На правах рукописи

Кравченко Надежда Юрьевна

ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА В ТРАНСФОРМАЦИОННЫЙ ПЕРИОД В РОССИИ

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

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Саратов – 2005

Работа выполнена в Саратовском государственном университете им. Н.Г. Чернышевского

Научный руководитель: кандидат философских наук, доцент Завгородный Александр Иванович

Официальные оппоненты: доктор философских наук, профессор Сгибнева Ольга Ивановна

кандидат социологических наук, доцент Хлыстунов Сергей Юрьевич

Ведущая организация: Волго-Вятская академия государственной службы

Защита состоится 1 декабря 2005 года в 14 часов на заседании диссертационного совета Д.212.243.06 при Саратовском государственном университете им. Н.Г. Чернышевского по адресу: 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, 83, корп. 9, ауд. 402.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале № 3 Научной библиотеки Саратовского государственного университета им. Н.Г.Чернышевского.

Автореферат разослан 29 октября 2005 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета М.В. Калинникова

2006-4
17390

 2188350

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Динамика политических процессов в трансформационный период в России выявила новые силы, принципиально изменила условия организации жизни социума. Их исследование дает возможность не только осмысления новаций, но и разработки новых концептуальных подходов к стратегии политического развития. Нельзя исключать влияния на локальный процесс трансформаций и глобальных изменений, происходящих в мире. Поиск инновационных путей институционального регулирования политической жизни страны становится актуальной задачей теории и практики.

В условиях демократических преобразований политическая арена страны пополняется новой генерацией политических лидеров, но, несмотря на усилия имиджеологов создать положительный, динамичный имидж современного политического лидера, в массовом сознании устойчиво сохраняются негативные черты носителей образа. От каких факторов зависит положительное восприятие политического лидера? Какое влияние на его образ оказывает создаваемый политическими технологами имидж? Каковы модели формирования образа политического лидера?

Происходящие изменения требуют экспликации системности подходов к процессу формирования образа политического лидера. Актуальность темы исследования обусловлена социальной значимостью образа политического лидера при восприятии представителями различных социальных слоев характера и целей той политики, которую предлагают действующие политические партии. Трансформационный период в России характеризуется динамичным развитием процесса политизации масс. В общественно-политическую жизнь включаются люди, значительная часть которых в недалеком прошлом была отстранена от активной политической деятельности. Именно к этим миллионам людей, не имеющим, по существу дела, апробированного политического опыта и развитой политической культуры, апеллируют практически все политические партии и движения. Лидеры партий призывают к практическим действиям, выступая от имени тех или иных социально-политических общностей, социальных групп и слоев общества, при этом декларируемые ими цели всеобщего общественного блага и их реальные стратегия и тактика не всегда совпадают.

Становление многопартийной политической системы в современной России обусловило противоборство различных политических сил за влияние на процессы политизации и политической самоорганизации социальных акторов и социальных групп, слоев социума. Общество становится более свободным, менее предсказуемым. Политические партии и движения работают в условиях жесткой конкуренции. Средства массовой информации (СМИ) превратились в четвертую ветвь власти. Их

РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ
БИБЛИОТЕКА
С.Петербург
09 100 экз. 836

воздействие на политические процессы усилилось с появлением новых типов лидеров и новых практик внедрения политических PR-технологий, не всегда профессиональных, но всегда ангажированных. Появление Интернета обострило и ускорило эти явления, создало предпосылки для новых возможностей влияния на большое количество акторов в условиях стратификационной неустойчивости общества. Сильная социальная дифференциация и поляризация социума ведут к востребованности диаметрально противоположных политических имиджей и формированию широкого спектра образов.

В условиях трансформации особую актуальность приобретает научное осмысление технического инструментария, дающего возможность уловить тенденции развития моделей формирования образа политического лидера. Возможность вариативного функционирования моделей наполняет принципиально новым содержанием в сознании различных слоев современного российского общества проблематику соотношения массы и отдельной политической фигуры. Значение социологического анализа существующих моделей формирования образа политического лидера возрастает не только в силу реальных потребностей общества в совершенствовании демократической системы управления, но и в связи со сложностями политических процессов в ситуации действия разнокачественных факторов как внешнего, так и внутреннего порядка, а также в силу недостаточной научной осмысленности современной политической практики.

Изложенные проблемы в контексте перманентных трансформаций определили выбор темы и задач для проведения настоящего социологического исследования.

Степень разработанности проблемы. Многоплановость исследования обусловила большое тематическое разнообразие источников. Для проведения экспликации и обоснования идеальной конструкции теоретической модели формирования образа политического лидера потребовалось обратиться к исследованиям, проводимым в различных областях науки: политологии, социологии, философии, лингвистике, стилистике, психологии и т.д.

В настоящее время в научной литературе освещаются вопросы, так или иначе связанные с анализом моделей формирования образа политического лидера и влиянием различных моделей на электоральное поведение слоев избирателей через СМИ и другие каналы.

Существует необходимость разработки методологических подходов к изучению моделей формирования образа политика с целью выявления концептуализации проблемы. Возможность реализации данной задачи связана с тем, что в работах многих ученых те или иные аспекты политики как социального феномена рассмотрены с учетом субъективного фактора.

С этой точки зрения к проблеме обращались такие известные представители западной философии и социологии, как Р. Арон, П. Бергер,

Дж. Беркли, П. Бурдье, Г. Гегель, Р. Декарт, Э. Дюркгейм, И. Кант, Дж. Локк, К. Маркс, Н. Смелзер, Ю. Хабермас, российские мыслители В. Вернадский, В. Лекторский, П. Сорокин и др.

Гносеологический и онтологический анализы понятия «образ» представлены в трудах Д. Бурстина, В. Ленина, Г. Леона, Ф. Ницше, Г. Тарда и др. К осмыслению понятий «имидж» и «стереотип» и их применению в политике обращаются имиджеологи Е. Перелыгина, О. Попов, Г. Почепцов, Р. Симонен, М. Скуленко В. Смолякова, С. Устименко, О. Феофанов, Д. Цуладзе, В. Шепель.

К проблемам анализа факторов, влияющих на формирование образа лидера в сознании различных слоев населения через призму менталитета и общественного мнения, обращались Н. Бердяев, В. Ключевский, Б. Поршнев, Ж. Тощенко.

Теоретическому исследованию моделей посвящены работы И. Бестужева-Лады, В. Острейковского, Ю. Плотинского, Н. Тихомирова, В. Ядова. Наиболее методологически значимыми для решения задач диссертационного исследования в плане анализа механизма как социального явления являются работы Г. Дыльнова, О. Фомина.

Теоретические подходы к дифференциации общества представлены в трудах М. Вебера, а также в работах отечественных ученых З. Голенковой, Т. Заславской, В. Ильина, Н. Колесниченкова, В. Радаева, Л. Сологуба, А. Сологяна.

Проблемы воздействия политической рекламы через СМИ и Интернет обсуждаются в работах К. Богдановой, И. Засурского, С. Илларионова, Р. Медведева, Т. Науменко, Д. Ненашева, Д. Поликанова, В. Рубанова, В. Снеткова, С. Уоррена, С. Филиппова, А. Шарова.

На основе веберовского понимания сущности лидерства идеи, связанные с осмыслением основных свойств и функций этого феномена в соотношении его с другими социально-политическими явлениями и процессами, обсуждаются в работах О. Безруцкой, В. Блашенковой, Д. Запольского, Б. Кретова, В. Лукина, Т. Мусленко, С. Туманова, А. Шахова, В. Юрченко.

В контексте данного исследования важными представляются труды зарубежных и отечественных психологов, раскрывающих психологические особенности формирования образа политического лидера, оказывающие влияние на процессы моделирования. Среди них необходимо выделить работы К. Богдановой, Е. Егоровой-Гантман, А. Леонтьева, Д. Леонтьева, А. Маслоу, З. Фрейда, Е. Шестопал.

В выработке целостного теоретико-методологического подхода к осмыслению политического сознания принципиальное значение имеют работы, посвященные анализу общей теории и методологии общественного сознания, гносеологическому и социологическому анализам идеологической сферы политического сознания. В них обосновываются исходные методологические принципы анализа

общественного сознания, подходы к изучению его структуры, содержания и относительной самостоятельности политического сознания, его особенностей в каждом отдельном страте избирателей. Анализу общественного сознания посвящены труды представителей западной философской мысли: Г. Лебона, Ф. Ницше, Х. Ортеги-и-Гассета, Г. Тарда, Д. Юма, К. Юнга.

В работах саратовских социологов находят отражение научные разработки тех вопросов, которые в той или иной степени являются важными для понимания исследуемой темы. Это работы Г. Ашина, С. Везиницыной, В. Воробьевой, А. Завгородного, Д. Покатова, Д. Попонова, Ю. Прокофьевой, В. Феклюниной и др.

В то же время изменения, происходящие в обществе, требуют нового научного осмысления процессов.

Объект исследования – процесс формирования образа политического лидера в российском обществе.

Предмет исследования – социально-политические практики формирования образа политического лидера в современных условиях в России.

Цель и задачи исследования. Цель исследования заключается в концептуализации специфики формирования образа политического лидера в условиях трансформации российского общества.

Подобная трактовка цели, объекта и предмета исследования обусловливает последовательность решения таких задач, как:

1) систематизирование основных методологических подходов к исследованию формирования образа политического лидера;

2) социологическое интерпретирование образа политического лидера как общественного явления в условиях общественной трансформации;

3) разработка модели формирования политического лидера, описание ее структуры и элементов, раскрытие специфики системности моделей в конкретных социально-политических условиях;

4) выявление характера зависимости образа политического лидера от социально-стратификационных факторов;

5) эмпирическое прослеживание сопряженности практик создания образа политического лидера на сайтах политических партий с раскрытой автором моделью его формирования;

6) проведение социолингвистического анализа текстов программ политических партий и выявление зависимости между декларируемой и реальной целевыми аудиториями партий;

7) формулирование рекомендаций и предложений по оптимизации процесса формирования имиджа политического лидера.

Методологические и теоретические источники исследования. Исходя из специфики объекта и предмета исследования в качестве логического принципа исследования выступает междисциплинарный подход, включающий в себя элементы общелогические, социологические и

политологические, что позволяет диалектически исследовать объект и предмет с учетом новых тенденций, проявившихся в последнее время.

Исходя из необходимости изучения зависимости между образом и другими политическими явлениями, были применены функциональный и сравнительно-исторический методы. Так как образ воздействует на политические процессы посредством влияния на поведение людей, в данном исследовании использовался метод мотивационного анализа, бихевиористический метод, а также метод социолингвистического анализа. В диссертации обобщен эмпирический материал, полученный на основе анализа результатов социологических исследований, нестандартизированных интервью, анализа документов, включенного наблюдения (участия в избирательных кампаниях). Методы индукции и синтеза позволили вывести из фактического материала, полученного опытным путем, определенные закономерности и принципы. Использование методов дедукции и анализа дало возможность сравнить ранее предложенные приемы создания, внедрения и актуализации образа с реальной практикой.

Эмпирическая база исследования представлена материалами Аналитического центра Ю. Левады, избирательных штабов, действовавших в г. Саратове в период выборных кампаний 2000 г., программами политических партий, документами и материалами, размещенными на сайтах политических партий в сети Интернет.

Научная новизна диссертационного исследования связана с актуальностью предложенной темы, постановкой проблемы, не получившей достаточно полной социологической интерпретации, и состоит в следующем:

1) на основе анализа категориального понятийного аппарата предложен авторский подход к понятию образа политического лидера, опирающийся на особенности процессов политической трансформации российского общества;

2) сущностно и содержательно оригинально раскрыта социальная модель формирования образа политического лидера;

3) в результате научного исследования выявлена идеальная составляющая формирования образа политического лидера;

4) определены факторы, влияющие на процесс формирования образа политического лидера в сознании избирателей в период трансформации;

5) в результате анализа материалов, представленных на сайтах политических партий, эмпирически выявлены реальные практики формирования образа политического лидера в современных условиях;

6) впервые на основе проведенного социолингвистического анализа партийных программ выявлено противоречие между целями улучшения жизни всего социума, заявляемыми партиями и их лидерами, и реальной ориентированностью партий на конкретные страты.

Положения, выносимые на защиту. Исследование обозначенного проблемного поля в контексте теоретико-методологического, политического и социологического дискурсов позволило сформулировать положения, которые, на наш взгляд, представляют не только чисто теоретический, но и практический интерес.

1. Особенностью политической составляющей транзитного перехода в России является наложение внутренних, обусловленных политическими событиями последних десятилетий осуществляемого реформирования и внешних, заданных глобализационным трендом трансформаций. Отсутствие недекларируемых, но действительных, подкрепленных соответствующими общественно-политическими демократическими практиками традиций, низкий уровень общественного правосознания постоянно провоцируют неустойчивость электоральных процессов и, как следствие, необходимость усиления роли управления политическими процессами в России, все более тяготеющими к стохастичности. Систематизация методологических подходов к одной из определяющих проблем современных политических процессов – формированию образа политического лидера – обеспечила определение рамок возможного оптимального моделирования процесса формирования образа политика на базе предлагаемой идеальной модели последнего с учетом ее сопряженности с факторами среды и особенности реализуемых политическими субъектами социально-политических практик.

2. Образ политика как общественное явление возникает и формируется как результат функционирования сложного социально-психологического механизма. Модель его создания осуществляется посредством системы призм: интересов, исторического опыта, социально-политической атмосферы и т.д. Установка, возникающая в результате взаимодействия всех компонентов, сил, призм, воздействует на политическое поведение индивида и электората. При этом вновь поступающая информация о политическом лидере преломляется через призму уже сформированного образа.

В современных условиях на формирование образа политического лидера влияют следующие инструментальные специализированные формы: деятельность СМИ, включая Интернет, правительства и президента, руководителей региональных и местных властей, политических партий, наиболее крупных экономических и финансовых структур, многочисленных лоббистских групп, общественно-политических деятелей, ученых – и стихийные механизмы: слухи, личные контакты и т.д. В условиях политического транзита, глубоких общественно-политических трансформаций роль и значение конкретных структур начинают изменяться, наполняясь порой непривычным содержанием. В первую очередь это относится к сети Интернет, практикам лоббистских групп, появляющимся и исчезающим новым экономическим и финансовым структурам, постоянно конфигурирующим политическое пространство, на

ходу меняющим правила политического поведения, что во многом определяет функциональные параметры механизма формирования политического лидера.

3. Реальный механизм формирования политического лидера в конкретных социально-политических условиях имеет системную специфику, которая заключается в следующем. Социальная модель – это не просто сумма частей, а сложная система, в каждом конкретном случае функционирующая по-разному. Результат зависит от качественных составляющих – внешних и внутренних: личности лидера (ядра образа), сил, призм, каналов, общественного мнения, психологических ошибок восприятия, а также определенных тенденций, господствующих в развитии системы. Социальные модели могут осуществляться как система объективных социальных связей, складывающихся стихийно, и как определенная последовательность сознательных действий, ведущих к достижению поставленной цели. Механизм формирования образа политического лидера, его системность и целостность детерминированы спецификой его подсистем, представленных условно различными моделями формирования образа, функционирующими в различных режимах.

В рамках данного исследования рассматриваются две модели, включенные в механизм формирования образа политического руководителя: модель формирования образа и модель формирования имиджа политического лидера. При этом существенными отличиями последней являются изначальная целенаправленность точечного воздействия, заданный конечный результат влияния, что в ситуации перманентных трансформаций требует в качестве постоянного сопровождения соответствующего социологического мониторинга.

4. Особенность формирования образа политического лидера в условиях осуществляемого транзита и его основные функциональные параметры в значительной степени определяются спецификой социально-структурной трансформации и неустойчивостью внутренней организации современного российского общества.

Исследование показало, что модель формирования образа одного и того же политического лидера значительно предопределяется структурными изменениями стратификационного плана, происходящими в стране, обусловленными особенностями постсоветского и трансформирующегося общества. Специфика социально-структурной организации общества проявляется в несформированности классов и страт, что предопределяет более тонкую аналитику процесса формирования, с одной стороны, и применение принципиально свежих технологий, связанных с процессом формирования имиджа политического лидера, с другой.

5. В этом контексте интернет-сайты как информационная база и канал, задействованные в конструировании образа политического лидера,

обладают в современных условиях весьма значительным потенциалом, что прослеживается при анализе сайтов политических партий РФ. Виртуальное общество Интернета составляет в своем большинстве коммуникативную элиту современного общества из представителей среднего и базового слоев. Проблема в этой связи просматривается в сложности акцентированного воздействия, так как по материалам социологических исследований последнего времени достаточно четко прослеживается именно слабая выраженность среднего слоя в социальной структуре трансформирующегося российского социума.

Проведенное исследование подтверждает аутентичность предложенной модели и адекватность реализуемых политических практик. На сайтах основных политических партий, представленных в политическом пространстве, используются практически все элементы описываемой модели формирования образа политического лидера. Количественное соотношение тех или иных элементов модели отличается у различных партий.

6. В своих программных документах партии и их лидеры заявляют в качестве цели деятельности улучшение жизни всего социума. Идеологи партий во главе с партийными лидерами при создании программ партий преследуют одну цель – формирование положительной электоральной установки. Тексты программ партий пишутся официальным языком, который не обладает богатым арсеналом стилистических средств. Несмотря на вынужденное ограничение использования лингвистических приемов, они вызывают отклик у электората, на который нацелено воздействие. Таким образом, стилистика, организация текста ориентированы на определенные слои, группы, и в этом также проявляется специфика системности действия модели формирования образа политического лидера.

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в возможности использования теоретических и практических выводов в дальнейших научных исследованиях, посвященных формированию образа политического лидера.

Предложенная методология создания модели формирования образа политического лидера через Интернет может стать из-за доступности последнего основой для формирования образа любого лидера, включая региональных и местных политиков. Описанная в диссертации модель формирования образа политического лидера позволяет провести диагностику сложившегося имиджа и его корректировку.

Основные положения диссертации могут быть использованы в научно-педагогической деятельности, при формировании программ обучения в области политической социологии, социологии общественного мнения, политологии.

Апробация работы включала в себя выступления диссертанта на научных конференциях «Некоторые проблемы социально-политического

развития современного российского общества», которые проводились в г. Саратове в 2001, 2003 и 2005 гг., участие в качестве наблюдателя во время избирательных кампаний в избирательных штабах г. Саратова. Положения и выводы диссертации представлялись на научно-теоретическом семинаре аспирантов факультета кафедры прикладной социологии социологического факультета Саратовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского (СГУ) и нашли свое отражение в 6 публикациях автора.

Диссертация обсуждена на заседании кафедры прикладной социологии социологического факультета СГУ и рекомендована к защите.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух разделов, заключения, списка использованных источников и литературы, приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы исследования, анализируется степень разработанности данной проблемы в научной литературе, формулируются цель и задачи диссертационного исследования, раскрываются научная новизна и положения, выносимые на защиту, определяется практическая значимость работы.

В **первом разделе** – «Системность формирования образа политического лидера» – разработка темы осуществляется с учетом базовых принципов моделирования, с опорой на массив уже состоявшихся исследований, посвященных проблематике моделей в широком смысле [1]. Это, прежде всего, унификация понятийного аппарата, выявление и описание единых сквозных законов, которым подчиняются поведение всех элементов системы и их взаимодействие.

Дается обзор основных подходов к концептуализации центральных понятий исследования, раскрывается системность модели образа формирования политического лидера. При обращении к этой проблеме учитывается специфика понятий «политический лидер» и «политический руководитель». Обосновывается выбор понятия «политический лидер». Для практической части данного исследования важно рассмотреть образы политических руководителей высших эшелонов власти, так как они обладают целенаправленно сформированным имиджем. В условиях жесткой конкуренции политическим руководителям необходимо обладать харизмой и ярко выраженными лидерскими качествами, необходимыми

---

[1] Острейковский В.А. Теория систем. М., 1997; Плотинский Ю.М. Модели социальных систем и современность // Вестник МГУ. Сер. 18. 2000. № 4; Плотинский Ю.М. Визуализация информации. М., 1994; Тихомиров Н.П. и др. Моделирование социальных процессов. М., 1993; Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программы, методы. Самара: Изд-во Самарского ун-та, 1995.

для поддержания и сохранения созданного образа. Лидерство является ключевой чертой современных политических руководителей.

В диссертации выделяются принципиальные для данной работы понятия – «образ» и «имидж». Имидж – это тоже образ, формируемый на уровне обыденного сознания, однако его отличие от образа заключается в том, что он создается с помощью специализированных механизмов, на которых строятся современные технологии. Образ того или иного человека возникает в сознании независимо от усилий технологов и без их участия. Отсюда и различие моделей в создании образов и имиджей.

Диссертант определяет образ политического лидера как отражение в сознании слоя, класса совокупности различных качеств политика, взятых в диалектическом единстве и закрепленных в системе как адекватных, так и неадекватных представлений. Содержание образа предопределяется объективными и субъективными предпосылками, прежде всего, интересами массового субъекта. Образ политического лидера создает у субъекта мотивационный фактор поведения. Для проведения исследования необходима относительная стабильность ситуации, позволяющая отследить изменения параметров объекта.

Основой решения исследовательских проблем явились методологические принципы построения идеальной конструкции М. Вебера, и, следовательно, модель формирования образа политического лидера рассматривается как одна из таких конструкций. Для выяснения нацеленности воздействия данной модели используется принцип классификации общества Э. Дюркгейма. Раскрывается объект-субъектная природа образа политического лидера, основанная на принципе сочетания социологизма и индивидуализма Э. Дюркгейма. На основе исследований М. Вебера о видах действий выявляется влияние образа на политическое поведение представителей различных слоев. С опорой на теорию господства М. Вебера, перекликающуюся с теорией Т. Парсонса и теорией пассионарности Л. Гумилева, доказывается необходимость наличия лидерских качеств, харизмы, включаемых в представления о современном политическом лидере. При помощи понимающей социологии М. Вебера делается заключение, что образ политического лидера выступает в качестве фактора влияния на поведение избирателей. Детерминистская методология позволяет сделать вывод о том, что образ политического лидера преломляется через ряд призм: интересы, социальную и политическую атмосферу общества. Исходя из методологических ориентаций функционализма, разработанного Т. Парсонсом, отмечается, что модели формирования образа политического лидера являются в конечном счете частью саморегуляции социальной системы.

На основе принципа двойного структурирования социальной реальности и понятия «габитус» П. Бурдье исследуемая проблема рассматривается как с объективной, так и субъективной стороны, учитывая систему принципов, которые порождают и организуют практики и

представления. Кроме того, функциональный подход выступает как средство, способствующее усилению фактора целостности в самой системе научного познания моделей формирования образа политического лидера.

На основании системного анализа имеющихся теоретических подходов к проблеме моделей формирования образа политического лидера выдвигается гипотеза, что в условиях трансформирующегося российского общества образ политического лидера, который встраивается в массовое сознание и внедряется в сознание слоя, имеет особенности формирования в сознании представителей каждого слоя. На формирование образа политического лидера оказывают воздействие сформированное общественное мнение, деятельность СМИ, включая Интернет, правительства и президента, руководителей региональных и местных властей, политических партий, наиболее крупных экономических и финансовых структур, многочисленных лоббистских групп, общественно-политических деятелей, ученых и многие другие факторы, а также слухи, личные контакты и др.

В процессе формирования образ политического лидера преломляется через систему призм, таких как исторический опыт масс (так как разум – по О. Конту – социален и историчен), система ценностей индивида, группы, слоя (исходя из положения М. Вебера о возможностях проистекания «рационализации» действия) и интересы представителей страт (обусловлены объемом властно-управленческих функций, наличием собственности, интеллектуальным потенциалом, жизненным опытом, качеством жизни).

Опираясь на общепринятые критерии, определение статуса социальной стратификации (политического, экономического и социокультурного), автор рассматривает, каким образом социально-политическая атмосфера общества и его менталитет оказывают влияние на формирование образа политического лидера.

Специфика модели формирования образа политического лидера в новых условиях заключается в следующем: на когнитивный и аффективный компоненты образа политического лидера воздействуют многочисленные специализированные и стихийные силы, действующие в условиях трансформирующегося общества. Образ создается через систему разновекторных призм: интересов, исторического опыта, социально-политической атмосферы и т.д. Сформированная установка, возникающая в результате взаимодействия всех компонентов, сил, призм, мотивирует электоральное поведение. Последнее зависит не только от политических установок, но и от социальной образованности, информированности индивида, его желания быть вовлеченным в социальный процесс. Вновь поступающая информация о политическом лидере преломляется через призму уже сформированного образа. Модель рассматривается как система элементов, которые находятся в неразрывном единстве, обладают сетью связей и корреляцией между собой.

Образ политического лидера носит как субъективный, так и объективный характер. Одной из функций образа является систематизация информации о политическом лидере. В результате обмена информацией в сознании класса, слоя населения происходит трансформация индивидуального образа в образ политического лидера.

На основании проведенных исследований по выявлению модели формирования образа приводятся следующие выводы: исследование модели формирования образа политического лидера представляет собой большой интерес, особенно в период трансформации российского общества и прогнозируемого аналитиками перехода к двухпартийной системе. Положительный устойчивый образ политического лидера становится сверхзадачей идеологов партий и гарантом стабильности в стране.

Системная специфика реального механизма заключается в том, что социальная модель формирования образа политического лидера представляет собой сложную систему и зависит от внешних и внутренних составляющих. Механизм формирования образа политика, его системность обусловлена *спецификой подсистем. К таким подсистемам можно отнести* модель формирования имиджа политического лидера, которую следует рассматривать как целенаправленно сформированный образ-представление, который с помощью ассоциаций наделяет объект дополнительными ценностями (социальными, политическими, социально-психологическими, эстетическими) и благодаря этому способствует его более целенаправленному и эмоциональному восприятию. В действительности те ценности, которыми имидж дополняет объект, могут не иметь основания в его реальных свойствах, но обладают определенной значимостью для политического актора.

Отличительной особенностью модели формирования имиджа является то, что она создается для продвижения того или иного политика. Модель целенаправленного формирования образа политического лидера предполагает использование технологий создания образа, а уже запущенный механизм действия созданного образа может проявляться не только осознанно, но и стихийно.

Представлены авторское видение и осмысление возможно существующих этапов моделей формирования образа политического лидера (зарождения, становления, формирования, угасания и т.д.). Каждый этап имеет свои характеристики.

Указывается, что социальная модель формирования образа представляет собой научную абстракцию, так как в действительности эти процессы регулируются рядом других моделей формирования образа политического лидера, каждая из которых, в свою очередь, отвечает за конкретные процессы. Исследование модели формирования образа политического лидера основывается на диалектическом методе, исходящем из признания общих законов развития (движения) природы,

общества и мышления. Действительно, перемены, происходящие в последние десятилетия в России, демонстрируют колоссальную эволюцию образа политического лидера. Изменения происходят по определенным законам, основываясь на определенных моделях и механизмах. Исследовать эти процессы необходимо на основании реалий современности. Социальные модели могут строиться и как система объективных социальных связей, складывающихся стихийно, и как определенная последовательность сознательных действий, ведущих к достижению поставленной цели.

Модель целенаправленного формирования имиджа политического лидера предполагает использование технологий создания имиджа. Механизм формирования образа политического лидера включает в себя взаимосвязанные, взаимопроникающие, взаимовлияющие модели, характеризующиеся этапами зарождения, становления, функционирования и угасания образа политического лидера, модели формирования имиджа, образа и т.д.

Признавая целостность модели формирования образа, отметим, что существует ряд особенностей его создания в сознании представителей различных страт современной России.

Во **втором разделе** – «Инновационные аспекты практик функционального моделирования политического лидерства в современных условиях» – представлена характеристика страт современного российского общества, проанализированы современные стратификационные концепции. В настоящее время в постперестроечной России разрушена советская модель стратификации с присущими ей административными и сословными методами регулирования социальных отношений. В стадии формирования находится новая модель, для которой характерны рыночные методы регулирования социальных отношений. Трансформационный период характеризуется отсутствием сформировавшихся классов.

Для определения статуса социальных групп и социальной стратификации в качестве опорных выбраны критерии, предложенные Т. Заславской (политический, экономический и социокультурный), и разработанный ею стратификационный план, по нашему мнению, наиболее четко отражающий стратификационное положение в России.

Результат воздействия на сознание с помощью модели технологического создания имиджа напрямую зависит от принадлежности актора к тому или иному страту. Социальная обусловленность общественного сознания, являясь не только чисто теоретической, но и практической проблемой, становится особенно значимой в ситуациях глубоких общественных трансформаций, чем бы они ни были спровоцированы.

Далее в диссертации представлены результаты анализа включенности в практику элементов моделей формирования образа, теоретически

представленных в первом разделе, подтвержденные эмпирическими данными.

Каналами формирования образа могут выступать как печатные, так и электронные СМИ. В качестве исследовательской базы автор выбирает Интернет, что обосновывается универсальностью последнего, а также разнообразием и объемом размещенной на его сайтах информации. Немаловажным критерием выбора послужил и качественный состав пользователей этой электронной системы, среди которых находятся в основном представители среднего и базового слоев.

В диссертационном исследовании с целью выявления своеобразия применяемых практических моделей формирования имиджей политических лидеров проведен анализ материалов сайтов политических партий «Единая Россия», КПРФ, ЛДПР, «Родина», СПС, «Яблоко».

За рабочую единицу анализа принималась статья сайта. Статьи рассматривались равноправно, разница в размерах статьи игнорировалась, что объясняется общей тенденцией к лаконичности повествования. Направленность изложения определяется целевой аудиторией. Анализировались статьи, размещенные на сайтах политических партий в период с 04.08.2001 г. по 18.02.2005 г.

Для раскрытия системной специфики моделей формирования образа были охвачены публикации политических лидеров, членов партий различных уровней, отражающие точку зрения на события, происходящие в стране. Для того чтобы выявить наиболее существенные факторы социально-стратификационного плана, был проведен тотальный анализ статей сайта, к которым обращаются пользователи, так как работа модели осуществляется в процессе декодирования большого объема информации.

В качестве иллюстрации приводится подробный анализ биографических статей лидеров партий. При выстраивании модели образа учитывалось влияние специализированных и стихийных механизмов. Показано преломление образов через спектр призм, например преломление через спектр социально-экономической призмы.

Основной объем информации практически всех сайтов посвящен обсуждению и разъяснению реформ, проводимых правительством и вызвавших резкое отторжение у населения. Приводится процентное соотношение статей, посвященных проблемам, отражающим такой элемент модели, как интересы различных слоев населения.

Подчеркивается, что на политических интернет-сайтах используются универсальные методы и техники, которые в одинаковой мере эффективны при проведении политической рекламной кампании в любых формах и любыми средствами массовой коммуникации.

Проведенный анализ сайтов партий позволяет сделать вывод о том, что в процессе создания имиджей лидеров используются различные методы и приемы, которые композиционно дополняют модель формирования образа политического лидера.

В результате сравнительного анализа сайтов основных политических партий сделан вывод о том, что на практике имиджеологами используется большинство элементов моделей имиджа. При этом исследование показало, что создаваемый имидж тем удачнее, чем больше заполнены все компоненты модели. Однако при формировании имиджа каждого конкретного лидера существует ряд особенностей. Они зависят от многих факторов: внешности политического лидера, симпатии или антипатии к нему, присутствия к нему индивидуальной тропности и т.д.

Для уточнения действия механизма формирования образа политического лидера автором проведен анализ языковых средств, использованных в партийных документах, в частности, проанализированы способы выражения эмоций в языке партийных программ. В результате доказана несостоятельность утверждений о выражении партиями интересов всех слоев общества, что заявлено в их программных документах.

Исследование применения моделей на страницах сайтов политических партий позволило выявить закономерность целенаправленного воздействия с помощью модели формирования образа политического руководителя на определенные слои населения. Анализ материалов сайтов политических партий показал, что воздействие «Единой России» нацелено на базовый и средний слои населения, КПРФ – на базовый и низший, ЛДПР – на базовый и средний, СПС и «Яблока» – на высший и средний. Таким образом, базовый и средний классы являются полем политического воздействия с целью формирования образов политических лидеров.

Приводится описание использования языковых средств на страницах Интернета. В работе рассматриваются способы выражения эмоций в языке партийных программ. С помощью анализа лексических средств языка доказывается несостоятельность утверждений, заявленных в программных документах, о выражении партиями интересов всех слоев общества. На основе примеров из текстов программ выявляется целевая аудитория партий. Представители различных слоев по-разному прочитывают нормирующий код языка, например, у многих представителей низшего слоя присутствует тропность к неформальной лексике, что, естественно, вызывает симпатию к лидеру партии, использующему подобную лексику.

Язык – основа общения акторов в социуме, словарный запас является одним из главных кодов, в результате декодирования которого происходят процессы отождествления, причисления индивида к «мы» или «они», создается установка на отношение к авторам текста.

Проведенный анализ позволил сделать вывод о том, что язык партийных программ целенаправленно воздействует на определенные слои избирателей, а большая часть программ нацелена на избирателей среднего и базового слоев.

В **заключении** диссертации представлены основные выводы, изложены практические рекомендации и намечены направления дальнейшей разработки проблемы.

В **приложении** даны опорные схемы и таблицы, отражающие компоненты ядра образа и элементы практических моделей формирования образа политических лидеров партий «Единая Россия», КПРФ, ЛДПР, «Родина», СПС, «Яблоко», материалы социологических исследований Аналитического центра Ю. Левады, манифест партии СПС.

Основное содержание диссертационного исследования отражено в **следующих публикациях**.

1. Кравченко Н.Ю. Использование семантически осложненной лексики для формирования имиджа России // Культура и социальные технологии. Волгоград, 1995. С. 215–221. 0,25 п. л.

2. Кравченко Н.Ю. О механизме формирования образа политического руководителя // Некоторые проблемы социально-политического развития современного российского общества. Вып. 8. Саратов: Надежда, 2001. С. 98–101. 0,2 п. л.

3. Кравченко Н.Ю. О некоторых особенностях формирования имиджа политического руководителя в сознании молодежи // Некоторые проблемы социально-политического развития современного российского общества. Вып. 10. Саратов: Надежда, 2003. С. 58–60. 0,2 п. л.

4. Кравченко Н.Ю. Взаимосвязь лидерства и руководства // Некоторые проблемы социально-политического развития современного российского общества. Вып. 10. Саратов: Надежда, 2003. С. 125–127. 0,2 п. л.

5. Завгородный А.И., Кравченко Н.Ю. Целостность механизма формирования образа-имиджа политического руководителя // Некоторые проблемы социально-политического развития современного российского общества. Вып. 10. Саратов: Надежда, 2003. С. 234–241. 0,25 п. л.

6. Кравченко Н.Ю. Специфика социального восприятия имиджа политического руководителя // Некоторые проблемы социально-политического развития современного российского общества. Вып. 12. Саратов: Научная книга, 2005. С. 211–215. 0,2 п. л.

Кравченко Надежда Юрьевна

Формирование образа политического лидера в трансформационный период в России

Автореферат

Ответственный за выпуск –
кандидат социологических наук,
доцент Покатов Д.В.

Подписано к печати 27.10.05 г.	Заказ № 414
Тираж 100 экз.	Объем 1 п. л.

Отпечатано с готового оригинал-макета.
410003, Саратов, ул. Радищева, 89, типография СГСЭУ.

№20885

РНБ Русский фонд

2006-4
17390