

ПОЛИТОЛОГИЯ
(специальность 23.00.02)

Тощева А.В. Новая коммуникационная стратегия российской оппозиции

В электоральных кампаниях 2011-2012 гг. системная и несистемная оппозиции принимали одинаково активное участие. Парламентская, от имени немногочисленных партий, организовано и легально оппонировала сложившемуся политическому режиму и успешно мобилизовала протестный электорат с помощью коммуникационного ресурса. В считанные годы этот ресурс серьезно трансформировался, перейдя в электронное поле, и бросил оппозиции вызов соответствовать современным коммуникационным тенденциям. Оппозиция этот вызов приняла: выступления в интернет-СМИ, троллинг в комментариях, дебаты и вирусные ролики для YouTube, блоги в формате личных размышлений лидеров, движения в соцсетях, демотиваторы и работа на корпоративных сайтах – новые техники рекрутирования сторонников можно перечислять и дальше. Главное, легальная оппозиция вслед за несистемной стала не только освещать в СМИ практику осуществления правительством нынешнего политического курса, но и сосредоточилась на собственной деятельности. Представлен анализ предпосылок изменения коммуникационной стратегии российской оппозиции и техник, используемых конкурирующими политическими партиями для артикуляции обществу своих программ.

Ключевые слова: оппозиция, коммуникационный ресурс, общество, электронная среда.

Национальный университет

«Высшая школа экономики», Россия

11 января 2013 г.
