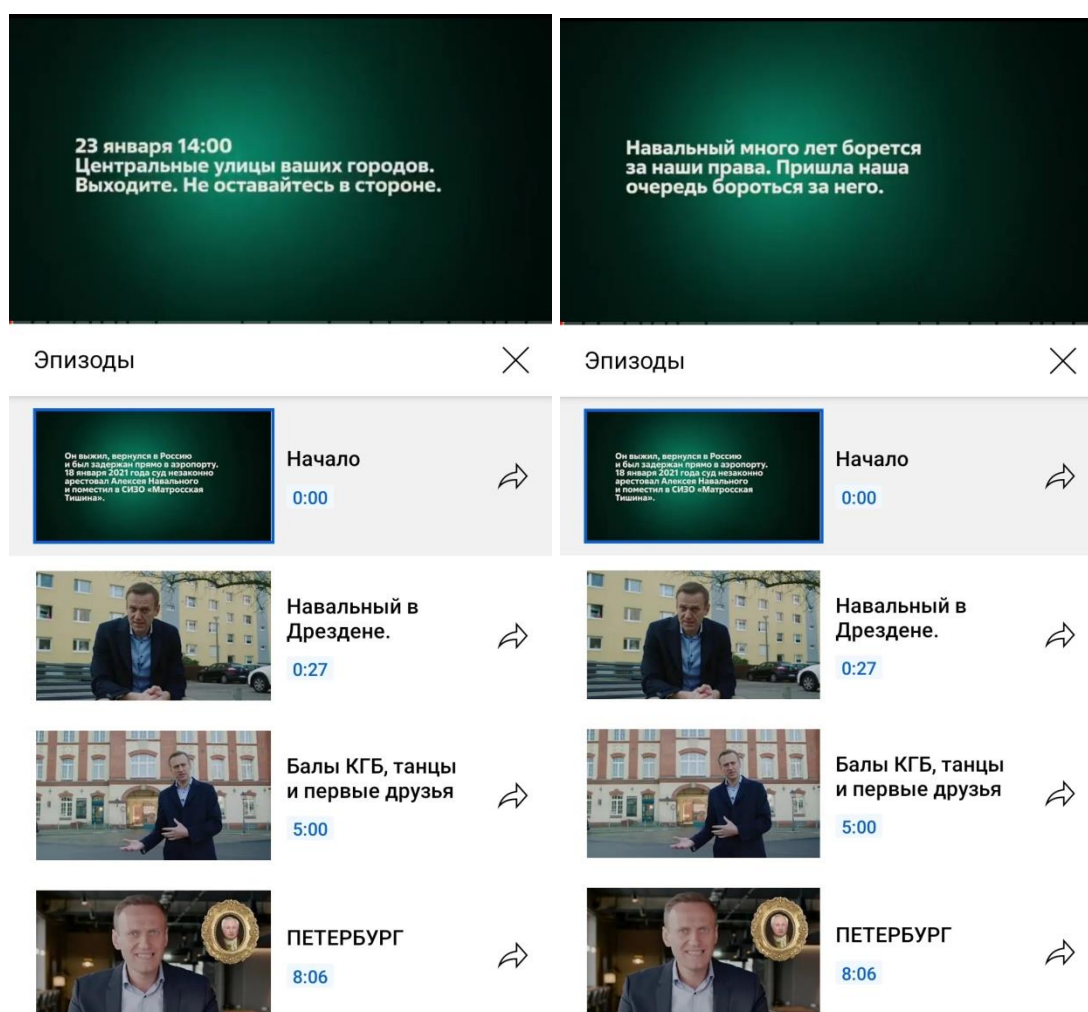


Рисунок 30 – Страница А.Навального\* в видеохостинге YouTube

Мобилизационный потенциал, который включает в себя совместную деятельность политического субъекта в онлайн-пространстве и подписчиков, разделяющих единые политические взгляды, демонстрируют сообщества,

созданные по территориальному принципу. Каждое сетевое сообщество включает в свое название «Штаб Навального» в определенном городе, к примеру, «Штаб Навального в Краснодаре». Региональные отделения имеют своего представителя, команду, которая от лица оппозиционера проводит согласованную политику. Явный мобилизационный капитал прослеживается на всем этапе процесса репрезентации политического субъекта, изначально направляющего свои действия на перемены.

Рассматривая политические события, происходившие в России в январе 2021 года, стоит отметить, впервые, мобилизационные призывы в онлайн-пространстве, привели к следующим результатам – около 50 тысяч человек вышли на улицы в Москве для проведения несанкционированного митинга. Протестные события января 2021 года отличались сильной поддержкой во многих регионах России. Самые массовые шествия прокатились по Сибири и Дальнему Востоку, в: Новосибирске, Владивостоке, Томске, Красноярске, Иркутске, несмотря на жуткий мороз, люди проводили митинги, в которых участвовали тысячи человек. Результатом столкновения представителей несистемной оппозиции со специальными отделениями полиции и ОМОНОм привели к масштабным задержаниям<sup>1</sup>.

Таким образом, цифровое сопротивление официальной власти стало возможным благодаря активному мобилизационному процессу, проходившему в онлайн-пространстве задолго до самого события. По данным агентства Reuters, самой активной оказалась возрастающая группа от 25 до 35 лет, их было около 40% всех задержанных, при этом 42% от всех митингующих вышли на улицы впервые<sup>2</sup>.

Таким образом, мобилизационную активность набирает цифровое поколение, социализация которого пришлось на момент развития онлайн-

---

<sup>1</sup> Как прошел митинг в поддержку Навального в Москве [Электронный ресурс]. URL:<https://snob.ru/news/kak-proshel-miting-v-podderzhku-navalnogo-v-moskve/> (дата обращения: 23.12.2021).

<sup>2</sup> Журналисты Reuters оценили число участников протеста в Москве в 40 тысяч человек. МВД сообщало только о четырех тысячах [Электронный ресурс]. URL:<https://snob.ru/news/zhurnalisty-reuters-ocenili-chislo-uchastnikov-protesta-v-moskve-v-40-tysyach-chelovek-mvd-soobshalo-tolko-o-chetyreh-tysyachah/> (дата обращения: 23.12.2021).

пространства как поля политических практик. Тенденция на омоложение протестующих в России продолжает нарастать в то время, как лидер оппозиции А. Навальный\* является самым популярным и востребованным информационным поводом в онлайн-пространстве. Невозможно представить этап мобилизации без процесса позиционирования политического субъекта в онлайн-пространстве, оценке его восприятия и обратной связи, исходящей от главного оппозиционера страны. Высока вероятность того, что мобилизационная активность будет нарастать прямо пропорционально с реализацией всех этапов в процессе репрезентации политического субъекта.

Цифровое развитие в XXI веке стало интенсивно менять все области жизнедеятельности человека. Информационно-коммуникативные технологии, совместно с сетевыми методами, стали активно проникать в политический дискурс, обосновывая новые тенденции формирования цифровой реальности социальными медиа, которые являются важным и доступным источником информации. Развитие публичного онлайн-пространства характеризуется разнообразием политического контента, разнообразием форм взаимодействия между политическими субъектами и гражданами. Онлайн пространство является полем политических практик, пространством, в котором фокусируются и акцентуализируются различные политические идеи, действия, проблемы и пути их решения. Процесс репрезентации политических субъектов продуцирует социальные действия со стороны граждан, задает вектор развития социально-политических отношений между политическими субъектами и пользователями онлайн пространства. Данные действия могут определять, как конструктивные, так и деструктивные практики, используемые пользователями онлайн-пространства для того, чтобы мобилизовать ресурсы и выработать курс принятия коллективных общественных решений. Онлайн-пространство создает особые условия для мобилизации граждан в решении вопросов, позволяет конвертировать политический капитал в реальные результаты

посредством участия пользователей в производстве и воспроизводстве политического контента.

Вторым важнейшим событием на рубеже 2020/2021 годов в российской политике стала мобилизационная активность на Дальнем Востоке, точнее в городе Хабаровске, где после задержания губернатора, Сергея Фургала, граждане вышли на митинги и акции протеста, которые длились больше ста дней подряд. Центром политической тяжести в этот раз стал город Хабаровск, который находится на большом расстоянии от центра, но все же общество смогло выразить свое недовольство действиями федеральных властей, объявивших об аресте народного губернатора.

Для того чтобы определить, как возникла мобилизационная волна, охватившая сначала город Хабаровск, а затем и всю страну с очагами митингов в крупных городах России, необходимо проанализировать каждый этап процесса репрезентации Сергея Фургала.

Первый этап включает *прямое и опосредованное позиционирование* политической повестки дня, связанный с арестом губернатора. История начинается с момента задержания губернатора Хабаровского края, Сергея Фургала, занимающего данный пост с сентября 2018 года. Зарекомендовав себя как идейный протестный лидер, Сергей Фургал, одержал победу на выборах губернатора Хабаровского края. Глава региона отличился рядом решительных политических реформ, среди которых ограничения на привилегии чиновников, распоряжения по решению ряда острых социальных проблем, стоящих перед молодыми семьями и пенсионерами, губернатором были замечены проблемы школьного питания, а конкретнее недостаток бюджетных средств, необходимых для полноценного питания в школьных столовых. «В процессе решения вопроса под горячую руку попал Комсомольск-на-Амуре, чиновники которого не смогли найти дополнительные 5,5 млн рублей на детское питание. Фургал контрактировал, поинтересовавшись содержанием чиновников: 543 млн рублей в 2019-м, а в 2018-м — 510 млн. «А где же вы нашли-то 33 млн, не глядя, на свое

содержание, а на детей 5 млн — нет?» — припечатал губернатор»<sup>1</sup>. Активнее всего этапы позиционирования и функционирования Сергея Фургала, осуществлялось в социальной платформе Instagram\*\*, имеющего около 400 тысяч активных подписчиков, 400 публикаций за последний год, а также уникальные короткие видеосюжеты, которые являются популярной формой публикации постов.

Содержательные характеристики направлены на освещение следующих социально-экономических областей в жизни Хабаровска, краткие фото и видео публикации, именуемые в социальной платформе Instagram\*\*, как Stories, носят следующие названия: «Федерально», «Районы», «Спорт», «#коронавирус», «Паводок 2», «Субботник», «Даты и События», «ЧудоХабаровск», «Открытые двери», «Рабочие моменты». Вербальные и невербальные характеристики публикаций выдержаны в статусной форме, определяющей нормативные особенности поведение губернатора. Визуальные и контекстные компоненты построены на личностном контенте, образ Сергея Фургала предстает перед нами, как искренний, преданный и заинтересованный в своей деятельности политик.

Стоит заметить, что Сергей Фургал *воспринимался гражданами* своего края как активный публичный политик, содержательно рассказывал о своих действиях в социальных платформах, следил за комментариями пользователей в ответ на его публикации. Репрезентация политического субъекта, Сергея Фургала, является реальной демонстрацией формирования позитивного образа политика, вокруг которого объединились жители Хабаровского края, позиционировали его как политического лидера, способного на осуществление позитивных перемен.

Подобными публичными действиями Сергей Фургал получил многомиллионную поддержку, активных и преданных граждан, которые образовали ядро протестующих в дальнейшем развитии истории об аресте

---

<sup>1</sup> Аккаунт Сергея Фургала в социальной платформе Instagram. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/s.furgal/> (дата обращения: 23.12.2021).

губернатора. Но вскоре, 9 июля 2020 года, Сергея Фургала задерживают у своего дома по делу об организации убийств и покушений на убийство. Онлайн-пространство моментально реагирует на политическую повестку дня, организовывает серию флешмобов, подготавливает фото и видеоконтент, который распространяется среди лидеров мнений и репутационных игроков. Новостной контент об аресте Сергея Фургала возглавляет топ самых популярных телеканалов, радиостанций, онлайн-сообществ и групп, популярные медийные личности также актуализируют политическую повестку дня об аресте Сергея Фургала.

Далее мы переходим к следующей стадии репрезентации, которая характеризуется *обратной связью от пользователей онлайн-пространства*. Они могут быть выражены в виде комментариев, блогов, чатов и публикаций контента в своих собственных аккаунтах на предмет восприятия политического субъекта. Обратная связь от пользователей онлайн пространства является неотъемлемой частью коммуникации политического субъекта с гражданами, так как позволяет вторым быть услышанными, замеченными, чья позиция, высказанная в онлайн-пространстве, содержит в себе актуальные моменты развития публичном политики в целом.

Каждая публикация имеет не менее 1000 комментариев, которые позволяют в виде обратной связи в онлайн-пространстве политическому субъекту понимать актуальную политическую повестку дня. Именно обратная связь демонстрирует нам процесс репрезентации как циркулярный процесс коммуникации, предложенный У. Шраммом. Проанализировав социальную платформу Instagram\*\*, а именно персональный аккаунт Сергея Фургала на предмет реагирования политика на тематику сообщений и комментариев от пользователей и подписчиков данного аккаунта, можно сделать следующий вывод:

1. Аккаунт представлен как способ демонстрации профессиональной деятельности политика на посту Губернатора Хабаровского края.

2. Освещена личная, нравственная и ценностная позиция политика в отношении профессиональных обязанностей, отражены внутренние качества политика, способного понимать просьбы и обращения граждан.

3. Быстрое реагирование губернатора на содержательные, критические комментарии со стороны пользователей.

Также демонстрируются публикации, которые освещают законотворческую инициативу губернатора как наглядный пример быстрого реагирования действий команды Сергея Фургала на вопросы, которые освещаются пользователями в социальных платформах. Все действия и поступки продуманы и отвечают запросам общественного мнения, которое складывается в онлайн-пространстве. Подобное выстраивание диалога с гражданами создает возможность ориентироваться на конструктивное взаимодействие политических институтов и граждан. Те политические акторы, которые мобильно и гибко организуют коммуникацию с гражданами в онлайн пространстве, имеют большой рейтинг доверия среди народа, возрастающую популярность, а также создают площадку для реализации политического капитала, мобилизуя ресурсы граждан на ранее подготовленных социальных платформах, аккаунтах и сообществах

Консолидация общества происходит под популярным политическим хештегом, который годами ранее маркировал поддержку пользователей в адрес протестантов, на примере нашей страны это было продемонстрировано

Таким образом, сетевые сообщества начинают реализовывать накопленный политический потенциал, организуя подписи петиций, проводя организационные собрания для дальнейших протестных митингов на улицах Хабаровска. Мобилизующие компоненты оформляются вместе с хештегами #накормиголубей и #ЯМыСергейФургал. Сторонники и активисты движения транслируют актуальную информацию о дальнейшей судьбе Сергея Фургала, действиях федеральных политиков в социальных платформах Facebook\*\*,

Twitter\*\* и Instagram\*\*, видеохостинге YouTube, Telegram–канале<sup>1</sup>, с общим охватом аудитории больше миллиона человек.

Дальнейшие действия, происходящие в онлайн-пространстве, конвертируют деятельность хабаровчан и направляют их в офлайн-пространство, которое становится реальной площадкой для проведения митингов, одиночных пикетов и протестных демонстраций.

Акция в поддержку задержанного губернатора Сергея Фургала #ЯМыФургал 18 октября 2020 года отметила 100-дневный юбилей, который начался в июле после задержания губернатора. Акция #накормиголубей стала одним из результатов действия онлайн-пользователей, активно поддержавших губернатора сначала в социальных платформах, а затем организовавших флешмобы в его защиту. Сами хабаровчане трактуют свои действия как «голубиный протест», который вышел за пределы края и охватил всю Россию в целом, отличается только количеством протестующих, готовых на открытые действия. Голубь, которого всегда считали символом мира, в Хабаровске становится птицей, олицетворяющий народный протест, пользователи призывают выходить на акцию протеста, мобилизовать ресурсы и накормить изголодавших птиц. Алексей Романов, хабаровский журналист, запустивший данную акцию на своем ютуб-канале, запустил ролик с призывом выходить на улицы и площади и накормить голубей. Под мирной акцией экологического характера активные участники напрямую интерпретировали свои действия желанием получать от власти необходимых условий для нормальной жизни, учитывать их интересы и решать социальные проблемы. Голодные птицы ассоциировались с хабаровчанами, желающими быть услышанными и «накормленными» справедливостью и ответственностью политических институтов перед обществом.

Таким образом, в ходе исследования было выявлено, что А.Навальный\* использует онлайн-пространство как профессиональную сферу, в которой

---

<sup>1</sup> Телеграмм-канал «Я/Мы Сергей Фургал» [Электронный ресурс]. URL: <https://telemetr.me/content/mewefurgal/> (дата обращения: 23.12.2021).



создается и распространяется политический контент. Аккаунты оппозиционера присутствуют во всех социальных платформах: объектом нашего анализа стали канал в видеохостинге «YouTube» под названием Алексей Навальный и Навальный Live, а также аккаунт в Instagram\*\* под именем navalny. Выбор данных социальных платформ продиктован различным контентом, размещенным в аккаунтах, а также отличающимися каналами и технологиями репрезентаций, содержащими визуальный, контекстный и текстовый способ подачи информации. Хотелось бы сразу отметить, что Алексей Навальный\* является популярным блогером и основателем Фонда борьбы с коррупцией, имеет многолетний опыт взаимодействия с онлайн-пользователями.

Разница в организации деятельности Алексея Навального\* и его команды на двух каналах в YouTube состоит в том, что первая используется персонально автором для публикаций собственных, это те видеосюжеты, главный замысел которого раскрывает сам оппозиционер. Среди них есть подборка видео, объединенная по темам и носящая следующие названия: «Выборы Мэра Москвы 2013», «Круги Навального», «Праймериз Демократической коалиции», «Коррупция в картинках», «Видеоблог Фонда борьбы с коррупцией», «Чайка», «Он вам не Димон», «Московский Коррупционер» и «Видеоблог Алексея Навального». Заметим, что ни одна публикация не набирала меньше 200 тысяч лайков и 2 миллионов просмотров, обратная связь в виде комментариев насчитывает не менее 50 тысяч комментариев, отличающихся качественным содержанием, статистикой, реальными историями от подписчиков, готовых перейти к реальным действиям в офлайне.

В отличие от процесса репрезентации А. Навального\*, у С. Фургала процесс репрезентации происходит опосредовано, онлайн-пространство используется им не как поле профессиональной деятельности, а как поле политических практик, где общественность артикулирует свои интересы самостоятельно. Алексей Навальный\* в своих официальных социальных

платформах и аккаунтах призывает всех к участию в митингах и протестных акциях, напротив сам Сергей Фургал не позиционирует себя как лидер системной оппозиции, некогда бывший членом ЛДПР.

Подведем итоги. Изучив практики репрезентации политических субъектов в публичном онлайн-пространстве современной России, нам удалось выявить структурные элементы процесса репрезентации четырех политических субъектов: В.В. Путина, В.И. Кондратьева, А.А. Навального\* и С.И. Фургала. Нетипичность выбранных случаев теоретически обосновывалась с учетом уровней власти (федеральный и региональный), а также легитимностью политического статуса (провластный и оппозиционный). Исследование кейс-стади каждого политического субъекта как конкретного случая позволило нам сделать выводы о разной включенности изучаемых политических субъектов в процесс репрезентации в онлайн-пространстве. Репрезентация политического лидера страны В.В.Путина была охарактеризована нами как опосредованное участие во всех этапах репрезентации, отсутствие субъектности в процессе позиционирования и функционирования, так как онлайн-пространство насыщено несоизмеримым количеством неофициальных страниц и аккаунтов В.В. Путина в социальных платформах. Но несмотря на это, репрезентация данного политического субъекта имеет масштабную мобилизационную активность, формируемую не как обратная связь от пользователей, а как самостоятельно формируемый политический потенциал. Структурная составляющая процесса репрезентации В.И. Кондратьева основывается на погруженности и включения губернатора в региональные политические сюжеты, на что он получает активную обратную связь, характеризующуюся высокой степенью мобилизационной активности в пользу данного политического субъекта. Оппозиционные политические субъекты А.А.Навальный\* и С.И. Фургал являются представителями несистемной и системной оппозиции, но несмотря на это, точки роста протестной мобилизационной активности вызваны реализацией различных этапов

процесса репрезентации в онлайн-пространстве. У А.А. Навального, который отличается от всех анализируемых политических субъектов, прослеживается качественное включение во все этапы процесса репрезентации. На протяжении всей деятельности А.А. Навальный позиционирует себя как лидер несистемной оппозиции, публикации которого сопровождаются активными призывами участия в протестных акциях и митингах. Этап восприятия и обратной связи у данного политического субъекта формируется с учетом той политической картины, которую А.А. Навальный\* отразил на этапе протестного позиционирования. У С.И. Фургала процесс репрезентации охарактеризован деструктуризацией некоторых основных этапов. Отсутствует процесс позиционирования с целью артикуляции протестных настроений в общественном мнении. Функционирование политического субъекта осуществляется в контексте выполнения должностных обязательств в качестве губернатора Хабаровского края в период с 2018 по 2020 гг.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В первой четверти XXI века выросло поколение тех, кто родился уже в постсоветской России, и в ходе первичной социализации усвоил демократические ценности, включая активизм как норму гражданского поведения. Именно это поколение через год вышло на Болотную площадь, продемонстрировав активизм на уровне поведения. Представляется, что сам смысл этой ценности демократии в нашем случае не был однозначно позитивен для развития страны, он содержал в себе определенный разрушительный потенциал. И если в 2011 г. этот потенциал не привел в России к катастрофическим последствиям, то пример Майдана показывает, что такое развитие событий было вполне возможно и у нас. Видимо, активизм может проявить свой позитивный потенциал лишь в совокупности с развитием таких свойств демократического сознания, как ответственность, уважение к закону и самостоятельность политического

Исследование процесса репрезентации политических субъектов окунуло нас в неизученное поле онлайн-пространства, где наряду с процессами восприятия, оценки и обратной связи от пользователей субъектам власти, есть огромное количество неизведанных предметных областей политического знания, требующего грамотного и внутреннего алгоритма изучения.

Расширенное представление о политических субъектах, задействованных в работе, разнообразило научные представления о теоретически и методологических основаниях; начиная с 20 века произошли крупнейшие трансформационные сдвиги в политической жизни, что привело к изменению парадигмы исследования политических процессов и технологий.

Выделенный и обозначенный нами процесс интернетизации политической жизни сильно повлиял на становление категориального аппарата исследователя политолога, который больше не может изучать

политические процессы вне поля Интернета, включая те процессы, которые происходят в онлайн-пространстве.

Для изучения процесса репрезентации политических субъектов нами были проанализированы качественно новые циркулярные модели коммуникации, предложенные ещё в конце 20 века, но обретающие новое звучание в эпоху цифровизации и технологизации мира политики. Политическая коммуникация больше не является однонаправленным процессом, в котором главной фигурой является политический субъект, лидер, институт, активист, деятель. Качественно новая структура циркулярной модели коммуникации предполагает, что коммуникативный процесс обеспечивается за счёт постоянного интерактивного и интерпретативного взаимодействия, в котором коммуниканты одновременно посылают друг другу политические сигналы. Специфика онлайн-пространства такова, что все пользователи имеют равные горизонтальные возможности для взаимодействия друг с другом, именно поэтому коммуникация между пользователем и политическим субъектом максимально возможна и продуктивна. Сам процесс репрезентации политических субъектов предполагает включённость в нескольких этапов, начинающихся с позиционирования самим политическим субъектом актуальной повестки дня и её восприятия пользователями, и заканчивая оценкой и обратной связью, которая запускает цикличность коммуникативного процесса.

Задействованные в процессе репрезентации акторы создают возможность для артикуляции интересов пользователей вокруг политического субъекта в онлайн пространстве. Мобилизационный потенциал формируется в онлайн-пространстве, а затем реализовывается в офлайн практиках, которые могут быть как деструктивными, так и конструктивными. Неинституциональные признаки объединённого интересами сообщества принимает принципы сетевизации и наращивает свой капитал с учётом включения новых акторов и пользователей.

Разработанный нами инструментарий изучения репрезентации политических субъектов в онлайн-пространстве охватывает несколько технологий, среди которых: вербальный, невербальный, визуальный, текстовый, контекстуальный. Каждая технология способна проявляться в разной степени, но в совокупности они определяют сам процесс репрезентации. Исследуя процесс репрезентации традиционных политических субъектов, Президента, Премьер-министра, политические партии и региональных представителей власти, мы приходим к выводу, что через онлайн-пространство они транслируют официальную политическую повестку дня, в отличие от оппозиционных политических субъектов, блогеров, гражданских журналистов, активистов, медийных личностей. Вторые максимально используют технологии репрезентации, таким образом развиваются институциональные признаки и формируясь в политический институт, активно функционирующий в онлайн-пространстве. Таким образом, исследованная нами область репрезентации политических субъектов была рассмотрена с позиции актуальных теоретически знаний, накопленных за немаленький этап развития политологии, как науки, а также дополнена разработанным эмпирическим инструментарием, позволяющим расширять научные горизонты.

Предложив модель репрезентации политических субъектов в публичном онлайн-пространстве, мы не только определили основные этапы модели, но и практически применили различные методы к анализу предложенных этапов, в результате которых можно определить мобилизационный потенциал политического субъекта. Несмотря на то, что процесс репрезентации происходит в онлайн-пространстве, может сложиться множество сценариев, по которому будет развиваться данный процесс. Причин этому множество, начиная от мотивации самого политического субъекта вступать в коммуникацию с пользователями и заканчивая отношением пользователя к политическому субъекту. Мы выявили практические рекомендации, которые необходимо соблюдать политическому

субъекту для того, чтобы процесс репрезентации отличался высоким мобилизационным потенциалом. Содержательные комментарии относятся к грамотному введению аккаунта, который должен быть насыщен информационной повесткой, актуальными политическими новостями и контентом. Аккаунты в социальных платформах и блогосфере должны быть живыми и наполняться в соответствии контент-планом, который предусматривает регулярные публикации и посты. Особенное внимание необходимо обращать на комментарии, как способе обратной связи пользователей в ответ на публикуемую политическую повестку дня в онлайн-пространстве. Также необходимо понимать, что онлайн-пространство является полем политических практик, где каждый политический субъект реализует эффективную политическую коммуникацию, проводит избирательную кампанию, транслирует лингвистические и вербальные паттерны своего восприятия. Возросшая популярность социальных платформ, мессенджеров и блогосферы основана на гипертекстуальности текста, который живет в сети постоянно и всегда доступен. Геймификация коммуникации позволит привлечь внимание тех целевых аудиторий, которые ранее были аполитичными, не были участниками политических процессов и не интересовались областью политики, но были активными участниками социального взаимодействия (совершая социальные действия/бездействия).

В социальных платформах пользователи публикуют различный контент, зачастую паблики и блоги становятся площадками для реализации негативного политического опыта взаимодействия с политиками, чиновниками, политическими лидерами и государственными служащими. В таких случаях политические субъекты должны оперативно реагировать на жалобы, кризисные ситуации и проблемы в области их компетенции, так как сетевая природа коммуникации обеспечивает большой приток заинтересованных пользователей в виду того, что каждый пользователь считает себя причастным в обсуждаемой тематике. В социальных платформах нет статуса «политик» и «гражданин», все граждане являются

пользователями, которые обладают одинаковыми возможностями, именно поэтому нужно не скрываться за официальным статусом и фоном политика, необходимо постараться услышать и понять политический дискурс, доминирующий в сети.

Особенности репрезентаций выбранных нами политических субъектов мы сформулировали следующим образом:

- у В. Путина отличительной особенностью процесса репрезентации является опосредованное позиционирование политической повестки, которое в дальнейшем влияет на этапы восприятия политического субъекта, а также на обратную связь. Пользователи понимают, что обратная связь проходит жесткую цензуру, поэтому не считают коммуникацию эффективной. Мобилизационный потенциал зарождается и активизируется не за счет прохождения политическим субъектом основных этапов репрезентации, а за счет активного позиционирования медийных личностей в онлайн-пространстве отчетливо транслирующих позитивный имидж российского лидера. Примером могут служить общественно-политическое движение Putin Team, а также провластные митинги, организованные наряду с митингами на Болотной площади, в противовес оппозиционным митингам, лидером которых был А.Навальный\*;

- процесс репрезентации В. Кондратьева отличается качественным соблюдением всех этапов, начиная с позиционирования. Пользователи онлайн-пространства отмечают высокую заинтересованность политического субъекта в актуальной политической повестке дня, формулируемой в онлайн-пространстве. Отличается этап обратной связи со стороны пользователей, который рассматривают В. Кондратьева, как полноценного коммуникатора, способного вести политический диалог. Аккаунты политического субъекта задействованы в принятии управленческих решений, упоминаются в актуальных вопросах региональной политики, что способствует возрастанию мобилизационного потенциала, трансформирующегося в конструктивные политические практики;



- оппозиционные репрезентации политических субъектов отличаются высокой концентрацией оппозиционного контента в процессе позиционирования. Актуальные призывы к участию в митингах, акциях протеста поддерживаются пользователями, и именно поэтому мобилизационный потенциал у данных политических субъектов формулируется открытым политическим запросом на социальные действия деструктивного характера. Существуют также и принципиальные различия в процессах репрезентации А. Навального\* и С. Фургала. А. Навальный\* включен в политические процессы, происходящие в онлайн-пространствах как политический лидер оппозиции, напротив, С. Фургал функционирует в онлайн-пространстве как опосредованный политический субъект.

Были выявлены существенные различия между каждым этапом репрезентации у каждого политического субъекта. Особенно это касается процесса позиционирования В.Путина и В.Кондратьева по сравнению с процессом позиционирования А.Навального\* и С.Фургала. У В. Путина позиционирование происходит опосредованно и только на политическую тему, отсутствуют публикации, касающиеся личной, семейной жизни, мы не видим его в других ролях, нежели в роли Президента. В отличие репрезентаций В.Путина, аккаунты А.Навального\* и С.Фургала визуально привлекают дружественной семейной обстановкой, в которых помимо роли политика-оппозиционера, мы видим, как они позиционируют себя в роли отца, мужа, заботливого семьянина. Рекомендации могут быть следующими: необходимо создавать информационные поводы, которые могут позволить аккаунту политического субъекта формировать и транслировать политическую повестку дня, что в итоге приведет к тому, что политический субъект станет лидером мнений, инфлюенсером общественного мнения.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Авзалова Э.И. Интернет-коммуникации как формы гражданского влияния на принятие политико управленческих решений в России: дис. канд. полит. наук. – Казань, – 2015. – 218 с.
- 2 Аккаунт Сергея Фургала в социальной платформе Instagram. URL: <https://www.instagram.com/s.furgal/> (дата обращения: 23.09.2022).
- 3 Акопов Г. Л. Глобальные проблемы и опасности сетевой политики // Политнет.ги, 2004. URL: <http://problem.politnet.ru/oglavlen.html> (дата обращения: 21.09.2022).
- 4 Акопов Г.Л. Интернет и политика. Модернизация политической системы на основе инновационных политических технологий. – М.: Кнорус, – 2014. – 240 с.
- 5 Алексеева Т.А. «Публичное» и «частное»: где границы «политического»? // Проблемы и суждения: голоса российской политологии. – М.: КДУ, 2003. – С.145.
- 6 Алексей Навальный. Пенсионер Навальный объясняет. [Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NWDUg1skBeY> (Дата обращения: 25.09.2022).
- 7 Арндт, Х. Vita active, или о деятельности жизни / Х. Арндт. – СПб.: Алетейя, – 2000.
- 8 Аристотель. Соч.: В 4 т. М.: Мысль, 1984.
- 9 Аствацатурова М.А., Воронцов С.А., Зорин В.Ю., Понделков А.В. Доктринальные принципы и эмпирические ресурсы современной этнополитики в Российской Федерации (региональный аспект) // Вопросы национальных и федеративных отношений. – 2018. – № 3. – С.156-169.
- 10 Аствацатурова М.А., Чекменев Д.С. Субъекты и акторы общественно – политического дискурса в пространстве публичной политики

// Институты гражданского общества. Вестник экспертного совета. – 2018. – №1. – С.126 – 131.

11 Аудитория TikTok в России: инфографика за первый квартал 2021 года. [Электронный ресурс] URL: <https://www.cossa.ru/news/288394/> (дата обращения: 23.09.2022).

12 Балакирева Н.Ю. Информационное пространство политики современной России: формирование сетевой организации. – Изд-во: ОРАГС, – 2006. – С. 55 – 56.

13 Баранов Н.А. Возрождение популизма: европейский опыт и российские практики // Вестник СПбГУ. Сер. 6. 2015. – С. 25-36.

14 Баранов Н.А., Пикалов Г.А. Теория политики. URL: [http://politlogia.narod.ru/b/BARANOV\\_POLITICA/index.htm](http://politlogia.narod.ru/b/BARANOV_POLITICA/index.htm) (дата обращения: 24.09.2022).

15 Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. – М.: Academia, – 1999.

16 Беляева Н.Ю. Развитие концепта публичной политики: внимание «движущим силам» и управляющим субъектам // Полис. – 2011. – №3. – С. 72-87.

17 Беньямин В. Краткая история фотографии. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2013.

18 Боташева А. К., Миллер И. С. Специфика политических дебатов в рамках политической коммуникации в предвыборный период // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2019. – №. 2 (59). – С. 62-68.

19 Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Карзубов Д.Н., Синяков А.В. 2017. Развитие методологии и методики интеллектуального поиска цифровых маркеров политических процессов в социальных медиа. - Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – № 5(141). – С. 79-104.

20 Бронников И.А. Особенности сети интернет как формы политической коммуникации: дис. канд. полит. наук. – М., 2011. – 216 с.

- 21 Бурдые П. Социальное пространство и генезис «классов» // Вопросы социологии. – 1992. – №1. – С.17 – 33.
- 22 Быков И. А. Интернет-технологии в избирательной кампании Барака Обамы// Вестник Пермского государственного университета. – 2010. – № 1. – С. 48-58.
- 23 Быков И.А. Сетевая политическая коммуникация: теория, практика и методы исследования. – СПб.: ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2013. – С. 10–11.
- 24 Варганова Г.А. Кейс-стадис как метод научного исследования. Библиосфера. – 2006. – №2. – С 36-42.
- 25 Вартофский М. Модели: Репрезентация и научное понимание. – М., 1988
- 26 Вартумян А.А., Шебзухова Т.А., Клименко И.С. Формальные модели, как инструментальное средство в политологических исследованиях // Современная наука и инновации. – 2019. – С.283-291.
- 27 Васильченко В.В. Влияние интернет-коммуникаций на активизацию протестных движений молодёжи в современной России: дис. канд. полит. наук. – М., – 2017. – 161 с.
- 28 Вениамин Кондратьев наградил победителей кадрового конкурса «Лидеры Кубани». [Электронный ресурс] URL: <https://admkrain.krasnodar.ru/content/1131/show/563622/> (дата обращения: 23.09.2022).
- 29 Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе: перспективные направления исследований / Российская коммуникативная ассоциация. — СПб., 2004. URL: [http://www.russ-comm.ru/rca\\_biblio/v/vershinin02.shtml](http://www.russ-comm.ru/rca_biblio/v/vershinin02.shtml) (дата обращения: 23.09.2022).
- 30 Володенков С.В. Big data как инструмент воздействия на современный политический процесс: особенности, потенциал и акторы // Журнал политических исследований. – № 1. – 2019. – С. 7-13.

- 31 Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. – М.: Издательство Московского университета; Проспект. – 2015. – С.132-148.
- 32 Восканян А.Г. Почта Ю.М. Значимость коммуникационных средств Интернета в современной политике // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. – 2013. – С. 79-97.
- 33 Встреча со школьниками. [Электронный ресурс] URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/66554> (дата обращения: 23.09.2022).
- 34 Вся статистика интернета на 2020 год — цифры и тренды в мире и в России. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/> (дата обращения: 03.09.2022).
- 35 Гадамер Х.Г. Истина и метод: Основы философской герменевтики. 1988.
- 36 Гадышев С.А. Современные подходы к определению публичной политики // Гуманитарный вектор. – 2010, – №3 – С.132-134.
- 37 Гегель Г. Философия права / Г. Гегель. – М.: Наука, – 1990.
- 38 Гегель. Система наук. Феноменология духа. – М., – 1959. – С. 233-361.
- 39 Гнедаш А.А., Рябченко Н.А. Сетевой анализ современных протестных движений (на примере социальной сети «Women's march») [Электронный ресурс] // Материалы VIII междунар. социологической Грушинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии», 18—19 апр. 2018 г. / отв. ред. А. В. Кулешова. — М.: ВЦИОМ, 2018. – С. 404–409. URL: [https://wsciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha\\_2018/tezisi\\_2018.pdf](https://wsciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha_2018/tezisi_2018.pdf). (дата обращения: 03.09.2022).
- 40 Гнедаш А.А. Семья и государство в условиях новой политической реальности/ А.А. Гнедаш. – Краснодар: Перспективы образования, – 2016. – С. 81.

41 Гнедаш А.А., Рябченко Н.А. Краудсорсинговые сети современной России: стохастический анализ акторов публичной политики // Социодинамика: методические и технологические вопросы изучения киберпространства. – 2015. – С. 131-139.

42 Гнедаш А.А., Рябченко Н.А. Гендерная политика online: субъекты, механизмы и проблемы функционирования // Политическая экспертиза. – 2011. – № 1. – С.163-183.

43 Грачев М.Н. Политика: коммуникационное измерение. – Тула: Изд-во Тул. гос. пед. ун-та им. Л. Н. Толстого, 2011. – 172 с.

44 Гришин Н.В. Институционализация государственной электоральной политики// ПОЛИТЭКС. Партийная и электоральная системы. – 2015. – №1. – С. 89-107.

45 Губернатора-блогеры: июль 2021. [Электронный ресурс] URL: <https://www.mlg.ru/ratings/vlast/governors/governors-blogers/8612/> (дата обращения: 23.09.2022).

46 Гукасов А.В. Влияние негосударственных акторов, использующих насилие, на ближневосточный политических процесс // Материалы научно-методических чтений ПТУ. – 2017. – С.202-209.

47 Дайте денег: как профинансировать свой проект из чужого кошелька [Электронный ресурс] URL: <http://vladivostok3000.ru/education/1319-crowdfunding/> (дата обращения: 08.09.2022).

48 Дедова О.В. Лингвистическая концепция гипертекста: основные понятия и терминологическая парадигма // Вестник Московского ун-та. – 2001. – № 4. – С.22-36.

49 Дзялошинский И.М. Гражданские коммуникации в системе коммуникационного пространства: к постановке вопроса // Коммуникативное пространство: измерения, пределы, возможности. – М.: Изд-во Моск. ун-та, – 2010. – С. 168-176.

50 Дэвис Р. Сеть политики: влияние Интернета на американскую политическую систему // Актуальные проблемы Европы. Средства массовой информации и демократия в современном мире: сб. статей и рефератов. – М.: РАН ИНИОН, – 2002.

51 Ермолаев В.П. Методы агитации в российском интернет-пространстве в период 2000-2015 гг. // Вестник московского университета. Сер.12. Политические науки. – 2016. – № 3. – С.64-75.

52 Ермолаев В.П. Социальная сеть ВКонтакте как современный канал политической коммуникации // Социум и власть. – №3. – 2017. С. 63-72.

53 Ефимова И.Н., Маковейчук А.В. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности // Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов. – 2012. – С.245-248.

54 Жабров А.В. Институционализация российского президентализма как фактор повышения легитимности политической власти: дис.канд. полит. наук. – Тула, 2013. – 203 с.

55 Журналисты Reuters оценили число участников протеста в Москве в 40 тысяч человек. МВД сообщало только о четырех тысячах. URL: <https://snob.ru/news/zhurnalisty-reuters-ocenili-chislo-uchastnikov-protesta-v-moskve-v-40-tysyach-chelovek-mvd-soobshalo-tolko-o-chetyreh-tysyachah/> (дата обращения: 23.09.2022).

56 Заболотная Г.М. Проблема публичной сферы в современной политической теории // Вестник Тюменского государственного университета. – 2004. – №4. – С.121-127.

57 Зосименко И.А., Чернов В.А. Электоральная активность как форма проявления общественно-политического участия граждан // Сибирский научный сборник. – 2012. – №1. – С.192-203.

58 Ибрагимов Л.Х. Технологии интернет-коммуникации как инструмент дестабилизации политических режимов: дис. канд. полит. наук. – М., 2016. – 159 с.

59 Ирхин Ю.В. Сетевые подходы в политике и технология блокчейна // Социально-гуманитарные знания. – 2018. – № 2. – С. 38-49.

60 Каас М. Политическая Наука и Интернет Kaas M. political science and the Internet // intern. Polit. Science rev. L. , – 2000. – Vol. 21, – № 3. – P. 265-282.

61 Как изменилась аудитория Facebook. Данные официальной статистики 2020. URL: <https://vc.ru/marketing/145954-kak-izmenilas-auditoriya-facebook-dannye-oficialnoy-statistiki-2020-marketologu-na-zametku> (дата обращения: 23.09.2022).

62 Как прошел митинг в поддержку Навального в Москве. URL: <https://snob.ru/news/kak-proshel-miting-v-podderzhku-navalnogo-v-moskve/> (дата обращения: 23.09.2022).

63 Кант И. Ответ на вопрос «Что такое Просвещение?» (1784) / И. Кант: пер. с нем. // Кант И. Сочинения: в 6 т. – М.: Мысль, – 1966.

64 Карпов П.Н. Интернет как средство политической коммуникации в России: дис. канд. полит. наук. – М., – 2013. – 167 с.

65 Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. О.И. Шкаратана. – Москва: ГУ ВШЭ, – 2000. – 608 с.

66 Катермина В. В., Гнедаш А. А., Николаева М. В. Комплексный анализ лингвистических паттернов коммуникации топовых российских журналистов в официальных аккаунтах социальных платформ ВКОНТАКТЕ, FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. – 2020. – № 4(109). – С.49-62.

67 Киселев А.А., Самаркина И.В. Интернет: модель и практики политического участия. – Краснодар. – 2007. – С. 103.



68 Кондрашина М.Н. Публичная политика как поле: к вопросу методологии исследования // Вестник Томского государственного университета. – 2009. – С. 46.

69 Косов Г.В. Политические сети: специфика современной архитектоники // Коммуникация и общество. – 2013. – С. 64-69.

70 Косоруков А.А., Котлярова Т.Ю. Информационно-коммуникационные технологии как фактор трансформации публичной сферы современного общества // Тренды и управление. – № 4. – 2018. – С. 88-96.

71 Коэн Дж. Л., Арато Э. Гражданское общество и политическая теория / пер. с англ. – М.: Весь мир, – 2003. – С. 610.

72 Красин Ю.А. Механизмы аккумуляции интересов в публичной политике // Социально – политические процессы и экономические состояние России: материалы научного семинара. – М.: Научный эксперт, – 2005. – С. 50.

73 Красин Ю.А. Российские проблемы публичного // Публичная политика. Приложения. – М.: Университет Калгари - Горбачев – фонд, 2005. – С. 16.

74 Курочкин А.В. Социальные сети как инструмент политической мобилизации: опасность манипуляции и пределы демократии // Политэкс: Политическая экспертиза. – 2012. – № 3. – С. 200-207.

75 Курочкин А.В., Шерстобитов А.С. Политика и государственное управление в условиях сетевого общества / С.-Петербург. гос. ун-т. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. гос. ун-та, – 2012. – 151 с.

76 Лейпхарт А. Многосоставные общества и демократические режимы // Полис. [Электронный ресурс] URL: [http://www.civisbook.ru/files/File/Leiphart\\_1992-\\_1.pdf](http://www.civisbook.ru/files/File/Leiphart_1992-_1.pdf) (дата обращения: 23.09.2022).

77 Локк Дж. Два трактата о правлении // Соч.: В 3 т. Т.3. – М., 1988. – С. 138-406.

78 Лурье Д.А Интернет-участие граждан в политике как механизм взаимодействия государства и гражданского общества в современной России: дис. канд. полит. наук. – М., 2011. – 222 с.

79 Макиавелли Н. Рассуждения о первой декаде Тита Ливия // Маккиавели Н. Избр. соч. – М., 1982. – С. 379-452.

80 Малинова О.Ю. Символическое пространство современной политики. Основные тенденции трансформации публичной сферы // Публичная политика в современной России: субъекты и институты: сб. ст. – М., 2006. – С. 60-71.

81 Малиновский С.С. Политическая коммуникация в Рунете как фактор российского политического процесса: дис. канд. полит. наук. – М., 2013. – 195 с.

82 Мамычев А.Ю. Государственная власть в политическом процессе современной России: теоретико - методологический аспект политической и социокультурной трансформации: дис. д-ра полит. наук. – М., 2013. – 443 с.

83 Марков Е.А. Трансформация коммуникативно-информационных отношений государства и общества в России: дис. д-ра полит. наук. – Саратов, – 2011. – 324 с.

84 Масуда И. Компьютоутопия // Философская и социологическая мысль. – 1993. – № 6. – С.12-15.

85 Мельник Г.С. СМИ в мобилизационных технологиях // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: матер. 51-й междунар. науч.-практ. конф. 2012 г. – С. 341.

86 Милль Д.С. О свободе // О свободе: Антология западноевропейской классической либеральной мысли. – С. 288-392.

87 Мильтон Д. Ареопагитика: Речь о свободе печати, обращенная к английскому парламенту // О свободе: Антология западноевропейской классической либеральной мысли. – М., 1995. – С.20-47.

88 Мирошниченко И.В. Социальные сети в российской публичной политике: дис. д-ра полит. наук. – М., 2013. – 341 с.

89 Мирошниченко И.В., Морозова Е.В., Гнедаш А.А., Рябченко Н.А. Социальные сети в публичной практике современной России: модернизационный потенциал. – Краснодар: Просвещение-Юг, 2012.

90 Мирошниченко И.В., Рябченко Н.А. Сетевые инновации в многоуровневом публичном управлении: содержание и оценка потенциала их внедрения. Среднерусский вестник общественных наук. Политология. – № 6. – 2016. – С. 104-116.

91 Монтескье Ш.Л. О духе законов. – М., 1999.

92 Морозова Е.В., Мирошниченко И.В., Рябченко Н.А. Гибридные политические институты: к проблеме типологизации // Человек. Сообщество. Управление. – 2016. – № 4. – С. 6-26.

93 Морозова Е.В., Мирошниченко И.В. Сетевые сообщества в условиях чрезвычайных ситуаций: новые возможности для граждан и для власти // Полис. – 2011. – №1. – С. 141-153.

94 Надпорожский И. А. Применение интернет-технологий в российских избирательных кампаниях // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2018. – №. 1 (17). – С. 117-121.

95 Назаров Д.М., Фитина Е.К. Возможности Instagram как инструмент цифрового маркетинга // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2019. – С. 116-122.

96 Нельсон Г. Способы создания миров. – М.: ЛогоS, Идея-Пресс, Праксис, 2001. – 376 с.

97 Нестерова И.В. Институционализация патерналистского авторитаризма в Республиках Центральной Азии: дис. канд. полит. наук. – Саратов, 2010. – 225 с.

98 Никипорец-Такигава Г.Ю. Интернетизация политического пространства на примере России. дис. д-ра полит.наук. 735 с.

99 Никовская Л.И. Публичная политика в современной России: между корпоративно-бюрократическим и гражданско-модернизаторским

выбором // Публичное пространство, гражданское общество и власть: опыт развития и взаимодействия. – М.:РОССПЭН – РАПН, 2008. – С. 123.

100 Николаева М.В. Репрезентация политических субъектов в публичном онлайн-пространстве (на примере политической партии ЛДПР) // Общество: политика, экономика, право. – 2022. – № 4. – С. 25-34. <https://doi.org/10.24158/per.2022.4.4>.

101 Николаева М.В. Визуальные и лингвистические маркеры политических репрезентаций online – пространства // Материалы Всероссийской научной конференции Молодые ученые России. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение» 2020. – 338 с.

102 Николаева М.В. Репрезентация политических субъектов: дискурсивный аспект исследования // Материалы Всероссийской научной конференции с международным участием «Политика в сетевом обществе» (Адлер, 16 – 19 мая 2019 г.) редкол. Е.В.Морозова и др. – Краснодар: Вика – Принт, 2019. – С. 230-234.

103 Николаева М.В. Семантический дифференциал как метод оценки российскими гражданами политических субъектов: лингводискурсивные, психологические и гендерные аспекты // Материалы Всероссийской научной конференции РАПН, г. Москва, МПГУ, 6 – 7 декабря 2019 г. / под ред. О.В. Гаман-Голутвиной, Л.В. Сморгунова, Л.Н. Тимофеевой. – М.: МПГУ, 2019. – С.278-279.

104 Николаева М.В. Исследование «Цифровых следов» в online – пространстве или метод изучения незапрошенного общественного мнения в помощь социальных платформ «YOUTUBE», «ВКОНТАКТЕ», «INSTAGRAM» // Сборник материалов III конференции PMMIS (Post massmedia in the modern informational society) Под общ. ред. М.В. Загидуллиной. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2019. – С. 230-233.

105 Николаева М.В. Обратная связь как неотъемлемый фактор формирования политической коммуникации в публичной сфере российской политики // Сборник научных статей. Ежегодник. Под общ. ред. Я. Ю.

Шашковой, Т.А. Алексеевой, О.С. Киреевой. – Барнаул, – 2019.  
Издательство: Алтайский государственный университет, – С. 74-77.

106 Николаева М.В. «Живая» трансформация политического дискурса в online-пространство: основные виды коммуникации политических субъектов в контексте современной цифровой эпохи // Сборник научных статей. Под общ. ред. А.В. Соколова, А.А. Власовой. – Ярославль, 2018  
Издательство: Общество с ограниченной ответственностью "Аверс Плюс" – 2018. – С. 74-79.

107 Николаева М.В. Политический дискурс в современной России: региональные субъекты, каналы коммуникации и ключевые компоненты // Российский политический процесс в региональном измерении: история, теория, практика: сборник материалов всероссийской научно-практической конференции / под ред. Я.Ю. Шашковой, Н.П. Коробковой, Т.А. Асеевой. – Барнаул: Изд-во Алт. гос. ун-та, – 2018. – С. 99-101.

108 Николаева М.В. Визуальная репрезентация политических субъектов в городском пространстве Краснодар (за период предвыборной кампании в России в 2018 году) // Сборник статей XV международной научно-практической конференции, часть I Москва: «Научно-издательский центр «Актуальность.РФ», 2018. – 236 с. – С. 208-209.

109 Николаева М.В. Исследование городского пространства Краснодара // Advances in Science and Technology. Сборник статей XIV международной научно-практической конференции Москва: «Научно-издательский центр «Актуальность.РФ», 2018. – 256 с. – С. 117-119.

110 Николаева М.В. Особенности политического дискурса в России в цифровую эру // Журнал «Русская политология – Russian Political Science. 2018. № 4 (9) «Новая цифровая эпоха: информационные технологии в современной политике». Под общ. ред. Горохова А. А., Караваева А. А., Столетова О. В. – С. 66-71.

111 Николаева М.В. Формирование политического дискурса в рамках взаимоотношений России и Казахстана: основные направления, компоненты

и характеристики // Материалы Всероссийской молодежной научно – практической конференции «Диалог культур в ситуации глобальных рисков: идеал и реалии взаимодействий». Под общ. ред. Эфендиева Ф.С., Романенко М.А., Паниотова Т.С., Изд – во М. и В. Котляровых, ООО «Полиграфсервис и Т», 2018. – С. 94-97.

112 Николаева М.В., Шестакова А.А. Дискурсивные поля политических партий в информационном онлайн-пространстве в период электорального цикла 2021 года //Общество: политика, экономика, право. – 2022. – №. 5 (106). – С. 43-49.

113 Николаева М.В., Гнедаш А.А., Катермина В.В. Комплексный анализ лингвистических паттернов коммуникации топовых российских журналистов в официальных аккаунтах социальных платформ ВКонтакте, Facebook, Instagram, Twitter // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. – 2020. № 4 (109). – С. 49-62. ISSN: 1680-1709. DOI: 10.37972/chgpu.2020.109.4.006.

114 Николаева М.В., Гнедаш А.А. Образ семьи в рекламе // Материалы XIX Всероссийской научно – практической конференции «Человек. Сообщество. Управление: взгляд молодого исследователя». Под общ.ред. А.В. Егупова, И.В. Самаркиной Н.А. Рябченко. – Краснодар. Кубанский гос. ун-т, 2019. – С. 9-12.

115 Николаева М.В., Романова Ю.А. Ключевые электоральные типы президентской предвыборной кампании в 2018 году в online-пространстве // Человек. Сообщество. Управление: взгляд молодого исследователя Материалы XVIII Международной научно-практической конференции. – Краснодар, 10–11 апреля 2018 г. – С. 226-228.

116 Николаева М.В., Романова Ю.А. Анализ публичной политики кандидатов в президенты России в 2018 году и выявление потенциальных избирателей в online-пространстве // Сборник тезисов IX Международной молодежной научной конференции «Образ будущего: 2030», – 2018, – С. 32-33.

117 Николаева М.В., Романова Ю.А. Президентская предвыборная кампания 2018 года: фолксномия и анализ комментариев электората в online-пространстве // Материалы VIII международной социологической Грушинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии», 18–19 апреля 2018 г. / отв. ред. А.В. Кулешова. – М.: АО «ВЦИОМ», – 2018. – С. 367- 371.

118 Николаева М.В., Романова Ю.А. Ключевые электоральные типы президентской предвыборной кампании в 2018 году в online-пространстве // Сборник тезисов Международной конференции «Ломоносов-2018».

119 Николаева М.В., Романова Ю.А. Избирательная кампания 2018: политические интернет - коммуникации // Сборник научных статей. Под общ. ред. А.В. Соколова, А.А. Власовой. – Ярославль, 2018 Издательство: Общество с ограниченной ответственностью "Аверс Плюс". – 2018. – С. 79 - 83.

120 Николаева М.В., Романова Ю.А. Публичная политика кандидатов на пост Президента России в 2018 году: ключевые типы избирателей в online – пространстве // Материалы VIII Всероссийского конгресса политологов «Политика развития, государство и мировой порядок». Под общей редакцией О.В. Гаман-Голутвиной, Л.В. Сморгунова, Л.Н. Тимофеевой. – Москва, 6 – 8 декабря 2018 г. – С. 38.

121 Осгуд Ч., Суси Дж., Танненбаум П. Приложение методики семантического дифференциала к исследованиям по эстетике и смежным проблемам // Семиотика и искусствометрия. – М., – 1972. – С. 46-48.

122 Официальный сайт Алены Поповой. URL:<http://alenaPopova.ru/projects.html> (дата обращения: 23.09.2022).

123 Официальный сайт Михаила Лобанова. URL: <https://lobanov2021.ru/> (дата обращения: 23.09.2022).

124 Павлова Т.В. Современное гражданское участие: к изучению новых форм коллективного действия в условиях глобализации // Новые

направления политической науки: Гендерная политология. Институциональная политология. Политическая экономия. Социальная политика. – М.: РАПН; РОССПЭН, – 2007. – С.136-148.

125 Павроз А.В. Группы интересов и политические режимы: неоинституциональный анализ современной России: дис. д-ра полит. наук. – СПб., – 2013. – 282 с.

126 Панин В.Н. «Цветные» революции как продукт информационно-коммуникативных технологий: аспекты «эволюции» «классических» революций // Современная наука и инновации. – 2019. – С. 181-186.

127 Панкратов С.А., Морозов С.И. «Дистант» коммуникации: трансформация взаимодействия российского общества и власти в эпоху глобальной пандемии // Практики взаимодействия институтов власти и общества. – 2021. – С. 172-181.

128 Панов П.В. Институты, идентичности, практики: теоретическая модель политического порядка. – М., – 2011. – С. 211.

129 Платон. Государство // Собр. соч.: В 4 т. Т.3. – М.; – 1994. – С. 140-158.

130 Парсонс Т. О социальных системах / под ред. В.Ф. Честноковой и С.А. Белановского. – М.: Академический проект, – 2002. – С. 832.

131 Пашинская В.В. Политическая интернет-коммуникация – технология оптимизации демократических процессов: дис. канд. полит. наук. – Ростов н/Д., – 2016. – 160 с.

132 Перфильев Ю.Ю. Российское интернет-пространство: развитие и структура. – М.: Гардарики, – 2003. – С. 7.

133 Писарчук Д.И. Технологии создания и продвижения сетевого партийного бренда в условиях современной демократии: дис. канд. полит. наук. – М., – 2016. – 192 с.

134 Поддержка россиян во время пандемии: что предложил Путин. [Электронный ресурс] URL: [https://crimea.ria.ru/20200325/Podderzhka-](https://crimea.ria.ru/20200325/Podderzhka)



rossiyan-vo-vremya-pandemii-chno-predlozhl-Putin-1118088502.html (дата обращения: 23.09.2022).

135 Послание Президента РФ В. В. Путина Федеральному Собранию РФ от 15 января 2020 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/62582>. (дата обращения: 22.09.2022).

136 Поцелуев С.П. Диалоги и парадиалог как формы дискурсивного взаимодействия в политической практике коммуникативного общества: дис. д-ра полит. наук. – Ростов н/Д., – 2010. – 477 с.

137 Предвыборная программа Ксении Собчак URL: <https://president-rf.ru/page/predvybornaja-programma-ksenii-sobchak> (дата обращения 25.09.2022).

138 Президентские рейтинги и положение дел в стране. URL: <https://www.levada.ru/2021/02/04/prezidentskie-rejtingi-i-polozhenie-del-v-strane/> (дата обращения: 23.09.2022).

139 Проект «Наблюдатель». URL: <http://nabludatel.org/stat-nablyudatelem/> (Дата обращения: 19.09.2022).

140 Проект «Пресс-центр». URL: <http://don24.ru/press-room/eksperty-proekta-vybory-otkryto-ob-izbiratelyah.html> (дата обращения 25.08.2022).

141 Проект «Свободный протокол». URL: <https://rg.ru/2012/03/02/protokol.html> (дата обращения: 2.09.2022).

142 Прохоренко И.Л. О методологических проблемах анализа современных политических пространств // Полис. – 2012. – № 6. – С. 71.

143 Путеводитель по большим пресс-конференциям Владимира Путина. [Электронный ресурс] URL: [https://aif.ru/dontknows/file/putevoditel\\_po\\_bolshim\\_press-konferenciyam\\_vladimira\\_putina](https://aif.ru/dontknows/file/putevoditel_po_bolshim_press-konferenciyam_vladimira_putina) (дата обращения: 23.09.2022).

144 Рейтинги доверия политикам, оценки работы президента и правительства, поддержка политических партий. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/reitingi-doverija-politikam-ocenki-raboty-prezidenta-i-pravitelstva-podderzhka-politicheskikh->

partii-

11?amp%3Butm\_campaign=rejting&amp%3Butm\_medium=test1&cHash=4dd08dc926d9cb33a66f5cab5da6e7a2 (дата обращения: 23.09.2022).

145 Рябова Т.Б. Пол власти: гендерные стереотипы в современной российской политике. – Иваново: Иван. гос. ун-т, – 2008. – С. 246.

146 Рябова Т.Б. «Путин vs Обама»: противопоставление национальных маскулинностей как фактор современного российского антиамериканизма // Женщина в российском обществе. – 2014. – С.64-71.

147 Рябченко Н.А. Online социальные сети в публичной политике: «Семь мостов» Египта // Человек. Сообщество. Управление. – 2011. – №4. – С.92-102.

148 Рябченко Н.А. Online публичная сфера России в преддверии электорального цикла 2011 – 2012 гг. // Экстраординарность, случайность и протест в политике: тематическое и методологическое поле сравнительных исследований: сб. науч. ст. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2011. – С. 376-382.

149 Рябченко Н.А. Модернизация публичной политики современной России: ресурсы и возможности online-социальных сетей и блогов. Политическая наука: состояние и перспективы развития в XXI веке: материалы Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. В.М. Юрченко. – Краснодар: Изд-во Кубанского гос. ун-та, 2011. – С. 407-411.

150 Рябченко Н.А. Политический блогинг России – ожидаемый инструмент политической коммуникации или «нечно большее»? // Социальный и человеческий капитал как основа инновационного развития местных сообществ. Всер. научн. конф. – Краснодар: Изд-во КубГУ, 2010. – С.195-197.

151 Рябченко Н.А. Институционализация публичной политики в online-пространстве современной России. (Дис. канд. полит. наук). Краснодар, 2012.

- 152 Садилова А.В. Технологии взаимодействия власти и общества в Интернет-практиках в 2000-е годы: дис. канд. полит. наук. – М., 2017. – 173 с.
- 153 Самаркина И.В. Политическая картина мира: опыт концептуализации и интерпретации // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2013. – №3. – С. 117-127.
- 154 Сведения об общей численности избирателей, участников референдума Российской Федерации по состоянию на 1 июля 2015 года // Центральная избирательная комиссия Российской Федерации. 2015. URL: <http://www.cikrf.ru/izbiratel/quantity/01072015.html> (дата обращения: 21.09.2022).
- 155 Семенов А.В. Институционализация публичной сферы в политическом пространстве региона: автореф. дис. канд. полит. наук, – Пермь, 2010. – С. 20-21.
- 156 Смирнова М.В. Болотная площадь, или ветер перемен (политико-социальный анализ феномена массовых протестов в России в начале второго десятилетия XXI в.) // Вестник РУДН, серия Политология. – №3. – 2012. – С.19-29.
- 157 Сморгунов Л.В. Государство и политика модернизации // Вестник философии и социологии КГУ. – 2010. – № 2. – С. 132-139.
- 158 Соколов А. В., Палагичева А. В. Особенности политической демобилизации граждан в современной России // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. – 2021. – Т. 15. – №. 2. – С. 82-95.
- 159 Соловьев А.И. Политика и администрирование в структуре государственного управления // Управление государством: Проблемы и тенденции развития. Политическая наука: Ежегодник 2007 / Российская ассоциация политической науки; гл. ред. А.И. Соловьев. – М.: РОССПЭН, 2008. – С. 76.

160 Соловьев А.И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // ПОЛИС. Политические исследования. – 2002. – № 3. – С. 5-18.

161 Соловьева Е.А. Информационное противоборство в сети Интернет: политологический анализ: дис.канд. полит. наук. – Пятигорск, – 2011. – 215 с.

162 Социальные сети в России, осень 2016 [Электронный ресурс] // br-analytics.ru: Издание Brand Analytics. 2012-2017. URL: <http://blog.br-analytics.ru/sotsialnye-seti-v-rossii-osen-2016/> (дата обращения: 23.09.2022).

163 Стратегии гендерного равенства/неравенства в сфере политики на рынке труда Краснодарского края в XXI веке // Политика развития и политико-административные отношения: сб. науч. ст. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2009. – С. 315.

164 Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество: плюсы и минусы сетевого интеллекта. – Киев: ITN Пресс, – 1999.

165 Телеграмм – Телеграмм – канал «Я/МЫ Сергей Фургал». URL: <https://telemetr.me/content/mewefurgal/> (дата обращения: 23.09.2022).

166 Тикток перед акциями 23 января стал главной протестной соцсетью. И сразу же — врагом номер один в России. [Электронный ресурс] URL: <https://tjournal.ru/internet/326938-tiktok-pered-aksiyami-23-yanvaryaya-stal-glavnoy-protestnoy-socsetyu-i-srazu-zhe-vragom-nomer-odin-v-rossii> (дата обращения: 23.09.2022).

167 Тимофеева Л.Н. Политическая коммуникативистика: проблемы становления // ПОЛИС. Политические исследования. – 2009. – № 5. – С. 55-67;

168 Топ–10 персон в соцсетях 2020 года. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/itogi2020/> (дата обращения: 23.09.2022).

169 Топ–10 событий 2020 год. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/itogi2020/8008/> (дата обращения: 23.09.2022).

- 170 Топ-3 самых цитируемых информационных агентств - июль 2021. [Электронный ресурс] URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/socmedia/8625/> (дата обращения: 23.09.2022).
- 171 Топ-30 самых цитируемых Интернет-ресурсов - июль 2021. Электронный ресурс: URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/socmedia/8625/> (дата обращения: 23.09.2022).
- 172 Усманов Р.Х. Региональные процессы и политическая наука (на материале ЮФО) // Вестник Московского ун-та. Сер.12. Политические науки. – 2010. – № 5. – С. 96-100.
- 173 Усова Ю.В. Административно-политические элиты современной России в региональном измерении // Вопросы элитологии. Политическая элитология. – 2020. – № 4. – С. 124-137.
- 174 Фролов А. А., Соколов А. В., Гребенко Е. Д. Политическая активность и лояльность современной молодежи // PolitBook. – 2021. – №. 4. – С. 6-20.
- 175 Фукуяма Ф. «Что такое социальный капитал?» URL: <http://root.elima.ru/texts/?id=477> (дата обращения: 03.09.2022).
- 176 Хабермас Ю. Между натурализмом и религией. Философские статьи / пер. с нем. М.Б.Скуратова. – М.: Весь Мир, – 2011. – С.336.
- 177 Хабермас Ю. Вовлечение другого: Очерки политической теории / Ю. Хабермас. – М.: Наука, – 2001.
- 178 Хайдеггер М. Что значит мыслить? // Хайдеггер М. Разговор на проселочной дороге. – М., – 1991.
- 179 Халий И.А. Институты гражданского общества в современной России: к методологии изучения // Россия реформирующая: ежегодник. – М.: ИС РАН, – 2007. – № 6. – С. 265-280.
- 180 Хисамов Р.И. Институционализация парламентаризма в странах Арабского Востока: дис. канд. полит. наук. – Казань, – 2013. – 206 с.
- 181 Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения. - М.: Медиум, 1997. – С. 149.

- 182 Цицерон. О государстве // Цицерон. Диалоги. – М., 1994. – С. 8-88.
- 183 Чижов Д. Коммуникационная активность российских политических партий в Интернете // Вестник Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. 2015. 16 декабря. URL: <http://vestnik.rcoit.ru/public/2.html> (дата обращения: 10.09.2022).
- 184 Шарапов Р. И. Мобильный интернет как инструмент политической мобилизации // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2017. – С. 20-27.
- 185 Шатина Н.В., Шатин И.М. Политическое пространство российского сегмента социальной сети Фейсбук // Вестник РГГУ. Политология. История. Международные отношения / Политическое пространство российского сегмента. – 2015 г. – С. 18-30.
- 186 Шахновский А.Л. Политическая реклама как составная часть политических технологий: терминологический аспект // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. – 2013. – № 1. – С. 57-62.
- 187 Шварценберг Р. Ж. Политическая социология: В 3т. – М., – 1992.
- 188 Шевченко А.А. Субъекты политической философии // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: Философия и право. – 2004. – №1. – С. 111-117.
- 189 Шерстобитов А.С., Бряннов К.А. Технология политической мобилизации в социальной сети «ВКонтакте»: сетевой анализ протестного и провластного сегментов // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение: Вопр. теории и практики. – Тамбов: – 2013. – № 10. – Ч. 1. – С. 196-202.
- 190 Шестопал Е.Б. Проект длиною в четверть века. Исследование образов власти и лидеров в постсоветской России (1993-2018) // Полис. Политические исследования. – 2019. – № 1. – С. 9-20.

- 191 Шестопап Е.Б. Проект длиною в четверть века. Исследование образов власти и лидеров в постсоветской России (1993-2018) // Полис. Политические исследования. – 2019. – № 1. – С. 9-20.
- 192 Шестопап Е.Б. Общероссийская научная конференция «Перестройка:20 лет спустя». // Вестник Московского университета. Политические науки. – № 12. – 2005. – С.49-52.
- 193 Ширин С.С. // Всемирная паутина как объект исследования в политической науке. Вестник СПбГУ. – Сер.6. – 2013. – Вып.2 – С. 98-105.
- 194 Шматко Н.А. Феномен публичной политики // Социологические исследования. – 2001. – №7. – С. 106-113.
- 195 Шрам У. Как работает связь. Обработка и эффекты массовой коммуникации / У. Шрам. – Urbana: University of Illinois Press, – 1954. – 58 с.
- 196 Шутов А.Ю. Политическое восприятие страны как проблема теории коммуникации // Россия Польша: проблемы взаимного восприятия: Мат-лы междунар.науч.конф. – М., – 2013. – С.9-10.
- 197 Эко Э. Средние века уже начались? // Иностранная литература. – 1994. – №4. – С. 258-267.
- 198 Элкинс Дж. Девять типов междисциплинарности для визуальных исследований. Ответ на статью Мике Баль «Визуальный эссенциализм и объект визуальной культуры» // Логос. – 2012. – № 1 (85). – С. 250-259.
- 199 Юм Д. Трактат о человеческой природе. – Минск, – 1998.
- 200 Ярцева Н. В., Ярцев В. С. Метод Чарльза Осгуда в автоматизированном мониторинге медиа // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2017. – № 5. – С. 49-62.
- 201 Alexa Top 500 Global Sites. Vkontakte site info [Электронный ресурс] // br-analytics.ru: Издание Alexa Internet. 1996-2017. URL: <http://www.alexa.com/siteinfo/vk.com> (дата обращения: 23.09.2022).
- 202 Barber B. The uncertainty of digital politics: Democracy's uneasy relationship with information Technology // Harvard International Review. – 2001. № 23. –Р. 42–48.

203 Bevir M., Richards D. Decentering policy network: a theoretical agenda. *Public administration*, – 2009. 87(1), – P. 3-14.

204 Burstein P., Einwohner R.L., Hollander J.A. The success of political movements: A bargaining perspective // *The politics of social protest* / Ed. by J.C. Jenkins, B. Klandermans. – L.: UCL press, – 1995. – P. 275-291.

205 Castells M. *Galaxy Internet: reflections on the Internet, business and society* / transl. from English by A. Matveyev, ed. by V. Kharitonov. Ekaterinburg: U-Factory, – 2004. – 328 p.

206 Coleman S. New mediation and direct representation: reconceptualizing representation in the digital age // *New Media Society*. – 2005. – Vol. 7. – №. 2. – P. 177-198.

207 Nikolaeva M., Gnedash A., and V. Katermina. Linguistic Patterns Of Communication In Social Online Accounts Of Top Russian Journalists // II Международная научно-практическая конференция «Диалог культур. Культура диалога: от конфликта к взаимопониманию» (DCCD 2020), 21, 23-25 апреля 2020 года, Москва, Московский городской педагогический университет. *ЕрSBS – DCCD*. 2020. Vol. 95. Pp. 140-151. URL: <https://www.europeanproceedings.com/article/10.15405/epsbs.2020.11.03.16>. DOI: 10.15405/epsbs.2020.11.03.16. (дата обращения: 23.09.2022).

208 Nikolaeva M.V, Gnedash A.A., Ryabchenko N.A., Malysheva O.P., Shestakova A.A. Socio-political content and regional discourse of modern Russia: the issues discussed by citizens in the online space and the solutions offered by the candidates for governor in their elections manifestos (intersection points and fault lines) // *Южно-российский журнал социальных наук*. Краснодар. 2019. Том 20. № 4. С. 27-48 URL: <https://doi.org/10.31429/26190567-20-4-27-48>. (дата обращения: 23.09.2022).

209 Eckstein Harry. *Division and Cohesion in Democracy: A Study of Norway*. Princeton, 1966, – P. 34.



- 210 Habermas J. Die Moderne – ein unvollendetes Projekt: Philosophischpolitische Aufsätze 1977 – 1990. – Leipzig: Reclam Verlag, 1990. – P. 203
- 211 Habermas J. Moral Consciousness and Communicative Action. Cambridge, Mass, 1990. – P. 122.
- 212 Habermas J. Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der Bürgerlichen Gesellschaft. – Frankfurt, 1962.
- 213 Habermas J. Theorie des kommunikativen Handelns. – Frankfurt, 1981. Bd. 2, – P. 258.
- 214 Heidenheimer A., Hecllo H., Adams C. Comparative Public Policy: The Politics of Social Choice in America, Europe and Japan. – New York: St.Martin Press, –P.3.
- 215 Lasarsfeld P., Berelson B., Guadet H. The People's Choice. How Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign. – New York-London, 1969.
- 216 Lasswell H. The Structure and Function of Communication in Society / The Process and Effects of Mass Communication. – Chicago, 1971.
- 217 Mansbridge, J. (2011). Clarifying the Concept of Representation. American Political Science Review, – № 105 (3), – Pp.621-630.
- 218 Marsh D., Rhodes R.F. Policy Networks in British Government. – Oxford, –1992. – P.176
- 219 Negroponte N. Being Digital. – NewYork, – 1995.
- 220 Norris P. Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide. – Cambridge University Press, – 2001.
- 221 Pitkin, H.F. (1967). The Concept of Representation. Berkeley, CA: University of California Press.
- 222 Politics Expected to Hinder New Zealand Businesses. URL: <http://www.scoop.co.nz/stories/PO1710/S00189/politics-expected-to-hinder-new-zealandbusinesses.htm> (дата обращения: 20.09.2022).
- 223 Saward, M (2010). The Representative Claim. Oxford: Oxford University Press.

- 224 Sunstein C. Republic.com. – Princeton, – 2001.
- 225 Thompson B. Habermas: Critical Debates. – Cambridge, Mass.: MIT, – 1982. – P. 469.
- 226 YouTube — «телевидение» XXI века. [Электронный ресурс]  
URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/youtube-televidenie-xxi-veka> (дата обращения: 23.09.2022).

## ПРИМЕЧАНИЯ

\* означает, что Алексей Навальный внесен в перечень экстремистов и террористов РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fedsfm.ru/documents/terrorists-catalog-portal-act> (дата обращения 03.09.2022).

\*\* означает, что компания Meta и соцсети, которыми она владеет, признаны в России экстремистскими и запрещены/

\*\*\* означает, что данные лица внесены в перечень иностранных агентов [Электронный ресурс]. URL: <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7755/> (дата обращения: 01.10.2022).

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Сетевые графы «Психологические и гендерные характеристики политических субъектов»

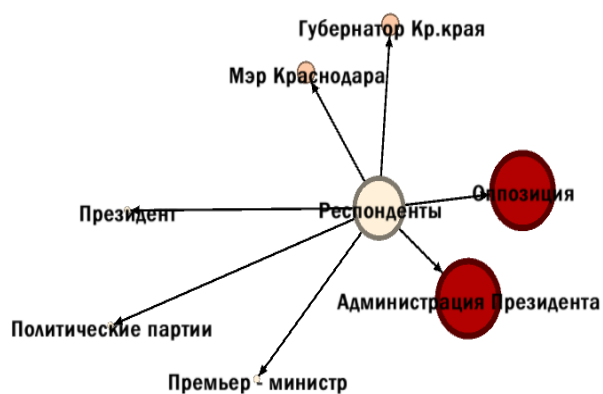


Рисунок 1. Авторитарный/Демократичный

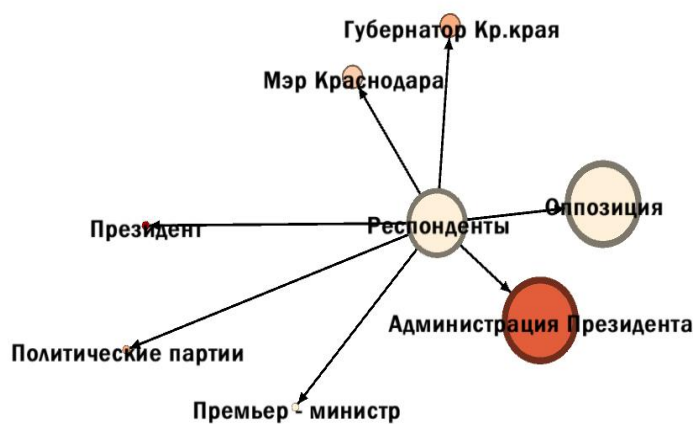


Рисунок 2. Аутсайдер/Лидер

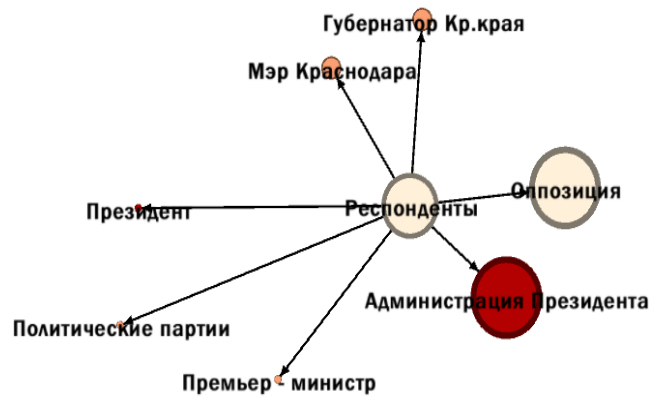


Рисунок 3. Враг/Друг

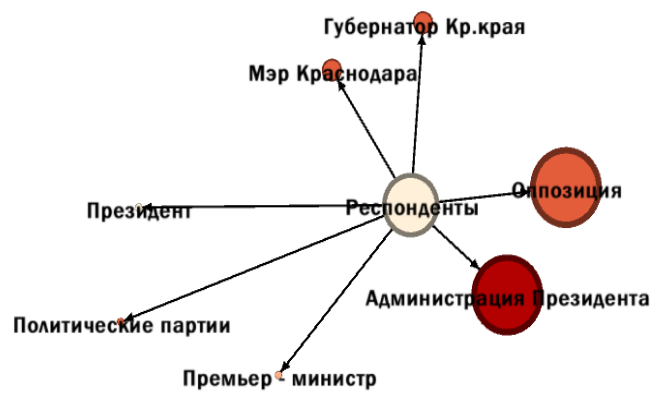


Рисунок 4. Высокомерный/Скромный

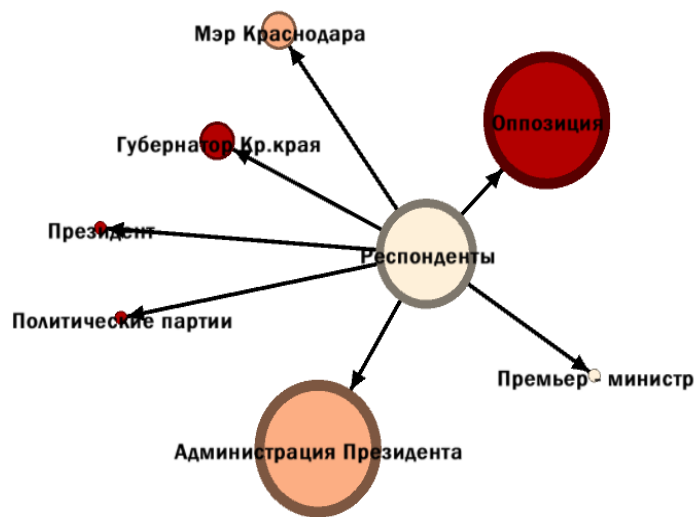


Рисунок 5. Закрытый/Открытый

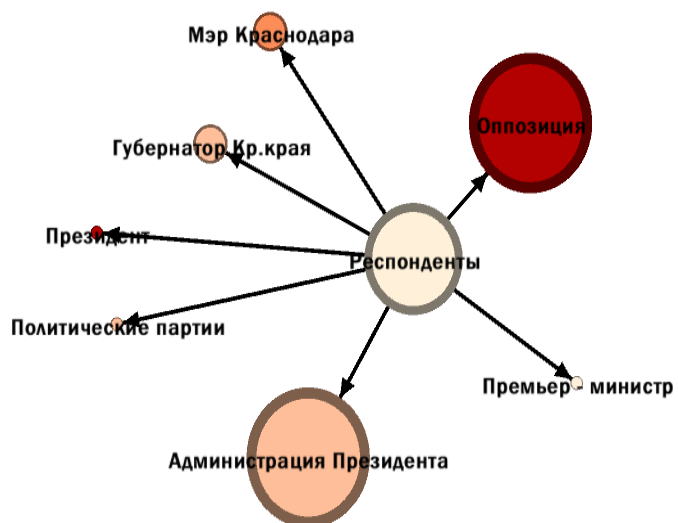


Рисунок 6. Замкнутый/ Коммуникабельный

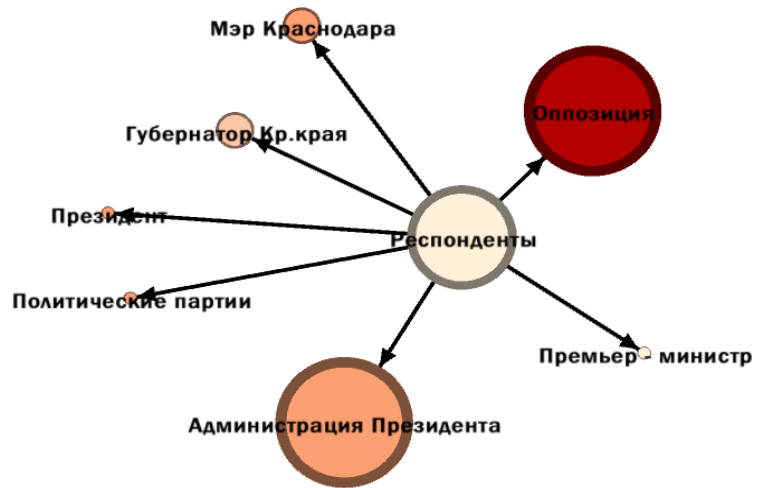


Рисунок 7. Консервативный/Либеральный

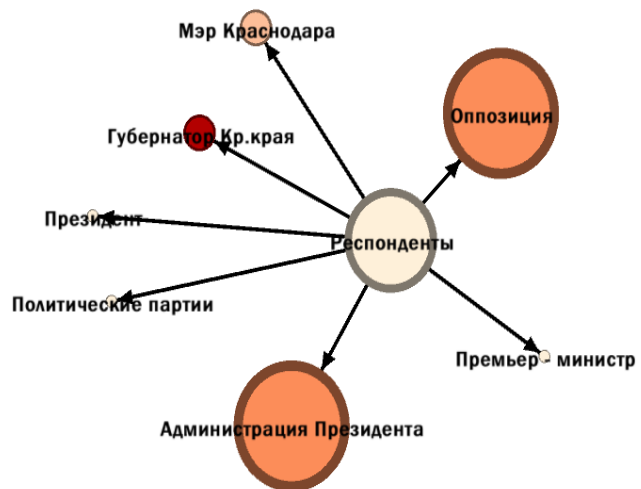


Рисунок 8. Лживый/Честный

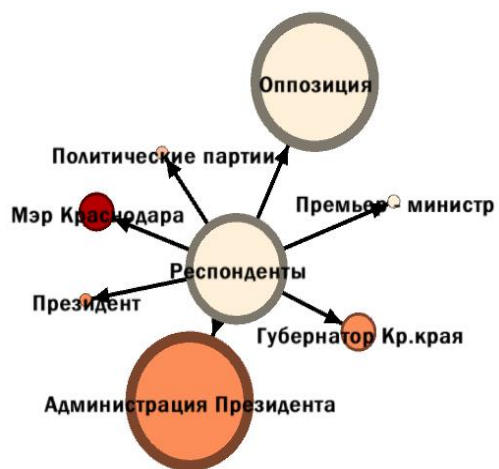


Рисунок 9. Негативный/Позитивный

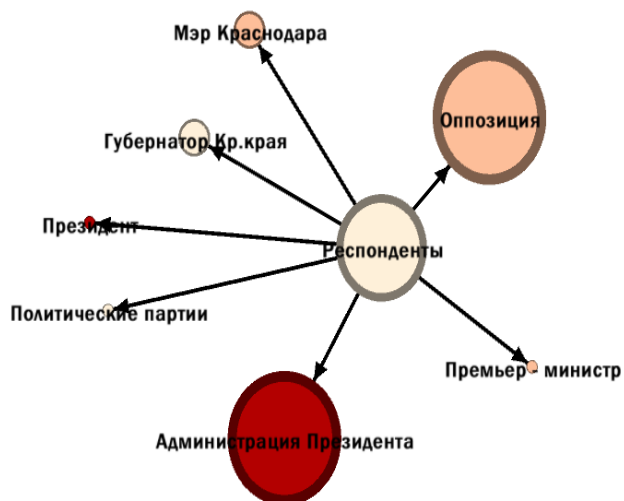


Рисунок 10. Непрезентабельный/Презентабельный



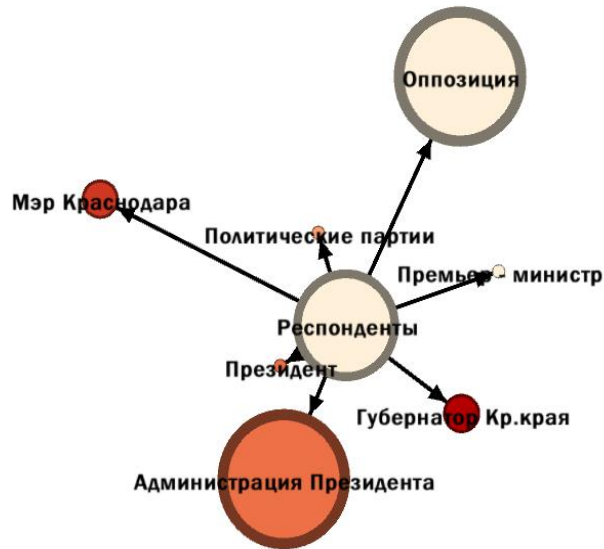


Рисунок 11. Непривлекательный/Привлекательный

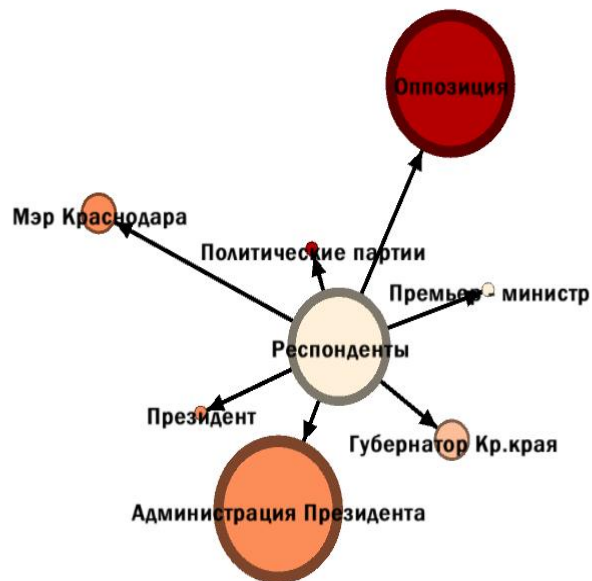


Рисунок 12. Пассивный – Активный

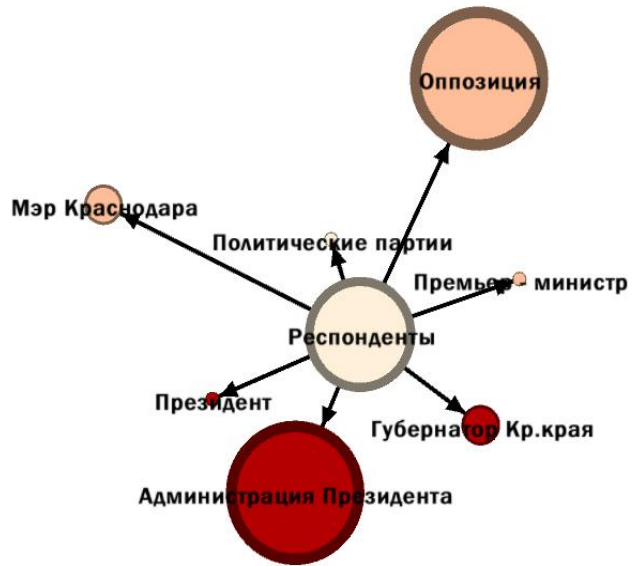


Рисунок 13. Предательский/Патриотичный

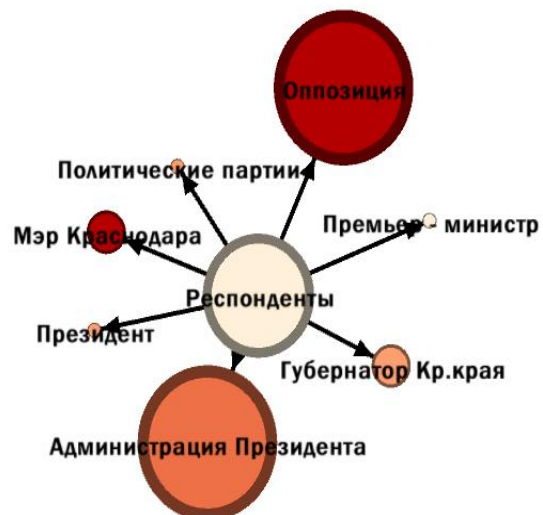


Рисунок 14. Репрессивный/Прогрессивный

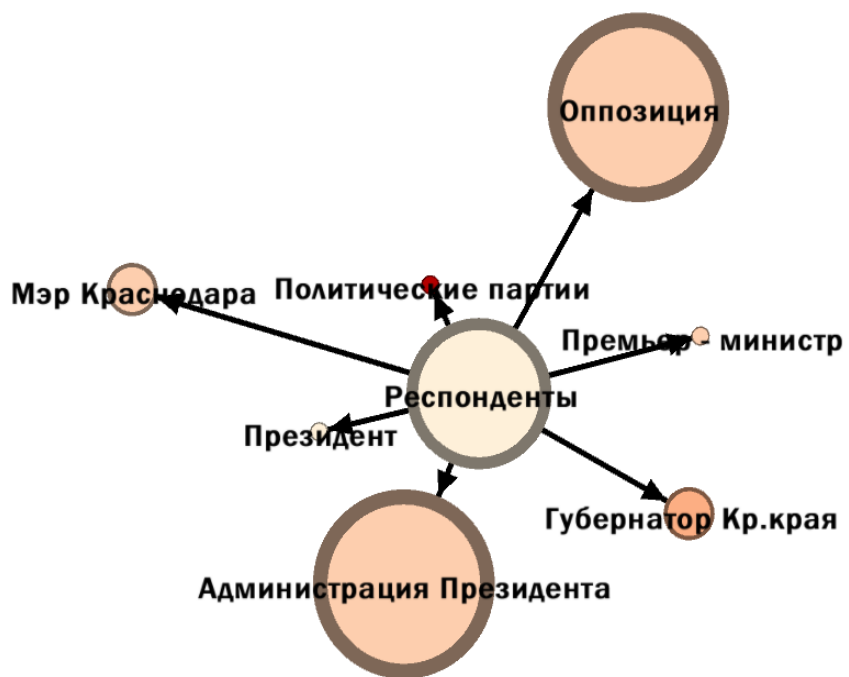


Рисунок 15. Сдержанный/Импульсивный

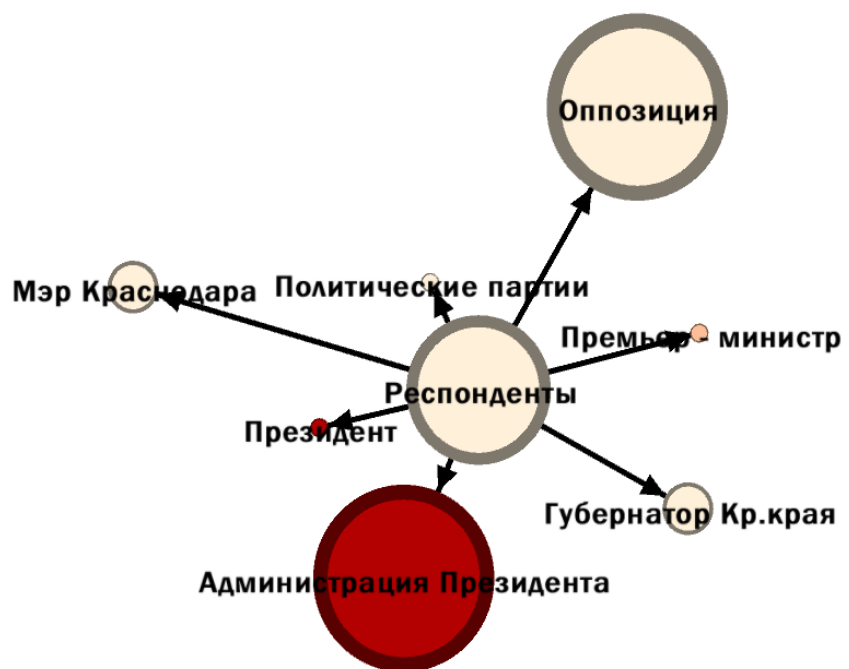


Рисунок 16. Слабый/Сильный

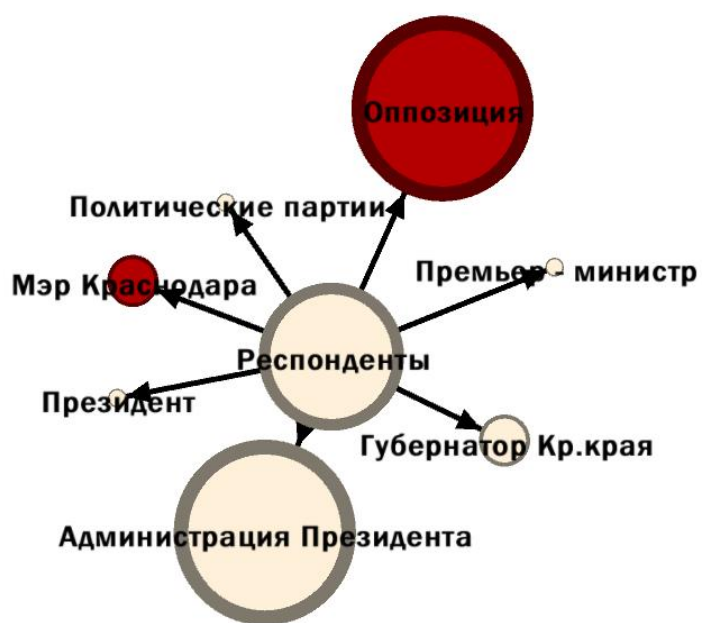


Рисунок 17. Старый/Молодой

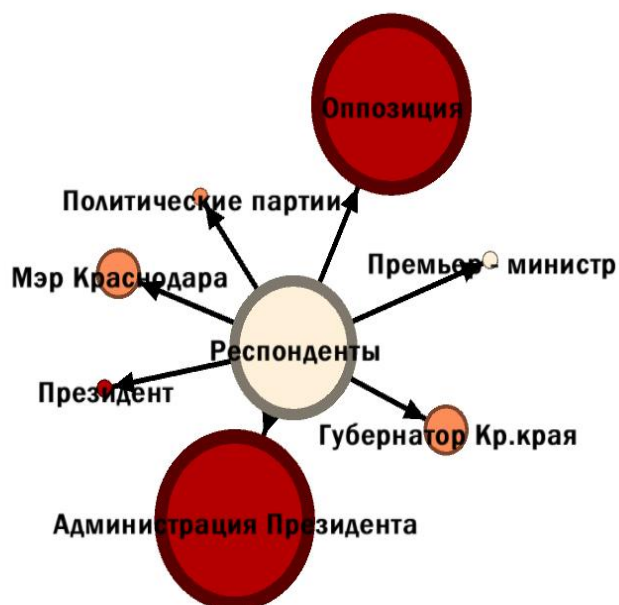


Рисунок 18. Трусливый/Смелый

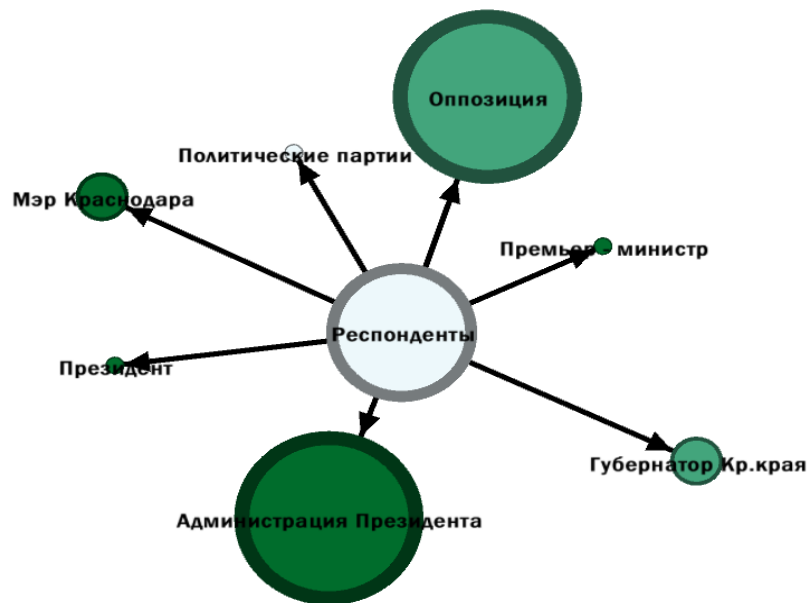


Рисунок 19. Агрессивный/Мягкий

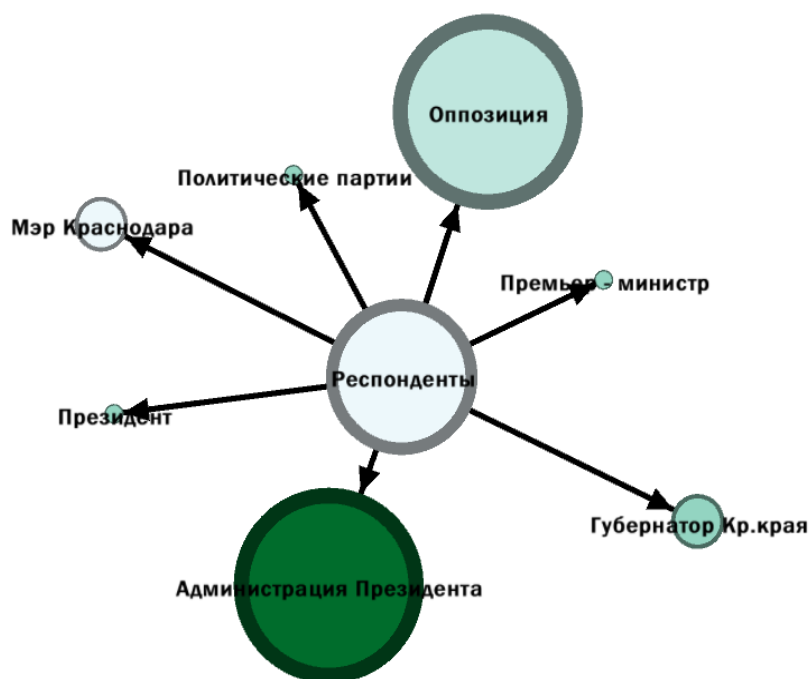


Рисунок 20. Адаптивный/Жестокий

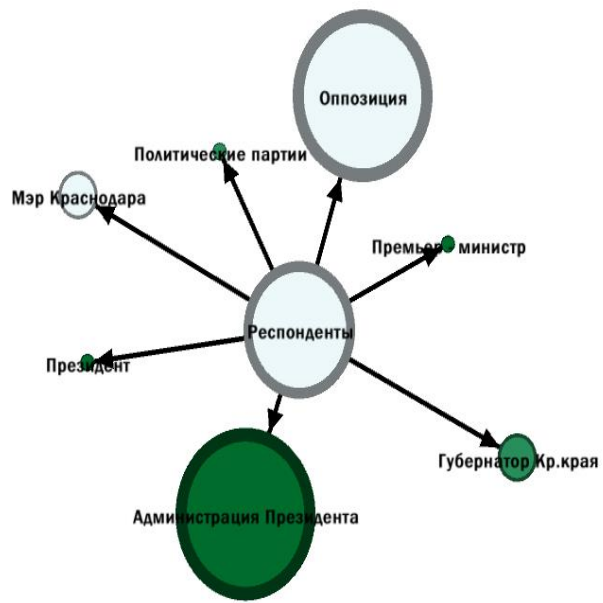


Рисунок 21. Женственный/Мужественный

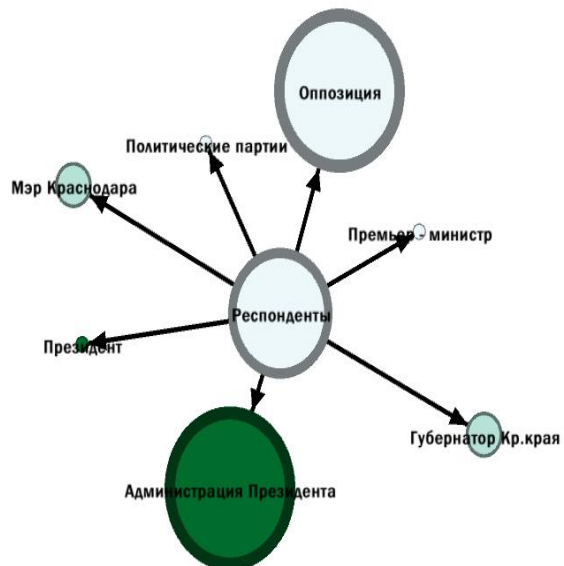


Рисунок 22. Индивидуалист/Семьянин

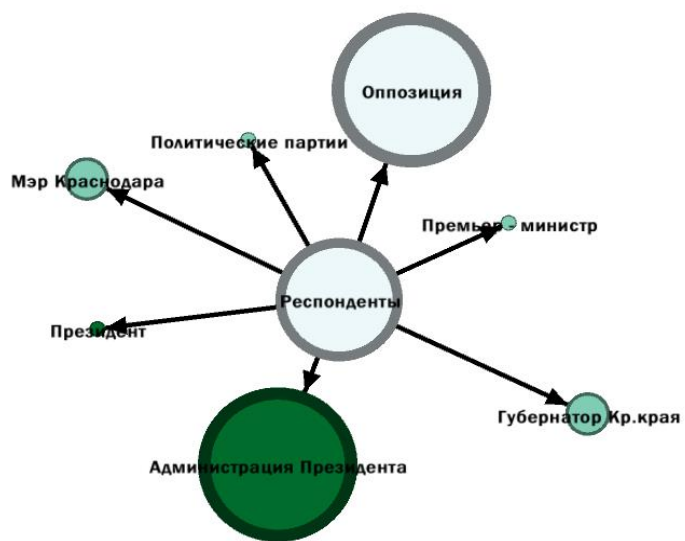


Рисунок 23. Инфантильный/Взрослый

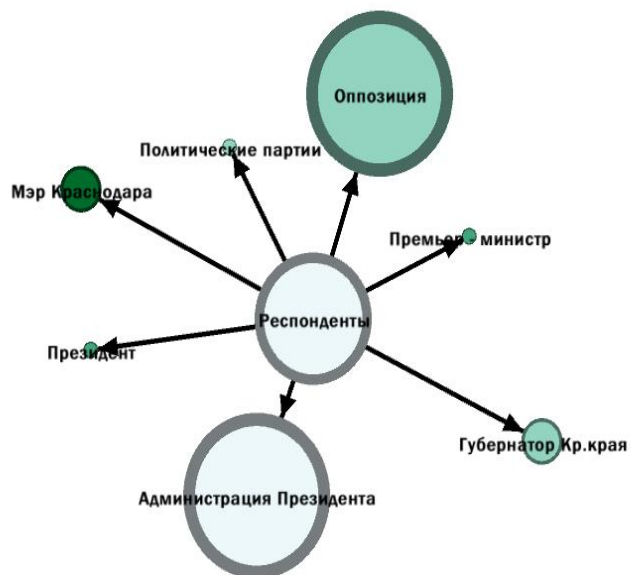


Рисунок 24. Каменный/Сердечный

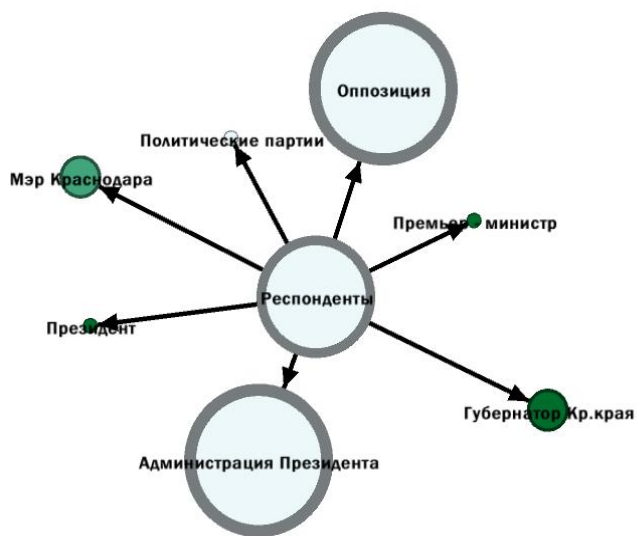


Рисунок 25. Наглый/Застенчивый

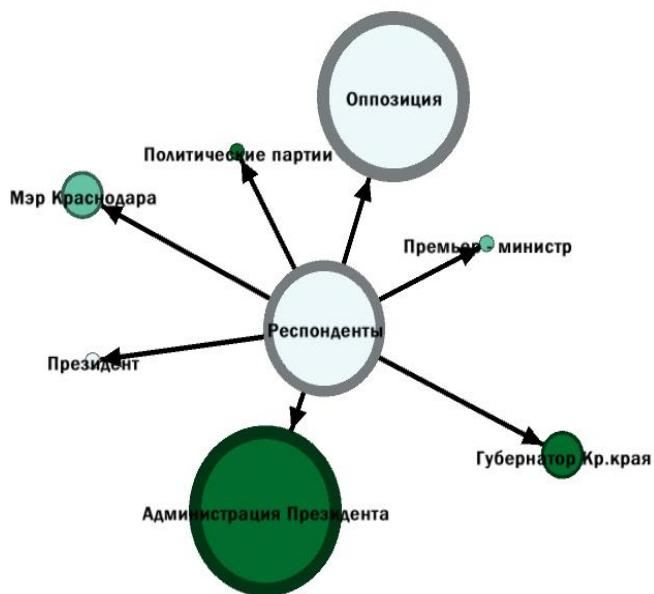


Рисунок 26. Нежный/Грубый



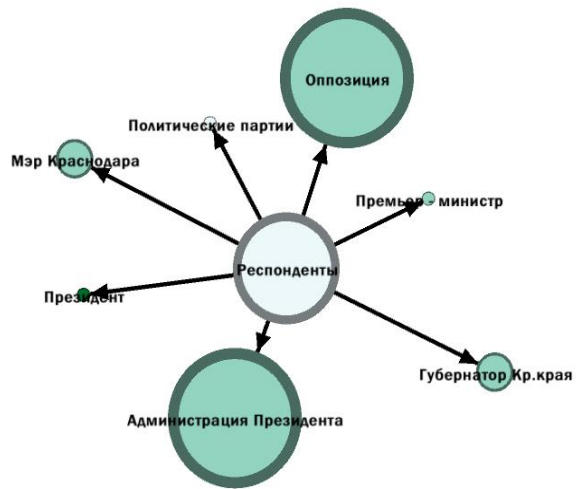


Рисунок 27. Отталкивающий/Привлекательный

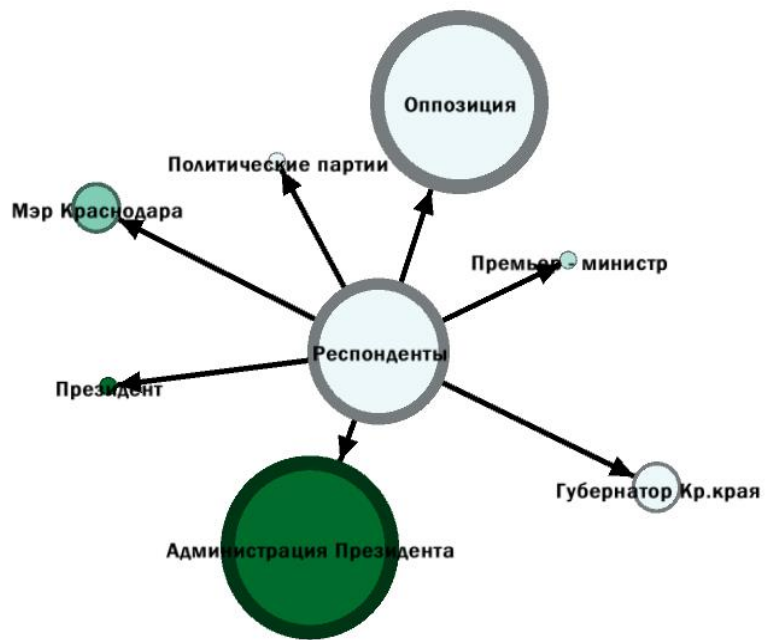


Рисунок 28. Падкий на лесть/Независимый от чужого мнения

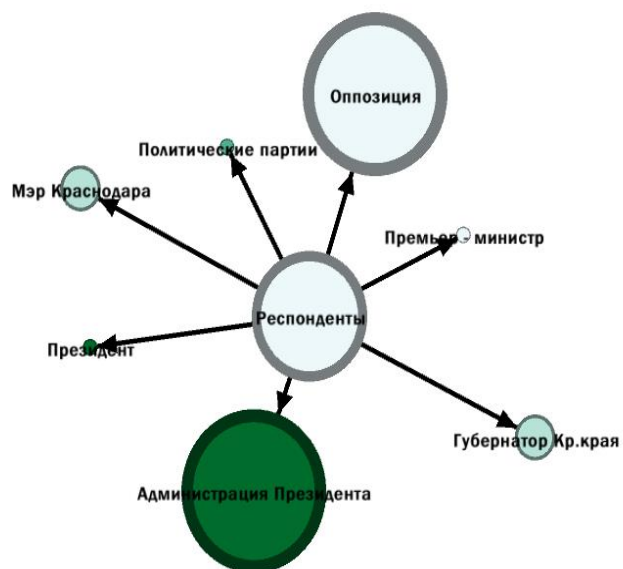


Рисунок 29. Равнодушный к детям/Любящий детей

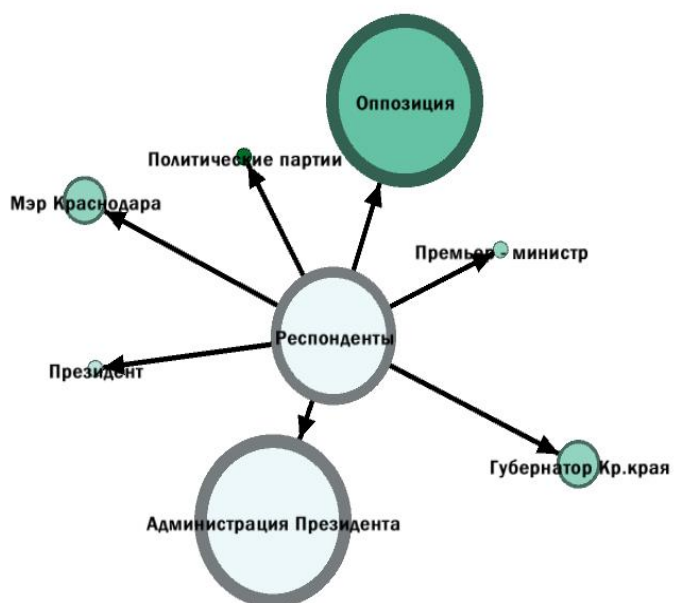


Рисунок 30. Скупой на эмоции/Эмоциональный

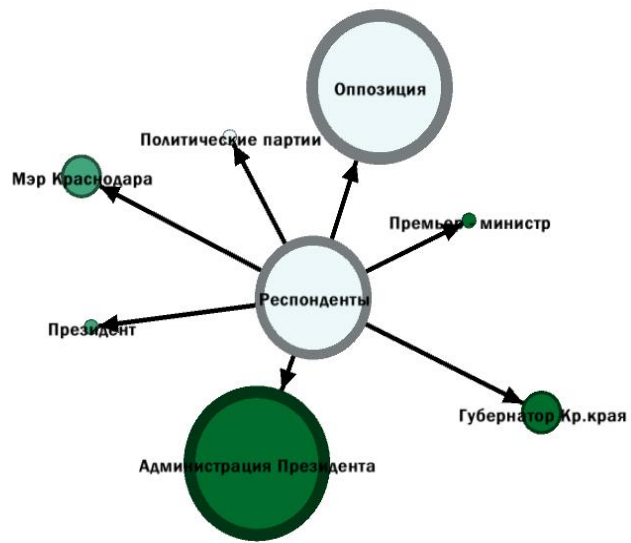


Рисунок 31. Тщеславный/Скромный

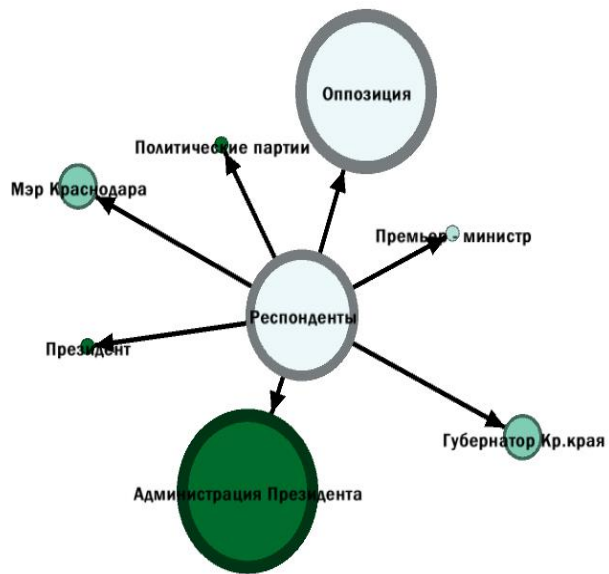


Рисунок 32. Феминный/Маскулиный

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

«Репрезентации политических субъектов в социальных медиа»



Рисунок 1. Репрезентация в Instagram\*\*



Рисунок 2. Репрезентация в Instagram\*\*

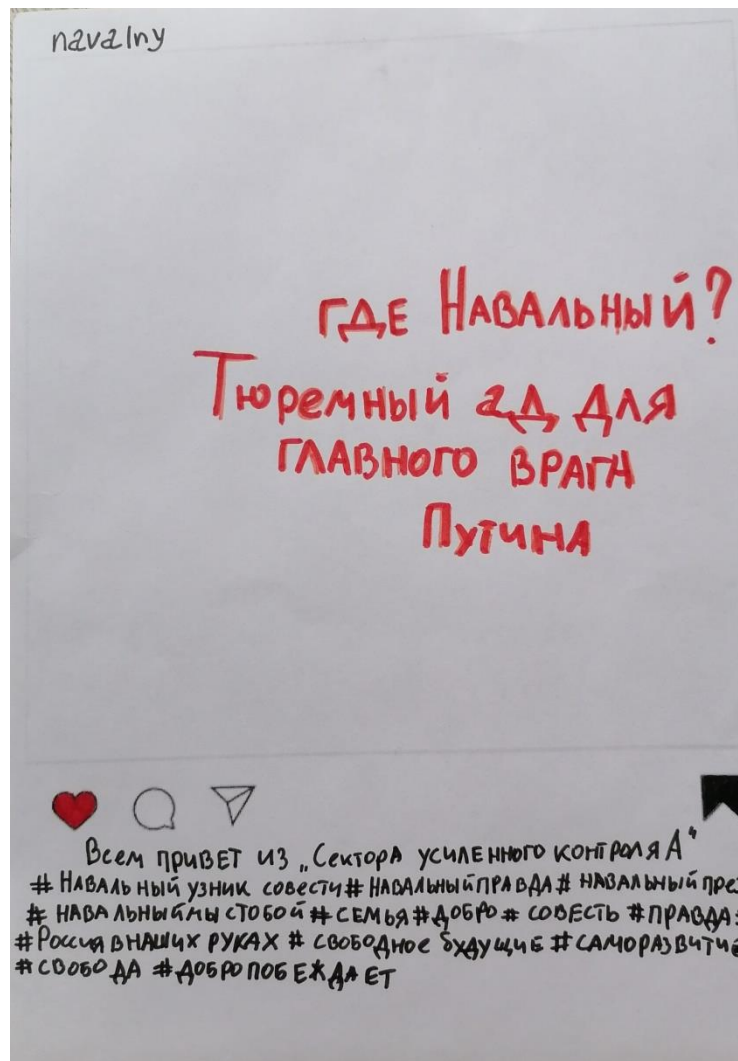


Рисунок 3. Репрезентация в Instagram\*\*



„ Основные вопросы развития крае обсудили на конкурентуши „Городская среда. Опнн решений“  
Кубачь - один из лидеров в стране в реализующи нацпроекта по формированию комфортной городской среды....

Рисунок 4. Репрезентация в Instagram\*\*

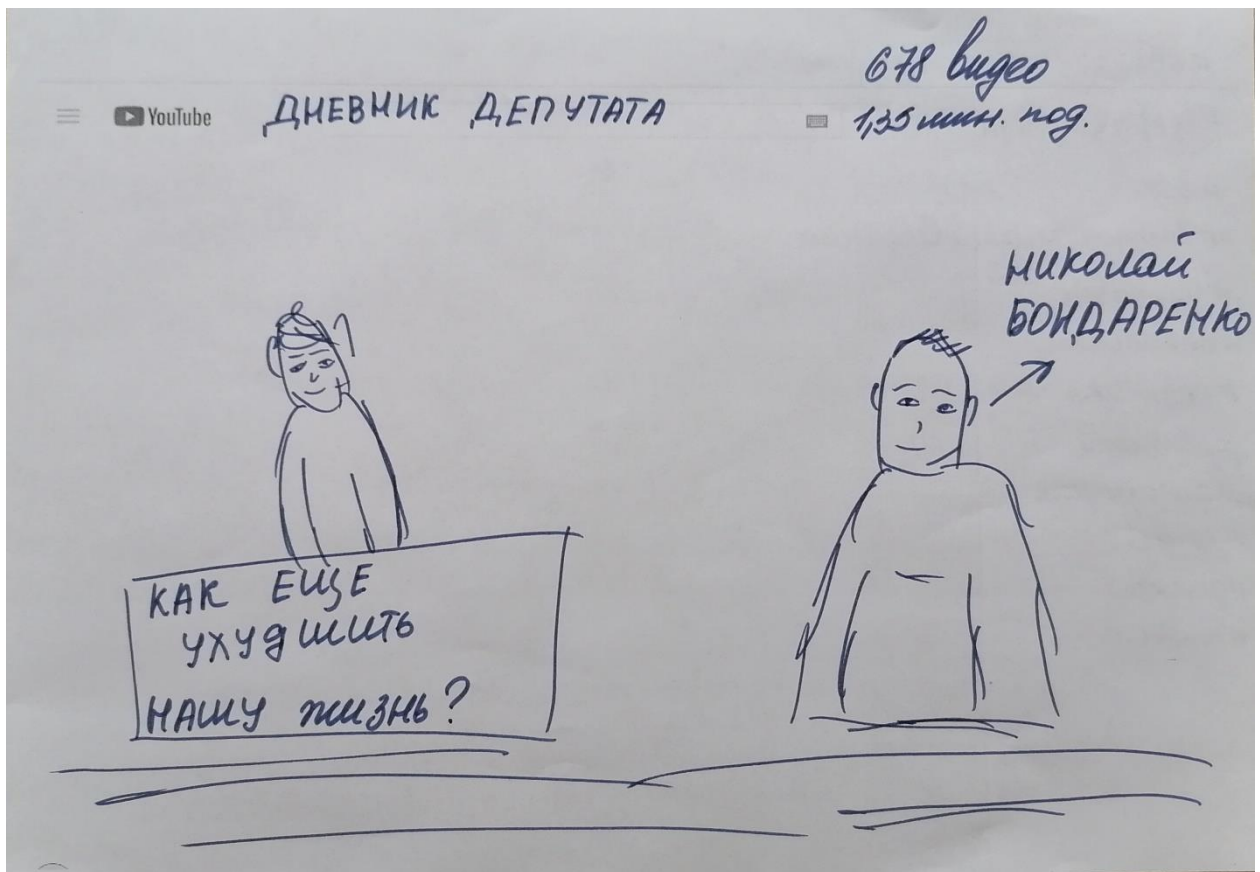


Рисунок 5. Репрезентация в видеохостинге YouTube

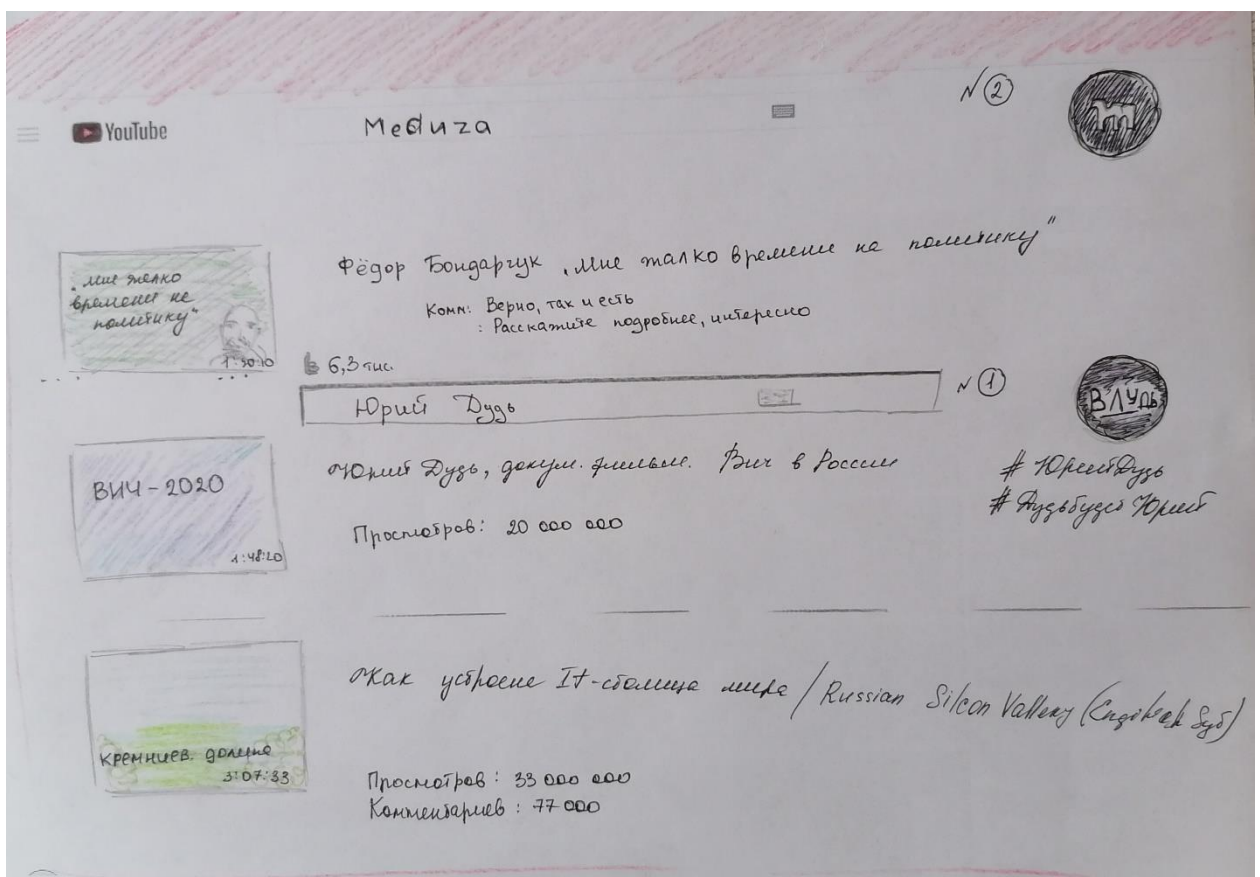
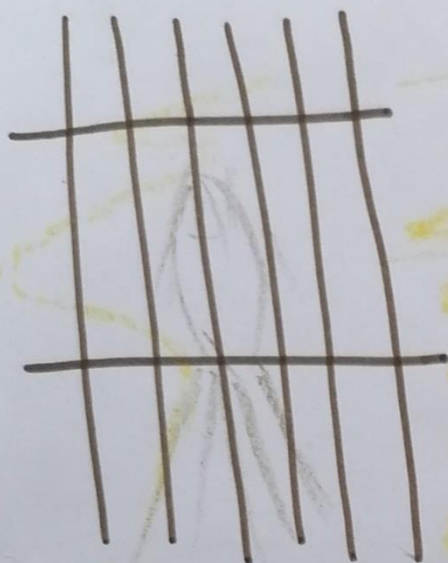


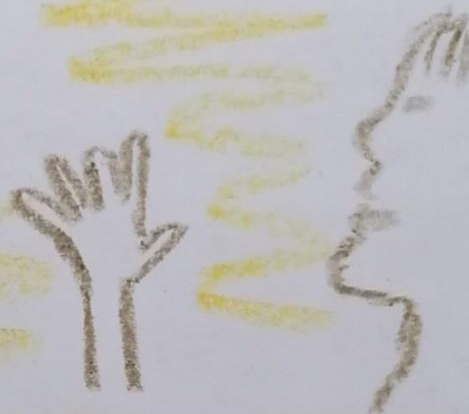
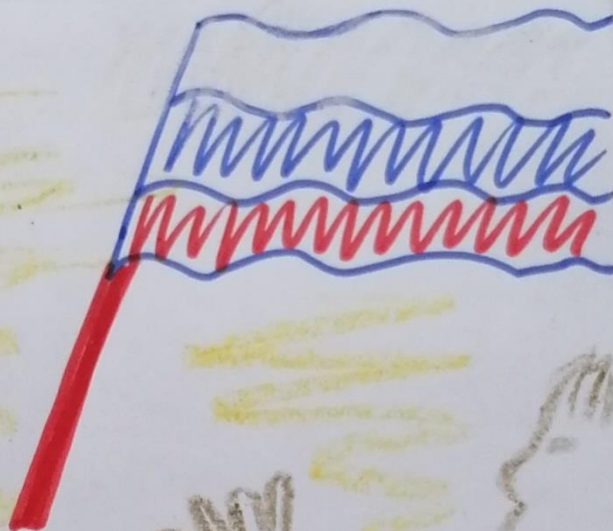
Рисунок 6. Репрезентация в видеохостинге YouTube



@xenia\_sobchak ✓



CANCEL  
NAVALNY



! РОДИНЕ НУЖНЫ  
ТВОИ ДЕНЬГИ!



♡♡♡ Нравится  
xenia\_sobchak

15450

Неделя ваших разнообразных новостей.  
Что общего между решением Amnesty International и штрафом  
Алексея Навального статусе "узника совести" и информационные  
атакой на хоккеиста Артемия Панарина? Также первое  
интервью дочери Путина; скандальный сервис "Чек" от ФНС -  
прямо говорит нам: "Наши деньги кончатся, Нам очень  
нужны ваши. И мы знаем, где их найти" #ОсторожноНовости

Рисунок 7. Репрезентация в Instagram\*\*

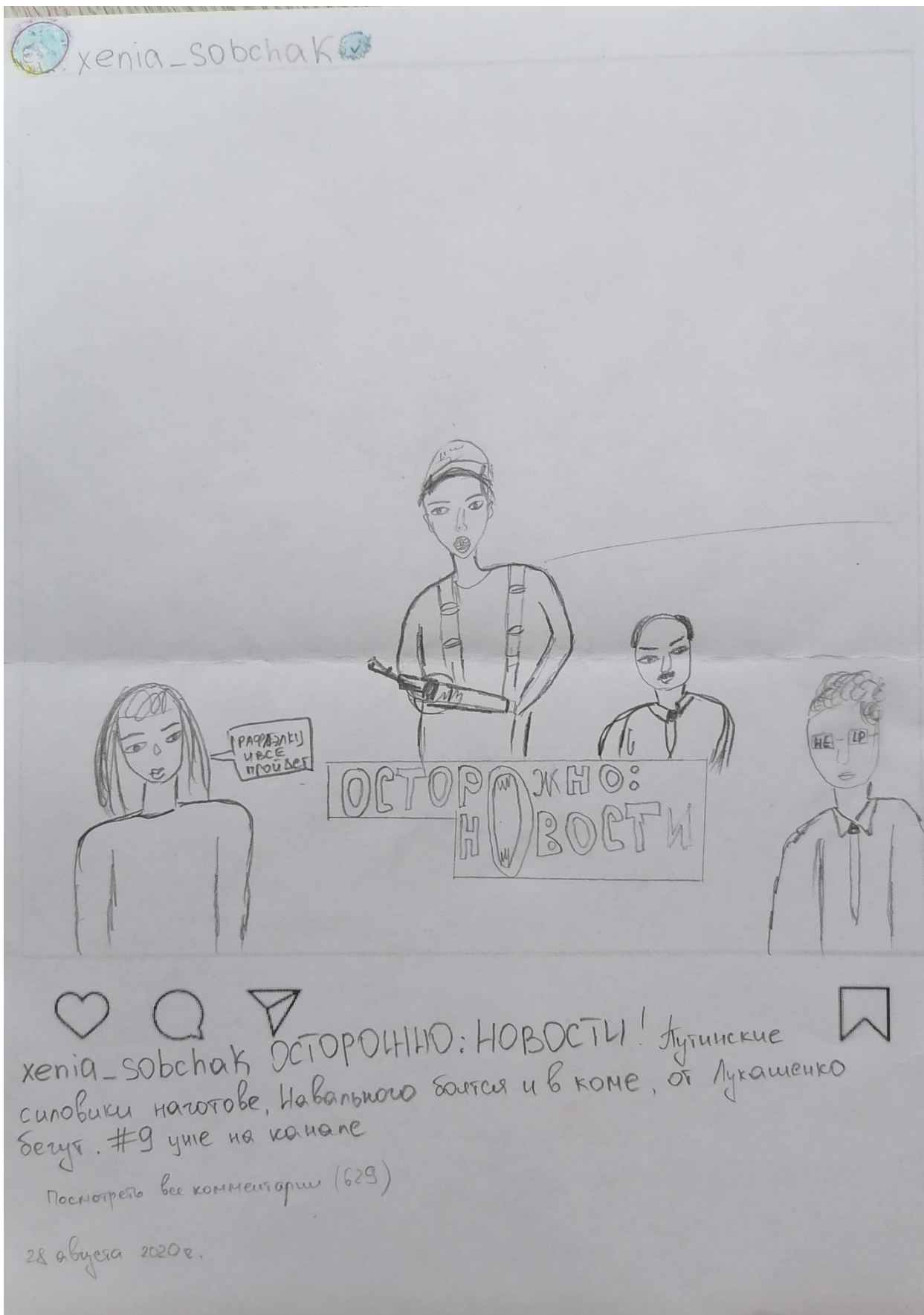


Рисунок 8. Репрезентация в Instagram\*\*

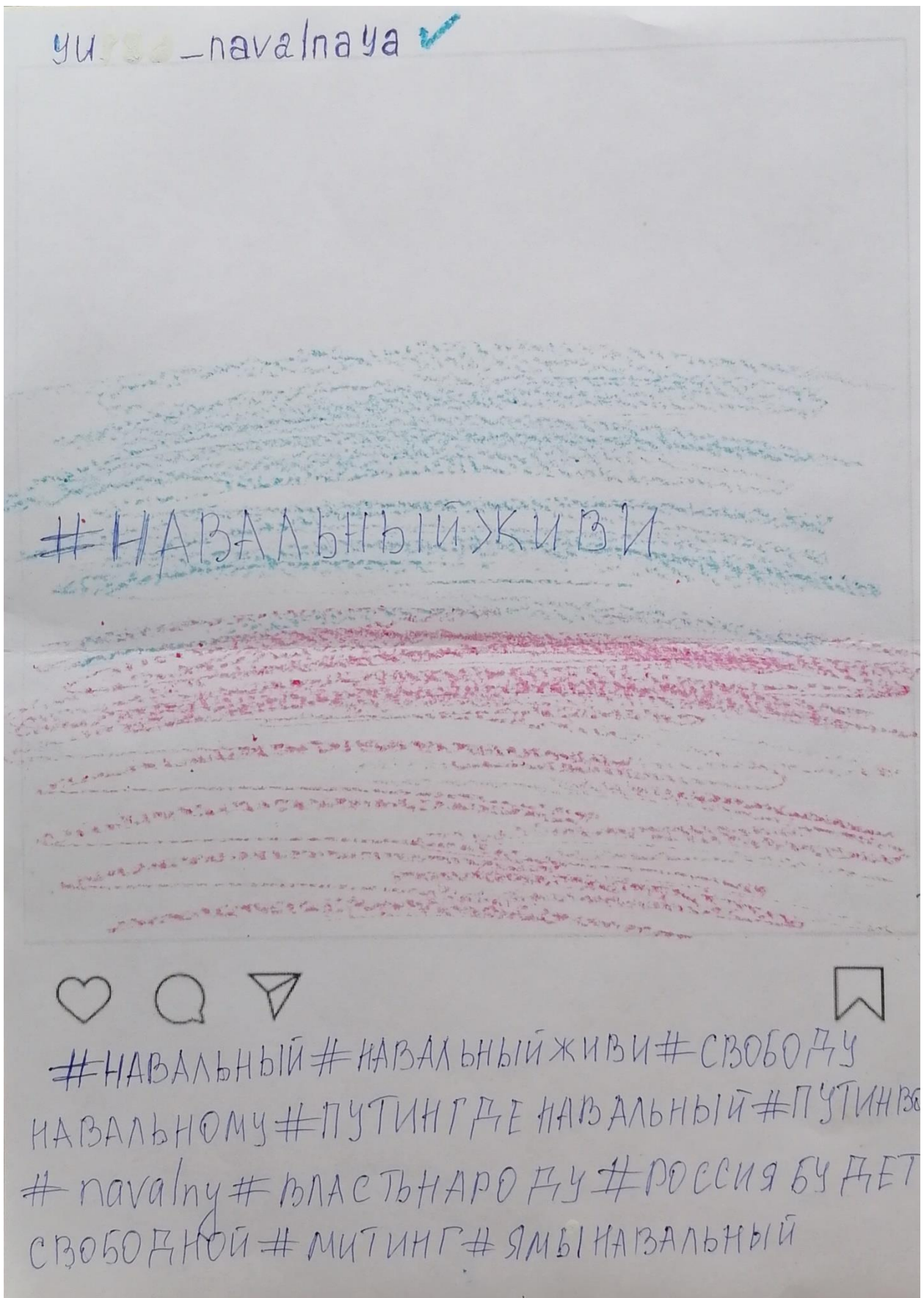


Рисунок 10. Репрезентация в Instagram\*\*

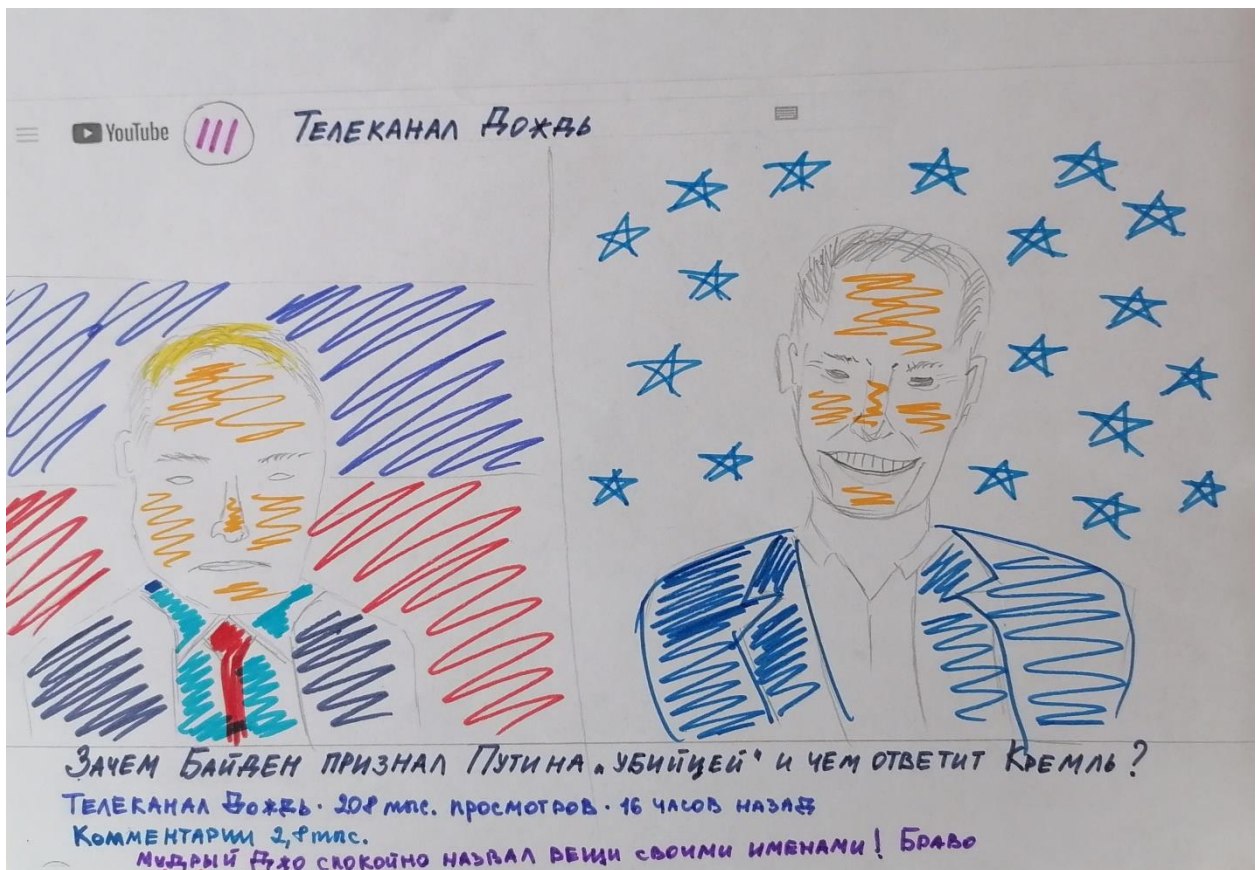


Рисунок 11. Репрезентация в видеохостинге YouTube