

На правах рукописи

ШУШАРИН Николай Александрович



**ИНФОРМАЦИОННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КАК ФАКТОР
ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА**

Специальность 23.00.02 – Политические институты, этнополитическая
конфликтология, национальные и политические процессы и технологии
(политические науки)

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Новосибирск – 2003

Работа выполнена в Сибирском государственном университете телекоммуникаций и информатики на кафедре социально-политических теорий

Научный руководитель: - заслуженный работник высшей школы РФ,
чл. – корр. РАЕН, доктор философских наук,
профессор, Коган Владимир Зиновьевич

Официальные оппоненты: -доктор политических наук, профессор
Гомеров Игорь Николаевич
-кандидат политических наук, доцент
Ивлев Сергей Викторович

Ведущая организация: - Институт по переподготовке и повышению
квалификации преподавателей социальных и
гуманитарных наук при Новосибирском
государственном университете

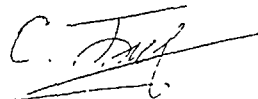
Защита состоится 17 декабря 2003 г. в 14 00 часов на заседании диссертационного совета К 212.088.01 по присуждению ученой степени кандидата наук в Кемеровском государственном университете по адресу: 650043, г. Кемерово, ул. Красная, 6.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Кемеровского государственного университета.

Автореферат разослан 14 ноября 2003 г.

Ученый секретарь совета К 212.088.01
кандидат политических наук, доцент

С.В. Бирюков



2003-A
18667

Введение

Актуальность исследования. Процессы информатизации и медиатизации в мировых масштабах стимулируют скачкообразность экономического и научно-технического развития и могут вызвать изменения всей системы коммуникации, межличностного общения и устоявшихся форм жизнедеятельности. В таких условиях исследование проблемы власти становится особо актуальным. Постоянно усложняющийся процесс делегирования субъектами своей воли структурам власти есть следствие изменения систематизирующих мировоззренческих элементов.

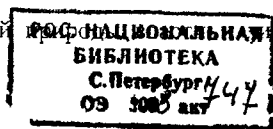
Человек, который управляет массами, оказывается в постоянно изменяющемся социальном пространстве. Политические решения, поведение субъекта власти определяются множеством факторов и взаимодействием огромного числа элементов. Исключительное значение для формирования личности такого человека – политического лидера – приобретает фактор социального информационного взаимодействия.

Развитие личности, формирование сущностных личностных качеств обусловлены определяющим внешним фактором влияния социальной среды.

Формирование политического лидера – это обретение субъектом определенной завершенности, законченности, которая массами воспринимается как личность, способная реализовать социальную роль лидера. Исследование информационного взаимодействия как фактора формирования такой личности, изучение этапов её развития и структуры информационных потоков, оказывающих влияние на личность лидера, представляет несомненный научный интерес, но исследовано явно недостаточно.

Проблема. Недооценка роли информационного фактора при формировании личности приводит к ситуации, когда общество получает лидера, не всегда адекватного потребностям электората, не отвечающего запросам времени и политической реальности.

Разработанность темы в научной литературе. Тема диссертационного исследования охватывает несколько взаимовязанных аспектов данной проблемы. При концептуальном осмыслении информационной сферы государства



диссертант синтезировал существующие наработки по различным вопросам формирования и развития их институтов и субъектов. Автор внимательно познакомился с имеющимися наработками в междисциплинарном освещении темы. Определенные положения, позволяющие охарактеризовать власть как символически генерализованное коммуникативное средство, отражены в работах И.Н. Гомерова, К. Дойча, Д. Истона, Н. Лумана, А. Минделла, А.С. Панарина. Информационное обеспечение политических процессов в той или иной мере освещено в работах В.В. Желтова, В.З. Когана, Л.Г. Олеха, А.М. Тулеева, Л.Л. Шпак.

Вопросы субъектно-объектных отношений в информационном взаимодействии, политической социализации личности и роли информации как метасредства передачи социального опыта, роли качества информации в политических процессах представлены в работах В.З. Когана и его учеников.

И.В. Мелик-Гайказян исследовал информационные процессы, в том числе межличностные. В работах Р.Г. Кабулова еще в 1996 году рассматривался вопрос о роли СМИ как фактора формирования личности. С. Семенихин рассматривает становление успешной личности, определяет причины появления проблемной личности, определяет её индивидуально-личностные и профессиональные качества.

Большой интерес представляют работы В.Н. Амелина, В.В. Демидова, Е.Н. Минченко, Г.Г.Почепцова, Е.В. Руденского, К.В. Симонова, В.В. Трошихина, В.И. Теплова, где анализируются некоторые методологические ориентиры для раскрытия информационных факторов формирования личности лидера.

Таким образом, в общественных и гуманитарных науках представлены попытки дать характеристики информационным факторам, влияющим на формирование и развитие личности, именно в политическом аспекте. Однако в политических науках нет конкретных, монографических подходов к исследованию информационных факторов формирования личности политического лидера. В тоже время стали актуальными и проблемы использования информационных ресурсов и технологий в политической деятельности: изучаются возможности Интернета, заслуживают активного внимания имиджевые технологии избирательных компаний.

Исследователи анализируют возможности коррекции индивидуально-личностных характеристик современных российских политиков.

Несмотря на это, остаются мало изученными проблемы формирования и развития личности политического лидера. В современных исследованиях нет анализа механизмов, циклов и этапов формирования личности лидера под влиянием информационного взаимодействия. Недостаточно полно раскрыты вопросы соответствия лидера запросам общества и политической реальности; вне исследований оказались вопросы формирования личности политического лидера в современной цивилизации.

Объект исследования: политический лидер как субъект власти.

Предмет исследования: формирование личности политического лидера в информационном взаимодействии.

Цель настоящей работы: обосновать роль информационного взаимодействия как основного фактора формирования личности политического лидера.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие **задачи**:

- Выявить информационную природу власти как сложного социального взаимодействия;
- Рассмотреть коммуникативные аспекты деятельности личности в публичной политике;
- Создать информационную модель личности политического лидера;
- Определить сущностную роль информационного взаимодействия в формировании личности политического лидера и его имиджа.

Методы исследования: теоретический анализ, сравнительный анализ документов, наблюдение, факторный анализ, опрос (экспертный, беседы).

Гипотеза исследования: информационное взаимодействие есть ключевой фактор формирования личности политического лидера.

Теоретико-методологическая база исследования. В теоретико-методологическую базу исследования комплексно вошли положения, разрабатываемые в рамках политологии, социологии, теории управления. Анализ политической власти и лидера строится на основе функционального и

деятельностного подходов. Диссертант опирался на концепцию протекания информационных процессов в обществе как целостной системе и его подсистемах, на теорию социального информационного взаимодействия В.З. Когана, детально разработавшего механизмы функционирования синхронных и диахронных информационных процессов в координатах пространства и времени, в их дискретно-непрерывном единстве. Важное значение имели концепции отечественных и зарубежных исследователей - о роли личности в политике Ж. Блонделя, В.В. Ильина, В.В. Трошихина, А.Г. Унпелева, З.И. Файнбурга, Е.Б. Шестопада; - о значимости коммуникативной компетентности в политике В.П. Конечной, Г.С. Мельник, П.В. Соломки, Е.С. Сорокиной; - по вопросам формирования имиджа политического лидера Е. Абашкиной, Е.Н. Минченко, Г.Г. Почепцова, М. Спиллейна, А.М. Цуладзе; - о характере массовых информационных процессов М.С. Вершининой, Ю.А. Шерковина, Ю.А. Шрейдера; - о качестве и особенностях информации в политических процессах Н.Н. Киселева, В.З. Когана, В.Ф. Пенькова, А.К. Сухотина, Л.Л. Штудена.

Эмпирическую базу исследования составили законодательные акты РФ, политические документы, результаты контент-анализа журнала «Власть» за период с 1998 по 2003 г.г.. Проведены беседы с политическими лидерами регионального уровня, действующими депутатами Государственной Думы, депутатами Новосибирского областного и городского Советов. Кроме того, исследовано 1550 письменных работ студентов СибГУТИ по курсу «Политология» за 1998 - 2003 учебные годы.

Научная новизна исследования:

- Уточнено положение о политической власти как сложном социальном взаимодействии, имеющем информационную природу. Существование и развитие политической власти как информационной системы обеспечивают политические коммуникации - усложняющиеся и модифицируемые системы.
- Предпринята попытка доказательства того, что в публичной политике разрешение основного вопроса о власти достигается и таким политическим ресурсом, как информационное взаимодействие её субъектов. Тип

политической деятельности и характер информационного взаимодействия субъектов власти взаимосвязаны.

- Обоснована ключевая роль информационного взаимодействия как фактора формирования личности политического лидера. Интенсивность этого взаимодействия определяет личность политического лидера. От степени интенсивности и разветвленности информационного взаимодействия зависит формирование личности «идеального», «реального» или «формального» политического лидера.
- Показано, что позитивный имидж политического лидера, сформированный в информационном взаимодействии, обеспечивается диалоговой формой общения, эффективными средствами обмена информацией. Имидж – это важный информационный ресурс политического лидера.

На защиту выносятся следующие положения:

- Феномен политической власти имеет информационную природу. Обмен политическими идеями, символами, значениями, обеспечивает политическое согласие, развивает или разрушает его. Развивая структуру потоков информации (политический диалог; устное и письменное общение; межличностные и межгрупповые коммуникации и др.), можно изменять характер политической власти.
- Участники информационного взаимодействия в политическом процессе сталкиваются с информационными барьерами. Личность политического лидера формируется в результате информационного взаимодействия, преодолевающего эти барьеры.
- Политический лидер находится в центре инфовзаимодействия. Имидж политического лидера есть системное явление, посредством которого проявляется результат информационного взаимодействия лидера, властных структур, электората.

Теоретико-методологическая значимость диссертации. Работа вносит определенный вклад в изучение природы политической власти и личности политического лидера. Исследование может быть использовано в качестве основы для дальнейшего теоретического анализа проблемы власти и личности политического лидера как феноменов информационной природы.

Анализ информационного взаимодействия позволит своевременно и эффективно корректировать имидж личности политического лидера, прогнозировать информационные запросы электората и заблаговременно готовить смену лидера.

Практическая значимость диссертационного исследования состоит в возможности использования полученных результатов и выводов для принятия специальных мер в целях повышения эффективности деятельности политического лидера на федеральном и региональном уровнях. Материалы диссертации могут быть полезными в преподавании политических и социологических наук в учебных заведениях. Определенный профессиональный интерес представляет диссертация и для специалистов в области прикладной политологии и социологии, работников органов государственной власти и местного самоуправления.

Основные понятия, используемые в диссертации: политическая власть, субъект политической власти, политический лидер, формирование личности политического лидера, формирование имиджа политического лидера, информационное взаимодействие, информационные процессы в политике.

Апробация диссертационной работы. Основные положения, содержащиеся в диссертационном исследовании, были изложены в научных публикациях. Материалы диссертации были представлены на IV научной конференции «Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований» (Пермь, 1998); Республиканской научной конференции «Социально-политическое взаимодействие на территории: механизмы, трансформации, регулирование» (Кемерово, 1999); на XXII Уральских социологических чтениях «Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований» (Пермь, 2000); Всероссийской научно-практической конференции «Культура. Творчество. Личность» (Екатеринбург, 2001); в сборнике научных статей «Общество и коммуникация» (Новосибирск, 2003).

Структура и объем работы. Диссертация включает в себя введение, 2 главы, состоящие из 6 параграфов, заключение, список литературы из 257 наименований. Содержание работы изложено на 172 страницах машинописного текста.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается выбор темы исследования, её актуальность, определяются цели, задачи, объект и предмет исследования, характеризуется научная новизна и значимость работы, сформулированы гипотеза и проблема, обозначены методы исследования.

Глава 1. Личность лидера как субъекта политической власти

В первом параграфе – **«Информационные основы политической власти»** - выделяются основные информационные особенности политической власти.

Исследование показало, что **политическая власть представляет собой уникальную информационную систему, связанную потоками информации с внешней средой.** Власть в социально-политическом взаимодействии рассматривается как средство коммуникации. Основой анализа является гипотеза о системообразующей функции политической коммуникации. Эта гипотеза обнаруживает фундаментальное условие всякой власти: коммуникация есть средство создания (или устранения) властью некоторой неопределенности, неуверенности в партнере. Постоянный переход от производства неопределенности к ее устранению, благодаря механизму общения между людьми, является основной предпосылкой существования власти и позволяет выявить теоретико-методологические основания для изучения феномена власти в информационном аспекте.

В целях самосохранения субъект власти окружает себя «защитным поясом» из доверенных лиц, которые амортизируют его отношения с социумом, выстраивая систему информационного взаимодействия с регулируемыми потоками информации снизу вверх и обратно. Анализ власти дает ключ к пониманию таких её институтов как политический лидер. Институты власти, их политическая деятельность и результаты, целенаправленно соотнесены, упорядочены, посредством информационного взаимодействия.

Власть в определенной мере открыта для индивидов. для их множеств, представлена и связана с ними различными информационно-коммуникативными каналами. Власть возникает и действует при условии существования между

участниками социального взаимодействия системы коммуникации. Власть, как и общество, существует в коммуникации и через коммуникацию. В настоящее время создаются «виртуальные» государства и выстраиваются системы властных отношений в компьютерных сетях и системах.

На пути политической информации возникают препятствия, искажающие ее. Эти препятствия обусловлены тремя факторами: гносеологическими механизмами, которые обеспечивают прирост информации, её специализацию, умножают объем невостребованного знания; инерцией мысли субъекта, которая искажает информационные потоки; социальными факторами, превращающими информацию в дезинформацию.

В коммуникациях между субъектами власти и индивидами - подданными и их множествами – преобладают следующие коммуникации: информирующие; директивные; побуждающие; целенаправленно, преднамеренно и территориально организованные; легальные; правосубъектные; суверенные; официальные; открытые; универсально-всеобщие; гиперсложные; неофициальные.

Власть использует и неофициальные каналы устной массовой коммуникации - слухи. Несомненно, слухи о смене власти и.и. лидера активизируют общественное мнение, заставляют общество сопереживать грядущим переменам. Слухи о противостоянии с властью вызывают антиобщественное поведение. Слухи о фальсификации выборов поднимают оппозиционные силы на захват власти. При этом публичная власть наполнена и обозначена особым рода символами. Многие процедуры деятельности ее субъектов знаковы, символичны, театральны.

Субъект политической власти воспринимается объектом через имидж политического лидера. Необходимо отметить, что политическая жизнь лидера имеет два плана: реальный и идеальный, который может быть символическим, воображаемым, придуманным, мифическим, идеализированным и даже ложным. Важно, что именно соотношение этих планов играет первостепенную роль при смене политического лидера.

Публичная власть позволяет, по необходимости, субъекту и объекту власти поменяться ролями, переживать феномен «перевертывания» (В.З. Коган). Используя

право быть избранными, в соответствии с законами и уставами, граждане могут занимать властные должности в государственных органах или в политических партиях. Информация о вакансиях или выборах побуждает политические силы к активизации деятельности по смене или обновлению политической власти, по смене политического лидера. Появление и циркуляция в обществе информации такого характера зависит от политического режима и формы правления. Они же определяют тип и характер взаимодействия политических лидеров. В унитарных формах государственного правления преобладает вертикальный тип взаимодействия лидера и подчиненных структур; в федерации существует и доминирует вертикальный тип, одновременно с горизонтальным типом взаимодействия лидеров субъектов федерации между собой и с центром; в конфедерации наблюдается «разрыхление» вертикального типа взаимодействия и многообразие горизонтальных видов.

В работе сделаны выводы: 1. Понятие власти может быть раскрыто как символически генерализованное коммуникативное средство; 2. Власть - управляемое специальным кодом взаимодействие, имеющее информационную природу.

В исследовании выбран подход, в котором политическая власть трактуется как атрибут социальных взаимодействий на различных коммуникативных уровнях.

Во втором параграфе первой главы – **«Информационная деятельность личности в публичной политике»** - исследуются структура, путь, механизм формирования личности и информационные особенности её деятельности в публичной политике. Личность рассматривается как продукт общественных отношений. Влияние социальной среды есть определяющий внешний фактор развития личности. Для публичной политики наиболее существенны: интенсивное общение, познавательная и социальная активность.

К социальному фактору диссертант относит образование, влияние средств массовой информации; законы, нормы, традиции в процессе социализации личности. Передача социального опыта последующим поколениям осуществляется на основе информационного взаимодействия.

В исследовании показано, что формирование личности зависит от типа социальной среды. Авторитарная среда обеспечивает появление личности адаптированной к проявлению зла, к насилию и культу силы, авторитета. Свободное направление развития личности способствует раскрытию потенциала каждой индивидуальности. Именно в такой среде возможно всестороннее развитие таких личностных качеств, как чуткость, стремление к единению с другими, самоактуализации, наиболее значимых для публичной политики. Тип лидера в публичной политике зависит от норм соблюдения социальных границ в обществе и его институтах. Собственное поведение и общение политика невозможно без установления соответствующих границ. Публичный политик, участвуя в выборах, ограничивает распространение негативной информации о себе. Став лидером, он вынужден перестраивать свои коммуникации, изменяя прежние связи.

В параграфе делается вывод о существовании двух принципиальных программ формирования личности лидера внешней и внутренней средой. Внешняя среда формирует личность лидера-государственника, усваивающую духовные ценности, традиции общества, соответствующую социальному заказу с помощью общения, символов и образов. Внутренняя среда формирует личность лидера - реформатора, делающую ставку на саморазвитие, самореализацию, сотрудничество, соответствующую раскрытию социального и индивидуального потенциалов с помощью межличностного общения, учебно-научной, политической литературы, доступа к разнообразным информационным ресурсам.

Политическая социализация личности лидера представлена в диссертации как информационный процесс. Детство и молодость будущего политического лидера связаны с общим накоплением информации и наращиванием тезауруса. Личность инфовоздействует с референтными межнациональными группами, мировыми культурами и цивилизациями. Взрослость лидера связана с информационной стабилизацией: интенсивность потребления информации остаётся высокой, но ее разнообразие уменьшается; личность ориентируется на потребление «своей» информации. Карьера политического лидера, совпадает с началом формирования его политического имиджа. При этом выделяются две формы социально-

информационной активности: активность, направленная на оптимизацию социальной микросреды и общественная активность, ориентированная на оптимизацию взаимоотношений между внутренней и внешней социальной средой.

Исследование показывает, что роль политического лидера осознается в его профессиональной политической деятельности и в реализации лидерских функций, в осуществлении конкретных правительственных поручений, миротворческих миссий, особых государственных полномочий. Индивид включается в политическую деятельность при условии, что он располагает информацией о политической системе общества и им усвоена информация о целесообразности действия в социокультурном поле общества, у него сложились устойчивые информационные связи восприятия политических процессов.

В периоды политических кризисов политическая социализация прерывается, т.е. прерывается поток информации диахронного типа и замещается горизонтальным (синхронным), таким образом, обновляется диахронный поток. С установлением новых политических традиций инфопоток набирает силу. Следствием этого является политическая социализация с циклическим процессом.

Символы и символные системы выступают средствами приобретения, хранения, переработки и трансляции информации. Общение, как коммуникативный процесс, является средством политической социализации, встраивания личности в политическую действительность, овладения политическими ценностями и выражения отношения к социально-политическому устройству общества. При этом символ выступает знаковым носителем знания о власти и средством хранения информации о специфике политической культуры.

Лидер, как субъект власти, осуществляет подчинение себе людей средствами коммуникации и управлением информационными потоками. Несомненно, для реализации властных отношений субъект должен быть информирован о состоянии объекта власти, обладать коммуникативной компетентностью.

Основной мотивацией подчинения объекта является его убежденность в необходимости подчинения, которая связана с властными императивами, с преклонением перед умом, опытом, авторитетом и информированностью субъекта

власти. Субъект власти выступает как её носитель, которому объект абсолютно доверяет. Политическая власть всегда персонифицирована, носит характер межличностного взаимодействия на фоне которого возникает подчинение конкретной личности – лидеру информационного взаимодействия.

В третьем параграфе первой главы **«Формирование личности политического лидера»** исследуются факторы, обуславливающие формирование личности политического лидера, и отмечается особая роль фактора информированности. В исследовании предложена следующая схема формирования личности лидера:

- этап мотивации. Лидер видит политическую проблему и сам участвует в политических акциях, проявляет умение говорить с массами и управлять ими.
- этап шлифовки качеств личности. Растет профессиональная компетентность лидера, как политика, крепнут его связи; лидер создает организацию, готовит тексты протеста, обращается к народу за политической поддержкой.
- этап выбора политической цели. Для лидера становится главной целью служить другим. Выбирается необходимый имидж лидера, а затем, созданный образ проверяется в массах. Лидер осваивает способы общения с массами.
- этап коррекции цели. На этом этапе лидер действует интуитивно, пытаясь угадать то, что ждут от него массы и действует гибко, не теряя главной цели. Лидер расширяет коммуникации – выступает на митингах, в газетах, на радио, на телевидении, размещает тексты в компьютерных сетях.
- этап достижения цели. Лидер осваивает технику социального управления: речь лидера "зажигает" митинги, его голос звучит в колонне демонстрантов, его фигуру замечают в центре политического конфликта. Информационная активность лидера вселяет оптимизм в его сторонников и страх в его врагов.
- этап власти. Получив власть, политический лидер оценивает свою роль, как информационной системы в политическом процессе. Лидер проявляет толерантность. Он признает роль соратников по борьбе и заслуги масс, ему не надо больше быть только классовым трибуном: он - лидер всего народа и меняет характер своих информационных потоков.

В диссертации рассматриваются такие информационные факторы формирования личности лидера, как владение языком, умение общаться, способность слушать, стремление уважать традиции. Инструментом взаимодействия между людьми является речь. Это позволяет людям накапливать политический опыт и знания, передавая их из поколения в поколение. Владея языком, лидер может: - применить точное слово, уместное в сложившейся политической ситуации; - усилить устную речь с помощью жестов, мимики, интонации, темпа речи, пауз; - вести дискуссию и со своим союзником, и со своим противником; - убеждать собеседника, склоняя колеблющихся и не разочаровывая сторонников. Важно то, что, умение общаться, позволяет лидеру: - получать знания о себе и окружающем мире; - знать о своих возможностях и достоверно оценивать их; - участвовать в инфопроцессах и контролировать качество информации; - не использовать инфологемы - информацию низкого качества; - привлекать новых сторонников на предвыборное «сказание» о лидере; - создавать мифы и устанавливать сильное эмоциональное взаимодействие.

Сопутствующими условиями выступают: умение слушать, понимать собеседника, улавливать его реакцию на произнесенную речь. В мире политики ценится тактичность, высокая лингвистическая нравственность. Умение слушать - это активный процесс и один из компонентов информационного взаимодействия. Молчание лидера - это тоже взаимодействие.

В диссертации выделяется значимость обмена и невербальной информацией, которая передается с помощью визуального контакта, взгляда участников беседы, выражения лиц, интонации, позы, жестов, мимики. Навыки распознавания этих сигналов способствуют получению информации более высокого качества.

Необходимо отметить, что сплочению команды лидера и повышению ее продуктивности способствует правильная организация информационно-аналитической работы. Существующая схема «начальник — подчиненные», превращает групповую работу в ритуал, показывающий только демократизм лидера. Лидеры молодых политических партий применяют метод очной экспертизы «brainstorming» - мозговой штурм.

Важными качествами личности являются: самостоятельность, результативность, уверенность в себе, настойчивость и трудолюбие, упорство, энергичность, мобильность и решительность, способность сконцентрироваться, проявлять гибкость при решении задачи. Эти качества проявляются информированностью лидера.

В параграфе дан анализ методов управления, которыми пользуется лидер. Воздействуя на чувства людей, лидер использует известные стандартные речевые обороты, пословицы, поговорки, популярные песни, частушки, анекдоты. Управляя эмоциями народа, лидер отрабатывает содержание выступления, включая в него эмоции, жесты, мимику, позу. Он использует общественные ценности и образы. Лидер выполняет театральный выход и уход, заготавливает сцену ответа на каверзный вопрос. Применяет сочиненную «байку», запускает «свежий» слух. Ведет себя креативно.

Для реализации своей деятельности лидеру требуется широкий взгляд на проблему, максимально полная информация о политических процессах, субъектах и объектах политических действий. Политическая практика доказала высокую эффективность инициатив, расширяющих информационное пространство, таких как всеобщее население, радиофикация, кинопередвижки, агитбригады, регулярные радиообращения к народу, «телемосты», персональные сайты в компьютерной сети.

В заключении главы определены следующие выводы: 1. В формировании личности политического лидера выделено несколько этапов. 2. Особое значение для принятия политических решений имеет информированность лидера. 3. Влияние личности лидера на электорат и его популярность обеспечиваются множеством факторов, в том числе и коммуникативных. 4. Исследование информационного фактора формирования личности политического лидера, как вопрос политической сферы, можно считать перспективным для расширения знаний о человеке.

Глава 2. Информационное взаимодействие и формирование имиджа политического лидера

В первом параграфе второй главы «Политический лидер как субъект и объект информационного взаимодействия» автором характеризуется специфика

массовых коммуникаций в политических процессах и место политического лидера в них, рассматривается возможный спектр участников информационного взаимодействия политического лидера.

Автор делает предположение, что массовая коммуникация в политике - передача информации, сообщений, сведений между людьми есть разновидность общения, а именно, социально ориентированный вид общения. Массовая коммуникация осуществляет связь между субъектами социальной системы и выполняет в ней функцию инструмента политики.

Диссертант выделяет в политической среде два разных типа воздействия осуществляемых средствами массовой коммуникации: манипулятивный тип, который обеспечивает становление управляемых, некоммуникабельных личностей для подчинения и формирующий тип, который направлен на создание коммуникативно-компетентной личности, ориентированной на выделение среди других, на лидерство в политике. Массовая коммуникация формирует и развивает как личность политического лидера, так и его антипод.

Развитие лидера связано с изменением его коммуникативной культуры. Лидер избавляется от недостатков речевого воздействия, развивается его культура жестов и пластика движений. Коммуникативная культура обогащается эмоциями; изменяется форма, специфика юмора; переоценивается принадлежность к прежним структурам и организациям. С течением времени лидер избавляется от фамильярности в обращении с подчиненными; увеличивается его дистанцированность. Важно, что коммуникативная культура личности является одной из характеристик ее коммуникативного потенциала. Если перед коммуникатором стоит задача осуществить воздействие на объект, то коммуникативный потенциал субъекта должен быть выше потенциала объекта. Несомненно, обладателем более высокого потенциала является политический лидер, личность с высокой коммуникативной компетентностью.

Информационную потребность необходимо признать важнейшим фактором функционирования социальной системы. Инфопотребность составляет основу познавательной и информационной потребностей и их обусловленность

рефлексивным характером взаимодействия людей в социуме. Инфопотребность влияет на формирование личности. Результатом многочисленных коммуникативных и культурных действий человека является вариативность человеческой личности. При информационном взаимодействии происходит усвоение как поведенческой, так и целенаправленной, логической информации. Лидер рассматривается как информационная политическая система. Личность лидера формируется под действием увеличения ценности поведенческой информации. Освоенные личностью правила развивают способность приспосабливаться к изменяющимся условиям. Становлению личности лидера способствуют новые информационные потребности. Инфопотребности лидера исполняют роль метасредства его деятельности.

Необходимо отметить, что политическое поведение людей в информационном обществе определяется плюрализмом мнений и интересов. Политические партии информационного общества не обращаются к отдельному общественному классу, а ориентированы на все общество в целом. Одним из новых признаков деления на классы является информационное неравенство, т.е. различная степень доступа к информации разного качества. Объединение граждан информационного общества в политические партии происходит на основе программы лидера. Эффективным каналом взаимодействия между политическими партиями, лидером и обществом становятся средства массовой информации и массовых коммуникаций. Средства общения между гражданами и коммуникаторами постоянно совершенствуются, формируются обратные связи. При этом сила власти многократно возрастает за счет единого кода коммуникаций. Личность гражданина контролируется, но и влияние личности на власть так же возрастает. В современном обществе стала возможной электронная демократия.

Участниками информационного взаимодействия становятся политические лидеры других регионов, соратники политического лидера, население региона, поддерживающее политического лидера; СМИ, отражающие деятельность лидера; противники политического лидера; население других регионов; политическая элита государства; федеральные политические лидеры; политический лидер государства;

иностранный политическая элита и контрэлита. Политический лидер-субъект и объекты, потребляющие информацию, информационно активны.

Соответствие позиции лидера и ситуации проявляется во взаимодействии сменяющих друг друга лидеров. Замена лидера - «человек слова» на лидера - «человека действия» эффективнее, чем снова на лидера - «человека слова», а смена лидера - «человека дела» лидером - «человека слова» - вообще малоэффективна.

Соответствие позиции лидера и его сторонников фиксируется в этике отношений. Лидер-«эстет» ценит взаимоотношения с окружающими, получает от этого много полезной информации. Лидер-«критик» воспринимает общение как информационный шум.

Анализ текстов, речей, писем лидера позволяет получить такие невербальные характеристики личности лидера как: стратегическая позиция лидера; эмоциональное состояние лидера; прогноз реакции лидера. Негативность фраз в текстах и использование местоимений «мне» определяют пассивный и оппозиционный характер лидера. Выражение контроля эмоций в текстах лидера объясняется импульсивным, компромиссным характером личности. Наличие в текстах новых слов, словосочетаний определяет тип слабого лидера, ищущего решение.

Формирование личности политического лидера происходит циклично в соответствии с фазовой схемой информационного взаимодействия В.З. Когана.

На начальной фазе происходит контакт с базовым фактом. У лидера появляется информационная потребность сохранить или изменить общество. В следующей фазе политический лидер придает сведениям ту или иную знаковую форму, т.е. создает сообщение, производя информацию. Лидер как активный индивид, реализуя свою информационную потребность, создает политическую программу как вербальный текст. Далее, политический лидер вступает в массовую коммуникацию знаком, символом или сигналом, посредством которого передается смысл (фаза передачи). Во время фазы потребления лидер развивает свои коммуникативные способности. Лидер входит в политическую действительность, овладевает политическими ценностями, выражает свое отношение к социально-

политическому устройству общества, усваивает доктринальную установку и обретает информационные потребности более высокого порядка. На заключительной фазе цикла информационного взаимодействия происходит, с одной стороны, внутреннее развитие личности лидера, а с другой стороны, изменяется имидж политического лидера и создаются условия его перехода на следующий уровень власти.

Во втором параграфе второй главы - **«Имидж политического лидера как результат социального инфовзаимодействия»** исследуется создаваемый средствами информационного воздействия образ политического лидера и роль обратных связей между лидером и участниками взаимодействий.

В диссертации рассматриваются три аспекта: портретный, профессиональный и социальный. Качества лидера и массовое мнение о них формируются в информационных процессах. Получая информацию о лидере, субъект увеличивает её объем, если к уже имеющемуся объему добавляется новая информация. Поведение лидера в экстремальных ситуациях и отражение его СМИ сами потребители дополняют информацией о потенциале лидера. Долговременные результаты обеспечивает визуальная коммуникация. Она дольше хранится в памяти. При этом лидеру выгодно идентифицировать себя с политическим символом. Благодаря символике, имеющей позитивный имидж, облегчается приход лидера к власти. Лидеру необходимо использовать и каналы неverbальной информации.

Имидж политического лидера — это образ, который возникает в общественном сознании в результате воздействия личности лидера на социум. Он есть результат информационного взаимодействия политического лидера и масс. Образ создается непосредственно лидерами, имиджмейкерами лидера, СМИ. Максимально проявляются в имидже информационные пики — этнополитические конфликты, в которые попадает или которые провоцирует лидер.

В диссертационной работе уставлено, что эффект стихийных сообщений, отзывов о лидере, «рабочих» текстов лидера можно определить как слабый. Организованный, постоянный, мощный, строго направленный информационный поток — главное оружие в конкурентной борьбе в претензии на лидерство.

В исследовании сделана попытка определения структуры преобладающих потоков информации, влияющих на имидж лидера: первый поток – сообщения о позиции политического лидера; второй поток - информация о практической деятельности политического лидера; третий поток – тексты, репортажи, слухи и мифы о личных качествах политического лидера; четвертый поток – визуальная информация, формирующая зрительный образ политического лидера.

Автор приходит к выводу, что характер информации о лидере отражает его политическую деятельность. Политические позиции лидера отражают информацию, которая циркулирует в прессе и на телевидении относительно социально-экономической и политической платформы лидера. Это поток информации о «товаре», который предлагает политический лидер обществу. Данный поток отличается широтой и учитывает информационную потребность населения. Если генерируемая лидером информация не совпадает с потребностями масс, то эффективность всего потока низка и, наоборот, максимально высока при совпадении.

В работе анализируется политическая практика лидеров. Данный составной компонент имиджа политического лидера отражает ту информацию, которая освещает реальные действия лидера. Формирование наиболее интенсивных потоков информации происходит в периоды массовых акций, во время контактов лидера и народа. Интернет - новая форма контакта и информационного взаимодействия лидера и населения. Первые опыты его использования показывают, что лидера воспринимают как собирательный образ власти. Информация о провалах политика, превращается в деструктивный фактор, который останавливает карьерный рост лидера. Информация об успехах расширяет информационное пространство лидера. Увеличение объема сообщений без позитивного результата воспринимается как информация низкого качества, как шум, который ухудшает имидж лидера.

Информация, касающаяся личности лидера, несомненно, востребована массами, но ограничена. Она оказывает воздействие на массовое сознание и приводит к симпатии или антипатии. Частная жизнь, нравственность, интересы; хобби лидера - это концентрация как положительных, так и негативных сигналов о

лидере. О лидерах в таких информационных потоках всегда рождаются и циркулируют мифы, создаются и распространяются слухи, придумываются анекдоты, частушки.

Визуальное воздействие лидера во время публичных выступлений значительно. Имя лидера, постоянно упоминающееся в СМИ, фиксируется массовым сознанием и происходит накопление определенного отношения. Визуальный информационный поток включает в себя портреты, фотографические изображения, кадр на экране телевизора. Механизм визуального воздействия работает в чувственно-эмоциональной сфере и подсознании. Специально подобранный визуальный ряд снижает порог критического отношения людей к лидеру. Информационные потребности масс проявляются в поклонении лицам политических кумиров прошлого.

Диссертант делает вывод, что планомерное воздействие информационными потоками, освоение всего инфопространства обеспечивает необходимый результат - политический лидер получает власть. При формировании имиджа политического лидера значение имеет полярная информация, определяющая или позитивное, или негативное отношение к лидеру.

Управление процессом формирования имиджа лидера позволяет прогнозировать выдвижение перспективного лидера, а так же осуществлять коррекцию деятельности и имиджа действующих политиков и власти.

В третьем параграфе второй главы - **«Имиджевые характеристики личностей исторических и современных политических лидеров»** характеризуются отдельные исторические и современные политические лидеры в сравнении их имиджевых характеристик.

Деятельность выдающейся личности совместно с индивидами оставляет следы в их тезаурусах, информационном фонде всего общества. Коммуникации исторических лидеров носят регламентированный характер. Взаимодействия лидеров с различными социальными слоями и СМИ всегда находили свое "место".

Необходимо отметить, что значительное место занимают коммуникации в области внешней политики. Политические лидеры осваивают иностранные языки,

усиливая эффект воздействия своего инфополя как лидера межкультурных связей. В диссертации выявлено деление коммуникаций по групповому, половому признаку, которое усиливает эффект воздействия. Несомненно, открытость не всегда полезна и лидеры часто вынуждены скрывать истинные мотивы и конечные цели своего воздействия. Такое кодирование информации выступает особым средством в политике. Лидер может выдавать информацию о разрушении политической системы за развитие плюрализма и демократизацию власти. Лидер может признавать «субъектом» власти народ, скрывая то, что реальным носителем власти являются олигархи.

Лидер, снижая интенсивность инфовзаимодействия, побуждает людей к действиям, оставляет массам право принятия политического решения. Иногда лидеру выгодно снизить информационную активность и оставить на политической сцене другие фигуры. Это может быть вызвано необходимостью расправиться с оппозицией, показать соперникам их слабость и неспособность работать на уровне самого лидера. Диалог лидера и масс представляет собой отражение политической действительности. Лидеру важно настроить массы на взаимодействие.

От лидера требуется, чтобы его имидж соответствовал тому образу, который нужен публике в данный момент. Массовое сознание «дописывает» неполноту имиджа лидера недостающими характеристиками желанного Бога, отца или героя. Лидеру выгодно быть постоянным источником сообщений различного вида. Лидеру необходимо обретать контексты в виде семьи, хобби, прошлого, тех или иных пристрастий. Чем больше таких констант, тем больше возможностей для создания длинных коммуникативных цепочек. Лидеру важно показать и расширить перечень знаков своей связи с массами. Информация о лидере должна постоянно идти по всему множеству информационных каналов. Лидеру важны сообщения не только в вербальной, но и в событийной, и в визуальной областях.

В исследовании установлено, что социальный статус личности связан с информационными особенностями в поведении. Политический лидер демонстрирует открытость, доступность, всячески способствует созданию потоков информации о себе и о своей деятельности. Автор приходит к выводу: имидж

фактически формирует политического лидера и приводит его к власти, но имидж может и разоблачить личность лидера. Сила имиджа в том, что он является серьезным информационным средством власти.

В заключении автором подводятся итоги исследования.

Информационное взаимодействие, как фактор формирования личности политического лидера, практически не учитывается и не получило развернутого освещения в политических науках. В представленной диссертации рассматривается понятие политической власти в информационном аспекте. Политическая власть может быть проанализирована как уникальная система, связанная потоками информации с внешней средой. Будучи публичной, представленной обществу, власть наполнена и обозначена особого рода символами. Многие процедуры деятельности ее субъектов символичны. Символ есть метод восприятия субъекта власти. Такими символами являются: во-первых, имидж политической власти; во-вторых, имидж личности лидера или организации.

Одной из существенных предпосылок возникновения власти является наличие в обществе индивидов, каждый из которых является своеобразным приёмником (аккумулятором), носителем (хранителем), пользователем (преобразователем), передатчиком антропных форм вещества, энергии и информации, потенциал которых у индивидов различный, что, в сущности, и является источником властвования.

Общество, как гиперустойчивое, гипердолгосрочное объединение производит, хранит и использует определенную информацию, которая составляет его информационную сферу, исходный материал и результат политической деятельности его членов. Однако решающим и определяющим элементом любого общества являются человеческие индивиды – личности, образуемые ими общности, объединения и организации, находящиеся в определенных отношениях друг с другом и образующие социальную сферу.

Политический лидер является исключительным индивидом-личностью. Лидер, как личность и гражданин, обособлен политически. Личность политического лидера - сложное образование как часть и как элемент политической системы

общества. Формирование личности лидера есть становление его как информационно-активного социального существа.

Информационное взаимодействие, как существенный фактор формирования личности политического лидера, проявляется в рамках информационного подхода. Сильное информационное взаимодействие с мощными, разветвленными инфопотоками формирует личность «идеального» политического лидера адекватного потребности масс. Информационное взаимодействие с неразветвленными инфопотоками формирует личность «реального» политического лидера, только частично соответствующего общественной потребности. Слабое информационное взаимодействие с преобладанием инфопотоков в одном направлении формирует личность «формального» политического лидера, неадекватного потребностям электората. Управление информационным взаимодействием, как фактором формирования личности политического лидера даст возможность политическому лидеру эффективнее использовать свою власть, а общество получит в его лице власть адекватную своим инфопотребностям.

Лидерство должно рассматриваться как позитивный фактор в развивающемся обществе. Поэтому должны быть предприняты усилия, чтобы обеспечить лидерам выполнение их роли, что включает в себя, в первую очередь, точное определение наиболее необходимых личностных качеств, учет факторов, влияющих на их формирование.

Отбор лидеров основывается на признании необходимости определенных качеств – интеллекта, энергии, решительности, умения работать с подчиненными и **общаться с населением**. Следовательно, крайне важны более глубокие знания этих качеств. Российское общество в переходный период особенно нуждается в понимании механизма формирования личностных качеств, которые наиболее соответствуют требованиям лидерства. Именно через углубленное познание такой характерной черты, как информационная активность, можно приблизиться к «идеальному» типу позитивного политического лидера, который нужен современному обществу.

Исследование показывает, что лидеры изменяются в той степени, в какой они влияют на общество. Обоснование информационного взаимодействия как фактора влияющего на формирование личности лидера, перспективно тем, что возможен сравнительный анализ вклада политических лидеров в общество, а именно – инфоцелей, которые они реализовывают, будучи у власти.

Таким образом, существует проблема выявления информационных аспектов феномена власти и информационных факторов формирования личности политического лидера. Они актуализируются тем, что общество на пути к своей очередной формации - информационной - ставит вопросы о своем развитии в форме более интегрированной политической системы, о необходимости подготовки политического лидера нового типа и вселяет надежду на прогресс всего общества.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

1. Влияние информатизации общества на развитие личности. // Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований: Материалы четвертой научной конференции. Пермь, ПГТУ, 1998. (0,045 п.л.)
2. Инфовзаимодействие как методологический инструмент повышения эффективности изучения природы лидерства в курсе политологии. // Проблемы современного высшего образования: Тезисы докладов XL научно-методической конференции. Новосибирск, СибГУТИ, 1999. (0,045 п.л.)
3. Информационно-технологический подход к изучению природы политического лидерства. // Социально-политическое взаимодействие на территории: механизмы, трансформации, регулирование: Материалы респ. науч. Конференции / Отв. Ред. Л.Л. Шпак. - Кемерово, Кузбассвузиздат, 1999. (0,27 п.л.)
4. К национальной идее через информационный процесс. // Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований: Материалы XXII Уральских социологических чтений». Пермь, ПГТУ, 2000. (0,09 п.л.)
5. Политический лидер в зеркале электронной демократии. // Информатика и проблемы телекоммуникаций: Материалы Международной научно-технической конференции. Новосибирск, СибГУТИ, 2001. (0,045 п.л.)

6. Имидж политического лидера, информологический подход. // Культура. Творчество. Личность.: Труды Всероссийской научно-практической конференции. Екатеринбург, УГТУ - УПИ, 2001. (0,2 п.л.)
7. «Прямая линия» как способ сбора социальной информации для принятия решений политическим лидером. / Информатика и проблемы телекоммуникаций: Материалы Международной научно-технической конференции. Новосибирск, СибГУТИ, 2002. (0,045 п.л.)
8. Исследование социального взаимодействия во время проведения общественно-политических акций // Современное общество: Вопросы теории, методологии, методы социальных исследований. VI Всероссийская Научная конференция. Пермь, 2002. (0,045 п.л.)
9. Политические коммуникации нетрадиционного лидера (К портрету Шарля де Голля). Общество и коммуникация: Сборник научных статей. - Новосибирск.: Изд. НГПУ, 2003. (0,25 п.л.)
10. Власть и имидж политического лидера. Методические рекомендации по курсу политология. Новосибирск, СибГУТИ, 2003. (1,5 п.л.)
11. Политические структуры и институты в глобальных информационных сетях. Методические рекомендации по курсу политология. Новосибирск, СибГУТИ, 2003. (1,5 п.л.)
12. Коммуникативная деятельность политического лидера РФ В. Путина (попытка анализа и прогноза). / Новые информационные технологии в университетском образовании: Тезисы докладов международной научно-методической конференции. – Новосибирск, СибГУТИ, 2003. (0,25 п.л.)

Подписано к печати 5. 11. 2003г. Формат 60 x 84 1/ 16. Печать офсетная.

Бумага офсетная № 1. Печ. л. 1,6. Изд. л. 1,4. Тираж 100 экз. Заказ № 122

Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики

Отпечатано в типографии СибГУТИ 630009 г. Новосибирск ул Кирова 86.

2003-A

18667

18667