

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный университет»
Факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии
Кафедра теории и практики журналистики

Образ квазиоппозиционера в СМИ
(на примере предвыборной кампании К. А. Собчак)
выпускная квалификационная работа
(бакалаврская работа)

Выполнила студентка
4 курса, группы 848
Гамаюнова Анастасия
Евгеньевна

(подпись)

Научный руководитель
кандидат филол. наук,
доцент
Плахин Владимир
Тимофеевич

(подпись)

Допустить к защите
зав. кафедрой
Лукашевич Елена Васильевна

(подпись)

« _____ » _____ 2018 г.

Выпускная
квалификационная
работа защищена
« ____ » _____ 2018г.

Оценка _____

Председатель ГЭК
Пашаева Ольга
Александровна

(подпись)

Барнаул 2018

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ИМИДЖА ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА.....	7
1.1. Понятие имидж и его компоненты. Технология формирования имиджа.....	7
1.2. Способы трансляции имиджа. Роль СМИ.....	18
1.3. Оппозиция и ее роль в политической жизни	27
Глава 2. ОБРАЗ ПОЛИТИКА НА ПРИМЕРЕ К. А. СОБЧАК	32
2.1. Компоненты имиджа К. А. Собчак	32
2.2. Основные модели образа К. А. Собчак.....	45
Заключение	70
Библиографический список	72

Введение

Для современного мира политический имидж как образ в информационном пространстве обрёл куда больше каналов коммуникации, чем когда-либо в истории. Однако, несмотря на возросшее количество таких каналов и увеличившееся качество самой коммуникации между кандидатом и электоратом, ведущую роль в предвыборной гонке все также играют эмоции и устойчивые социальные и бытовые стереотипы.

В самой политической системе именно эмоционально окрашенный образ политика, сложившийся в массовом сознании, зачастую определяет победу того или иного лидера. Политический имидж напрямую воздействует на мнение избирателей и является ключевым инструментом манипуляции сознанием аудитории. Если некоторые важные составляющие такого имиджа – личные и профессиональные качества самого лидера (манера одеваться, держаться, говорить, жестикулировать, его профессиональная грамотность, эрудиция, деловитость, инициативность, а также политическая платформа и внятная программа действий), то другие – пиар, политическая реклама и пропаганда - являются результатом работы целой команды специалистов. В задачи PR-команды входит не только стратегия имиджирования, но и направление косвенной информации о кандидате в необходимое для кампании русло.

Никто из исследователей не ставит под сомнение то, что образ сильного лидера занимает центральное место в российской политике. Именно от лидера на данный момент зависят процессы, происходящие в политике, которая в свою очередь затрагивает практически все сферы жизни государства и гражданского общества. Однако сложившаяся политическая ситуация не даёт в полной мере ощутить конкуренции в предвыборной гонке. На фоне единственного кандидата, имеющего все ресурсы для победы, рассматривать тех, у кого меньше инструментов для влияния на массы, но

всё такой же существующий шанс на определённый успех, кажется более интересным подходом к исследованию политического имиджа.

Целью данной научной работы является анализ формирования имиджа определенного политического лидера с помощью СМИ в условиях предвыборной борьбы в современной России, а также систематизация образов и представлений о кандидате, сформировавшихся после прохождения через каналы массовой коммуникации.

Трудно переоценить влияние традиционных средств массовой информации на процессы, происходящие в политике: они проникают во все сферы жизни общества и затрагивает подавляющее большинство населения нашего государства. Однако в последние годы как никогда велико влияние сети интернет, которая позволяет политическому лидеру, в том числе и напрямую, взаимодействовать со своей аудиторией, использовать новые технологии для создания своего имиджа, и в кратчайшие сроки получать отзывы о проделанной работе и постоянно обновляющуюся информацию о мнениях избирателей. В том числе и этим мощным ресурсом пользуются в своих целях современные политические лидеры и их PR-команды.

В работе необходимо выяснить, какие именно инструменты используются для формирования нужного имиджа в СМИ и Интернете, а также проанализировать полученные в результате прохождения через их «призму» образы. Мы рассмотрим данный процесс через практику реальных политических лидеров и проанализируем результаты проделанной ими работы.

Также, будет выявлена эффективность созданного образа политического лидера и его отражение не только в средствах массовой информации, но и непосредственно во мнении аудитории (на основе анализа комментариев в интернете и опросов).

Актуальность исследования заключается в том, что в условиях, возникших в современной России, СМИ как каналы трансляции и площадка для взаимодействия между избирателями и политиками, являются наиболее

эффективными для формирования имиджа политического лидера. Также исследование необходимо для выявления практик, механизмов и стратегий формирования имиджа политиков, что в свою очередь позволяет с одной стороны создать определенное мнение у аудитории, с другой, противостоять манипуляциям со стороны СМИ.

Объект исследования – имидж политического лидера, одного из участников президентской предвыборной гонки 2018 года Ксении Анатольевны Собчак.

Предмет исследования – формирование имиджа политических лидеров посредством традиционных СМИ и новых медиа.

Гипотеза исследования – активное и грамотное использование каналов трансляции (традиционные СМИ и новые медиа) позволяют политическому лидеру эффективнее воздействовать на аудиторию и добиваться поставленных целей.

Цель исследования – определить основные инструменты формирования имиджа рассматриваемого политического лидера посредством анализа СМИ и реакции пользователей интернет-ресурсов.

Задачи исследования:

1. Выявить, какие компоненты формируются с помощью СМИ
2. Выявить теоретические основы понятия политического имиджа
3. Определить каналы трансляции
4. Выявить специфику стратегии создания имиджа политического лидера
5. Выделить основные модели образа политического лидера
6. Оценить эффективность и результаты работы

Методы исследования – метод анализа и синтеза теоретического материала и контент-анализ материалов СМИ.

Теоретической базой исследования являются работы Вершинина М.С. [Вершинин 2001] Котлера Ф. , Фомичевой [Фомичева 2007]. Гринберга Т.Э. [Гринберг 2010], Дергач [А.А., Дергач 2006].

Эмпирическую базу исследования составили публикации СМИ с 2012 по 2018 годы, например материалы «Медузы», «Эхо Москвы», видеоматериалы с различных YouTube-каналов. Эмпирическая база формировалась методом репрезентативной выборки, которая проходила в два этапа. На первом этапе определялась принадлежность публикаций к теме исследования на основании присутствия в текстах слов «Собчак», «оппозиционер», «выборы 2018». На втором этапе отбирались те публикации, в которых информация об имидже и образе Ксении Собчак представлен наиболее детализировано.

Практическая значимость результатов исследования определяется возможностью применения результатов работы журналистами, так как в работе представлена технология создания имиджа политического лидера и основные инструменты. Также данная работа может послужить основой для создания методического материала по дисциплине Современные медиатехнологии.

Научная новизна работы заключается в исследовании актуальных технологий имиджирования и связи политических лидеров с аудиторией посредством современных СМИ в заданном отрезке политической истории России.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ИМИДЖА ПОЛИТИКА

1.1. Понятие имидж и его компоненты. Технология формирования имиджа

В массовом сознании государство ассоциируется, прежде всего, с политическим лидером. В связи с глобализацией информационного пространства в современном мире, в котором основным предметом труда большей части людей являются информация и знания, а орудием труда - информационные технологии, встает задача грамотного позиционирования политика и создание правильного образа в СМИ и среди своих избирателей.

Политический образ – сложное явление, социально-психологический феномен, которое включает в себя созданный имидж, и последующая его проекция, порожденная в средствах массовой информации и политической рекламе [Юрий 2006, с. 7-8]. Ответственность политического лидера резко повышается в условиях, когда политик перестает быть анонимным. В этом случае повышается внимание к данным персоналиям, что особенно ярко прослеживается в мире, где огромную роль играют масс-медиа.

В России средства массовой информации не являются «четвертой властью», как, например, в США, где СМИ способны оказывать непосредственное влияние на политический процесс и где они делают политическую жизнь максимально прозрачной. В России на данный момент большинство традиционных СМИ являются инструментами воздействия на граждан страны. Таким образом, СМИ – очень мощный ресурс власти. Тем не менее, политики при создании своего имиджа обязательно ориентируются на то, каким впоследствии станет их образ, пройдя через призму восприятия журналистов и самой аудитории [Вершинин 2001, с. 157].

Для того, чтобы разобраться в проблеме, необходимо сначала разработать понятийный аппарат исследования и в его рамках дать

определения таким понятиям как «политический лидер», «образ», «имидж» и др.

Итак, политические партии имеют лицо, кандидата, лидера партии, который является носителем идеологии и продвигает определенные ценности. Политическая партия, таким образом, это способ сплочения группы вокруг политического лидера.

В свою очередь политический лидер (англ. «leader» - ведущий) - это человек, способный влиять на политическое поведение и политическую деятельность людей благодаря определенным личностным качествам [Гринберг 2010].

Стоит отметить, что существование политического лидера, как и лидера вообще, возможно только при условии, что у него будут последователи, т.е. люди, которые признают за лидером его право вести. Лидер не может существовать отдельно, однако он выделяется на фоне остальных личностными характеристиками и качествами. К ним относят черты характера, индивидуальные особенности, а также навыки и умения.

Таким образом, политическое лидерство – сложное явление, представляющее собой симбиоз самого лидера и его последователей. В рамках их взаимодействия выделяют различные структуры и методы, благодаря которым и существует это взаимодействие.

Политик играет огромную роль в политическом процессе, его имидж и впоследствии сформировавшийся образ воздействует на избирателя, тем самым, при грамотном использовании, приводя к желаемому результату.

Политический пиар (PR) представляет собой процесс создания идеологии и имиджа политика. PR создает ситуацию и помещает в нее определенный объект [Дудин 2009].

Политический образ – это представление о самом политическом лидере, партии, а также о программе партии, сформировавшийся в сознании аудитории.

Имидж (англ. «image», от лат. «imago» - образ, вид) - целенаправленно формируемый образ (какого-либо лица, явления, предмета), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т. п. [Большая советская энциклопедия].

Очень важно разделять понятия «Образ» и «Имидж», поэтому уделим данным терминам особое внимание.

Образ – субъективная картина мира или его фрагментов, включающая самого субъекта, других людей, пространственное окружение и временную последовательность событий. Являясь субъективной формой отражения материального мира, образ по содержанию соответствует своему объекту, но не адекватно, а лишь как приближенная его копия.

Как правило, образ человека, который присутствует в массовом сознании и в средствах массовой информации, сильно искажается и не может быть точным отражением сущности индивида, в том числе вследствие невозможности передать все характеристики и качества реального человека [Авченко 2010]. Это обусловлено множеством причин.

Одна из них заключается в том, что каналы коммуникации искажают передаваемый образ из-за собственного несовершенства. Так, имидж, прежде чем стать образом, проходит множество «призм» и, достигая своего адресата, представляется несколько в искаженном варианте. Из-за того, что издания и телеканалы придерживаются собственной редакционной политики, на имидж накладывается множество факторов. Зачастую происходит так, что СМИ различной направленности представляют одну и ту же ситуацию с абсолютно разных сторон, что, безусловно, меняет образ политика или ситуации в целом.

Также образ искажается в силу того, что на пути к сознанию аудитории он проходит через сознание журналиста, который накладывает отпечаток в виде собственного опыта, моделей поведения и т.д. Итогом данного процесса неизбежно становится искажение передаваемого образа. При этом вовсе необязательно, чтобы перед журналистом ставилась конкретная цель

искажить имидж или придать определённую эмоциональную окраску. Само личное отношение журналиста, даже подсознательное, может отразиться в выборе слов, формулировок, построении материала, выборе фотографий, видеоматериалов и других элементов, которые в конечном итоге повлияют на восприятие информации конечной аудиторией [Морозова 2010, с. 58].

В дальнейшем образ укореняется в сознании аудитории. В отличие от имиджа образ создается не целенаправленно, а в силу ряда обстоятельств, часть которых приведена выше. Образ – явление спонтанное, и оно не всегда может контролироваться политиком. Образ прочно закрепляется в сознании аудитории, в то время как имидж более динамичен и легко поддается изменению. Для изменения образа, прочно вошедшего в сознание аудитории, требуется значительно больше времени и ресурсов. Нередки случаи, когда образ настолько прочно входит в массовое сознание, что его почти невозможно изменить.

«Создание образа эффективно и потому, что «навешивание ярлыка» может оказаться успешным даже в том случае, если сказанное противоречит ожидаемому» [Ковальчук 2002].

Из всего вышесказанного можно заключить, что политический образ, как и любой образ в принципе, с одной стороны, представляет собой отражение реальных характеристик объекта, но с другой - является проекцией ожиданий аудитории.

В свою очередь имидж (при условии, что команда имиджмейкеров политика состоит преимущественно из профессионалов) корректируется с учетом сложившихся в обществе и жизни самого индивида обстоятельств.

В условиях сложившейся обстановки для политического лидера имидж является ключевым фактором, обеспечивающим успешность политической карьеры.

Одним из наиболее эффективных способов индивидуализации образа является метафоризация. Метафоризация – это процесс образования смыслов

и дальнейшего построения информации, аналогичный процессу познания, развитию умения ориентироваться в окружающем мире.

По мнению Дж. Лакоффа и М. Джонсона метафоризация основана на взаимодействии двух структур знаний: «структуры-источника» и «структуры-цели». Область источника в когнитивной теории представляет собой опыт человека. Область цели – менее конкретное знание, «знание по определению». Данный подход позволяет определить метафору не только в терминах лингвистического явления, но и как явления мыслительного [Лакофф, Джонсон 1990].

Лакофф пишет, что в результате метафорической проекции из структуры-источника в структуру-мишень сформировавшиеся в результате опыта взаимодействия человека с окружающим миром элементы структуры-источника структурируют менее понятную структуру-мишень, что составляет сущность когнитивного потенциала метафоры. Структура-источник является более конкретным знанием, легче передается одним человеком другому, основана непосредственно на опыте взаимодействия человека с действительностью, в то время как структура-мишень – это менее конкретное, менее определенное знание [Лакофф 1993, с.245].

Данные идеи развивает Э. Будаев, отмечая, что «положение о том, что субъект склонен реагировать не на реальность, а скорее на собственные когнитивные репрезентации реальности, приводит к выводу, что и поведение человека непосредственно определяется не столько объективной реальностью, сколько системой репрезентации человека. Из этого следует, что выводы, которые мы делаем на основе метафорического мышления, могут формировать основу для действий» [Будаев 2012, с.19].

В данном контексте метафоризация образа как способ его индивидуализации с помощью СМИ есть заранее подготовленный контекст, в который можно поместить «ярлык», необходимый образу, появление которого в необходимой функции не вызвало бы возражений.

Таким образом, для более эффективного и быстрого восприятия и переработки полученной информации потребителю необходимы стереотипы, которые впоследствии будут подкреплять модель, наиболее подходящую для них.

Стереотипы в массовом сознании присутствуют и укрепляются на протяжении очень длительного времени и, как правило, формируются спонтанно, в то время как имидж создается целенаправленно и поддается изменению. Стереотипы прочно закладываются в массовом сознании, их почти невозможно искоренить в короткий срок. Преобразование или полное разрушение стереотипов происходит на протяжении длительного временного периода.

В конечном итоге главная цель политического лидера и его команды – влияние на электорат с целью получения как можно большего процента голосов и поддержки общества. Политику необходимо заручиться поддержкой определенных социальных групп и личностей, имеющих мощное влияние на аудиторию. Тем самым он обеспечивает себе высокий пост и политическое влияние [Шашлов 2010, с. 56]

Мощным средством формирования образов является масс-медиа. Политика прочно закрепилась в сфере массовых коммуникаций, и массовая коммуникация как инструмент психологического воздействия уже давно активно используется политиками.

Словарь психологических терминов трактует понятие «воздействие» как процесс и результат изменения индивидом поведения другого человека (объекта влияния), его установок, намерений, представлений и оценок в ходе взаимодействия с ним.

В то же время «психологическое воздействие» – это определённая активность одних людей, осуществляемая в различных формах и различными средствами (в том числе психологическими), направленная на других людей и их группы с целью изменения их психики и сознания, то есть их взглядов,

мнений, убеждений, представлений, мотивов, установок и стереотипов поведения, чувств, настроений и состояний.

В связи с тем, что воображение в значительно меньшей степени подвержено логике, чем мышление, направленное на него психологическое воздействие стало основным инструментом формирования образов.

Для того, чтобы воздействие было наиболее эффективным, необходимо создать яркий образ, который «надавит» на определенные точки восприятия индивида, а также согласуется с архетипами сознания. Но для полного завершения следует неоднократно повторять и транслировать заданный образ [Агеев 1989].

Приемы психологического воздействия:

- 1) «приклеивание» или «навешивание ярлыков»;
- 2) «сияющие обобщения» или «блистательная неопределенность»;
- 3) «перенос» или «трансфер»;
- 4) «ссылка на авторитеты», «по рекомендации», «свидетельства» или «свидетельствование»;
- 5) «свои ребята», или «игра в простонародность»;
- 6) «перетасовка» или «подтасовка карт»;
- 7) «общий вагон», «общая платформа» или «фургон с оркестром».

Приемы, описанные выше, позволяют достичь определённых результатов. Тем не менее, нельзя утверждать, что они могут воздействовать на всю аудиторию и внедрить в ее сознание любую ложь. Впрочем, при грамотном подходе они вполне эффективны, особенно в случае многократного повторения и при работе высококвалифицированных специалистов.

Как было отмечено выше, имидж формируется целенаправленно с помощью технологий, которые будут рассмотрены далее. Помимо реальных характеристик индивида, он может включать в себя и специально созданные характеристики. Именно взаимодействие этих характеристик приводит к

желаемому результату, так как оба эти вида характеристик дополняют друг друга.

Имидж оказывает непосредственное влияние на поведение социальной массы, на становление индивидов и выбор политического лидера. Кроме социальной, имидж представляет собой экономическую категорию, где «имидж» действует как «бренд», помогая ориентировать потребителя на тот или иной товар [Гармонова 1998, с. 29-32].

В формировании политического имиджа можно выделить следующие этапы:

1. Работа с исходным материалом. Исходный материал – это фундамент, основа. Имиджмейкеру приходится работать не с чистым листом, а уже с имеющимся набором характеристик и качеств объекта. На первом этапе существенную роль играет выбор «объекта». Целенаправленно подбирается кандидат, имеющий положительные характеристики, которые могут привлечь на сторону политика определенные социальные группы (здесь стоит упомянуть, что понятие «положительные характеристики» для разных групп избирателей иногда отличаются в силу классовых различий). Удачно подобранный «исходный материал», т.е. кандидат, является несомненным плюсом для создания положительного имиджа. В исходный материал входят такие качества как имя, биография, внешность, тембр голоса и возраст политика.

В задачу имиджмейкера входит скрыть отрицательные стороны личности и биографии и сделать акцент на положительных качествах политика, тем самым представив его в более выгодном свете.

2. Создание спроецированного образа, который будет накладываться на исходный материал. Важным критерием является отсутствие диссонанса между виртуальным образом и основой. На этом этапе окончательно формируется стратегия и имидж, которого выбранный кандидат будет придерживаться далее.

3. Внесение некоторых поправок в биографию и работа над репутацией.

Репутация (франц. «reputation») – создавшееся общее мнение о качестве, достоинствах и недостатках кого-либо, чего-либо. Репутация является побочным продуктом имиджа. Репутация возникает после формирования образа и является совокупностью имиджа, поступков и искажения, вносимых каналами трансляции. Условие – образ должен укрепиться в сознании аудитории [Морозова 2010, с. 44].

В то же время биография политического лидера является одним из самых важных компонентов его имиджа. Она должна в полной мере демонстрировать профессиональные достижения, такие как, например, образование, эффективное управление партией, структурами, бизнесом, решение ряда социальных проблем. Следует отметить, что при этом необходимо выделить роль личностных качеств политика, благодаря которым он мог преодолеть препятствия и которые помогут ему в будущем стать сильным управленцем и существенно улучшить жизнь своих избирателей. Опыт решения проблем (например, при ЧС или военных действиях) может оказать существенное положительное влияние.

Биография политика должна иметь как можно меньше «слабых мест» и негативного опыта. Черные пятна и провалы не только не способствуют закреплению положительного образа, но и дает оппонентам и противникам дополнительные очки в политической борьбе.

Также стоит подчеркнуть мотивацию, из-за которой человек решил прийти в политическую сферу.

На основе этих этапов создается легенда, в которой либо биография фигурирует полностью, либо создается новая легенда, которая накладывается на исходный материал.

4. Неизбежное искажение, которое появляется после того, как каналы коммуникации начинают транслировать имидж, тем самым создавая отдельную категорию – образ [Дергач 2006].

5. Заключительный этап – результат. На этом этапе образ политика окончательно закрепляется в сознании общества в результате действий каналов трансляции, а затем и личного восприятия отдельных индивидов.

Исходя из всего этого, можно сделать следующий вывод. Имидж политического лидера - это совокупность черт, как личных, так и специально созданных.

При этом необходимо отметить, что большинство избирателей не углубляются в политику, не проводят комплексный анализ, а значит, воспринимают политика как реального человека, с которым созданный образ политика, как правило, имеет мало общего. Избиратель в данном случае выбирает не человека, а идею и образ.

Условием, без которого работа имиджмейкеров абсолютно бесполезна и не имеет смысла, является публичность. Публичность - неотъемлемая черта современной политической системы. Работа имиджмейкера считается выполненной только при условии, что имидж проходит через массовые каналы трансляции и начинает действовать как проект или бренд, принося результат.

Имидж политика сегодня – наиболее эффективный инструмент для воздействия на электорат. Основываясь на этом утверждении, можно с уверенностью сказать, что политический PR играет огромную роль в политике.

Для популяризации имиджа используются те же самые правила, что и при создании и рекламы бренда. Для того, чтобы глубже понять и систематизировать механизмы разработки имиджа политического лидера, стоит рассмотреть данный процесс как процесс создания бренда, используя основные правила маркетинга [Герман 2013].

Инструменты, формирующие имидж и репутацию «товара» и «человека» не сильно различаются.

Политический лидер – это персоналия. Под этим определением понимается «публичный человек». Из этого можно сделать вывод, что

«бренд» политика – его имя и его место в политической и общественной сфере.

Имидж имеет следующую структуру и состоит из нескольких компонентов:

1. Невербальные компоненты.

Как известно, подавляющий процент информации человек получает визуально (90%). Исходя из этого, можно сделать вывод, что внешний вид политика является одной из главных составляющих его имиджа. Сюда входят врожденные внешние признаки (лицо, рост, расовая принадлежность, т.е. цвет кожи) и приобретенные (прическа, одежда). Немаловажную роль также играют мимика и манера поведения [Загайнов 2007, с. 158-161].

2. Вербальные компоненты.

К данным аспектам относится голос и манера речи. Раздражающий голос и плохо поставленная речь, неуместная манера – могут стать серьезным препятствием на пути создания положительного образа.

3. Биография

4. Поведение

5. Программа и установки

Стоит отметить и следующие компоненты – харизму, уверенность в себе, соответствие менталитету страны, интеллект и эрудированность.

Таким образом, имидж имеет многоуровневую структуру. Только при слаженном взаимодействии данных компонентов возможно формирование имиджа политического лидера, эффективного в достижении его целей [Моррис 2004].

Резюмируя вышесказанное, делаем вывод, что имидж является наиболее важным компонентом в политической борьбе и напрямую воздействует на аудиторию, несмотря на то, что каналы массовой коммуникации неизбежно вносят свои коррективы при последующем формировании образа и репутации. Имидж – многоуровневая система и она будет успешно функционировать и приведет к желаемому результату, только

в том случае, если все ее компоненты грамотно взаимодействуют между собой и корректируются с учетом мнения аудитории и изменяющейся обстановки.

1.2. Способы трансляции имиджа. Роль СМИ

В современном мире средства массовой информации стали основным каналом трансляции имиджа. СМИ остаются основным инструментом, влияющим на массовое сознание. Помимо всего прочего (имиджа социальных групп и целых стран) средства массовой информации формируют и образы политических лидеров. Общественное мнение складывается на основе получаемой из СМИ информации, которая впоследствии влияет на действия социума. Имидж как продукт, создаваемый СМИ, координирует действия масс в интересах определенных структур и лиц. Чрезвычайно важно то, что СМИ также способны изменить посредством манипуляций уже сформировавшееся мнение о политическом лидере. С помощью них политик может менять свой образ, основываясь на тех процессах, которые происходят в политической сфере, а также следуя тенденциям, возникающим в обществе. Поэтому необходимо понимать, как именно работают механизмы формирования и продвижения образа в информационном обществе.

Итак, основная задача политического лидера – повлиять на свой электорат, получить максимально возможное количество голосов, выдержать конкуренцию в политической сфере, а также заполучить доверие со стороны избирателей или политических сил [Фомичева 2007, с 245].

СМИ как канал трансляции распространяют идеи политической партии и их непосредственного лидера, его предвыборную программу, а также являются каналом коммуникации между членами политической партии и их избирателями. Также СМИ являются инструментом трансляции политического имиджа и следующим этапом политического пиара – работой

со сформировавшимся образом или стереотипизацией не только самого лидера партии, но и его установок и идей [Грачев 2004]. Информация, появляющаяся в СМИ, также содержит в себе манеры поведения политика, его точку зрения по важным вопросам. Его реплики и речь направлены на привлечение избирателей, или, наоборот, на формирование негативного образа среди аудитории. Визуальная часть образа также транслируется медиа. В качестве примера можно привести выбор фото и видео материалов для публикации. Например, чтобы выставить политика в плохом свете намеренно вставляются неудачные фотографии (нелепая поза, выражение лица, неудачный ракурс), вырванные из контекста фразы или видео. Нередко СМИ подмечают неловкие моменты. Так, например, один целый репортаж на канале «Россия 24» был посвящен севшей на лицо кандидата в президенты США мухе.

Немаловажен тот факт, что огромную роль в формировании образа играет интернет, который мгновенно реагирует на событие и предлагает свои варианты интерпретации произошедшего.

Разумеется, созданный имидж, как было замечено ранее, претерпевает существенные изменения, и образ политического лидера может оказаться совсем не тем, на что рассчитывал лидер и его имиджмейкеры [Лилиан 2001, с.53]. Для предотвращения подобных последствий необходимо проводить социологические опросы, исследования и анализировать контент СМИ, а также действия других политических лидеров, например, конкурентов.

Существует несколько каналов трансляции образов политических лидеров помимо СМИ. Например, агитация на митингах, пропаганда, наружная реклама и реклама в изданиях и т.д. Тем не менее, периодика, телевидение, радио и интернет остаются ведущими каналами коммуникации. Их воздействие на социум трудно переоценить. Для того, чтобы добиться поставленной цели и создать желаемый образ, политику и команде имиджмейкеров необходимо контактировать с прессой [Комаровский 2003]. Как правило, наибольшую популярность набирает кандидат, который больше

появляется в прессе. Стоит учесть тот факт, что известность не всегда идет на пользу политику, так как в СМИ могут освещаться его негативные стороны и действия, которые вызывают отрицательный эффект среди аудитории. Таким образом, грамотно созданный имидж формирует положительный образ среди аудитории, что позволяет кандидату занять более выигрышную позицию и заручиться поддержкой избирателей. При создании имиджа и его «запуске» по каналам трансляции кандидату необходимо учесть следующее: нужно быть не просто узнаваемым, а создать имидж настоящего лидера. Имиджмейкеры обязаны учитывать влияние медиа и наиболее эффективно выстроить систему общения со своей аудиторией.

Но на пути к поставленной цели политику также могут встретиться подводные камни. Например, определенные СМИ могут выставить политического лидера и его идеи в невыгодном для него свете, тем самым исказив восприятие аудитории, а иногда и вовсе сделать тезисы и идеи, выдвигаемые политиком, прямо противоположными первоначальному варианту. Существенно важен тот факт, что на данный момент событие важно не само по себе. Скорее влияет на аудиторию не само событие, а то, как СМИ на него реагируют. СМИ могут полностью поменять отношение аудитории к человеку, стране или происшествию. Исходя из вышесказанного стоит отметить, что политику, перед тем, как выступить на ТВ или предпринять какое-либо действие, необходимо попытаться точно спрогнозировать, какой эффект оно даст позднее и как на него отреагируют СМИ (особенно с наибольшим охватом и нужной направленностью) и большая часть аудитории [Васильева 203, с. 171-173].

СМИ, как правило, заостряют внимание на определенных аспектах события или речи кандидата. Эффективность выбранного пути напрямую зависит от того, к чему именно средства массовой информации будут привлекать свою аудиторию.

Аудитория в свою очередь мыслит архетипами и отдает предпочтение определенной структуре подачи информации. Происходит это из-за того, что

среднестатистический человек ограничен в ресурсах (как правило, во времени). Ему проще переварить информацию, поданную максимально просто и в удобной для него манере, которая устанавливается на протяжении всей жизни медиапространства [Фомичева 2007, с 95]. Основываясь на статистике, можно с уверенностью заявить, что у большинства россиян есть всего лишь несколько СМИ, которые они регулярно просматривают. Как правило, среднестатистический человек доверяет средствам массовой информации, если издание или телеканал придерживается той политики и продвигает те идеи, которые близки этому человеку. Так, например, можно отметить «Медузу» и комментарии пользователей на их ресурсах, которые, как правило, негативно оценивают любые действия правящей партии. Второй причиной, почему человек слепо доверяет СМИ – у него не остается выбора, ведь физически невозможно присутствовать и принимать участие во всех мировых и даже местных событиях. Возможность связаться с непосредственными участниками или очевидцами также имеется у ограниченного количества людей. Этим активно пользуются сами средства массовой информации, государства и политические лидеры, которые, понимая специфику СМИ и человеческого восприятия, могут исказить реальные факты, подменять их, а также выставлять в выгодном и невыгодном свете.

Надо полагать, что сотрудничество политика и СМИ является взаимовыгодным. СМИ нуждается в ньюс-мейкерах и инфоповодах. Немаловажным является то, что у каждого СМИ существует своя редакционная политика, и это существенно влияет на образ, который формируется впоследствии.

Поэтому, как замечено выше, политику жизненно необходимо учитывать этот факт, дабы его образ был сформирован в соответствии с ожиданиями.

Характерно то, что сама аудитория имеет острую потребность в СМИ. Это не только удовлетворяет ее потребность в информации, СМИ также

являются информатором и путеводителем по происходящим в мире событиям. Также это позволяет индивиду, далекому от политики, приобщиться к самой политике, понимать происходящие процессы, а также следить за действиями политика. Обратной стороной потребления информации из СМИ является неспособность основной части населения самостоятельно анализировать информацию и надежность источника [Отц 2005]. Здесь следует упомянуть политическую пропаганду и подмену фактов. Например, скриншот из мобильной игры, выдаваемый «1 каналом» за снимки со спутника.

На данный момент существенная часть аудитории уходит в интернет, что побуждает издательства и телеканалы вести активную деятельность в интернете: наиболее активно вести свои интернет версии, мониторить аудиторию, а также уходить в социальные сети.

При формировании политического имиджа необходимо в первую очередь учитывать описанную выше тенденцию.

У интернета есть преимущества перед традиционными СМИ. Ведущим из них является скорость. Интернет реагирует на определенное событие или новость намного быстрее, чем традиционные СМИ, которым необходимо выйти в тираж или смонтировать телесюжет. В современном обществе срок жизни новости намного меньше, чем, к примеру, в начале века. Это относится к конкретным событиям, но можно выделить несколько тем, эксплуатация которых осуществлялась на протяжении продолжительного временного периода. Например, новости о событиях на Украине или в Сирии не сходят с экранов телевизоров и мониторов уже 5 лет.

Скорость, с которой интернет разносит любую информацию, позволяет ему быть наиболее востребованным, нежели традиционные СМИ. Немаловажен тот факт, что интернет способен вести трансляции в режиме «онлайн». Интернет не имеет временных ограничений, а также не ограничен в передаваемом объеме информации. Пользователи могут в реальном времени следить за событием. Преимуществом является также то, что

информацию в интернете практически невозможно контролировать. Ресурсы разной направленности предлагают разный взгляд на одно и то же событие, либо на первоисточник или информационную сводку, что позволяет более объективно оценить сложившуюся обстановку. Таким образом, новость не будет пропущена сквозь призму средств массовой информации.

Пользователь может фильтровать информацию. Например, запретить отображать новости с определенным тегом или новости определенных СМИ. Интернет не привязан ко времени как, например, телевидение, что делает его наиболее удобным для современного ритма жизни. Человеку нет необходимости появляться у экрана в определенное время и ждать очереди определенной новости. Интерактивность также является преимуществом интернет СМИ над традиционными. Если раньше это выражалось в письмах читателей, которые присылались в редакцию, то сейчас отклик от аудитории приходит спустя короткое время после публикации материала. Пользователи получили возможность выражать свое мнение, в том числе и анонимно. Также новость может дополняться в режиме реального времени не только с помощью получаемых журналистами фактов, но и с помощью читателей и зрителей, которые могут делиться информацией. В текст можно добавлять гиперссылки, фото, аудио и видео контент, который не будет жестко ограничен по объему и позволит сделать материал более полным и интересным читателю. Интернет предоставляет ресурсы для журналистского творчества. Популярна также «гражданская журналистика», когда любой человек может заполучить аудиторию и создавать свой контент.

Финансовый аспект также немаловажен. Финансовые ресурсы, необходимые для интернет СМИ, существенно меньше, чем для традиционных. Интернет СМИ более оперативны из-за огромной конкуренции в своей среде. Им приходится в кратчайшие сроки реагировать на событие чтобы не растерять аудиторию.

Доступность СМИ имеет первостепенное значение. Чем доступнее СМИ, тем больше охват аудитории, что позволяет наиболее эффективно воздействовать на избирателей [Моррис 2004, с. 49-53].

Персоналии являются неотъемлемой частью картины мира, которую в свою очередь создают средства массовой информации. Для понимания политических процессов аудитории необходимо мыслить архетипами, которые накладываются на персоналии. Это позволяет существенно упростить восприятие и обработку информации [Андриевский 2011]. Имеет место и обратный процесс. Через СМИ до потенциального или действующего кандидата доходят запросы и потребности его электората.

В конечном итоге интернет позволяет иметь обратную связь с аудиторией и напрямую и в короткие сроки отслеживать ее реакцию. Это позволяет наиболее точно отследить эффективность имиджа и образ политика не только в СМИ, но и непосредственно в самой аудитории.

Исходя из вышесказанного, можно сказать, что интернет является действенным механизмом для формирования имиджа и впоследствии образа политического лидера.

Итак, средства массовой информации являются наиболее эффективным и массовым каналом для трансляции имиджа, идей и формирования образа политической партии или политического лидера. СМИ – удобная площадка для выступлений и продвижения своей программы и достижения цели [Назаров 1999, с 24].

Также сделанные в рамках имиджологических исследований выводы подтверждают, что образ политика формируется при прямом и косвенном восприятии аудиторией объекта. При этом известно, что внедрение в сознание людей образа, имеющего мало общего с реальными характеристиками индивида, происходит из-за низкой вовлеченности последних в событие, их неспособности участвовать в политических событиях, а также низкого уровня внимательности.

Для того, чтобы проанализировать и систематизировать созданный образ квазиоппозиционного политика на примере предвыборной программы кандидата в президенты Ксении Анатольевны Собчак в практической части представлено исследование, основанное на данных, полученных на основе комплексного контент-анализа новых медиа и традиционных СМИ.

Ксения Собчак является единственной женщиной, выдвинувшей свою кандидатуру в президенты Российской Федерации на выборах в 2018 году. В России женщина-политик – явление крайне редкое. Публикации о женщинах в российских СМИ зачастую носят нейтральный характер. Во многом это происходит по причине того, что участие женщины в политической жизни требует от нее мужского стиля поведения, маскулинизации и впоследствии полного отказа от проявления черт, присущих женщине. В развитых странах женщина является неотъемлемой частью политической системы. Участие женщин в политике является одним из критериев демократичности государства.

Составляя достаточно большую долю в составе политической элиты развитых стран, женщины занимают высокие должности в государственном аппарате, в общественных движениях и неправительственных организациях, в сфере культуры и образования и даже в армии. В Швеции, например, участие в органах управления представителей каждого пола должно составлять не менее 40 %. В 2000 г. в бундесрате Германии, включающем членов земельных правительств, из 69 сенаторов 41 были женщины (59 %). Не случайно федеральным канцлером страны в ноябре 2005 г. стала женщина – Ангела Меркель. В начале 2000-х гг. в Совете Федерации (верхней палате российского парламента) была только одна женщина. В 2009 г. в состав Совета Федерации (всего было избрано 168 человек) входят 8 женщин (5 %). Для сравнения: в Сенате США женщин в три с половиной раза больше – 17 %. [Политика и правовое государство. Управление консультацией 2000] В нижней палате нашего парламента, Государственной Думе, ситуация не лучше. В Думе пятого созыва, избранной в декабре 2007 г., доля женщин –

13,8 %. В региональных парламентах женское представительство еще меньше. В целом среди депутатов законодательных органов государственной власти субъектов Федерации женщин 11 %. В восьми субъектах РФ их доля составляет 5 % и меньше (Брянская, Тамбовская, Новосибирская, Омская, Сахалинская, Челябинская области, Пермский край, Республика Ингушетия). В Магаданской области в региональном парламенте женщин нет вообще. Самое большое число депутатов-женщин в Ненецком автономном округе (39 %) и Еврейской автономной области (38 %). В состав Правительства РФ (в котором участвуют 17 министров и 8 заместителей Председателя Правительства) в настоящее время входят 3 женщины-министра (11 %). Министр экономического развития и торговли Эльвира Набиуллина и министр здравоохранения и социального развития Татьяна Голикова стали членами правительства еще в сентябре 2007 г., в марте 2009 г. министром сельского хозяйства была назначена Елена Скрынник. В России по-прежнему лишь одна женщина губернатор – В. И. Матвиенко, избранная на свой пост еще в 2003 г [Кашина 2009].

На основе этого констатируется факт, что женщинам в российской политике отведена меньшая роль, чем их иностранным коллегам. Образ политика как неизменно мужской профессии формируется у отечественной аудитории с помощью СМИ. Впрочем, в России слишком мал процент политиков-женщин, и поэтому вполне закономерно, что они значительно реже упоминаются в СМИ. Вследствие этого у избирателя формируется мнение о том, что политика – занятие исключительно мужское, и женщина в ней является второстепенной персоналией. В результате этого усиливается гендерное неравенство, и без того широко распространённое в России.

Поэтому активность женщин, особенно на федеральном уровне, до выдвижения Ксении Собчак оставалась низкой.

1.3. Оппозиция и ее роль в политической жизни

Одним из самых существенных признаков демократического правового государства и гражданского общества является наличие политической оппозиции. Именно политическая оппозиция обеспечивает сменяемость власти и осуществляет контроль за политическими силами, стоящими во главе государства. Как говорил выдающийся политический деятель Франсуа Гизо: «Оппозиция должна преследовать власть по пятам, достаточно часто встречаться на её пути, выглядеть перед нею хорошо вооружённой, дабы заставить ту ощутить потребность не впадать в заблуждение, дабы оказывать на нее воздействие, хотя власть ее отвергает и даже одерживает над ней победы».

На данный момент тема политической оппозиции наиболее актуальна. Обуславливается это тем, что построение демократического общества является одной из самых главных задач большинства цивилизованных стран. Это ещё раз доказывает важную роль оппозиции в трансформации авторитарных и тоталитарных режимов.

Наличие оппозиции – неотъемлемая часть политической сферы. Сущность политики такова, что в силу своей специфики, ей свойственно наличие альтернативных мнений, позиций и идей [Жмыриков 1996, с. 21].

Одной из задач власти на протяжении всей истории было выстраивание взаимоотношений с оппозицией: сюда входил либо полный запрет, либо нахождение компромиссов.

Политическая борьба при этом ведется в различных масштабах: от международных до политической борьбы локального уровня. Политическая борьба ведется за влияние, ресурсы, а также за власть и высокое положение в политической системе. Политическая борьба также включает в себя разнообразные методы ведения. Сюда можно отнести парламентские споры, дебаты, PR, открытую пропаганду, подкуп избирателей, «очернение» оппонентов, а также вооруженных действий, позиционной борьбы. Это

напрямую зависит от типа политической системы и текущей политической и социальной ситуации в регионе, стране или мире.

Возникновение оппозиции обусловлено следующими причинами. В любом обществе практически невозможно сохранить устойчивую политическую обстановку на протяжении длительного времени. В силу качеств индивидов и общества в целом, общество требует различных политических решений. На это, безусловно, также влияет и расслоение общества, появление и усиление социального неравенства и различных точек зрения отдельных людей или социальных групп, национальное неравенство, противостояние внутри элит, а также желание отдельных людей, заявляющих себя в качестве оппозиционеров, прийти непосредственно к власти.

По мнению исследователя Р. Даля, власти присуща иерархичная структура. Власть принадлежит не одному правящему классу. Она распределяется среди большого количества социальных групп, которые, в свою очередь, имеют отличные друг от друга интересы. К подобным социальным группам можно отнести не только политические партии, а также этнические группы, профсоюзы, объединения людей одного социального слоя и т.д.

Они зачастую находятся в противоречии, и им присущи столкновения интересов, что ранее и послужило причиной их формирования и отделения. Роберта Даль отмечал: «Редко страна делится на два лагеря по какому-либо принципу вообще. Как правило, обнаруживается более двух групп конфликтующих интересов» [Даль 1989]

Исходя из этого, социум делится на множество слоев и социальных групп. Часть из них занимает руководящие посты, часть неизбежно уходит в оппозицию. Стоит также отметить, что оппозиция должна прийти к соглашению и компромиссам с правящей партией, именно тогда она заручается поддержкой избирателей. Слишком активное противостояние может привести к тому, что оппозиционеры становятся «маргиналами», что негативно сказывается на последующих результатах их деятельности.

В рамках концепции эгалитарного элитизма Й. Шумпетера избиратели представляют собой пассивную группу и не могут принимать участие в активной политической деятельности. Их роль – принять или опровергнуть те или иные идеи, лидеров и программы политических партий. Таким образом, оппозиция предстает одной из социальных групп [Шумпетер 1939].

Существует несколько концепций, объясняющих сущность оппозиции. Институциональная концепция объясняет оппозицию как политическую партию, движения или одного человека.

Так, Д.П. Зеркин определяет политическую оппозицию как «организованную группу активных индивидов, объединенных осознанием общности своих политических интересов, ценностей и целей и ведущих борьбу с господствующим субъектом за доминирующий статус в системе государственной власти» [Зеркин 1998].

«Помимо этого, некоторые исследователи считают, что под политической оппозицией можно понимать любую политическую силу, не находящуюся у рычагов политической власти».

Данная трактовка оппозиции подходит для анализа устройства демократического государства, где существует стабильная структура. Но оно не учитывает разнообразные модели организации власти, отличные от демократической.

Р. Даль говорит о политической оппозиции достаточно неоднозначно: «А имеет власть над Б настолько, насколько может заставить Б делать что-то, что Б в ином случае не стал бы делать».

«Здесь оппозиция выступает субъектом, но есть и другое определение Р. Даля, схожее с определением власти: «Предположим, что А определяет курс правительства в определенной политической системе по тому или иному вопросу в течение некоторого промежутка времени... Предположим, что в течение этого промежутка времени В не может определять поведение правительства, и что В противостоит тому курсу правительства, что определяется А. Тогда В является тем, что мы называем «оппозицией».

Представляется, что Р. Даль все же имеет ввиду не само противостояние, а противостоящий субъект. Его рассуждения имеют продолжение: «Заметим, что в течение некоторого другого промежутка времени предопределять курс правительства может В, и тогда «в оппозиции» окажется А... В этом смысле нельзя говорить об объективной оппозиции «интересов», не зависящей от восприятия или убеждений, которых придерживаются участвующие стороны». С другой стороны, употребление самого термина «оппозиция» в названиях сборников («Политические оппозиции в Западных демократиях» и «Режимы и оппозиции»), да еще и во множественном числе свидетельствует о том, что Р. Даль все же воспринимал оппозицию как субъект» [Даль 1939].

Но стоит отметить, что другие исследователи, например, Цыганков А.П., раскрывают политическую оппозицию как политический институт, созданный для выражения и отстаивания интересов, которые, формируясь в центре и регионах, отличаются от интересов, реализуемых в политике центральной власти.

Оппозиция по Васильеву В.А.: «Оппозиция – это противостояние различных субъектов политической жизни (социальных групп, классов, общественных движений и т.п.) государственной власти, которая по внутренней и внешней политике не учитывает и не реализует их интересы» [Васильев 1994].

Трактовка, в которой центром становятся функции оппозиции.

Е. Колински, английский исследователь понимает оппозицию под следующими аспектами: «...оппозиция – это термин, относящийся к праву меньшинств критиковать большинство, осуществлять контроль и искать народную/электоральную поддержку для защиты альтернативных позиций»

Другим примером является трактовка исследователя Поршакова: «Оппозиция политическая – способ противопоставления одних политических взглядов, идей, действий другим политическим взглядам и действиям. Оппозиция в политике может осуществляться на разных уровнях

политического властвования, в разных видах государственной, партийной власти, внутри каждой из них» [Поршаков 2004, с.21].

Резюмируя вышесказанное, можно сказать, что феномен политической оппозиции исследуется в отрыве от ее институционального контекста.

Оппозиция представляется как реакция на реальные социальные процессы, как противоположность, которая не доминирует, но при создании определенных исторических условий может существенно повлиять на ход событий и стать рычагом, регулирующим действия правящей элиты.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, оппозиция не автономна, она существует не как отдельный институт, а является закономерным дополнением к правящей власти. Сущность оппозиции продиктована природой человека и его поведением в социуме. Неизбежные противоречия, возникающие в обществе, связаны с различными точками зрения и социальным расслоением. В свою очередь это является причиной возникновения социальных противоречий. Все это и определяет оппозицию как активный институт.

В итоге рассмотрения данного вопроса, можно сказать, что феномен оппозиции трактуется как широкое социальное явление, присущее самой природе человеческого общества в силу его неоднородности и различия интересов, как отдельных людей, так и социальных групп. Оппозиция обусловлена самой природой политики как общественного явления. Оппозиция возникает посредством столкновения противоположных социальных и политических интересов, связанных с участием во власти, ее завоеванием, противодействием, принятием решений и распространением ресурсов. Следовательно, существование оппозиции объективно детерминировано.

ГЛАВА 2. ОБРАЗ ПОЛИТИКА НА ПРИМЕРЕ К. А. СОБЧАК

2.1. Компоненты имиджа К. А. Собчак

В первой главе мы выяснили, из чего состоит имидж политического лидера, как его можно сформировать, а также, через какие каналы коммуникации он распространяется. Во второй главе мы постараемся выяснить, как технологии формирования образа политического лидера работают на практике. Для этого мы проанализируем имидж кандидата на пост президента Российской Федерации Ксении Анатольевны Собчак. Для более полного понимания специфики имиджа Собчак мы возьмем те компоненты имиджа, которые политик создает самостоятельно, и сравним их с теми моделями, которые отражаются в СМИ непосредственно без участия политического лидера. Материалы для исследования для подтверждения гипотезы взяты из интервью Ксении Собчак, а также из материалов СМИ, выпущенных во время проведения предвыборной кампании (за период октябрь 2017 – март 2018).

1. Альтернатива Путину

18 октября 2017 года известная телеведущая и журналист Ксения Собчак объявила о своем намерении баллотироваться на пост президента Российской Федерации на выборах 2018 года. Записав свое телеобращение, Ксения заявила, что ее участие в президентских выборах может быть не чем иным, как шагом на пути к «необходимым нашей стране преобразованиям». В данном обращении Ксения Собчак сразу же обозначила четкую позицию по отношению к другим кандидатам. С самого начала она позиционировала себя как «кандидат против всех», в том числе и против действующего президента Владимира Путина. *«Я – графа «против всех», которой власти лишили россиян много лет назад. Вы голосуете не за Собчак, вы голосуете против всех – против Явлинского, Зюганова и Путина»* – заявила Собчак [Предвыборное письмо Ксении Собчак 2017, www]. Немаловажным является тот факт, что Собчак впоследствии не раз будет повторять данный тезис:

«Я уже сказала, что выступаю против всех, и в том числе, конечно же, это относится к Владимиру Путину. Лично оскорблять Путина я не буду. Путин для каких-то людей в первую очередь тиран и диктатор. Для других – правитель, который сохраняет русский мир и «поднял Россию с колен», а для меня он в первую очередь человек, который в очень сложной ситуации помог моему отцу, практически спас жизнь моему отцу» [Есть доказательства, что я проект Кремля? 2017, www] (примечание Владимир Путин является близким другом семьи Собчак, в начале своей карьеры, он был подчиненным отца Ксении Анатолия Собчака). Как мы видим выше, Собчак уважительно отзывается о действующем президенте и критикует не саму личность Путина, а его политику и выстроенную им систему. Она напрямую говорит о несогласии с той политикой, которую проводит Владимир Путин. Она не называет его «диктатором» или «правителем, который сохраняет русский мир», а лишь приводит популярные мнения общества о президенте:

«Владимир Путин помог моему отцу, Виктор Золотов был охранником моей семьи, но сейчас они мне не семья. Мой отец отстаивал демократические ценности, а Путин не отстаивает. По-человечески я ему благодарна, но я не согласна с тем, что он делает. Это шекспировская драма, это сложный выбор. Я решила так: есть благодарность, но, если я благодарна даже близкому человеку, а этот близкий человек скажет, что нужно сжигать геев, он перестанет быть моим другом» [Собчак о Навальном, крестном и выборах 2017, www]. Здесь также наблюдается уважение конкретно к Путину как к человеку. Но, политика Путина направленная на «сжигание геев» (здесь имеется высказывание Владимира Кисилева в эфире телеканала «России 2», а также политические, направленная на «подавление» гомосексуальности и ее «пропаганды») заставляет, по словам самой Собчак, разорвать дружественные отношения.

Собчак всеми силами старается развеять «культ личности» Путина. Она заявляла о том, что, если начинаешь относиться к президенту не как к царю, а

как к менеджеру, нет ничего страшного в том, что он не сможет выполнить свои обязанности (которые будут выполнены следующим президентом).

Также, немаловажен тот факт, что Собчак полностью опровергает предположения о причастности Владимира Путина к убийству оппозиционера Бориса Немцова: *«Давайте не будем демонизировать его в этом смысле: я уверена, что для него это был шок и вызвало гнев»* [Собчак о Навальном, Крестном и выборах 2017, www].

Но, как мы можем увидеть в следующих высказываниях, Собчак прямо говорит о том, что Путину необходимо покинуть пост президента РФ, и не просто покинуть, а передать власть самой Ксении Собчак. В частности, Собчак заявила, что планирует создать сильную парламентскую партию и выставить свою кандидатуру уже на следующих президентских выборах. Путину на момент следующих президентских выборов будет 72 года, пояснила она, и *«он должен спокойно передать власть и поехать загорать в Сочи»*. [Собчак: 72-летний Путин 2018, www]. *«Наша важнейшая задача – добиться того, чтобы Путин спокойно передал власть после окончания следующего президентского срока»* – указала Собчак [Собчак: 72-летний Путин 2018, www].

Также она отметила, что 18 лет пребывания у власти – это *«перебор»*. По слова Ксении Собчак, Россия не ассоциируется с Путиным, поскольку является европейской страной с огромным количеством граждан, не поддерживающих политику действующего главы государства.

«Я против Владимира Путина и не буду участником этой системы» – заявляет Ксения Собчак – *«Если я встречу Путина, я скажу: Владимир Владимирович Путин, уходите»* [Собчак о Навальном, крестном и выборах 2017, www].

Собчак всячески опровергает тот факт, что она действует с подачи Владимира Путина, несмотря на то, как замечено выше, что семья Собчак состояла в довольно близких отношениях с Владимиром Путиным. Ксения не раз заявляла, что она *«самостоятельный»* человек и не спрашивала

разрешения для того, чтобы выдвинуть свою кандидатуру. Поводом к мнению о том, что Собчак действует исключительно по заказу Кремля, послужили не только близкие отношения семьи Собчак с Путиным, но и тот факт, что накануне своего заявления об участии в выборах, состоялась встреча Ксении Собчак и Владимира Путина. По словам Собчак, она не просила разрешения, а брала интервью для фильма о своем отце. На вопрос РБК, зачем нужно было предупреждать человека, против несменяемости которого она выступает, телеведущая ответила: *«меня так воспитали – именно оппоненту нужно говорить все в лицо, если есть такая возможность»* [Собчак прочтет лекцию в Оксфорде 2018, www].

На неудобный вопрос в свой адрес о том, что Собчак является инструментом Кремля и действует исключительно в целях легитимизации выборов, ответила, что *«узакониваю выборы не я», а это делают другие страны и главы Евросоюза»* Она сказала, что не играет роли в процессе легитимизации выборов.

2. Либерал

Наиболее полно отражает специфику имиджа Ксении Собчак тот факт, что с самого начала своей предвыборной кампании она позиционирует себя как либерал. Наиболее показательны в этом плане пункты предвыборной кампании Собчак «123 трудных шага», которые являются типичными для кандидатов от либеральных партий. Для наглядности сопоставим классические принципы либерализма с пунктами предвыборной кампании Собчак.

Основными принципами либерализма являются: *свобода личности, приоритет индивида по отношению к государству, признание права всех людей на самореализацию, защищенность частной жизни, свобода действий личности в рамках закона, принцип политического плюрализма, свобода мысли, слова убеждений, разграничение сферы деятельности государства и гражданского общества, невмешательство первого в дела последнего, свобода совести, т.е. право граждан исповедовать (или не исповедовать)*

любую религию, право формулировать свои нравственные обязанности. В экономической сфере – свобода индивидуальной и групповой предпринимательской деятельности, саморегулирование экономики по законам конкуренции и свободного рынка невмешательство государства в экономическую сферу, неприкосновенность частной собственности.

В предвыборной программе это отражается в следующих пунктах:

В России должны быть созданы и защищены демократические институты, обеспечено разделение властей, гарантированы гражданские свободы, сменяемость власти и неприкосновенность частной жизни, все законы и подзаконные акты, административные решения и правоприменительная практика, запрещающие или усложняющие гражданам проявление политической воли и инициативы, должны быть пересмотрены.

Все законы или подзаконные акты, так или иначе ограничивающие права людей в зависимости от их политических или религиозных взглядов, пола, национальности, сексуальной ориентации, профессиональной деятельности или места проживания, должны быть отменены.

Все ограничения, накладываемые на граждан России в связи с местом рождения, наличием иных гражданств, судимости в прошлом и т. д., за исключением случаев национальной безопасности.

Государство должно не контролировать, а регулировать экономику. Не бюрократия, а частный капитал и компетентный менеджмент должны управлять предприятиями и корпорациями.

Частная собственность должна быть защищена законом. Пересмотр любого владения и национализация возможны только на возмездной основе на основании независимых рыночных оценок [123 трудных шага 2017, www].

Свободу слова Собчак отстаивает непосредственно в следующих заявлениях. В интервью с Владимиром Познером, она заявила, что «атмосфера ненависти» создана на нашей власти, т.е. на тех, кто контролирует государственное телевидение.

«Телевизор превратился в источник бесконечной тревожности и ненависти. Нам кричат: нас окружили враги, они хотят уничтожить Россию! Это проникает в головы и здоровых людей, и больных. Эти изречения влияют на всех по-разному, и невозможно понять, кто и как на них отреагировал. Именно поэтому ответственность лежит на тех, кто эту информацию подает именно в таком ключе»- заявила Ксения Собчак [Собчак о Навальном, крестном и выборах 2017, www].

Также Собчак говорит о том, что у нее есть друзья-либералы, но она гордится тем, что не являлась членом никакой партии: *«Но в этом смысле я никогда политически не была ничем этим замазана, хотя у меня было много в разные моменты жизни таких предложений и шансов. И этим я горжусь. Я считаю, что в современной России, еще и с моим каким-то бэкграундом и популярностью, это чего-то да стоит»* [Интервью Ксении Собчак Владимиру Познеру 2015, www]. Стоит также отметить, что данное утверждение играет в пользу компоненты выше (кандидат «Против всех»).

Отношение к религии у Ксении Собчак тоже вполне либеральное. Она негативно отозвалась о том факте, что на данный момент в России *«происходит очевидное сращивание государства и церкви»*. Она заявила, что это *«губительно для всей страны, потому что в ситуации, когда и так очень мало моральных авторитетов, когда церковь ведет себя и, главное, что первые люди церкви ведут себя тем или иным образом, неприемлемым, как мне кажется, для людей такого сана – это неправильно»* [Интервью Ксении Собчак Владимиру Познеру 2015, www]. Таким образом, Собчак показывает себя противником религиозности и РПЦ (данное утверждение, к слову, будет полностью опровергнуто ее поведением, когда Ксения Собчак совершит религиозный обряд, а именно искупается в проруби).

В декабре 2011 года во время первой акции «За честные выборы!» Ксения начала свое выступление словами: *«Я Ксения Собчак, и мне есть что терять»* Но ее освистали. Спустя год её избрали в Координационный совет российской оппозиции, который призван согласовывать проведение таких

акций. Познер, в своем интервью с Ксенией Собчак, задал следующий вопрос: Чем вы заслужили признание? В ее ответе мы вновь обращаем внимание на ее позиционирования себя как либерального политика – прозрачного и чистого, который предельно честен со своим народом: *«признание можно заслужить только одним - умением говорить правду. Я надеюсь, что за год смогла убедить большую часть людей в том, что мои намерения искренни и чисты»*. Говорится это в противовес тому, что действующая власть использует телеканалы как средство пропаганды». Собчак также просит не обвинять оппозицию в бездействии. *«Потому что где она, собственно, может действовать? Потому что этих людей никто не допускает в медианпространство. Каналы крупных федеральных СМИ и все возможные площадки для обсуждения закрыты. Все возможности для роста внутри системы для людей с другими позициями тоже закрыты. По лестнице в госструктурах могут двигаться только люди, чье главное качество - не профессионализм, а лояльность. А люди, которые придерживаются какого-то другого мнения, даже не имеют шанса набраться нужного опыта и практики внутри госсистемы, потому что они просто выталкиваются этой системой»* [Интервью Ксении Собчак Владимиру Познеру 2015, www].

В том же интервью Собчак выступает за то, чтобы в России *«были свободные СМИ и независимые суды, чтобы мы шли к глобальной перестройке»* [Ксения Собчак: я не хочу революции 2012, www].

В свете сказанного необходимо отметить, что говоря о «глобальной перестройке» Ксения Собчак не имеет ввиду революцию. Она не раз высказалась о том, что является противником слишком резких изменений. Но, тем не менее, Ксения Собчак призывает людей выходить на улицы. Это подкрепляется следующей репликой: *«законы, бесконечное ужесточение ситуации - все это будет работать до тех пор, пока в один день не выйдут 500 тысяч человек. Так же и с этой системой (Ксения сравнивает протесты с насморком, который может погубить человека) когда-то какая-то капля, какой-то молоточек станут последними. Но, чтобы он*

стал последним, мы должны бить во все свои молоточки» [Ксения Собчак: Я не хочу революции 2012, www].

Стоит также обратить внимание на тот факт, что, несмотря на то, что, к примеру, в своей предвыборной программе, Ксения Собчак заявляет о том, что России – Европейское государство и что ему необходимо отстаивать европейские ценности и стать европейским демократическим государством, она позиционирует себя как истинный патриот.

В поддержку этого, Собчак приводит аргумент о том, что своего сына Платона она родила в России и вся ее семья продолжает жить в своей стране. *«Я не хочу думать, как многие российские чиновники, в какую британскую школу отдавать сына. Я хочу, чтобы Россия начала меняться уже сейчас».*

«Я патриот именно потому, что я горжусь русским языком, культурой и всеми теми прекрасными людьми, которые здесь живут» – пояснила она – «Я горжусь тем, что на сегодняшний момент я единственный кандидат в президенты, у кого в предвыборной кампании есть большая часть, посвященная инклюзивному обществу. Это как раз то самое общество, которое, на мой взгляд, нам необходимо построить. Общество, в которое будут включены люди с ограниченными способностями, с инвалидностью, где они станут полноправными членами нашего общества, и для них будут созданы все условия. Под всеми условиями я имею в виду не на бумаге, а в реальности выполняемые требования по заезду инвалидного спецтранспорта, специальных эскалаторов для инвалидов колясок, специальных туалетов, другого уровня пособий по инвалидности, – а не как это сейчас. Потому что на пособие по инвалидности в тысячу рублей невозможно прожить и ухаживать за человеком с инвалидностью. Только через толерантность, через то, что люди с ограниченными способностями будут восприниматься как равные, мы сделаем шаг вперед к цивилизованному обществу» [Ксения Собчак: Повторяю 2017, www]. Данное утверждение говорит о том, что Россия еще не является цивилизованным обществом, даже в таких мелочах. Ксения, по ее

словам готова заниматься проблемами различных слоев населения России. И факт, что она, несмотря на свой «патриотизм», видит реальные проблемы своего государства, представляет ее в качестве критично мыслящего человека.

Мы также обращаем внимание также на тот факт, что Ксения Собчак считает, что демократия вполне возможна в любом государстве, но для этого необходимо выстроить грамотную систему. Собчак указывает на бездействие президента России Владимира Путина: *«В декабре у людей была надежда на то, что их услышат, и курс будет изменен, что наш президент, тогда еще будущий, увидев, что на самом деле происходит в стране, начнет процесс постепенной эволюции и перестройки. Потом стало очевидно, что никто никого не услышал. Наоборот, начали закручивать гайки. Выходить на акции протеста без надежды готово гораздо меньше людей. Сейчас мы находимся в ситуации, когда надежды на то, что изменения произойдут эволюционным путем, нет. Революции я лично не хочу, и мало кто хочет. Люди понимают, что надо ждать шесть лет, соответственно - они не выходят на улицы»* [Ксения Собчак: Я не хочу революции 2012, www].

Таким образом, резюмируя вышесказанное, можно с уверенностью отметить, что Ксения Собчак всеми силами поддерживает свободу слова, обращает внимание на проблемы населения в России и критично высказывается о действиях нынешней власти, чем подкрепляет свой статус оппозиционера.

3. Друг А. Навального

Алексей Навальный является наиболее ярким представителем оппозиционного движения в России. Именно поэтому, Ксении Собчак, которая позиционирует себя как противник действующей власти и системы созданной этой самой властью, необходимо было заручиться поддержкой наиболее известного российского оппозиционера. 18 марта 2018 года состоялось интервью Ксении Собчак и Алексея Навального. Стоит отметить, что Ксения Собчак не раз вносила публично предложения по объединению

оппозиционных сил и призвала Навального выдвинуть единого кандидата (например, жену Алексея, Юлию Навальную). Затем она проявила заботу о своих избирателях, констатируя, что последние страдают от раздробленности оппозиции. *«Я пришла в эфир предложить Алексею Навальному после выборов договориться о сотрудничестве. Я приглашаю Алексея в нашу новую партию, которую мы создаем с Дмитрием Гудковым. Оппозиция разобщена, нам необходимо объединение, несмотря на различные взгляды»* [Навальный-live 2018, www]. В ответ Алексей Навальный обвинил Собчак в лицемерии и заявил о том, что Ксения приехала к нему ночью и сообщила о том, что ей предложили существенную сумму за выдвижения. Также Навальный экспрессивно назвал слова Собчак ложью, а ее самой лицемерной [Навальный-live 2018, www]. Собчак опровергла эти слова:

«Мы с тобой больше друзья, чем враги» - заявила Собчак. Также Собчак напомнила о том, что благодаря ней в память о погибшем оппозиционере Борисе Немцове открыли мемориальную табличку [Навальный-live 2018, www]. Данными высказываниями Собчак поставила Навального в очень невыгодное положение. С одной стороны, Навальный считает, что Собчак действует в интересах Кремля и не должен сотрудничать с теми, против кого активно борется. С другой – грубость по отношению к тому, кто предлагает тебе дружбу и действия, которые помогут стать участником выборов (пусть и через другого кандидата) выставляет Алексея Навального в невыгодном свете.

Не менее показателен тот факт, что Ксения Собчак заявила, что немедленно снимет свою кандидатуру, если Навального допустят к выборам (что не могло произойти ни при каких условиях).

Собчак сказала, что восхищается Алексеем Навальным. Также Собчак пожаловалась, что ее не пускают на федеральные каналы. *«Навальный предлагал нынешней власти мирно уйти, но ему они не поверят, а мне поверят, я со всеми знакома. Да, я знаю, что власти захотят использовать мое выдвижение для легитимизации выборов, но я обязуюсь говорить, как*

плохи дела в стране и требовать освобождения Навального и его допуска к выборам» [Собчак о Навальном, крестном и выборах 2017, www].

4. Бизнесвумен

Для наиболее точного понимания данного компонента имиджа, следует, прежде всего, обратить внимание на высказывание Ксении Собчак, относительно Владимира Путина, которое мы привели при рассмотрении первого компонента имиджа Ксении Собчак: *«Если начинаешь относиться к президенту не как к царю, а как к менеджеру, нет ничего страшного в том, что он не сможет выполнить свои обязанности (которые будут выполнены следующим президентом)»*[Собчак объяснила фразу 2017, www]. Таким образом, Собчак сравнивает управление страной и взаимодействие с людьми с управлением бизнесом. Из этого следует, что деятельность Собчак, как бизнесвумен, может стать наиболее выигрышным компонентом в ее эффективности на посту президента страны. Это можно проследить в следующем высказывании:

«Я – человек, который полностью убежден в том, что системный подход к чему бы то ни было, он всегда побеждает. Для меня демократия – это, прежде всего, демократические институты. И система, которая сама по себе, если она выстроена правильным и четким образом, будет работать таким образом, что люди внутри этой системы начнут меняться и принимать другие правила игры. Соответственно, я – человек, разделяющий системный подход к чему бы то ни было: к бизнесу, политическому строю, к любой вещи, нужно это выстроить, и тогда сама система будет заниматься самоочищением» [Интервью Ксении Собчак Владимиру Познеру 2015, www].

Говоря о себе как о эффективном менеджере и бизнесвумен, Собчак говорит о том, что у нее нет *«никакого наследства или чужих денег»*. Она заявляет: *«В контексте того, что я заработала какие-то деньги, заработала их честным трудом. Это, собственно, то, что я сделала, этот небольшой бизнес, который я построила, те корпоративы, которые я веду*

за хорошие суммы – это то, чем я горжусь, и это мои деньги» [Интервью Ксении Собчак Владимиру Познеру 2015, www].

Ксения Собчак имеет несколько довольно прибыльных проектов. В ходе предвыборной кампании, Собчак заручившись поддержкой других бизнесменов, например Михаила Ходорковского. *«Мы открыты для предложений»* – заявила Собчак и добавила, что несколько бизнесменов уже готовы объединиться с ней и оказать помощь в проведении предвыборной кампании. Но при этом Собчак не стала раскрывать имена своих спонсоров: *«Я не хочу подставлять своих знакомых бизнесменов, чтобы к ним, как говорит Владимир Путин, «не пришли врачи». Я их призываю сделать каминг-аут. Я не могу решать за них»,* – сказала Ксения Собчак и подчеркнула, что не возьмёт *«бандитские деньги, нажитые преступным путём»,* и, *«конечно, не возьмёт у Кремля»* [Собчак прочтет лекцию в Оксфорде 2017, www]. Ко всему прочему Собчак добавила, что ее финансируют предприниматели, которые мечтают о правовой России.

Далее она отметила, что в качестве инструмента финансирования президентской гонки будет использоваться и краудфандинг.

Собчак позиционирует себя как сильная женщина и приводит в пример женщин-правителей России. Также она апеллировала к народному укладу: *«У нас есть традиция сильных женщин, которые работают, сражаются, обеспечивают всю семью, пока муж пьет. И я совершенно убеждена, что эти женщины меня понимают»* [Лаурен 2018, www].

Относительно данного компонента имиджа Собчак как доказательство того, что она является эффективным менеджером стоит привести следующие факты касающиеся финансового состояния кандидата в президенты. По данным Forbes годовой доход Ксении Собчак составляет \$ 2,1 млн.

Как говорит сама Собчак, *«я обеспечена, но все мои доходы – результат тяжелого и видимого всем труда, я не владею приватизированными предприятиями, не получаю комиссий, откатов,*

полностью выплачиваю налоги и горжусь своей самостоятельностью и независимостью» [Собчак о Навальном, крестном и выборах 2017, www].

Помимо политики Собчак также занимается иной деятельностью, например, журналистикой. На данный момент Ксения Собчак является главным редактором журнала о моде L'Officiel, ведет ток-шоу «Собчак живьем» на канале «Дождь». В разное время она также писала для журналов «Сноб» и GQ. Ксения Собчак также является автором и соавтором 5 книг (коммерчески успешных).

Но на данный момент, основной доход Ксении составляет проведение мероприятий. Как публичных, так и закрытых. Как ведущая за одно мероприятие она зарабатывает \$ 25–35 тысяч. В связи с предвыборной компанией ее гонорары существенно возросли. Также у Ксении Собчак заключены рекламные контракты с такими компаниями и брендами. Ксении Собчак также пользуется огромной популярностью. Для продвижения брендов она использует хештег #направахрекламы или #рекламнаяпауза.

Кроме того, Ксения Собчак проводит мастер классы – со своим двухчасовым мастер-классом «Собчак – это бренд. Теория успеха». В 2010 Ксения Собчак вложилась в компанию «Евросеть» как миноритарный акционер.

Также, по информации «СПАРК-Интерфакс», Ксения Собчак значится совладельцем ресторанной компании «Бессер».

Ксения Собчак всеми силами преподносит себя как успешная и деловая женщина, которая добилась успехов исключительно благодаря собственным силам, уму, таланту и мотивации. В своей мастер классе она дает рекомендации как стать увереннее и добиться успеха в различных сферах. Также Собчак дает советы как самостоятельно стать известной личностью и улучшить финансовое состояние.

«Успех возможен только в том случае, когда ваша страсть захватывает вас целиком, тогда режим 24/7 вас не испугает» Все думают,

что я себя изнуряю работой, а я, наоборот, не могу без нее, мне она не в напряг» [10 правил успеха от Ксении Собчак 2017, www].

Стоит также упомянуть, что Собчак не идеализирует свою личность, она лично критикует себя за несдержанность, излишнюю эмоциональность, за и «неумение остановиться до того, как из меня выпрыгивает грубое слово или грубая шутка, иногда даже за какое-то хамство». Такого тоже в моей жизни, к сожалению, было много. Но обиднее мне, когда я проявляю какое-то малодушие в чем-то, тогда мне очень не по себе становится, я всегда стараюсь это компенсировать. Также Собчак очень иронично высказалась в ответ на то, что ее часто сравнивают с лошадкой: *«если я и лошадь, то я единорог, который хочет принести людям сказку, радость и правильные ценности» [Собчак: если я и лошадь, то единорог 2017, www].*

2.2. Основные модели образа К. А. Собчак

В предыдущем параграфе мы рассмотрели, то, какой именно образ продвигает в массы и старается поддерживать сама Ксения Собчак. В этом рассмотрим, как именно сформировался её образ после прохождения через каналы коммуникации. Для упрощения задачи и для удобства восприятия мы поделили созданный образ на несколько моделей, которые, так или иначе, прослеживались в публикациях и мнениях экспертов (журналистов, политологов, социологов). Таким образом, можно провести комплексный анализ и понять, как именно СМИ искажают или дополняют образ политика, который он сам пытается создать. Стоит также отметить, что основная часть из них соотнесены с литературными и поп-культурными образами, а также с различными устойчивыми выражениями.

Модели образов Ксении Собчак так или иначе уже присутствовали в литературе и массовой культуре. Таким образом, можно сделать вывод, что Ксения Собчак играет определенную роль на политической арене. Но

насколько эти действия эффективны можно узнать, сравнив модели образов с моделями имиджа, которые продвигает сама Собчак.

1. Девчонка из шоу бизнеса, Блондинка в шоколаде или Светская львица

Большинство жителей России знают Ксению Собчак как телеведущую и «светскую львицу». Произошло это потому, что в начале карьеры на ТВ и до известности в широкой общественности она часто появлялась на страницах светской хроники, в том числе в скандальном контексте. Однако наибольшую популярность ей принесло участие в реалити-шоу "Дом-2" на канале ГНТ, где Ксения Собчак вступила в качестве телеведущей.

«Дом 2» один из самых скандальных проектов на российском ТВ. На шоу постоянно происходили конфликты между участниками и ведущими, драки. На создателей и участников шоу постоянно обрушивалась критика, а в 2005 году дело дошло до иска в суд. В мае 2005 года Депутаты комиссии по здравоохранению и охране общественного здоровья Мосгордумы обратились в генпрокурору РФ, потребовав закрыть телепроект за общую эксплуатацию интереса к сексу. В письме депутаты также потребовали привлечь Ксению Собчак к уголовной ответственности "за сутенёрство". На эти обвинения телеведущая ответила: *«...Они (депутаты) приняли на себя роль инквизиции и умудрились довести свой морализм до полного абсурда... Вместо того, чтобы решать реальные проблемы молодежи – вопросы ипотечного кредитования, повышения стипендий и т. п., депутаты находят себе девочку для битья, в данном случае меня..»* [Осипова 2005, www].

Образ телеведущей «Дома 2» надолго «приклеился» к Ксении Собчак. В 2017 году, когда она заявила о своем намерении вступить в предвыборную гонку, заголовки СМИ активно апеллировали к её опыту телеведущей и славы «светской львицы». Данный образ нашел отражение в следующих заголовках: *«Собчак из Дома-2 идет в президенты»*. *«Журналистка и светская львица» объявила об участии в грядущей кампании в качестве*

кандидата» [Собчак из Дома 2 2017, www]. «Дом-3»: как соцсети отреагировали на выдвижение Собчак» [Дом 3 2017, www].

С ростом популярности шоу Дом 2 Ксению Собчак стали приглашать на другие телепроекты, например «Последний герой», «Две звезды» на Первом канале, «Топ-модель по-русски» на телеканале Муз-ТВ.

В 2006 году в российский прокат вышла американская комедия «Блондинка в шоколаде», где Собчак дублировала исполнительницу главной роли Пэрис Хилтон. На тот момент русская пресса уже называла Ксению русской Пэрис Хилтон из-за сходства их образов жизни: богатая известная семья, регулярное появление обеих в светской хронике и даже цвет волос. В 2008 году на телеканале Муз-ТВ вышло шоу «Блондинка в шоколаде», где уже сама Собчак рассказывала и показывала эпизоды своей частной жизни. В нём был ярко представлен образ «гламурной тусовщицы», обладающей деньгами и властью, которые она использует в основном на развлечения и предметы роскоши (например, украшения и дорогие автомобили). В шоу, благодаря своей специфике и духу свободолобивых 2000-х активно используется ненормативная лексика (в том числе самой Собчак), а также сцены, где героиня предстаёт перед зрителями в нижнем белье и откровенных нарядах. Успешная и наглая «хозяйка жизни», Собчак эксплуатировала подобный образ и в последствии, он же активно отображался в СМИ в начале её президентской кампании. В качестве яркого примера можно привести заголовки *«Блондинка в шоколаде и дочь реформатора решила баллотироваться в президенты»* [Блондинка в шоколаде 2017, www]. «Как "блондинка в шоколаде" решила побороться за шапку Мономаха», «Протестный гламур: Ксения Собчак идет на президентские выборы» [Протестный гламур 2017, www].

«Гламурная» составляющую образа «Блондинки в шоколаде» дополняет тот факт, что Ксения в 2014 году была назначена на пост главного редактора глянцевого журнала L'Officiel Россия. Собчак часто мелькала и на страницах других гляцевых журналов, например Cosmopolitan и Elle. Как

правило, материалы этих изданий были посвящены светской жизни Собчак, её личной жизни, высказываниям, а так же разбору её стиля в одежде.

Из самых заметных скандалов, в которых отметилась Собчак, можно вспомнить музыкальный клип с российским исполнителем Тимати, где она выступает в амплуа стриптизёрши. Дополняет все это кадры якобы home video перед половым актом между рэпером и Ксенией. Также немало критики вызвал пост в социальных сетях, в котором Собчак говорит о том, что следует ввести налог на туристов, чтобы *«нищоброды с фотоаппаратами»* не мешали отдыхать богатым людям. [Ирина Суханова 2017, www]. Хвастливый пост вызвал шквал критики в социальных сетях, так как большинство россиян не могут позволить себе «дорогой» отдых за границей, а пост Собчак воспринимался как издевательство и снобизм. Фотосессия в журнале Maxim также играет в поддержку образа «Блондинки в шоколаде». В 2007 году она попала на обложку, представ в нижнем белье. Впоследствии, откровенные фото послужили объектом для высмеивания самого факта выдвижения Ксении Собчак в президенты. В социальных сетях часто встречалось фото с раздвинутыми ногами кандидата, между которых был помещен символ протестных акций под началом Алексея Навального «20!8». Стоит также упомянуть одну из самых популярных ассоциаций кандидата в президенты. Из-за фото без макияжа в шоу «Последний герой» Собчак долго называли лошадью (в частности, из-за большой непропорциональной челюсти). В 2017 году, на страницах тех же социальных сетей и публичных страниц часто культивировался образ Собчак как представителя копытных. Одна из шуток *«С выборами в России что-то не так, у нас лошадь баллотируется в президенты». Или «слышал, что Собчак баллотируется в президенты, это утка? Нет, это лошадь!»*.

Как было замечено выше, Ксения Собчак во времена её пика карьеры в шоу-бизнесе, была часто замечена в разного рода скандалах, что напрямую вредит её имиджу политика, так как из-за неподобающего поведения, у избирателя прочно закрепился образ скандальной, взбалмошной, глупой,

заносчивой богатой девочки, которая принадлежала к «золотой молодёжи», однако это же поддерживало интерес к этому кандидату.

Образ «девочки из шоу-бизнеса» не претерпел сильного изменения имиджа и в 2017-2018 году, когда Собчак решила побороться за пост президента. В сознании большинства Россиян Ксения Собчак по-прежнему остается в образе скандальной телеведущей и светской львицы. СМИ и электорат не воспринимает Ксению Собчак как серьезного кандидата в президенты. Биография Ксении Анатольевны не шла на пользу в предвыборной гонке, если говорить о цели набрать как можно больше голосов, так как большинство избирателей просто не воспринимали Собчак как полноправного кандидата в президенты.

В поддержку этого мнения можно привести мнение специалиста в области современных политических теорий Кирилла Мартынова. Он считает, что Собчак выполняет *«скорее комедийную роль»* [Мартынов 2017, www].

2. Кандидат-спойлер

Обратимся к теории. *«Кандидатом-спойлером»* (англ. *spoiler* от *spoil* – *«портить»*) – называют кандидата или партию на выборах, который не имеет шансов победить, но оттягивает на себя часть голосов за другого кандидата со сходной символикой или программой, повышая тем самым шансы на победу кандидата или партии с противоположной позицией. Как мы уже установили в предыдущем параграфе, Ксения Анатольевна появилась на российской политической арене в качестве замены оппозиционеру Алексею Навальному, который вел активную избирательную кампанию, но не был допущен к выборам президента из-за того, факта, что у него осталась непогашенная судимость. Навальный заработал популярность в социальных сетях, особенно среди молодежи. Как только Ксения Собчак выдвинула свою кандидатуру, эксперты и издания начали говорить о том, что Собчак является *«спойлером»* Алексея Навального и подвергать сомнению истинную цель её участия в выборах президента.

Корреспондент немецкой газеты Die Welt Павел Локшин писал: «35-летняя журналистка позиционирует себя как протестного кандидата, который выступает против тех, кто десятилетиями неизменно присутствует в политике. То есть против шефа Кремля Владимира Путина и таких традиционно не имеющих ни малейших шансов на победу партий, как коммунисты и либералы, которые напрасно бросали вызов еще предшественнику Путина Борису Ельцину» [Лукошин 2017, www].

Твёрдую уверенность экспертов и СМИ в том, что Собчак является проектом Кремля укрепляет тот факт, что Ксения Собчак является дочерью Анатолия Собчака, заместителем которого в 1990-е был Владимир Путин. Локшин пишет о том, что Собчак «имеет отличные связи внутри российской правящей элиты и знает Путина с детства» [Лукошин 2017, www]. Подкрепляет уверенность в этом тот факт, что накануне своего заявления о намерении баллотироваться в президенты, Собчак лично встречалась с Владимиром Путиным. По её словам, для того, чтобы взять интервью для своего фильма об Анатолии Собчаке. Однако, журналисты посчитали это недостоверным. По их мнению, Собчак наведальась к действующему президенту за «одобрением» [Лукошин 2017, www]. Это же мнения придерживается публицист Юлия Латынина: «Поскольку всё-таки она дочка Собчака и человек, принадлежащий к путинской элите просто по рождению, она, видимо, решила проконсультироваться там наверху, в Кремле, ну вот, мол, как будет Путиным воспринят такой ход? Абсолютно объяснимый ход. Более того, понятно, что если бы она этого не сделала..., это было просто опасно». Она добавила, что информацию о переговорах Кремль слил в прессу, чтобы дискредитировать Собчак и не дать ей набрать много голосов.

Подобная близость к власти сеет сомнения в истинных намерениях нового кандидата. Ее возможную кандидатуру политическая Москва обсуждает уже в течение нескольких недель – начало этим разговорам было положено после появления из анонимного источника информации, что

президентская администрация якобы ведет с ней переговоры. По слухам, Собчак должна простимулировать переизбрание Путина и способствовать увеличению явки» [Латынина 2017, www].

Немаловажен тот факт, что Ксения Собчак имеет эфирное время на федеральных телеканалах, в отличие от Алексея Навального, кандидатуру которого на государственном ТВ увидеть практически не возможно. В случае же с Собчак «Первый канал» отреагировал практически мгновенно, показав в своем эфире сюжет о выдвижении Собчак, а также отрывок из её видео на кухне. Также Собчак часто появлялась в различных ток-шоу, в том числе и политических. Например, на ток-шоу «60 минут», «Прямой эфир», «Вечер с Владимиром Соловьевым».

Несмотря на то, что Собчак всеми силами старается показать свою симпатию к оппозиции, и даже говорит о том, что снимет свою кандидатуру с выборов, если Алексея Навального все же допустят (что в принципе не могло произойти), политологи говорят о том, что задача Ксении Собчак – *«расколоть оппозиционный избирательный потенциал»* [Лукошин 2017, www]. Другими словами, её участие – ненастоящая альтернатива Алексею Навальному, Собчак призвана оттянуть часть голосов оппозиционно настроенных граждан и создать иллюзию легитимности выборов (сама Собчак не раз опровергала данное утверждение). Это используется в ответ на критику, содержащую тезис о том, что на выборы не пускают кандидатов от оппозиционных партий. Но с выдвижением кандидатуры Ксении Собчак, это утверждение можно с легкостью оспорить.

Ситуацию с кандидатурой Собчак сравнивают с аналогичной ситуацией с либеральным кандидатом миллиардером Михаилом Прохоровым, участие которого также было согласовано с Кремлем. Однако, Прохоров набрал 7,98% голосов, в то время как Собчак 1,68%. Из этого можно сделать вывод – Собчак на политической арене понадобилась не столько как «перетягиватель» голосов, сколько для создания иллюзии

оппозиции. Собчак выдвигает похожие идеи с Навальным, но в более мягкой форме, показывая тем самым, что в России существует внешняя оппозиция.

Социолог Лев Гудков отмечает следующее: *«Она воспринимается как спойлер Навального и как на подтанцовке у Путина»* [Гудков 2017, www].

Мнение о Ксении Собчак, как о спойлере Навального разделяет публицист Юлия Латынина, в эфире радиостанции «Эхо Москвы». Латынина говорит о Собчак, как о *«девочке для битья»*, сравнивая ее с Майклом Бомом, журналистом и участником политических ток-шоу [Латынина 2017, www]. Бом является *«Майклом для битья»*, отстаивая свои убеждения, он нарывается на жесткую и неконструктивную критику (порой переходящую в крик). Бом всегда выставляют в наиболее невыгодном свете.

Алексей Шустов считает, что на кандидатуру Собчак Путин согласился. *«Почему? Потому что её он хорошо знает лично и потому что убеждён: она не является агентом иностранного влияния. Это не шутка: по поводу того же Навального или других он вполне серьёзно может считать, что они пляшут под чью-то дудку. В этом смысле для Путина дочь его бывшего шефа вполне подходящий оппонент, – говорит Алексей Шустов. – С одной стороны, очевидно, что она оппозиционер, но с другой – честный и патриотичный оппозиционер. Но плюс к тому – оппонент с мощным антирейтингом, да ещё и без политической программы и не планирующий её готовить. Идеальный соперник»* [Шустов 2017, www].

Резюмируя вышесказанное, можно сделать вывод, что Ксения Собчак является не только *«кандидатом-спойлером»*, но и *«легальной»* альтернативой оппозиционеру Алексею Навальному.

3. Маленькая разбойница

Архетип маленькой разбойницы один из важнейших национальных архетипов [Быков 2017, www].

Маленькая разбойница – персонаж сказки Ганса Христиана Андерсана *«Снежная королева»*. Маленькая разбойница принадлежит к банде разбойников, которые берут в плен главную героиню Герду. Разбойница –

дочь атаманши. Она грубая, импульсивная, заносчивая. Основной ее целью является развлечение. Из-за своей импульсивности она может мгновенно менять свои решения, например отпускает Герду со словами «скачи скачи, пока я не передумала». Не смотря на то, что она злодей, впоследствии она оказывается положительным персонажем. Вначале она угрожает Герде, пугая ее нож, но затем жалеет Герду и безвозмездно отдает той свою шубку и оленя и помогает сбежать из логова разбойников.

У Собчак существует ряд общих черт с персонажем данной сказки. Например, Собчак – дочь атаманши. Избалованный ребенок, который ничем не обделен в жизни: у ее семьи много связей и денег. Ксения Собчак взбалмошная, импульсивная, она амбивалентна. Она ведет себя настолько плохо, насколько ей позволяют. Ее никогда ни в чем не ограничивали. Ксения Собчак – богатая девочка, которая ничего не боится. Поведение, соответствующее архетипу «маленькой разбойницы», мы можем проследить в ее действиях. В ее поведение прослеживается презрение к простым гражданам, например, «нищоброды с фотоаппаратами» (скандал о котором говорилось выше), так же огромное количество критики на Ксению Собчак вылилось после того, как она назвала Россию «страной генетического отребья» [Быков 2018, www]. Позже она объяснила это высказывание, продемонстрировав незнание истории. Такое отношение к собственным избирателям характеризует ее заносчивую, наглую девушку, из богатой семьи, которая, из-за своего воспитания и вседозволенности в детстве, позволяет себе поступать, так как она сама хочет. Архетипу «маленькой разбойницы» также соответствует то, что позднее, Ксения Собчак поедет на митинг в Волокамске, против мусорного полигона. Также Ксения Собчак совместно с мужем проводит благотворительные аукционы. Такой резкий переход от негативных высказываний и мнения, до помощи нуждающимся мы и видим у «Маленькой разбойницы». Также с героиней сказки «Снежная королева» ее объединяет наличие матери-атаманши (Людмила Нарусова). В сознании россиян уважение вызывает защита собственных детей, и то, что

мать «готова порвать» любого, кто тронет ее ребенка, также идет на пользу имиджу политического лидера.

Еще одна немаловажная черта, играющая на пользу имиджу Ксении Собчак, о которой в своей лекции говорил Дмитрий Быков. Имеется в виду, сравнение Собчак, как дочери элиты с декабристами (факт, что Собчак родом из богатой и известной семьи). Быков говорит о том, что революции в России совершаются элитой. Он объясняет это тем, что у людей, «выросших в таких семьях осталось нерастоптанное человеческое достоинство, и они не станут терпеть попытки его ущемить, а тем более растоптать» [Быков 2018, www]. Поэтому, несмотря на то, что Ксения Собчак далека от «простолюдинов», она может выступить в роли «спасителя» или «матери Терезы» используя свое влияние, связи и деньги для помощи нуждающимся.

Литературный архетип «маленькой разбойницы» существует не только в сказке «Снежная королева». «Маленькие разбойницы» активно появляются в произведениях Евгения Шварца и Федора Достоевского.

В «Обыкновенном чуде» Евгения Шварца с Собчак можно сравнить Принцессу. Во фразе *«я три дня скакала, чтобы сказать, как вы мне безразличны»* [Шварц 1978] можно узнать типичную Собчак. Она реагирует на провокации и троллинг, например на свист на митингах в свой адрес, делая вид, что ей безразличны все провокации. Будь они ей действительно безразличны, на них бы не последовало такой реакции.

Суок, персонаж сказки «Три толстяка» Юрия Олеши. Сюжет повествует о революции, поднятой бедняками против богачей. Суок – девочка из бродячего цирка, которая умеет делать удивительные вещи. Суок похожа на ожившую куклу. Ксения Собчак - персонаж из телевизора, которая сейчас ожила и встречается с избирателями. Суок – персонаж авантюрист, какой и пытается выглядеть Собчак.

Еще один образ Юли Джули из сказки «Тень» того же Евгения Шварца. Она единственная кто отваживается говорить правду. Тем, что она говорит правду, она развеивает атмосферу страха, людоеды уже не имеют полной

власти, там, где есть Юлия, там уже нет полной концентрации зла, она способствует разрядки общества.

Также Дмитрий Быков сравнивает Собчак с героиней «Братьев Карамазовых» Лизой Хохлаковой. Лиза – страдающая параличом девушка. Истеричная. Она говорит о том, о чем боятся сказать другие.

«Я подслушивала. Чего вы на меня уставились? Хочу подслушивать и подслушиваю, ничего тут нет дурного. Прощенья не прошу». Лиза говорит о том, что она хочет зажечь дом. Ах, как бы хорошо, кабы ничего не осталось! Знаете, Алеша, я иногда думаю наделать ужасно много зла и всего скверного, и долго буду тихонько делать, и вдруг все узнают. Все меня обступят и будут показывать на меня пальцами, а я буду на всех смотреть. Это очень приятно» [Достоевский 1880].

4. Агент Клаус (провокатор)

Агент Клаус – персонаж романа Юлиана Семёнова «Семнадцать мгновений весны» и одноименного фильма. «Агента звали Клаус. Его завербовали два года назад. Он сам шел на вербовку: бывшему корректору хотелось острых ощущений. Работал он артистично, обезоруживая собеседников искренностью и резкостью суждений. Ему позволяли говорить все, лишь бы работа была результативной и быстрой» [Семенов 1970]).

Клаус до событий книги работал корректором, но в последствии решил поменять скучную работу: он добровольно стал агентом гестапо. Клаус – один из лучших агентов. Он агент провокатор. Результат его работы – 97 человек (ни один из которых, к слову, на допросах не выдал Клауса).

Клаус выглядит живым, излучающий оптимизм человеком. Он небольшого роста. Также Клаус питает страсть к жизненным удовольствиям (он любит выпить, поесть, отдохнуть и почитать книги). Также агент очень разговорчив и выглядит дружелюбно (что делает его работу еще эффективнее). На вопрос Штирлица, не жалеет ли он людей, которых посылает на смерть, Клаус отвечает невнятными фразами («*Чёрт его поймёт*» [Семенов 1970]).

Собчак также питает слабость к жизненным удовольствиям (хотя на время предвыборной гонки, она оставила светские мероприятия). Но достаточно посмотреть инстаграмм Ксении. Сходство в том, что Собчак тоже крайне разговорчивая. Например, во многих интервью, где Собчак выступает в качестве интервьюированной, на первый взгляд не совсем понятно, кто у кого берет интервью.

Соображения по поводу данной модели поведения Ксении Собчак высказывали как минимум два известных журналиста. Один из них публицист Виктор Шендерович, который считает, что Собчак действует исключительно за деньги Кремля, а также все ее действия одобрены действующей властью (сама Собчак, как сказано в параграфе выше, отрекается от подобного рода обвинений).

«С некоторых пор связь нашего чистого либерализма с порочной авторитарной властью даже не отрицалась (просто отводили глаза и вздыхали в расчете на понимание). Но в этот раз и глаза отводить не стали. И публично прозвучало наконец соображение о том, что само по себе зарождение либерального гомункулюса в путинской пробирке – вовсе не грех, а совсем напротив: тактическая победа сил добра!» [Шендерович 2017, www].

Также Шендерович считает, что *«И что в лице Ксении Собчак мы имеем дело с неким либеральным Штирлицем, вошедшим в доверие ко врагу, чтобы в ключевой момент ударить его бутылкой по голове. Вера, конечно, умирает последней, и галлюцинировать никто не запрещает, но здравый смысл велит нам основываться на очевидности. А очевидность заключается в том, что Собчак получила финансирование и карт-бланш на безнаказанное совершение либеральных безумств средней тяжести; за флажки не выходит»* [Шендерович 2017, www]. В качестве подтверждения своих слов, Шендерович приводит тот факт, что Собчак полностью разоблачает культ Сталина. Но тем не менее, она открыто не критикует действующего президента России Владимира Путина. Также Шендерович отмечает, что

Собчак не проявила готовность рисковать своей жизнью ради перемен в нынешней России. Далее он замечает, что «риск» теперь не фигура речи: *«Мы знаем, как Путин поступает с теми, кого считает предателями, не так ли? Так что Ксения Собчак не Штирлиц, а только притворяется им. Она «работает» штандартенфюрером, притворяясь при этом разведчиком. Шендерович говорит о том, что для метафоры Собчак наиболее уместен агент-провокатор Клаус».* Клаусу было разрешено произносить дозволенные либеральные речи (как и Собчак), но делал это он исключительно по предварительному заданию, не выходя при этом за рамки. Также, в сравнении Ксении Собчак и агента Клауса можно выделить следующий аспект: Собчак, как и книжный герой – личность харизматичная, она, как считает Шендерович, намного харизматичней своих предшественников, но кроме этого (и еще пола) она ничем не отличается от них. Тем не менее, у Собчак имеются прочные связи в правительстве (в том числе и с самим Путиным). Все это, как считает Шендерович делает ее надежнейшим «агентом» [Шендерович 2017, www]. Непосредственную функцию Собчак он выражает в следующем: *«Ксения Собчак выполняет важнейшую для власти задачу – заморочки мозгов. Она электризует массы и затягивает их на малолегитимные и насквозь подложные «выборы» (результат которых предрешен хотя бы потому, что реальные противники режима давно уничтожены, выдавлены из страны, оболганы и маргинализированы, – да попросту не допущены в бюллетени!)»* [Шендерович 2017, www]. Также, Шендерович назвал ситуацию с оппозицией *«цирком»* при котором, никто не вспоминает *«морг, в который давно превратилась при Путине политическая конкуренция»* [Шендерович 2017, www]. Именно этот цирк *«помогает режиму целехоньким проскочить через опасную территорию и наглухо спрятаться за броней «легитимности» еще на шесть лет»* [Шендерович 2017, www]. Именно для достижения этой цели, как считает Шендерович, Кремль лично организывает *«разговорчики в строю»* [Шендерович 2017, www].

Юлия Латынина также считает, что Ксения Собчак сделала заявление о Крыме (о том, что полуостров необходимо вернуть) не просто с разрешения, а из-за прямого указания. Латынина называет Собчак продуктом путинской администрации. Также Латынина отмечает, что основная задача Собчак и ее команды – не допустить Алексея Навального к выборам (так как он будет критиковать действующую власть) [Латынина 2017, www]. Белковский (политтехнолог, обслуживающий Собчак) сделала заявление, что Навальный закончился как проект, потому что эту нишу занял *«более способный политик»* [Белковский 2017, www]. Также – основная цель Кремля (в данном вопросе Латынина также солидарна с Шендеровичем), создать впечатление свободных и конкурентных выборов. Для этого необходим либеральный представитель [Латынина 2017, www].

«Клаусу в интересах Гестапо разрешалось все» [Семенов 1970]. Так и Собчак, разрешается говорить о Крыме, хотя ранее она говорила «Путин войдет в историю России, как человек, осуществивший мечту русского народа и вернувший Крым».

Олег Кашин считает, что политики Геннадий Зюганов и Владимир Жириновский уже не подходят на роль персонажей в симуляторе политической борьбы: *«Общество уже давно относится к ним, как к клоунам, у которых нет ни малейшего шанса на успех»* - говорит Кашин [Кашин 2017, www]. По его словам, также эту ситуацию понимает и Владимир Путин. В 2012 – «роль» досталась Михаилу Прохорову. Путин тогда взял на себя роль *«защитника интересов простых рабочих в их конфликте с состоятельной элитой»* [Кашин 2017, www]. В 2018 – почетное место представителя оппозиции досталось Ксении Собчак. Дмитрий Яковенко отмечает ее «провокации» следующим образом: *«Собчак ставит Навального в сложное положение, когда ругать человека, который протягивает тебе руки для «помощи и сотрудничества», вроде, неловко, а не замечать, что это явная провокация – глупо»* [Яковенко 2017, www].

Политтехнолог Николай Миронов поддерживает точку зрения о том, что Ксения Собчак является агентом кремля. Это позволяет кремлю завершить строительство так называемой демократии. *«Раньше в пропаганде полностью отсутствовала эта часть оппозиции, она была исключена и потому составляла область политической свободы, которую Кремль не полностью контролировал»* [Миронов 2017, www]. Теперь же представителя либералов можно показывать по телевизору, что создает иллюзию выбора для всех слоев избирателей. Собчак является политическим инструментом, и президентское кресло ей не доступно. Она шоу-вумен. В то время как Михаил Прохоров на выборах 2012 года согласился ненадолго стать этим самым политическим инструментом. Но в дальнейшем, когда Прохоров стал представлять угрозу (так как он мог объединить малый и средний бизнес) ему стали мешать и с партией ничего не вышло. *«Одна из целей появления Собчак – раздробить средний класс, чтобы никто один не приватизировал его»* [Миронов 2017, www]. И Собчак послушно выполняет эту задачу. Если ей скажут свернуть свою политическую деятельность, она свернет. Но у Кремля могут быть на нее планы, и она будет действовать в соответствии с ними.

5. Очернитель оппозиции

Ксения Собчак, как мы видим из текста выше, является медийной личностью, причем личностью противоречивой. Ее внезапное появление на политической арене вызвало шквал возмущения среди общественности. В одном не стоит сомневаться – Собчак имеет очень низкие рейтинги доверия. Сложно воспринимать женщину, которая плотно ассоциируется с скандальными телешоу, матами в прямом эфире, поцелуем с женщиной всерьез. Выбор данного кандидата для роли представителя оппозиции и либерала очевиден. Собчак обладает уже сформированным имиджем легкомысленной девочки из богатой семьи, которая никогда не отличалась примерным поведением и подчеркивала свою происхождение (достаточно вспомнить фразу о *«генетическом отребье»*) [Собчак объяснила фразу 2017,

www])). Данная раскрученная и медийная личность идеально подходит для представителя либерализма. Само по себе слово «либерал» у некоторой части населения считается ругательным и оскорбительным, существует даже вариант ругательства как «либераст». Для того, чтобы образ «либерала» был наиболее карикатурным и отталкивающим (как и образ оппозиции), была выбрана Ксения Собчак. Ее поведение полностью дискредитирует оппозицию и либеральное течение в России (такую же функцию выполнял в свое время Жириновский). Идеи, приведенные ниже, звучат вполне адекватно, но противоречат политике действующей власти. Поэтому, сказанные Собчак, они приобретают негативный оттенок, так как Ксения ассоциируется с образом легкомысленной женщины и шута. Например, отмена подзаконных актов, где религия и национальность (в религиозной и многонациональной стране) стоят рядом с полом и сексуальной ориентации (в патриархальной и гомофобной стране).

Положения предвыборной программы «123 трудных шага» подходящие под данное определение:

- *Все законы или подзаконные акты, так или иначе ограничивающие права людей в зависимости от их политических или религиозных взглядов, пола, национальности, сексуальной ориентации, профессиональной деятельности или места проживания, должны быть отменены*

- *Необходимо вернуть право граждан на голосование «против всех» на выборах всех уровней*

- *Важнейшим инструментом улучшения качества госуправления, безусловно, является повышение ответственности чиновников за преступления и злоупотребления, совершенные на государственной службе. Главной мотивацией чиновника должно стать желание служить отечеству, жажда самореализации, приобретение опыта. Любое мздоимство и иные корыстные действия должны пресекаться и наказываться. Ответственность должна носить как уголовный, так и*

административный характер, но при этом важнейшими инструментами должны стать гласность и общественная нетерпимость, потеря репутации, карьерное поражение коррупционеров и недобросовестных госслужащих»

- Правительство и президент не должны иметь права на замораживание пенсионных накоплений граждан без одобрения парламента.*
- Необходимо введение простых и эффективных инструментов контроля работы преподавателей и учебных заведений, способствующих живому процессу обучения, избавлению от сегодняшней бюрократической перегруженности работников образования формальной отчетностью.*
- Необходимо совершенствование системы защиты диссертаций и присвоения ученых степеней и званий. Требуется сокращение числа ученых советов и введение оплаты за работу в советах и экспертных комиссиях, равно как и отмена срока давности по пересмотру присвоения ученой степени из-за фальсификации научной работы.*
- Необходимо изменить законодательство, направленное на борьбу с домашним насилием, защиту жертв, противодействие насилию в семье и его профилактику. В том числе установить порядок оказания услуг пострадавшим от насилия, ускоренного рассмотрения заявлений о домашнем насилии и принятия мер по защите потерпевших и свидетелей.*
- Одна из приоритетных задач – упорядочение внешней трудовой миграции. Считая неэффективным введение рабочих виз для граждан СНГ, мы считаем обязательной государственную работу над культурной и социальной интеграцией трудовых мигрантов. А также создание обязательных программ обучения русскому языку и базовым основам российского законодательства, культуры, традиций, правил общежития, предоставление легальным мигрантам равных социальных прав с гражданами России, стимулирование переселения в Россию членов русскоязычной зарубежной диаспоры, последовательное пресечение неучтенной и нелегальной иммиграции.*

- *Защита прав трудовых мигрантов, повышение требований к работодателям, использующим иностранную рабочую силу, сбалансирует привлечение внешних трудовых ресурсов и внутринациональную занятость, заложит основы для более гармоничных межнациональных и международных отношений в этой сфере* [123 трудных шага 2017, www].

Андрей Колесников из Московского центра Карнеги также считает, что Ксения Собчак, необходима, чтобы дискредитировать оппозицию целиком (так как она достаточно нелюбима). *«Тем не менее, – поясняет обозреватель, – Кремль заинтересован в том, чтобы у протестных избирателей, хотя их и немного, появилось лицо, а их гнев был направлен в определенное русло»* [Кашин 2017, www]. Собчак стала иметь непосредственное отношение к оппозиции после митинга в декабре 2011 года в Москве. По словам организатора Олега Кашина, ему была необходима известная личность: *«Я и подумать не мог, что та акция станет для нее началом совершенно нового пути»* [Кашин 2017, www]. Серьезный поворот на этом пути случился 18 октября, когда Собчак объявила о своих планах об участии в предвыборной гонке. После митинга Собчак боролась за место в Координационном совете российской оппозиции и стала четвертой, пропустив вперед самых влиятельных оппозиционеров. В 2012 году «Афиша» организовала дискуссию, где Ксения Собчак высказывалась против утверждения, что Путинское государство - абсолютное зло и сказала о том, что у *«мальчиков из полиции»* (так она называла полицейских, избивающих оппозиционеров) есть своя правда, а утверждение *«государство Путина – зло»* слишком экстремально [Кашин 2017, www]. 12 мая к Собчак пришли с обыском. *«Статус оппозиционера в России определяется уровнем интереса полиции к этому человеку»* - говорит Андрей Колесников [О. Кашин 2017, www]. Игорь Яковенко, сравнивает Ксению Собчак со светошумовой гранатой. Яковенко также отмечает, что каждое появления Ксении Собчак на политической арене и ее отрыв от основных занятий выглядит как *«спецоперация власти, направленная против оппозиции»* [Яковенко 2017,

www]. Собчак, подобно гранате используют для временного оглушения оппозиции, который на время отвлекается от основной борьбы, либо вообще теряет способность к сопротивлению на непродолжительный период. Также Яковенко систематизирует «противников» Ксении Собчак (так как та позиционирует себя как кандидат «против всех»). Он также говорит о Ксении, как о «честной девушке» и что ее заявление «Я кандидат против всех» правдиво, но в некотором контексте.

Дмитрий Яковенко говорит это прямым текстом: *«То, что у Собчак представлено в качестве «программы» демократического, либерального, европейски ориентированного кандидата, это лучший способ скомпрометировать весь демократический протест. «Я не за «Крым наш», но я и не против». «Мы все в одной лодке». Мы с Сечиным, Путиным, Мединским и Кадыровым? Покажите мне эту лодку! «Я договорюсь с властью, чтобы она мирно ушла – мне, в отличие от Навального, поверят, я их там всех знаю». Невозможно лучше дискредитировать протест и оппозицию, чем это делает Ксения Собчак»* [Яковенко 2017, www].

Бойкот. Алексей Навальный призвал бойкотировать президентские выборы 2018 года. Как считает Яковенко, движение за бойкот выборов могло бы иметь политическую мощь. Путин же всеми силами боролся за повышение явки (был даже организован конкурс фотографий на избирательном участке). Собчак же заявила, что будет бороться против бойкота. Навальный. Собчак открыто говорила, что снимет свою кандидатуру, если Навального допустят к выборам (чего не могло произойти). Собчак предлагала объединить усилия. *«Прием, который Кремль применил, выпустив Собчак против Навального, называется в рейдерстве «слияние путем поглощения», а в политике «удушением в объятьях»* [Яковенко 2017, www]. Собчак тем самым ставит Алексея Навального в неловкое положение. Он будет выглядеть агрессивно, не прими помощь от Собчак, но тем не менее он и сам понимает, что это всего лишь провокация и ни о каких намерениях помочь и реальном сотрудничестве речь не идет.

Явлинский. *«Цель Собчак – помешать Явлинскому донести эту программу до людей, переключить внимание на шоу, скандал, набор бессмысленных дебатов. Явлинский, который вынужден отбиваться от Собчак – что может быть смешнее и нелепее»* [Яковенко 2017, www]. Собчак прекрасно знает, что Яблоко не имеет госфинансирования. Она часто упоминает фамилию Явлинского.

Этого мнения придерживается также политконсультант и медиаменеджер Федор Крашенинников: *«Собчак – спойлер Кремля, «Карикатурный либерал. Даже либераст»* [Валиев 2017, www].

Главной проблемой нынешней власти в период выборов является проблема – «продать» вновь Путина избирателям. Путин не меняется, и людям не «интересно» за него голосовать. Также Крашенинников говорит о том, что Собчак «изображает из себя оппозицию», так как подобный кандидат должен присутствовать на каждом выборах (например, Прохоров). Но, как отмечает политолог, подобные кандидаты не относятся ни к либеральной части общества, ни к оппозиции. *«Они являются кандидатами в лучшем случае от себя, в худшем – спойлерами Кремля»* [Крашенинников 2017, www].

Политолог также считает, что обсуждать Собчак и ее выходки не интересно, как например Жириновского: *«То есть человек, специально допущенный к выборам, чтобы потом можно было всем рассказывать – смотрите, какая в России демократия, даже либералы участвуют»* [Крашенинников 2017, www].

«Она карикатурный либерал, даже либераст». Выбор не случаен – Собчак не любит большая часть населения. Крашенинников говорит о том, что «неумение нравится широким массам» Собчак играет на руку Кремлю. Также Собчак не может повлиять на аудиторию Навального, так как общается со своим электоратом по другим каналам коммуникации, через федеральные каналы, которые сторонники навального обходят стороной.

Навальный также предпочитает общаться со своими сторонниками напрямую.

Аббаа Галлямов, российский политтехнолог: *«У Собчак есть шансы стать лидером российского либерализма. Даже если она (что, скорее всего) не наберет голосов, то получит бонус в виде доступа к федеральным телеканалам. Доступ этот означает, что Кремль заинтересован в Собчак»* [Галлямов 2017, www]. Как мы видим, Навальный что-то вроде Волан-Де-Морта из серии книг «Гарри Поттер»: его имя нельзя называть на федеральных телеканалах. Галлямов также поддерживает мнение, что Собчак делает выборы на вид конкурентными, и далее легитимными. В выборах появляется ощущение реальной дискуссии. Но, Собчак настолько не популярная личность, что ее критика в адрес Путина не только не снижает его рейтинг, а наоборот – позволяет президенту выглядеть на фоне Собчак более адекватно. Политтехнолог говорит, что эмоция, вызванная данной дискуссией, является негативной в отношении идей, которые декларирует Ксения Собчак.

Он также считает, что выбор подобного кандидата не будет дискредитировать сам Кремль. Собчак будут прочно ассоциироваться с либералами, которые в свою очередь будут представлены *«мерзавцами и сволочами»* [Галлямов 2017, www]. У массового избирателя негатив будет направлен не на Кремль, который пропустил Собчак, а на либералов (которых представляе Собчак). *«Это дискредитация либеральной идеи через дискредитацию ее носителя»* [Галлямов 2017, www].

6. Ветер в открытую форточку

В период, когда Ксения Собчак, с подачи кремля появилась на политической арене, имело место быть еще одно мнение. Собчак, как описано в модели «Агент Клаус» имела право, с разрешения, открыто критиковать Путинскую политику. Некоторые эксперты считали, что Собчак является собой «Ветром в открытую форточку». Ей разрешили проходить сквозь приоткрытую щель, но далее, она, как считали некоторые, может

представить собой ветер, который неконтролируемо ворвется в эту самую приоткрытую форточку. Этого, как можно видеть, сейчас не случилось.

Ожидания российского публициста Александра Невзорова. По его словам, Собчак обладает «удивительной способностью заставить писать кипятком всех вокруг – и самых забубенных либералих, и самых безумных черносотенцев, коммунистов и жириновских» [Невзоров о Фараоне 2017, www]. По его словам, само участие Собчак оживит процесс выборов, потому что она может озвучить много тех вещей, которые сейчас не принято освещать в России.

Реальность: *«Выяснилось, что «белая лебедь российского протеста» оказалась на проверку склеенной из обыкновенной ваты (отсылка к уничижительному «ватник»). Да. У нас вообще с этим все плохо. Потому что есть еще Ксюшина прорубь. Она тоже в нее шагнула, и неизвестно, выберется ли она обратно». Невзоров говорит о том, что Ксения Собчак искупалась в прорубе в Томске на крещение, при том, что она позиционирует себя как альтернатива Путину и пытается отметить закон «об оскорблении чувств верующих. Зачем она так легко себя сдала, и зачем вообще было делать эту глупость – публично совершать религиозный обряд? Зачем? Это политически бездарно. Но, вообще, для кого мочилась звезда российского гламура в этой канализационной проруби совершенно непонятно. Для народа? Народу не надо. Для него там мочится Владимир Владимирович. Им не надо другого героя. Никто не заменит. Сердце народа занято. Я думаю, кстати говоря, что не очень скоро удастся Ксении от этого просохнуть, от этого странного погружения»* [Невзоров о Фараоне 2017, www].

Дмитрий Быков в 2017 году придерживался похожей точки зрения: *«Спойлеровская логика Собчак, она постепенно ведет ее к тому, что она как делла Ровере и Бубенцов. Начинает говорить больше, чем от нее ждут. Вот это меня, так сказать пугает и волнует. Генирал делла Ровере – спойлер, он*

притворяется, но затем входит в роль и его расстреливают вместе с остальными» [Быков 2017, www].

7. Самопиарщица

Алексей Мартынов, политолог, в рамках модели собчак как «Самопиарщицы» говорит о том, что деятельность Ксении Собчак (о «Доме 2» и корпоротивах) продолжает существовать в виде участия в предвыборной гонке и выступлениях на политической арене.

«Кому-то это весело, кому-то грустно, кому-то откровенно противно. Мне представляется, что итог всех ее "упражнений" будет сильно невелик» [Мартынов 2017, www].

Алексей Мартынов, также считает, что подача ею иска на Путина в Верховный суд – это самопиар. Но дело даже не в том, что это самопиар. Все-таки идет кампания, и каждый волен выстраивать какую-то медийную или другую внутривыборную стратегию так, как считает нужным. Другое дело, что это обращение будет очень красиво смотреться в заголовках на английском языке: «Кандидат Собчак подала в Верховный суд жалобу на Путина. Это явно ориентировано на западные медиа» [Мартынов 2017, www].

«Она является человеком, который не оставляет людей равнодушными. Известность у нее практически абсолютная: 95 процентов населения знает, кто такая Ксения Собчак. Но отношение к ней больше негативное, чем позитивное: 60 процентов относятся к ней отрицательно, около 20 процентов - положительно, еще около 20 процентов - нейтрально», – отметил директор департамента исследований ВЦИОМ Степан Львов [Новое шоу Ксении Собчак 2017, www].

ВЦИОМ данное исследование проводит уже не впервые, и результат, как не странно, всегда предсказуем – всеобщая известность и, в большей степени, негативное отношение к представленной персоне. В совокупности с этим обстоятельством возникает довольно таки резонный вопрос: «зачем Собчак вообще идет на выборы?», поскольку подобное мероприятие для

кандидата – а уж тем более для самовыдвиженца, не имеющего за плечами серьезной политической структуры – это колоссальные траты! Начинаются они с того, что будущему кандидату необходимо собрать с различных регионов страны 300 000 подписей в свою поддержку. Это потребует развернуть около 40 штабов по всей России, в которых, само собой, должны будут работать люди. К тому же, это приобретает вид довольно крупной сети, перерабатывающей невероятные массивы информации, и, чтобы она продуктивно работала, ее нужно грамотно координировать как на региональном, так и на федеральном уровнях. Сказать, что это «жирная» статья расходов, значит, не сказать ничего.

Есть известная формула: за один вложенный доллар кандидат получает один голос. Следуя этому принципу, можно сказать, что для хорошего старта будущему кандидату уже необходимо располагать суммой в 300 тысяч долларов. Не стоит забывать и про агитацию – в маркетинговый бюджет необходимо закладывать гораздо большую сумму, чем на бюджет производственный. И в данном случае требуемая сумма, вполне вероятно, может достигать 400 миллионов рублей.

Всем известно, что Ксения отнюдь не нуждается в финансовой помощи. По данным на 2017 год журнал «Forbes» оценивал ее состояние более чем в \$ 2,1 млн. Собчак рассматривает предвыборную гонку не как битву за «железный трон», а скорее как выгодный инвестиционный проект в долгосрочной перспективе.

Главный источник ее доходов, помимо всего прочего, это реклама в социальных сетях, Instagram же среди них выступает флагманом – у нее в подписчиках состоит более пяти миллионов человек. Это соразмерно с населением целого мегаполиса или небольшой страны. А, как только она объявила о своем участии в предвыборной компании, число людей, подписанных на ее аккаунт и регулярно просматривающих ее новости, тут же увеличилось на миллион с лишним. Любой блоггер (а им Ксения Анатольевна, по сути, и является) может только мечтать о таком приросте

подписчиков. Медийность – вот главная составляющая ее успеха, и на данный момент Собчак представляет собой уникальное торговое предложение.

Теледизитив превратит главное политическое событие России в коммерческое шоу. До сих пор считалось, что, если кто-то собирается участвовать в выборах, не имея четкой цели победить, то он просто спускает деньги на ветер, ведь данное предприятие с финансовой точки зрения – занятие довольно обременительное. Системные партии готовы идти на подобные траты, так как выдвижение кандидатов на выборы – их прямая обязанность (в противном случае Минюст вправе отозвать у них регистрацию).

Некоторые особо состоятельные граждане превращали выборы в ярмарку тщеславия, чтобы потешить собственное эго. А так как у Ксении Анатольевны с самооценкой все в порядке, стоит поискать другой подтекст в ее решении бороться за президентское кресло. Будучи грамотным предпринимателем, она находит в выборах отличную возможность для извлечения коммерческой выгоды. В таком случае, все ее затраты стоит воспринимать, как инвестиции «в себя».

Если говорить о Ксении, то согласно стандартной формуле расчета после выдвижения в президенты реклама одной сумочки в ее исполнении подорожала с 400 тысяч рублей до 520 тысяч. Но, как нам стало известно, кандидатский статус добавил и коэффициента: теперь такой пост от Ксюши стоит уже 900 тысяч [ЦИК рассказал, сколько зарабатывает Собчак 2018, [www](#)].

Опираясь на материалы СМИ, мнения известных журналистов и политологов, можно с уверенностью сказать – образ Ксении Собчак во многом отличается от первоначально созданного имиджа политика.

Заключение

Задачами исследования являлись определение механизмов формирования политического имиджа, выявление теоретических основ понятий «имидж» и «политический лидер», систематизация основных моделей, а также определение эффективности созданного имиджа после прохождения через каналы коммуникации образа политического лидера. Кроме того, удалось выяснить роль традиционных СМИ и новых медиа в формировании образа политического лидера и его становлении. По результатам комплексного анализа контента можно сделать следующие выводы.

СМИ, как наиболее удобная площадка для трансляции имиджа и коммуникации между политиком и электоратом, являются самым эффективным инструментом при создании имиджа политического лидера. Так, на примере Ксении Собчак стало возможным проследить методы создания имиджа квазиоппозиционного политика в СМИ посредством визуальной и вербальной модели. Вербальная модель, языковые и речевые факторы, показанные в выступлении политика. Визуальная представлена посредством внешнего вида и биографии.

В рамках данной работы было проведено исследование, основанное на контент анализе. Его целью являлось установить, как формируется имидж квазиоппозиционера на примере предвыборной кампании Ксении Анатольевны Собчак. Были изучены материалы государственных СМИ, политические ток-шоу, выступления К.А. Собчак на телевидении и радио, а также в интернете. Для анализа были взяты СМИ самой разнообразной направленности. Также была изучена реакция аудитории в социальных сетях, на видеохостингах и других интернет ресурсах.

Таким образом, полученные данные помогли нам выполнить задачи, поставленные в начале исследования были выполнены в полном объеме, а именно:

1. Выявлены компоненты, формирующиеся посредством СМИ
2. Обозначены теоретические основы понятия политического имиджа
3. Определены каналы трансляции и их роль
4. Выявлена специфика стратегии создания имиджа политического лидера
5. Выделены основные модели образа политического лидера
6. Оценена эффективность имиджа

В концепции имиджа политического лидера были выявлены следующие компоненты и модели «Собчак как...»:

- Девчонка из шоу бизнеса
- Кандидат-спойлер
- Маленькая разбойница
- Агент Клаус
- Очернитель оппозиции
- Ветер в открытую форточку
- Самопиарщица

Предположение о непричастности Ксении Собчак к реальной российской оппозиции также подтвердилось.

В результате этого, мы можем заключить следующее: задачи, поставленные в начале исследования, были выполнены в полном объеме.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аакер, Д. Создание сильных брендов/ Д. Аакер – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2008. – 440с.
2. Авченко, В.О. Теория и практика политических манипуляций в современной России / В.О. Авченко. – Владивосток: ИНФРА, 2010. - 165 с.
3. Агеев, В.С. Межгрупповое взаимодействие: Социально-психологические проблемы/В.С. Агеев– М.: 1990.
4. Агеев, В.С. Механизмы социального восприятия /В.С. Агеев // Психологический журнал. 1989. Т. 10. №2.
5. Айвазова, С., Кертман Г. Мужчины и женщины на выборах. 5. Айвазова С., Кертман Г Тендерный анализ избирательных кампаний 1999 и 2000 гг. в России. / –М.: Эслан, 2000. -69 с.
6. Андреева, Г.М. Социальная психология. -/ Г.М. Андреева М., 2001.
7. Андриевский, В. Имидж кандидата [Электронный ресурс]/ Андриевский В. // Режим доступа: <http://ava.md/01-politika/0308-imidzh-kandidata.html>
8. Афанасьева, М.А., Громова, Е.И., Евланов, В.Н., Тульчинский Г.Л. Брендинг: PR-технология. / М.А. Афанасьева, Е.И.Громова, В.Н. Евланов, Г.Л. Тульчинский – СПб.: Справочники Петербурга, 2007. – 112 с.
9. Барренс, М.В. В мире успешных людей / М.В. Барренс. - М.: КНОРУС, 2008. - 178 с.
10. Березкина, О.П.Имиджмейкер/ О.П. Березкина - СПб, 1999.
11. Будаев, Э. В., Чудинов, А. П. Метафора в политической коммуникации/ Э.В. Будаев, А.В. Чудинов. – М.: Флинта - Москва, 2012. - 248 с.
12. Васильев, В.И., Постников, А.Е. Путеводитель по избирательной кампании: Пособие для кандидатов в депутаты, избирательных объединений

и избирательных блоков/ В.И. Васильев, А.Е. Постников -М.: «Права человека», 2001. - 180 с.

13. Васильева, М., Надеин, А. Бренд: сила личности./ М. Васильева, А.Надеин.- СПб.: Питер, 2003. - 208 с.

14. Вебер, М. Избранные произведения./ М.Вебер – М.: Прогресс, 1990.

15. Вершинин, М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе./ М.С. Вершинин – СПб: Издательство Михайлова В.А., 2001. – 253с.

16. Волкова, И. В., Клименко, В. В., Сафразьян, Л. Т. Имидж политических лидеров в СМИ// Мир России. / И.В. Волкова, В.В. Клименко, В.В. Сафразьян. - 1997, Т. 6, № 3. С. 43–74

17. Воробьев, Ю. Л. Электоральное поведение как фактор политической социализации россиян: Автореф. дис. . канд. соц.наук / Ин-т молодежи - М.: 1997-22 с.

18. Воронина, О.А., Клименкова, Т.А. Тендер и культура // Женщины и социальная политика (тендерный аспект) О.А. Воронина, Т.А. Клименкова / Под ред. З.А. Хоткиной. / – М., 1992. -с. 10-22.

19. Гармонова, А.В. Имидж политических партий и объединений в электоральном процессе: Автореф. дис. канд. пол. наук /А.В. Гармонова. Воронеж, гос. ун-т.- Воронеж, 1998. 25с.

20. Герман, Д. Бренд как стратегия. [Электронный ресурс]: Публикации экспертов // Энциклопедия маркетинга. Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/brand_strat.htm

21. Гоулд, Ф. Стратегическое планирование избирательной кампании / Ф. Гоулд, 1993. № 4. С. 134—138.

22. Грачев, М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития/ М.Н. Грачев. -М.: Прометей, 2004. – 328 с.

23. Гринберг, Т.Э. Политическая реклама: портрет лидер / Т.Э. Гринберг. –М.: 2010. - 214 с.
24. Гуревич, П.С. Приключения имиджа: Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия/ П.С. Гуревич – М.:, 1991. – 219с.
25. Гусева, А.С., Ниесов, И.В. Психологические технологии манипулирования массовым бессознательным: современное состояние и перспективы использования /А.С. Гусева, И.В. Ниесов. Полит, маркетинг. 2001. - N 1. - С.75-77.
26. Даль, Р. Полиархия: участие и оппозиция / Р. Даль//Пер. с англ. под ред. С. Деникиной, В. Барановой. – М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 2010.
27. Дергач, А.А. Политическая имиджелогия: учебное пособие / А.А. Дергач, Е.Б. Перелыгина. – М.: 2006. –184 с.
28. Достоевский Ф.М. Собрание сочинений в 15-ти томах. Братья Карамазовы / Ф.М. Достоевский - Л.: Наука, 1991.
29. Дудин, Д.М. Образ политического лидера и возможности его изменения / Д.М. Дудин. - Псков: Проспект, 2009. - 88 с.
30. Дюверже М. Политические партии/ М. Дюверже .-М.: Академический проект, 2001.
31. Егорова-Гантман, Е.В. и др. Политиками не рождаются. Как стать и остаться эффективным политическим лидером / Е.В. Егорова-Гантман. - М.: Центр полит, консультирования "Никколо М", 1993.
32. Егорова-Гантман, Е.В., Плешаков, К.В. Политическая реклама/ Е.В. Егорова-Гантман,-М.: Центр полит,
33. Загайнов, А. В. Понятие имиджа политического лидера: сущность и подходы к определению/ А.В. Загайнов – Казань, 2007. 256 с.
34. Информация и общественное мнение: От репортажа в СМИ к реальным переменам / Под ред. Румин Ислам. – М.: Альпина Паблшерз, 2010. – 293с.

35. Комаровский, В. С. Государственная Служба и средства массовой информации/ В.С. Комаровский. – Воронеж: Издательство Воронежского Государственного Университета, 2003. – 114 с.
36. Конечкая, В.П. Социология коммуникаций/ В.П. Конечкая. - М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. - 304 с.
37. Конюхов, Н.И. Прикладные аспекты современной психологии: термины, законы, концепции, методы/ Н.И. Конюхов – М. : Макцентр, 1994. 59 с.
38. Котлер, Ф., Рейн, И., Хэмлин М., Столлер, М. Персональный брендинг. Технологии достижения личной популярности/ Ф. Котлер, И, Рейн, М. Хэмлин. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2008. – 400 с.
39. Лакофф, Дж., Джонсон, М. Метафоры, которыми мы живем, Пер. с англ./ Дж. Лакофф, М. Джонсон // Под ред. и с ... М.: Прогресс, 1990. с. 5-51. 3. Баранов Г.С
40. Лиллиан, Б. Имидж – путь к успеху/ Б. Лиллиан. – СПб: ИД «Питер», 2001. – 186с.
41. Макашева , З.М., Макашев, М.О. Брендинг/ З.М. Макашев, М.О. Макашев. –СПб: Питер 2011. – 288с.
42. Морозова, Е.Г. Политический рынок и маркетинг: концепции, модели, технологии / Е.Г. Морозова. - СПб.: Проспект, 2010. - 112 с.
43. Моррис, Д. Игры политиков / Пер с англ. Н. А. Анастасьева. / Д. Моррис. –М. : ООО «Издательство АСТ», 2004, 381 с.
44. Овчинников, Б.В. Электоральная эволюция: пространство регионов и пространство партий в 1995 и 1999 годах/ Б.В. Овчинников // Полис. 2000. - N 2(55). - С.68-79.
45. Ольшанский, Д.В. Массовые настроения в политике / Д.В. Ольшанский//Центр стратег. Анализа и прогноза. –М: Прин-Ди, 1995. – 240 с.

46. Отц, Е.В. Имидж политического лидера и социально-психологические особенности его влияния на отношения электората/ Е.В. Отц.- М. : ПроСофт, 2005. ? 56с.
47. Панасюк, А.Ю. Формирование имиджа: стратегии, психотехнологии, психотехники/ А.Ю. Панасюк – М.: Издательство «Омега-Л», 2007. – 226с.
48. Паттерсон, Т. Имидж политика: теоретические проблемы, методы анализа / Т. Паттерсон. - М.: ИНФРА, 2009. - 144 с.
49. Питерс , Т. Преврати себя в бренд. 50 способов сделать из себя бренд/ Т. Питерс. –М.-СПб-К.: Издательский Дом Вильямс, 2008. – 233с.
50. Потёмкина, О.Ф. Имидж политического лидера / О.Ф. Потемкина. – М.: Проспект, 2010. - 144 с.
51. Почепцов, Г. Имидж: учебное пособие / Г. Почепцов. - Киев: 2010. - 96 с.
52. Селиверстова, Ю.А. Имидж политического лидера: создание, внедрение, актуализация / Ю.А. Селиверстова // Общественно-политический журнал «Власть» - М., 2011. - №1. С. 71-72.
53. Смолякова, В.В. Имидж политического лидера в структуре коммуникативного пространства/ В.В. Смолякова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. № 2. - 2000. 109 с.
54. Темпорал, П. Эффективный бренд-менеджмент/ П. Темпорал П. - СПб: Нева, 2004. - 288 с.
55. Тульчинский, Г. Л. Личность как автопроект и бренд: некоторые следствия/Г.Л. Тульчинский// Философские науки. – 2009, №9. С. 30-50.
56. Фомичева, И.Д. Социология СМИ/ И.Д. Фомичева – М.: Аспект Пресс, 2007. – 335 с.
57. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы/ Ф.И. Шарков М.: Дашков и К, 2010. - 272 с.
58. Шашлов, М.Н. Политический имидж как актуальный предмет исследования / М.Н. Шашлов, В.Д. Зотов, - М.: ИНФРА, - 2010. - 66 с.

59. Шевченко, В. Г. Политическая имиджелогия: учебное пособие / В.Г. Шевченко. - СПб.: 2009. - 54 с.
60. Шевченко, Ю.Д. Конфликт между ветвями власти и электоральное поведение в России/Ю.Д.Шевченко // Мировая экономика и междунар. отношения. 1999. -N 1. - С.82-89.
61. Шевченко, Ю.Д. Поведение избирателей в России: Основные подходы/Ю.Д. Шевченко // Выборы в посткоммунистических обществах. М., 2000. - С.111-136. - (Полит, наука / ИНИОН РАН; 2000, N3): с.130-136.
62. Шепель В.М. Имиджелогия. Секреты личного обаяния.-М., 1994.
63. Шилен, К.В. Имиджелогия. Как нравиться людям / К.В. Шилен. - – СПб.: 2010. - 112 с.
64. Шумпетер, Й. А. История экономического анализа. // Й.А. Шумпетер . 1940
65. Юрий, М.Ф. Политология/ М.Ф. Юрий – К.: Дакор, КНТ, 2006. – 416с.

ЭМПИРИЧЕСКАЯ БАЗА

1. 10 правил успеха от Ксении Собчак: Иногда напоминайте себе, что жизнь конечна// Психология [электронный ресурс]. – 07.11.2017. – Режим доступа: <http://www.psychologies.ru/story/10-pravil-uspeha-ot-ksenii-sobchak-inogda-napominayte-sebe-cto-jizn-konechna/>
2. 123 трудных шага// Собчак против всех [электронный ресурс]. – 17.10.2017. – Режим доступа: <https://sobchakprotivvseh.ru/steps123>
3. xenia_sobchak// Instagram [электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.instagram.com/xenia_sobchak/?hl=ru
4. А. Валиев. Ксения Собчак как «идеальный мальчик для битья»// RFI [электронный ресурс]. – 27.10.2017. – Режим доступа: <http://ru.rfi.fr/rossiya/20171027-kseniya-sobchak-kak-idealnyi-malchik-dlya-bituya>

5. А. Лаурен. Смена власти важнее, чем Владимир Путин за решеткой// ИноСМИ [электронный ресурс]. – 29.01.2018. – Режим доступа: <https://inosmi.ru/politic/20180129/241304034.html>
6. А. Невзоров. Собчак не стоило ходить на пресс-конференцию Путина // YouTube [электронный ресурс]. – 18.12.2017. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=PF0xtPкx1OY>
7. Блондинка в шоколаде и дочь реформатора решила баллотироваться в президенты// NewsFrol [электронный ресурс]. – 19.10.2017. – Режим доступа: <https://newsfrol.ru/24/2824/>
8. В. Шендерович. Либералы на доверии// Эхо Москвы [электронный ресурс]. – 12.02.2017. – Режим доступа: <https://echo.msk.ru/blog/shenderovich/2163668-echo/>
9. Д. Быков. Ксения Собчак как героиня русской литературы// YouTube [электронный ресурс]. – 08.01.2017. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=E4z6XIsLeLs>
10. Дом-2 объявили публичным// Коммерсант [электронный ресурс]. – 24.05.2005. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/580114>
11. Дом-3: как соцсети отреагировали на выдвижение Собчак// РИА—Новости [электронный ресурс]. – 19.10.2017. – Режим доступа: <https://ria.ru/politics/20171019/1507123810.html>
12. Есть доказательства, что я проект Кремля?// Фонтанка.ру [электронный ресурс]. —25.10.2017. – Режим доступа: <https://www.fontanka.ru/2017/10/25/003/>
13. И. Суханова. «Нищобродов» не пускать: Собчак предложила ввести в Монако налог с туристов, чтобы бедные не мешали отдыхать богатым// Комсомольская правда [электронный ресурс]. – 30.05.2017. – Режим доступа: <https://www.samara.kp.ru/daily/26684/3708142/>
14. И. Яковенко. Светошумовая граната "собчак" брошена в оппозицию// Блог Игоря Яковенко [электронный ресурс]. – 20.10.2017. – Режим доступа: http://yakovenkoigor.blogspot.com/2017/10/blog-post_20.html

15. Интервью Ксении Собчак Владимиру Познеру// [электронный ресурс]. – 12. 11. 2015. – Режим доступа: https://tvrain.ru/teleshov/sobchak_zhivem/dolgoe_vremja_politika_byla_dlja_menja_takim_zanjatiem_kotoroe_ukralo_u_menja_papu_intervju_ksenii_sobchak_vladimiru_pozneru-380173/
16. К. Мартынов. Ксения Собчак, кандидат-спойлер// InoPressa [электронный ресурс]. – 20.10.2017. – Режим доступа: <https://www.inopressa.ru/article/20oct2017/welt/spoiler>
17. К. Мартынов. Кампания Собчак - это аморальный карнавал//Newsru [электронный ресурс]. – 01.12.2017. – Режим доступа: <https://blog.newsru.com/article/01dec2017/sobchak>
18. Как «блондинка в шоколаде» решила побороться за «шапку Мономаха»// Бизнес-Газета [электронный ресурс]. – 19.10.2017. – Режим доступа: <https://www.business-gazeta.ru/article/361215>
19. Ксения Собчак: Повторяю Путин – не мой крестный отец// Комсомольская правда [электронный ресурс]. – 16.01.2018. – Режим доступа: <https://www.samara.kp.ru/daily/26781/3815447/>
20. Ксения Собчак: Я не хочу революции 2012// ИноСМИ [электронный ресурс]. – 26.11.2012. Режим доступа: <https://inosmi.ru/russia/20121126/202636813.html>
21. Л.Гудков. Собчак воспринимают как подтанцовку Путина и спойлер Навального// DW [электронный ресурс]. – 10.11.2017. – Режим доступа: <http://www.dw.com/ru/%D0%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE/a-41666884>
22. Навальный –live// YouTube [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCgxTPTFbIbCWfTR9I2-5SeQ>
23. Навальный не сможет составить конкуренцию Собчак в случае участия в выборах, убежден политолог Белковский// [электронный ресурс]. – 25.10.2017. – Режим доступа: <https://echo.msk.ru/news/2080408-echo.html>

24. Невзоров - о Фараоне и ориентации Милонова // вДудь [электронный ресурс]. – 30.01.2018. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=zcjKJ7FHDLM>

25. Новое шоу Ксении Собчак: президентские амбиции «блондинки в шоколаде»// Мир 24 [электронный ресурс]. – 19.10.2017. —Режим доступа: <https://mir24.tv/news/16273768/novoe-shou-ksenii-sobchak-prezidentskie-ambicii-blondinki-v-shokolade>

26. О. Кашин. Путин и реалити-оппозиция//ИноСМИ [электронный ресурс]. – 15. 12. 2017. – Режим доступа: <https://inosmi.ru/politic/20171103/240685444.html>

27. О. Кашин. Кандидат Собчак. Повышает ли ее эксперимент шансы Навального на допуск к выборам?// Republic [электронный ресурс]. – 25.09.2017.- Режим доступа: <https://republic.ru/posts/86578>

28. Предвыборное письмо Ксении Собчак. Максимально коротко (и без ошибок)// Медуза [электронный ресурс]. – 18.10.2017. – Режим доступа: <https://meduza.io/feature/2017/10/18/predvybornoe-pismo-ksenii-sobchak-maksimalno-korotko-i-bez-oshibok>

29. Собчак - о Навальном, крестном и выборах // вДудь [электронный ресурс]. – 24.10.2017 – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=wpfpey_0G5A

30. Собчак из Дома-2 идет в президенты // Комсомольская правда [электронный ресурс]. – 18.10.2017. – Режим доступа: <https://www.kp.ru/daily/26746.4/3774638/>

31. Собчак объяснила фразу о «генетическом отребье в России»// Lenta.ru [электронный ресурс]. – 24.10.2017. – Режим доступа: <https://lenta.ru/news/2017/10/24/orebye/>

32. Собчак прочтет лекцию в Оксфорде и пообщается с Ходорковским// РБК [электронный ресурс]. – 17.11.2017. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/politics/17/11/2017/5a0ece6f9a794724d27615f1>

33. Собчак: 72-летний Путин должен спокойно передать власть 2018// Московский комсомолец [электронный ресурс]. – 28.01.2018. – Режим доступа: <http://www.mk.ru/politics/2018/01/28/sobchak-72letniy-putin-dolzhen-spokoyno-peredat-vlast.html>

34. Собчак: если я и лошадь, то единорог// Вести [электронный ресурс]. – 25.10.2017. – Режим доступа: <https://www.vesti.ru/doc.html?id=2947339>

35. ЦИК рассказал, сколько зарабатывает Собчак// АиФ [электронный ресурс]. – 08.02. 2018. – Режим доступа: http://www.aif.ru/politics/russia/cik_rasskazal_skolko_zarabatyvaet_sobchak

36. Ю. Латынина. Собчак будет на этих выборах спойлером, и причем не Путина, а Навального// Гордон [электронный ресурс]. – 22.10.2017. – Режим доступа: <http://gordonua.com/news/worldnews/latynina-sobchak-budet-na-etih-vyborah-spoylerom-i-prichem-ne-putina-a-navalnogo-213523.html>

37. Я послушная жена и нежная девочка// Lenta.ru [электронный ресурс]. – 11.12.2017. – Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2017/12/11/xenia/>