

На правах рукописи



Токарева Ольга Владимировна

**КОНСТРУИРОВАНИЕ ИМИДЖА ЖЕНЩИН-ПАРЛАМЕНТАРИЕВ
В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

Специальность 23.00.02 – политические институты,
процессы и технологии

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Казань – 2020

Диссертация выполнена на кафедре государственного управления, истории и социологии Института управления инновациями ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»

Научный руководитель

Воржецов Александр Григорьевич,
доктор философских наук, профессор
кафедры государственного управления,
истории и социологии Казанского
национального исследовательского
технологического университета

Официальные оппоненты

Попова Ольга Валентиновна, доктор
политических наук, профессор,
заведующая кафедрой политических
институтов и прикладных политических
исследований факультета политологии
ФГБОУ ВО Санкт-Петербургского
государственного университета

Шабалина Юлия Владимировна,
кандидат политических наук, доцент
кафедры социально-экономических и
гуманитарных дисциплин ФГБОУ ВО
Поволжской государственной академии
физической культуры, спорта и туризма

Ведущая организация

**ФГБОУ ВО «Тверской
государственный университет»**

Защита диссертации состоится 26 февраля 2021 года в 14.00 на заседании диссертационного совета КФУ.23.01. при ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет» по адресу: 420008, Россия, РТ, г. Казань, Кремлевская, 35, ауд.1607.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке имени Н. И. Лобачевского ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет». По адресу: 420008, г. Казань, ул. Кремлевская, 35.

Сведения о защите, автореферат и электронная версия автореферата размещены на официальном сайте ВАК РФ <http://vak.ed.gov.ru> и на официальном сайте Казанского (Приволжского) федерального университета <http://www.kpfu.ru>

Автореферат разослан «__» 2021 года

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат исторических наук, доцент



Дубровин В. Ю.

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В условиях трансформации современного российского общества произошли существенные изменения, которые коснулись отечественного парламентаризма. В становлении демократии в России и развитии всех её институтов, в том числе и законодательной власти, приобретает большое значение представленность в ней женщин. Участие женщин в парламенте является одним из основных показателей успешности демократического развития того или иного общества. Количество женщин в парламенте отражает особенности партийных систем и отношение партий к программам гендерного развития, а победа женщин на выборах свидетельствует о наличии благоприятного имиджа в глазах избирательной аудитории.

Женщины составляют более половины населения России, однако, Госдуме Российской Федерации они представлены более скромно. С одной стороны, правительством разработаны различные нормативные документы и программы, которые провозглашают и призывают укреплять равенство прав и возможностей женщин наравне с мужчинами во всех областях жизнедеятельности, с другой стороны, на практике наблюдается существенное несоответствие между тезисами государственных программ и реальной действительностью. Низкая представленность женщин в законодательной власти свидетельствует о том, что россияне в процессе отбора и выбора кандидатов отдают предпочтение политикам-мужчинам, что говорит о факте благоприятного имиджа политиков-мужчин в большей степени, нежели политиков-женщин. Объясняется это рядом факторов: гендерные стереотипы; российский менталитет, согласно которому традиционное общество не без сопротивления впускает женщин на роли, отличные от образа «хранительницы домашнего очага»; отсутствие консолидации женских общественно-политических ассоциаций и движений; к женщина-политику предъявляют более жёсткие требования, поскольку её сравнивают с идеальным образом, в отличие от мужчины-politika.

Интерес к имиджу женщин-парламентариев обусловлен их значимой ролью в процессах законотворчества для развития демократии и всеобщего блага российского общества в целом. Задачу борьбы за голоса избирателей женщин-парламентариев возможно решать и с помощью политической имиджелогии, практик конструирования благоприятного имиджа. В условиях, когда создание политического имиджа российских женщин-парламентариев представляет сложное задание для имиджмейкера, выявление гендерных особенностей в конструкциях этого имиджа становится весьма важной задачей в преодолении проблемы гендерного неравенства.

Степень научной разработанности темы. Область изучения, которая является предметом исследования носит междисциплинарный характер. Научное осмысление проблем политического имиджа женщин находит отражение в самых разных областях научного знания: политологии, социологии, философии, политической психологии, имиджелогии. В научной литературе можно выделить четыре основных группы исследований.

Первая группа включает в себя работы, посвященные категории политического имиджа. К этой группе относятся труды западных авторов Э. Барноу, С. Ивена, Л. Гросса, Д. Руби, Б. Брюса, Д. Бурстина, С. Голдмена, К. Огдена, М. Рокара¹. Концепции конструктивизма и имиджелогии раскрыты в работах Г. Абеля, П. Вацлавика, Д. Бивина и Д. Джексона, Э. Глазерсфельда, Н. Луманна, У. Матурана и Ф. Варела².

Российские исследования имиджа сложились сравнительно недавно. Однако на протяжении последних трёх десятилетий эта тема остаётся востребованной. Анализ проблем создания и продвижения политического имиджа в предвыборных кампаниях, проблем деятельности политтехнологов и предвыборных штабов содержится в работах О.А. Феофанова, П.С. Гуревича, Е.Н. Богданова, В.Г. Зазыкина, Ф.Н. Ильясова, О.И. Гордеевой, Т.Э. Гринберг, Е.В. Егоровой-Гантман, А.Г. Панасюк, Н.М. Ракитянского, Е.Б. Перелыгиной, О. В. Поповой, Г.Г. Почепцова, Е.Б. Шестопал, В.М. Шепеля, А.М. Щуладзе и других³.

¹ Boorstin D.J. The image: A Guide to Pseudo-Events in America / D.J. Boorstin. «New York: Vintage Books, 1992. – 319 p.; Ewen S. All Consuming images: The Politics of Style in Contemporary Culture / S. Ewen. – New York Basic Books, 1988. – 306 p.; Gross L. Image Ethics: The Moral Rights of Subjects in Photographs, Film, and Television / L. Gross, J.S. Katz, J. Ruby. – New York: Oxford University Press, 1988. – 382 p.; Image of Power. How the Image Makers Shape Our Leaders / Ed. by B. Bruce. – London: Kogan Page, 1992. – 192 p.; Голдмен С. Как создаётся имидж в американской политике // США: Изд-во «Экономика. Политика. Идеология», 1990. – №8 – С. 35-38.; Огден К. Маргарет Тэтчер. Женщина у власти: Портрет человека и политика. // Пер. с англ.– М.: Изд-во «Новости», 1992. – 542 с.; Рокар М. Трудиться с душой. / Пер. с фр. – М.: Междунар. отношения, 1990. – 340 с.

² Abel G. Was ist Interpretationsphilosophie? // Simon (Hg.) Zeichen und Interpretation. Frankfurt a. M., 1994. – S. 16-35.; Вацлавик П., Бивин Д. и Джексон Д. Прагматика человеческих коммуникаций. Изд-во: Эксмо-Пресс, Апрель-Пресс, 2000. – 300 с.; Глазерсфельд Э. фон. // Введение в радикальный конструктивизм. – Вестник Московского ун-та. Сер. 7: Философия. – 2001. – №4 – С. 59-81; Луманн Н. Реальность массмедиа. / Пер. с нем. А. Антоновского. – М.: Практис, 2005. – 256 с.; Матурана У., Варела Ф. Древо познания. – М.: Прогресс-Традиция, 2001. – 224 с.

³ Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. Психологические основы «Паблик Рилейшнз». – СПб: Питер, 2003. – 208 с.; Гордеева О.И. Политический имидж в избирательной кампании. // Технология и организация выборных кампаний. Зарубежный и отечественный опыт. – М.: РАУ, 1993. – С. 158-171; Гуревич П. С. Приключения имиджа: Типология TV-образа и парадоксы его восприятия. – М.: Искусство, 1991. – 219 с.; Егорова Е. Имидж власти и политиков. – Изд-во «Диалог», 1992. – № 15-18. – С. 69-74; Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг или как продать вождя. // Политические исследования. – 1997. – №5. – С. 88-100.; Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. – М.: «Омега-Л», 2007. – 266 с.; Панасюк

Вторую группу составляют работы исследования, в которых разрабатываются гендерные проблемы. Результаты исследований представлены в трудах: С.Г. Айазовой, О. М. Здравомысловой, Е.В. Кочкиной, Г.Г. Силласте, Н. Н. Козловой, О.А. Хасбулатовой, Н.А. Шведовой, А.А. Темкиной, Г.Л. Кертмана, Н.О. Автаевой, И.А. Горшевой, О. В. Поповой, М.О. Шамсутдиновой⁴. Следует отметить и работы татарстанских ученых Л.И. Гатиной, Д.Р. Фатыховой, Ю.В. Шабалиной⁵.

Третью группу исследований объединяет труды, исследующие проблемы политической коммуникации и пропаганды. Имеются работы западных авторов, посвящённые различным аспектам функционирования политической коммуникации. В их

А.Ю. Я – Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж. – М.: Дело, 2003. – 240 с.; *Пелих А.С. Имидж делового человека.* – М.: Приор, 1997. – 111 с.; *Перелыгина Е.Б. Психология имиджа.* – М.: «Аспект Пресс», 2002. – 223 с.; *Попова О. В. Модели идентичности политических акторов в современной России.* // Политическая наука. — 2018. — № 2. — С. 173—194.; *Почепцов Г.Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента.* – Киев: АДЕФ-Украина, 1997. – 136 с.; *Почепцов Г.Г. Имиджелогия: Теория и практика.* – М.: Ваклер, 2001. – 698 с.; Продвижение имиджа Нижегородского региона: опыт и перспективы. Материалы V научно-практич. конференции по региональной культуре 16-23 мая 2003 г. // Под ред. Савруцкой Е.П. – Нижний Новгород, 2003. – 310 с.; *Ракитянский Н.М. Психологическое портретирование в политологической практике.* / Учебное пособие. – М.: Интерпресс, 2008. – 178 с.; *Феофанов О.А. Стереотип и имидж в буржуазной пропаганде.* // Вопросы философии. – 1980. – №6. – С. 89-100.; *Цуладзе А. Формирование имиджа политика в России* – М., 1999. – 143 с.; *Шестопал Е.Б. Психология политического восприятия в современной России.* – М., РОССПЭН, 2012. – 422 с.; *Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния.* – Ростов-на-Дону: Феникс, 2000. – 473 с.

⁴ *Кочкина Е.В., Кириченко М.М., Степанова Н.М. Введение. Дестабилизация политических предписаний полу. Сборник «Гендерная реконструкция политических систем».* – СПб., 2003. – 991 с.; *Силласте Г.Г. Гендерные исследования: размышления участника семинара.* // Социологические исследования. – 1992. – №6. – С. 29-35; *Козлова Н. Н. Гендерное измерение электоральных процессов в современной российской политологии //Социально-политические процессы в меняющемся мире/* Под ред. Н.Н.Козловой. Вып.15. Тверь: ТвГУ, 2015. С.4-9.; *Хасбулатова О.А. Российская государственная политика в отношении женщин (1900-2000) // Теория и методология гендерных исследований. Курс лекций.* // Под общ. ред. Ворониной О.А. – М.: МЦГИ – МВШСЭН-МФФ, 2001; *Шведова Н.А. Гендерный подход как фактор политической культуры.* // Гендерный калейдоскоп: Курс лекций. / О.А. Воронина [и др.]. – М.: Academia, 2001. – С. 271-291; *Темкина А.А. Теоретические подходы к проблеме политического участия: гендерное измерение.* // Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период: Сб. науч. статей. / Под ред. О. М. Здравомысловой, А. Темкиной. – СПб.: Центр независимых социальных исследований, 1996. – С. 13-18; *Айазова С.Г. Женщины в российском обществе: гендерное измерение политического процесса:* дис. ... докт. полит. наук: 32.00.02. – М., 1996. – 218 с.; *Айазова С.Г. Женщины на рандеву с российской демократией.* – М.: Эслан, 2001. – 80 с.; *Автаева Н.О. Информационные технологии формирования имиджа политика: гендерный аспект (по материалам российской центральной и региональной прессы рубежа ХХI в.):* дис. ... канд. полит. наук. – Нижний Новгород, 2006. – 254 с.; *Грошева И.А. Женщина как субъект политических движений и партий (социологический анализ):* дис. ... канд. фил. наук. – Тюмень, 1997. – 215 с.; *Попова О. В. Гендерные аспекты политической карьеры российской субфедеральной элиты: мнения экспертов // Женщина в российском обществе.* – 2013. – № 3 (68). – С. 21-30.; *Шамсутдинова М.О. Гендерная парадигма в контексте культурологического анализа процессов социокультурной самореализации современной российской женщины:* дис. ... канд. культ. наук. – Челябинск, 2005. – 170 с.

⁵ *Гатина Л.И. Некоторые особенности женщин в бизнесе (по результатам интервью).* / Л.И. Гатина // Социально-экономические и историко-правовые проблемы современного российского общества. Материалы научно-практической конференции. – Казань: Издательство НПК «Рост», 2005. – С. 65-70; *Фатыхова Д.Р. Технологии формирования имиджа женщины-политика в современной России. (На материалах Республики Татарстан):* автореф. дис. канд. полит. наук. – Казань, 2013. – 12 с.; *Шабалина Ю.В. Формирование политического лидерства женщин (теория и практика вопроса):* дис. ... канд. полит. наук. – Казань, 1998. – 147 с.

число входят работы таких зарубежных ученых как Дж. Блумлер, Г. Лассуэлл, Р. Дебре, Д. Клаппер⁶.

Основы теории массовой коммуникации в отечественной литературе заложены в исследованиях А. Алексеевой, Ю. Вооглайда, Ю. Воронцова, З. Гершкович, В. Мансуровой, Е. Ножина, Г. Хмары, Ю. Шерковина и других⁷. Проблемы функционирования СМИ и СМК как общественных институтов раскрыты в трудах Л. Войтасика, М.Н. Грачева, Б.А. Грушиной, Я.Н. Засурского, С.Г. Корконосенко, Г.С. Мельник, М.М. Назарова, Н. Орнстейна, Г.Г. Почепцова, Д. Уилхелма, В. Энтина и других авторов⁸.

Четвертую группу составляют работы исследователей, изучающих влияние политических институтов на имидж женщин парламентариев в России и странах Западной Европы, и США. Это труды Д. Рене, Н.М. Коркунова, В.Е. Чиркина, М.А. Добриогло, Д.Р. Фатыховой⁹.

⁶ Lasswell H. Analysing the Content of Mass Communication: A Brief Introduction / H. Lasswell. – Washignton: Library of Congress, 1942; Klapper J. The Effects of Mass Communication. / J. Klapper. – New York: The Free Press, 1960. – 302 p.; Debray R. Le Pouvoir intellectual en France / R. Debray. – Paris: Ramsay, 1979. – 280 p.;

⁷ Алексеев А.Н. О массовой коммуникации и её социальных средствах. / А.Н. Алексеев // Журналист, пресса, читатель. / Под ред. А.В. Дмитриева. – Л.: ЛГУ, 1969. – С. 71-84; Алексеев А.Н. Массовая коммуникация как объект социологических исследований (пути развития теории) / А.Н. Алексеев // Массовая коммуникация в социалистическом обществе: Сб. статей / АН СССР Институт социально-экономических проблем и др. – Л.: Наука, 1979. – С. 43-57; Ценностные ориентации личности и массовая коммуникация. / Под редакцией Ю.В. Вооглайда. – Тарту: ТГУ, 1968.; Воронцов Ю.В. Основное направление и механизмы буржуазной пропаганды. – М.: Знание, 1972. – 243 с.; Гершкович З.И. Художественное творчество и техника массовой коммуникации (эстетико-социологические проблемы). // Ред. Б.С. Мейлах. – Л.: Наука, 1972. – С. 209-236; Мансурова В.Д. Журналистская картина мира в постмодернистской парадигме творчества. // Известия АГУ. – 1997, №2 – С. 85-88; Ножин Е.А. Об искусстве полемики. – М., 1982.; Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. – М.: Мысль, 1973. – 215 с.

⁸ Войтасик Л. Психология политической пропаганды. // Пер. с польского В.Н. Поруса. – М.: Прогресс, 1981. – 278 с.; Грачев М.Н. Актуальные проблемы политической науки. – М., 1996. – 188 с.; Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. – М.: Прометей, 2004. – 327 с.; Грушин Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы исследования. – М.: Знание, 1978. – 64 с.; Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 272 с.; Корконосенко С.Г. Основы теории журналистики: Учеб. пособие. – СПб.: ГЭТУ, 1999. – 67 с.; Корконосенко С.Г. Теория и практика средств массовой информации. – СПб.: ГЭТУ, 1999. – 67 с.; Мельник Г.С. Mass Media: психологические процессы. – СПб.: ГЭТУ, 1996. – 152 с.; Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М.: УРСС, 2002. – 239 с.; Орнстейн Н. Народ, пресса, политика. / Н. Орнстейн. – М., 1989.; Почепцов Г.Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента. – Киев: АДЕФ-Украина, 1997. – 136 с.; Почепцов Г.Г. Имиджелогия: Теория и практика. – М.: Рефлбук: Ваклер, 2001. – 698 с.; Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии. – М.: Центр, 2003. – 381 с.; Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века. – М.: Рефлбук: Ваклер, 2001. – 349 с.; Почепцов Г.Г. Профессия имиджмейкер. – Киев: ИМСО МО Украины. 2000. – 256 с.; Уилхелм Д. Коммуникация и власть. // Пер. с англ. Б. Диановой. – СПб., 1993. – 144 с.; Энтин В.И. Средства массовой информации в политической системе современного капитализма. – М.: Наука, 1988. – 191 с.

⁹ Рене Д. Основы сравнительного гражданского права. (*Traite elementaire de droit civil compare*) Paris, 1950.; Коркунов Н.М. Сравнительный очерк государственного права иностранных держав. Часть первая. Государство и его элементы. – СПб.: Типография М.М. Стасюлевича, 1890. – 163 с.; Чиркин В.Е. Основы сравнительного государствоведения. – М.: Артикул, 1997. – 352 с.; Добриогло М.А. Участие женщин в политической жизни России и США: сравнительный политический анализ: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02 – Пятигорск, 2005. –

Область научного исследования соответствует специальности 23.00.02 «Политические институты, процессы и технологии» по направлениям исследований, выделенным в Паспорте данной специальности (пункты 1, 6, 12).

Объектом исследования выступают российские женщины-парламентарии Федерального Собрания Российской Федерации.

Предмет исследования – конструкции имиджа российских женщин-парламентариев.

Цель исследования – выявить особенности конструкций имиджа женщин-парламентариев Федерального Собрания РФ.

Для достижения данной цели необходимо решение следующих задач:

- раскрыть сущность концептуальных трактовок имиджа женщин-парламентариев;
- выявить особенности и основные методологические подходы к исследованию конструирования имиджа женщин-парламентариев;
- выявить генезис и эволюцию моделей имиджа российских женщин-парламентариев в постсоветский период;
- определить содержание конструкций имиджа: типов и моделей российских женщин-парламентариев;
- выявить влияние политических институтов на формирование имиджа российских женщин-парламентариев;
- разработать рекомендации по повышению эффективности действующих механизмов конструирования позитивного имиджа российских женщин-парламентариев.

Теоретико-методологическую основу исследования составили идеи отечественных и зарубежных политических имиджеологов, политологов, социологов, политических психологов, которые раскрывают различные теоретические аспекты сущности политического имиджа женщин-парламентариев. В исследовании использованы: *конструктивизм, новый институционализм и культурно-исторический подход*.

Конструктивизм – один из методологических подходов, объединивший в себе теорию политической коммуникации, идеи постмодернизма и область политической имиджелогии, в рамках которых рассматриваются процессы конструирования имиджа. Согласно взглядам

167 с.; Фатыхова Д.Р. Технологии формирования имиджа женщины-политика в современной России (на материалах Республики Татарстан): автореф. дис. ... канд. полит. наук. – Казань, 2013. – 12 с.

сторонников конструктивизма – таких учёных, как Г. Абель¹⁰, Ф. Варела, П. Вацлавик, Э. Глазерсфельд, Н. Луман, У. Матурана, Хейнц фон Ферстер, А. Шмидт и др.¹¹, всякая познавательная деятельность, в том числе и в области политической науки, является конструированием, созданием определённых конструкций. Процессы понимания мира, себя и других называются Абелем «креативно-конструктивными процессами интерпретации». Это такие процессы, в которых мы «нечто выделяем, идентифицируем и применяем к нему обозначения, что-то приписываем, конструируем связи», типологизируем и классифицируем путем разделения на типы, классы, модели и «затем применительно к мирам, сформированным таким образом, получаем мнения, убеждения и обоснованное знание»¹².

Новый институционализм, ориентированный на изучение институтов, с помощью которых осуществляется политическая деятельность: государства, партий, других организаций и объединений, права, правительственные программы и других регуляторов политической деятельности, позволил сделать широкий анализ институциональной динамики изучаемого нами явления. Использовались труды Зазнаева О. И. Кобелянова А. С., Медведевой В.К, Муллагалиева Р. Р., Тоффлера Э., Питерса Б.Г., Фарукшина М.Х.¹³. Данный подход внес понимание влияния государства, партийной системы, партий на процессы конструирования имиджа российских женщин-парламентариев.

Культурно-исторический подход дает возможность проследить каким образом культурные стереотипы, национальные мифы общества, его политическая культура, свойственные ей ориентации и установки оказывают воздействие на общественное мнение и, как следствие, оказывают влияние и на процесс конструирования имиджей российских женщин-парламентариев. Социально-политический и экономический статус женщины, стремящейся войти в политику, начиная с деятельности в законодательном собрании,

¹⁰ Abel G. Was ist Interpretationsphilosophie? // Simon. (Hg.) Zeichen und Interpretation. – Frankfurt a. M., 1994. S. 16-35.

¹¹ Антоновский А.Ю. Конструктивизм. // Энциклопедия эпистемологии и философии науки. – М.: «Канон+», РООИ «Реабилитация», 2009.

¹² Abel G. Was ist Interpretationsphilosophie? // Zeichen und Interpretation. – Frankfurt a. M., 1994. S. 16-35.

¹³ Зазнаев О.И. Российская форма правления: прошлое, настоящее и будущее. Сравнительное конституционное обозрение. Этажи демократии – №4 (57). – 2006. – с. 4-12.; Кобелянов А. С. – Особенности взаимодействия государства и СМИ в современной России. - Саранск: Изд-во Мордовского университета. – Журнал «РЕГИОНОЛОГИЯ REGIONOLOGY» - 2/2016. - №95 – с. 99-106; Медведева В.К. Проблемы становления института выборов в современной России. // Вестник Российского университета дружбы народов. – Сер.: Политология. – 2004. – № 1 (5). – С. 24-28; Муллагалиев Р.Р. СМИ как институциональная структура современной России. / Социализация личности и проблемы развития общественных отношений. – ТОНУС № 16. – Казань: Изд-во КГУ, 2007. – С. 104; Тоффлер Э. – Метаморфозы власти. – М.: Изд. «Издательство ACT», 2004. – С. 448; Питерс Б.Г. Политические институты: вчера и сегодня // Политическая наука: новые направления. – М., 1999. – С. 220; Фарукшин М.Х. Современный федерализм: российский и зарубежный опыт. – Казань: Изд-во Казанского университета, 1998. – С. 58.

зависит от историко-культурного уровня развития общества. Социальные ожидания, основанные на архетипических представлениях о роли женщин в социуме, имеют прямую зависимость от системы социально-нормативной культуры общества. Труды ученых Г. Алмонда и С. Верба, а также С. Хантингтона и М. Мида¹⁴ явились фундаментом для сравнения политических процессов и явлений, оказывающих влияние на общественное мнение в государствах с непохожими культурными системами.

В работе отражен *контент-анализ* СМИ и СМК, поскольку формирование политического имиджа во многом происходит благодаря этим действующим институтам гражданского общества. Комплексно использованы общенаучные методы: анализ и синтез, сравнительный метод, индукция и дедукция, обобщение.

Эмпирическую основу исследования составили результаты материалов всероссийских социологических исследований и мониторингов: «Женщина и проблемы политического лидерства»; «Гендерные аспекты политического лидерства в независимых политизированных образованиях в период реконструкции в России»; «Образы женщин в современной российской журналистике» (1997-2001гг.), проведённые *Н.О. Автаевой*, *М.А. Добриогло*, *О. М. Здравомысловой* и *Н. И. Кигай*, *Ю.В. Шабалиной* и опубликованные в их научных трудах¹⁵: «Протестное движение в России в конце 2011-2012 гг.: истоки, динамика, результаты» (2012 г.); «Сравнительный анализ участия женщин в работе политических партий мира», проведённые *Хасановой Г.* и опубликованные в гендерных исследованиях на сайте Центрально-азиатской сети Интернет в 2012 г.; результаты и мониторинги «Левада-центра», опубликованные в СМИ и сети Интернет (2011-2020)¹⁶.

¹⁴ Almond G., Verba S. The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations. Front Cover ...Princeton University Press, 1963. – Political Science – 562 p.; Huntington S.P. The Clash of Civilizations in «Foreign Affairs». – Vol. 72, no. 3, Summer 1993. – P. 22-49.; The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order. – New York, Simon & Schuster, 1996. – 368 p.; Мид М. Культура и мир детства. Избранные произведения. – М.: Наука, 1988. – С. 241.

¹⁵ Автаева Н.О. – Информационные технологии формирования имиджа политика: гендерный аспект (по материалам российской центральной и региональной прессы рубежа XX-XXI в.в.): дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02 – Нижний Новгород, 2006. – 257 с.; Добриогло М.А. Участие женщин в политической жизни России и США: сравнительный политический анализ: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02 – Пятигорск, 2005. – 167 с.; Здравомыслова О. М. и Кигай Н. И. "Женская тема в средствах массовой информации" Ассоциация журналисток, Москва, 2002. – 53с.; Шабалина Ю.В. Формирование политического лидерства женщины: дис. ... канд. полит. наук. – Казань, 1998. – с. 147.

¹⁶<http://www.levada.ru/books/protestnoe-dvizhenie-v-rossii-v-kontse-2011-2012-gg.>;
<http://www.genderstudies.info/politol/3.php>;
<http://www.levada.ru/06-03-2013/rossiyane-o-roli-zhenshchin-v-politike>;
<https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116100>;

Цель и особенности объекта исследования предполагали также обращение к методу включённого наблюдения с использованием онейрического анализа предвыборных дебатов женщин – кандидатов в депутаты Госдумы России 5, 6, 7 созывов по федеральным ТВ-каналам; телевизионных передач с участием женщин-парламентариев (Н. Нарокчинской, О. Дмитриевой, Л. Нарусовой, В. Матвиенко, И. Яровой и др.): «Народ хочет знать» (TVC, 2009); «Вечер с Тиграном Кеосаяном» (РЕН-TV, 2009); «Судите сами» (1-й канал, 2007-2009); «К барьеру» (НТВ, 2007-2009); «Поединок» (РТР, 2011-2012); «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым» (Россия-1, 2013-2014); «Вести» (ВГТРК); «Право голоса» (ТВЦ) и др. В процессе онейрического анализа использовались следующие методы: лингвистический контент-анализ (анализ речи, её формы и содержания); физиognомический анализ (анализ визуального образа); кинетико-проксемический анализ (обращает внимание на то, как человек располагает себя в пространстве, как на невербальном уровне реагирует на внешние стимулы); анализ исторической биографии (широкая оценка профессионального и жизненного пути); анализ проблемы; анализ результата.

Кроме того в качестве эмпирической основы исследования выступил материал контент-анализа средств массовой информации, средств массовой коммуникации, а также документы и законы. Так, в работе использовались материалы официальных сайтов Государственной Думы России: гендерной фракции партии «Яблоко», партии «Единая Россия», ЛДПР, «Справедливая Россия», КПРФ; законы Российской Федерации, документы и нормативные акты (Конституция Российской Федерации 1993 года, Указы Президента Российской Федерации: от 4 марта 1993 года №337 «О первоочередных задачах государственной политики в отношении женщин», от 30 июня 1996 года №1005 «О повышении роли женщин в системе федеральных органов государственной власти и органов государственной власти субъектов Российской Федерации», от 18 июня 1996 года №932 «О национальном плане действий по улучшению положения женщин и повышению их роли в обществе до 2000 года», Постановления Правительства Российской Федерации: от 8 января 1996 года №6 «О концепции улучшения положения женщин в Российской Федерации», от 26 августа 1996 года №1010 «Об одобрении и внесении на рассмотрение Конвенции о равном обращении и равных возможностях для трудящихся мужчин и женщин», а так же Конвенция о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин 1979 года; программа гендерного развития Приволжского федерального округа (2004-2015 гг.) и Национальная стратегия действий в интересах женщин (2017- 2022 гг.).

Научная новизна исследования. Данная работа является одним из первых в отечественной науке комплексным исследованием имиджа российских женщин-парламентариев посредством методологии конструктивизма с обращением к теориям коммуникации и взаимодействия системы имиджирования и системы государственных институтов.

Научная новизна заключается в следующем:

1. Впервые представлены особенности имиджа женщин-парламентариев, с учётом основных аудиторий, определяющие сущностные характеристики, отличные от имиджа мужчин-политиков,
2. Предложено дополнить известные типологии женского политического имиджа новыми типами российских женщин-парламентариев с учетом исторической ситуации обострения международного положения вокруг России, начиная с 2014 г.
3. Предпринят новый взгляд на генезис политического имиджа российских женщин-парламентариев в момент легитимации женщин в политике советского государства с учетом известных артефактов советской системы пропаганды через каналы СМИ и СМК.
4. Выявлено, что в законодательной власти постсоветской России наиболее успешными стали женщины-парламентарии типа «деятель советского образца» умеренно строгие чиновницы, чёткие функционеры, умеющие играть «по заданным правилам», вошедшие в законодательную власть в поздний советский период.
5. Новой является разработка моделей эволюции имиджа женщин-парламентариев от ранней советской эпохи и до второго десятилетия XXIв. современной России.
6. Обоснован новый взгляд на ситуацию утраты электоральных предпочтений относительно имиджа женщин-политиков от оппозиционных партий, как новых, так и рожденных в поздний советский период.
7. Впервые изучено влияние государства, партий и партийной системы на процессы конструирования имиджа российских женщин-парламентариев.

Положения, выносимые на защиту:

1. Развивая традиционное для отечественной политической науки толкование понятия политический имидж, следует выделить сущностные особенности сложносоставного имиджа женщин-парламентариев. Такой имидж является образом-представлением, сконструированным непроизвольно или преднамеренно в сознании основных аудиторий

имиджа: политической элиты, избирателя, политических журналистов и т.д. Имидж женщины-парламентария окрашен гендерными характеристиками, которые отличаются от характеристик политиков-мужчин. Основными составными частями имиджа женщин-парламентариев являются *визуальные, вербальные и кинетические характеристики*, определяющие тип политического имиджа.

2. Уточняя категориальный аппарат политического конструирования имиджа, в проведенном исследовании, конкретизируются отличительные особенности *типа имиджа* от *модели имиджа*. *Типом имиджа* назван каркас будущего упрощенного образа политика, который базируется на стереотипах общественного восприятия. Рассматривается как социальная роль, которую следует совместить с индивидуальными характеристиками политика.

«*Имиджевая модель*» в отличии от «*типа имиджа*» по содержанию является более сложной структурой. Это информационный продукт, необходимый для формирования персонального имиджа политика, который транслируется в публичную сферу в определённом порядке и содержит разнообразную информацию о качествах политика и его характеристиках.

3. Процесс конструирования имиджа женщин-парламентариев в современной России проистекает из предшествующего советского опыта включения женщин в политику. Сценарии построения политической карьеры женщинами-парламентариями в современной России во многом связаны с советской политикой всеобщего равенства мужчин и женщин. Такие стратегии закрепились в сознании общества и во многом были перенесены в постсоветскую политическую реальность. Как следствие, в условиях современной России распространенным и успешным типом политического имиджа стал тип «*деятель советского образца*».

4. События политического процесса, начиная с 2014г., связанные с обострением международной ситуации вокруг России, нуждаются в научном анализе и обобщении имиджформирующей информации политических акторов, выступающих в СМИ. Известные типологии российских женщин-политиков были дополнены тремя новыми типами имиджа женщин-парламентариев: «*государственник*», «*борец за порядок*», «*православный патриот*». Критериями данной типологии выступают политические ценности, транслируемые женщинами-парламентариями в публичное пространство.

Тип «государственник» принадлежит женщинам-парламентариям, которые с учётом своей индивидуальной стилистики и убеждений выступают за позиции сильного, справедливого государства, способного противостоять внешним угрозам (В. Матвиенко).

Тип «борец за порядок» определяется как тип женщин-парламентариев, которые в первую очередь выступают за регламентацию морально-нравственной сферы жизни граждан России. Для таких женщин-парламентариев важно укрепление позиций государства в регулировании социальных коммуникаций и семейных отношений (Е. Мизулина, И. Яровая).

Тип «православный патриот» – женщина-парламентарий такого типа является публичным выразителем консервативной «патриотическо-православной» идеологии и отражают анти-либеральные ценности, выступая за возрождение роли традиционного ортодоксального христианства византийского наследия в жизни современного общества (Н. Поклонская).

5. На основе опросов общественного мнения следует выделить 4 модели имиджа российских женщин-парламентариев с символическими названиями, в которых выделены внешние и личностные характеристики: 1) «советская – внешне ориентированная – триумфальная»: надличностная триумфальность внешнего облика, монументальность, крупные и правильные черты лица, волосы средней длины, деловой костюм, энтузиазм, экспрессивно-сдержанная кинетика, стереотипная пафосная риторика; 2) «позднесоветская и постсоветская – личностно-ориентированная»: индивидуальный стиль, интеллект, компетенция, независимость, смелость; 3) «постсоветская – гендерно-нейтральная: профессионализм, самодостаточность, желание самосовершенствоваться, оптимизм, коммуникативные способности, терпимость, доброта, гибкость, искренность, надёжность, чувство юмора, умение слушать; 4) «постсоветская – несимметричная»: привлекательные внешние данные, артистизм, сила личности, высокие нравственные качества, целеустремленность, трудолюбие, развитая интуиция, высокая способность к сотрудничеству, исторические аналоги, внешний патронаж.

6. Выявлены тенденции эволюции моделей имиджа российских женщин-парламентариев. По своим качественным характеристикам модели имиджа эволюционируют от акцентов на внешних характеристиках к акцентам на личностные характеристики. Вслед за тем они сочетают как внешние, так и личностные

характеристики. Модель «советская – внешне ориентированная – триумфальная» трансформируется в «позднесоветскую и постсоветскую – личностно-ориентированную», которая уступает место моделям «постсоветская – гендерно-нейтральная» и «постсоветская – несимметричная».

7. В современной России с многопартийной системой при доминировании одной партии становится актуальной модель «постсоветская – несимметричная». В данной модели имиджа важны как внешние данные женщины-парламентария, так и фактор поддержки влиятельных политиков-мужчин в форме патернализма. Большинство женщин-парламентариев Государственной Думы Российской Федерации это представительницы «партии власти». В партию привлекаются женщины по гендерно-нейтральному принципу, достигшие высот в своей профессии, а также имеющие известность в медиа пространстве (спортсменки, актрисы, журналистки), имидж которых сформирован их предыдущей профессиональной деятельностью. В идеологии парламентских партий присутствуют традиционные взгляды на роль женщины в обществе.

8. Процесс конструирования имиджа российских женщин-парламентариев в России во многом зависит от влиятельной роли государства. С начала легитимации женщин в политике в советский период такую роль играла государственная монополия КПСС, которая определила формы конструкций имиджа женщин-парламентариев через эффективную, подконтрольную систему пропаганды (плакаты агитпрома, визуально-пластические виды искусства, кино, телевидение). В силу этого влияния в ранний советский период были сконструированы модели имиджа: «советская – внешне ориентированная – триумфальная», в период перестройки «позднесоветская и постсоветская – личностно-ориентированная». Предпосылки формирования модели «постсоветская – гендерно-нейтральная» были заложены так же в ранний советский период, когда в силу провозглашенной идеологии всеобщего равенства российские женщины, получили право на профессиональное образование. Все три модели присутствуют в массовом сознании в период после распада советской системы.

9. Современное российское государство как основной политический институт продолжает оказывать влияние на процессы конструирования имиджа российских женщин-парламентариев. Согласно своим целям государство использует весь спектр возможностей политических коммуникаций, средства телевидения, интернета, социальных сетей. Конструирование имиджа современных российских женщин-парламентариев происходит

в условиях, когда с одной стороны запущена в работу демографическая программа, закрепляются на уровне конституции традиционные семейные ценности, в публичном пространстве подчеркиваются представления о традиционных ролях женщины: дочери, жены, матери. С другой стороны государство заинтересовано в том, чтобы женщины активно проявляли себя в общественно-политической сфере. Идет реализация «Национальной стратегии действий в интересах женщин», в результате реализации которой количество женщин в парламенте РФ к 2022г. должно увеличиться до 30%. В этих условиях, в процессе конструирования позитивного политического имиджа российских женщин-парламентариев безусловными остаются симметрично представленные черты «матери» и «сильной личности». Государство поддерживает создание и продвижение информационных и просветительских программ с образами женщин согласно этим представлениям.

Теоретическая значимость исследования. Результаты диссертационной работы позволяют расширить теоретические представления об особенностях имиджа женщин-парламентариев, процессах конструирования имиджа посредством использования стандартов массового искусства и моделирования оснований конструктов имиджа. Фактические материалы исследования, теоретические оценки могут быть использованы для дальнейших научных поисков в области политической имиджелогии, а также при разработке спецкурсов прикладной политологии, PR-специалистов, журналистов, политологов, занимающихся гендерной проблематикой.

Практическая значимость исследования. Материалы исследования могут быть использованы политическими консультантами, специалистами по связям с общественностью при разработке концепции имиджирования избирательной компании женщин – кандидатов в депутаты парламента; политическими партиями и общественными организациями; государственными органами в процессе разработки и реализации национальной стратегии действий в интересах женщин; при проведении обучающих мероприятий и общественных дискуссий; создателями научно-популярных и документальных кино- и телепрограмм, посвящённых проблематике женщин в политике, при использовании практики моделирования политического имиджа женщин всеми средствами массовой коммуникации.

Апробация результатов исследования. Результаты диссертационного исследования были применены в практической деятельности автора – в ходе участия в выборной компании в Государственную Думу РФ в 2007 году в качестве сотрудника избирательного

штаба, курирующего связи со СМИ. Промежуточные результаты мониторинговых исследований, а также теоретические положения, выводы, предложения и рекомендации, представленные в диссертации, получили отражение в научных публикациях и выступлениях автора на всероссийских и межвузовских конференциях: «Перевоплощение как метод имиджирования в процессе преподавания в негосударственном вузе» (г. Казань, 19 января 2006 г.); «Мультимедийная журналистика Евразии – 2007: интегрированные маркетинговые коммуникации Востока и Запада» (г. Казань, 5-6 декабря 2007 г.); «Компетентностный подход к обеспечению качества подготовки специалиста в негосударственном вузе» (г. Казань, 6 февраля 2008 г.); на Всероссийской научно-практической конференции, посвящённой 20-летию кафедры политологии Казанского (Приволжского) федерального ун-та (г. Наб. Челны, 29-30 июня 2010 г.); на Всероссийской научно-практической конференции «Политическое образование в высшей школе: традиции и инновации» (г. Казань, 22-24 октября 2010 г.); на конференции научно-педагогических работников, представителей других категорий работников и обучающихся в КНИТУ (г. Казань, 28 декабря 2011 г.); на Всероссийской научно-практической конференции «Регионы России: общество знания как условие реализации стратегии модернизации инновационного развития» (г. Казань, 20 января 2012 г.); на международной научно-практической конференции «Арт-журналистика в современном медиа пространстве» (г. Казань, 21-23 июня 2016 г.); на межвузовской научной конференции КНИТУ «90-летию Казанского химико-технологического института и 100-летию образования ТАССР» (Казань, 3-7 февраля 2020г.).

Основные положения и выводы диссертационного исследования отражены в 14 публикациях, в том числе 7 статей опубликованы в журналах, включенных ВАК Министерства образования и науки Российской Федерации в перечень ведущих научных журналов и изданий. Диссертация была обсуждена и рекомендована к защите на кафедре политологии Казанского (Приволжского) федерального университета.

Структура диссертации

Диссертационная работа состоит из введения, трёх глав, содержащих шесть параграфов, заключения, библиографического списка использованной литературы, состоящего из 240 наименований, из них 29 на иностранном языке, приложения. Общий объём диссертации – 171 стр. машинописного текста.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обосновывается актуальность исследования, определяется степень разработанности темы, объект, предмет, цель и задачи исследования, теоретико-методологическая основа, эмпирическая база, формулируется научная новизна и основные положения, выносимые на защиту, отмечается теоретическая и научно-практическая значимость, апробация результатов исследования.

В первой главе «ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ КОНСТРУИРОВАНИЯ ИМИДЖА ЖЕНЩИН-ПАРЛАМЕНТАРИЕВ» раскрываются и определяются исходные понятия, исследуются основные подходы, определяется методологическая база для изучения имиджа женщин-парламентариев.

В параграфе 1.1. «**Концептуальные трактовки имиджа женщин-парламентариев**» автором дается определение понятия «имидж женщины-парламентария».

К перечню известных женских политических типологий добавлена новая типология женщин-парламентариев современной России с тремя типами имиджа: «государственник» (В. Матвиенко), «борец за порядок» (И. Яровая, Е. Мизулина), «православный патриот» (Н. Поклонская). Типы имиджа были выявлены в результате мониторинга СМИ в связи с событиями на Украине в 2014г, воссоединением Крыма с Россией, угрозой международного терроризма, борьбой с коррупцией, а также призывами к борьбе за сохранение нравственных основ. Названные типы российских женщин-парламентариев значительно отличаются от типов имиджей мужчин.

Параграф 1.2. «**Основные методологические подходы к исследованию конструирования имиджа женщин-парламентариев**» посвящен анализу основных методологических подходов исследования: *конструктивизму, новому институционализму, культурно-исторический подходу*. Конструктивизм как одно из течений философской мысли, где познание воспринимается как активное построение субъектом интерпретации модели мира, а не как простое его отражение¹⁷. В основе конструктивизма лежит представление об активности познающего субъекта, который использует специальные рефлексивные процедуры при конструировании образов, понятий и рассуждений. Конструктивизм – это разнородная группа теорий, которая является одним из методологических подходов, объединившим в себе как новый институционализм, так и

¹⁷ Касавин И. Т. Конструктивизм // Энциклопедия эпистемологии и философии науки. М.: «Канон+», РОИИ «Реабилитация», 2009. – С. 510.

теорию политической коммуникации, и область политической имиджелогии. Представления закрепляются в определенных правилах, нормах, институтах, механизмах социального контроля; создают новую реальность, в которой люди начинают действовать в соответствии со своими представлениями и мнениями¹⁸. В процессе конструирования имиджа современной российской женщины-парламентария, важным является понимание одной из важнейших проблем, связанных с политической культурой и свойственными ей ориентациями, установками, национальными мифами, стереотипами, которые оказывают особое влияние на эту деятельность.

Во второй главе «ФОРМИРОВАНИЕ КОНСТРУКЦИЙ ИМИДЖА ЖЕНЩИН-ПАРЛАМЕНТАРИЕВ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ» исследуется процесс формирования конструкций имиджа женщин-парламентариев современной России.

Параграф 2.1. «Генезис имиджа российских женщин-парламентариев» посвящен анализу происхождения имиджа российских женщин-парламентариев, которое повлияло на стереотипы восприятия россиян о том, какими должны быть отличительные моделиобразующие факторы в имидже современных российских женщин-парламентариев. Гендерная идеология советского периода была представлена идеальными образцами гендерной идентичности в СМИ и СМК. Основные ретрансляторы конструкций имиджа советского периода, плакаты агитпропа, кинематографа показывали стратегии успешной самореализации как образцы для подражания, когда благодаря достижениям в профессии советская женщина была способна стать депутатом советского парламента, членом правительства.

Описаны известные образы женщин-парламентариев постсоветского времени, которые стали известны еще в поздний горбачевский период и получили признание в постсоветский период, после выборов в российский парламент с 2000 г. по 2016 г., в период украинского кризиса 2014г.

В параграфе 2.2. «Конструкции имиджа российских женщин-парламентариев» исследуется суть явления, в котором в силу культурно-исторических патриархальных стереотипов восприятия российского общества, женщина в большей степени ассоциируется с образом «хранительницы домашнего очага», а не с образом «политической охотницы», что влечет за собой ряд проблем, которые не способствуют благоприятному имиджу женщин-

¹⁸ Латынов В. Очерки политической науки . – М.: Институт Дружбы Народов, 1996. – С. 100.

парламентариев. В современной России в законодательной власти женщины представлены довольно скромно (7% - в 1993 г., 14% – в 1995 г., 7,7% – в 1999 г., 10% – в 2003 г., 14% – в 2007 г., 11,5% – в 2011 г., 16,3% – в 2016 г.).

С целью улучшения имиджа российских женщин-парламентариев следует использовать возможности конструирования политического имиджа, когда в самом начале имиджирования продумывается концептуальная основа, на которой будет сформирован желаемый имидж, адекватный политической ситуации и подходящий для личности женщины-политика. Такой основой могут быть модели женского политического имиджа – разнородная информация, которая является основой политического имиджа для дальнейшего его формирования¹⁹.

В процессе моделирования политического имиджа используют метод тестирования, когда объектом исследования являются политические персоны. По ответам на специально разработанные вопросы или по манере говорить и вести себя в различных ситуациях (при включенном наблюдении) исследователь составляет психологический портрет политика для сопоставления его, с ожиданиями избирателей. Стереотипы восприятия образцов имиджа женщин-парламентариев, сформированные в советское время, остаются в массовом сознании россиян и в постсоветский период. На наш взгляд наиболее актуальным в коридорах законодательной власти в настоящее время, является тип имиджа женщин-парламентариев «деятель советского образца». К этому типу определена структура символической модели имиджа «советская – внешне ориентированная – триумфальная»: надличностная триумфальность внешнего облика, монументальность, крупные и правильные черты лица, волосы средней длины, деловой костюм, энтузиазм, экспрессивно-сдержанная кинетика, стереотипная пафосная риторика.

Представлена символическая модель «позднесоветская и постсоветская – личностно-ориентированная»: индивидуальный стиль, интеллект, компетенция, независимость, смелость; Модель была структурирована на основе мониторинга СМИ по высказываниям о политике Ирине Хакамаде, а также по опросу общественного мнения, проведённого автором диссертации среди студентов и работников сферы социальных услуг в городах России (Москва, Казань, Елабуга, Азнакаево) в 2007-2020гг. Респонденты отвечали на вопросы,

¹⁹ Богданов Е.Н., Зазыкин В. Г. Психологические основы «Паблик рилейшнз». – СПб: Питер, 2003.- С.148-149.

связанные с основными характеристиками личности Хакамады, которые составили структуру этой модели. Модель актуальна в условиях развития институтов демократии для женщины-политика, обладающей определенными личностными качествами.

Практика свидетельствует, что модели политического имиджа женщины-парламентария должны быть несимметричными и потому иметь несколько иное содержание, в отличие от моделей политиков-мужчин. В первую очередь отражаются внешние составляющие, затем личностные. В частности, в отражении интеллектуальных качеств следует усилить роль интуиции, гибкости. Особо выделяются нравственные качества женщин-политиков. Обобщая данные опросов общественного мнения, представлен имидж современной российской женщины-парламентария в форме «*постсоветской – несимметричной*» модели: *привлекательные внешние данные, артистизм, сила личности, высокие нравственные качества, целеустремленность, трудолюбие, развитая интуиция, высокая способность к сотрудничеству, исторические аналоги, внешний патронаж*.

Наряду с внешними характеристиками преобладают личностно-ориентированные качества. На первом месте уровень визуальной привлекательности. Обращение к историческим параллелям и аналогиям опирается на историю России, когда на протяжении XVII-XVIII веков Россией управляли женщины в общей сложности 74 года. Замечено так же, что существенное значение имеет использование свидетельской рекламы, которая формирует соответствующие психологические установки, особенно если «свидетелями» являются известные и уважаемые мужчины, чье мнение является авторитетным²⁰.

Поводом для конструирования другой символической модели послужили факты о том, что первые русские феминистки, в отличие от западных, шли по пути повышения статуса женщины через образование, свободный выбор профессии. В современной России женщина попадает во власть благодаря высокому профессионализму и достижениям в профессии. Результаты социологических опросов, проведенных отечественными специалистами, а также автором диссертации, показали, что избиратели хотят видеть в женщине-политике определённые черты личности, которые мы преобразовали в основу для модели «*постсоветской – гендерно-нейтральной*»: *профессионализм, самодостаточность,*

²⁰ Богданов Е.Н, Зазыкин В.Г. Психологические основы “Паблик Рилейшнз”. – СПб.: Питер, 2003. - С. 101-107.

желание самосовершенствоваться, оптимизм, коммуникативные способности, терпимость, доброта, гибкость, искренность, надёжность, чувство юмора, умение слушать. Акцент делается на профессиональных качествах, благодаря которым российские женщины-парламентарии достигают определенных высот в своей профессии и в дальнейшем во многом благодаря профессиональным достижениям избираются в парламент.

В третьей главе «ВЛИЯНИЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ИНСТИТУТОВ НА ПРОЦЕСС КОНСТРУИРОВАНИЯ ИМИДЖА РОССИЙСКИХ ЖЕНЩИН-ПАРЛАМЕНТАРИЕВ» рассматривается влияние политических институтов на процессы конструирования имиджа российских женщин-парламентариев.

В параграфе 3.1. «Роль партий и партийных систем в процессе формирования моделей имиджа женщин-парламентариев» исследуется роль партий, партийных и систем в процессах конструирования имиджа российских женщин-парламентариев.

В Советском Союзе роль основной и единственной партии на протяжении более 70 лет определяла форму трех конструкций имиджа женщин-парламентариев. В результате советской культурной политики под руководством коммунистической партии была сконструирована модель имиджа женщины-парламентария «советская – внешне ориентированная – триумфальная». Очевидна роль правящей партии и в формировании конструкции другой имиджевой модели женщины-парламентария позднесоветского периода «позднесоветская и постсоветская – личностно-ориентированная», когда сами лозунги перестройки «демократизация», «гласность» определили типы новых политиков, в том числе и женщин нового стиля, интеллектуально компетентных, независимых, смелых. Модель «постсоветская – гендерно-нейтральная» формировалась с тех пор когда российские женщины, не имея избирательных прав, добивались права получать образование. Впервые право на всеобщее и профессиональное образование женщины России получили с самого начала образования СССР. Этому способствовала идеология и декларация всеобщего равенства прав при КПСС. Все три модели имиджа получили свое развитие и закрепились в постсоветской России.

Смешанная избирательная система современной России способствует продвижению женщин в законодательную власть. Однако многопартийная система с доминированием

одной партии во многом препятствует продвижению женщин от левых и иных партий, которым они отдают предпочтение. Происходит это «в условиях явного доминирования «правящей партии», которая стремится монопольно определять тренды политического развития России»²¹. В этих условиях особенностью современной российской партийной системы, по отношению к женщинам является патернализм, когда становится актуальной модель «постсоветская – несимметричная». В модели присутствуют как внешние данные, так и внутренние, а также фактор, который подразумевает поддержку и соучастие влиятельных политиков-мужчин.

В параграфе 3.2. «Влияние государства на процесс конструирования имиджа женщин-парламентариев» раскрыто значение влияния Российского государства на процессы конструирования имиджа, как основного института политической системы. Выполняя функции нормативно-регулятивного управления обществом, государство целенаправленно оказывает влияние на процессы создания всех конструкций моделей имиджа российских женщин-парламентариев. Сказывается фактор доминирующей российской политической культуры «по преимуществу авторитарно-патриархальной»²² и принцип «реформирования сверху».

Влияние советского государства прослеживается с начала его основания, когда коммунистическая партия и государство слиты воедино и оказывают тотальное влияние на процессы конструирования имиджа советских женщин-парламентариев через все доступные СМИ и СМК. Благодаря чему в законодательную власть страны до сих пор входят женщины, имидж которых мы соотносим с моделями «советская – внешне ориентированная – триумфальная», «постсоветская – гендерно-нейтральная» и «позднесоветская и постсоветская – личностно-ориентированная», рожденная в поздний советский период во время демократизации и перестройки 80-х годов 20в. Фактор государственного патернализма остается влиятельным и в современной России и присутствует в модели «постсоветской – несимметричной».

Современное российское государство как основной политический институт способствует тому, чтобы в законодательной власти РФ появилось больше женщин-

²¹ Айвазова С.Г. Российские выборы: гендерное прочтение. – М.: Консорциум женских неправительственных объединений; Институт социологии РАН, 2008. – С. 120.

²² Фарукшин М.Х. Современный федерализм: российский и зарубежный опыт. – Казань: Изд-во Казанского университета, 1998. – С. 58.

политиков. Принятие на государственном уровне в марте 2017 года Национальной стратегии действий в интересах женщин, рассчитанной на период с 2017 по 2022 год, даёт возможности изменения общественного мнения и увеличения количества женщин в Законодательных органах страны до 30%.

В **заключении** сформулированы основные итоги проведенного исследования конструирования имиджа женщин-парламентариев современной России, даны предложения практического характера по созданию моделей имиджа для российских женщин-парламентариев, направленные на преодоление гендерного дисбаланса в законодательной власти современной России.

СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ АВТОРОМ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи в научных изданиях, входящих в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук.

1. *Токарева О.В.* Личностные особенности женщины-политика, оказывающие влияние на её благоприятный имидж в условиях трансформации современного российского общества / Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова, Т. 15, № 4 – Кострома: Изд-во КГУ им. Н.А. Некрасова, 2009. – С.244-248 (0, 3 п. л.).
2. *Воржецов А.Г., Токарева О.В.* Типы имиджей женщин-парламентариев в условиях трансформации современной России / Вестник Казанского технологического университета. Т. 16, №.11. – Казань: Изд-во КНИТУ, 2013. – С. 301-303 (0, 35п. л.).
3. *Токарева О.В.* Теории политической коммуникации и постмодернизма в изучении имиджей российских женщин-парламентариев / Ученые записки СКАГС. – Ростов-на-Дону: Изд-во РАНХиГС, Южнороссийский институт, 2013. – №4 – С. 101-105. (0,3 п.л.).
4. *Токарева О. В.* Типы имиджа российских женщин-парламентариев в условиях кризиса // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2017. Т. 17, вып. 3. С. 349–353. DOI: 10.18500/1818-9601-2017-17-3-349-353. (0,3 п.л.).
5. *Токарева О.В.* Конструктивизм в политических коммуникациях российских женщин-парламентариев / / Вестн. Забайкал. гос. ун-та. 2017. Том 23, № 11. С. 70-76. DOI:10.21209/ 227-9245-2017-23-11- 70-76. (0, 4 п.л.).
6. *Токарева О. В.* Влияние института государства и «партии власти» на процесс конструирования имиджа российских женщин-парламентариев // Социум и власть. 2018. № 6(74). С. 26-35.(0,62 п.л.).

7. Токарева О. В. Роль "партии власти" и партийной системы в процессе конструирования имиджа российских женщин-парламентариев // Вестн. Забайкал. гос. ун-та. 2018. Т.24. №10. С. 89-97. DOI: 10.21209/22279245201824108997. (0,56 п.л.).

Работы, опубликованные автором в других изданиях:

8. Токарева О.В. Перевоплощение как метод имиджирования в процессе преподавания в негосударственном вузе. / Научно-методическое обеспечение процесса подготовки специалистов негосударственных вузов. Материалы научно-практической конференции. – Казань: Изд-во КСЮИ, 2006. – С.73-78 (0,37 п.л.).

9. Токарева О.В. Сложная задача для имиджмейкера. Тенденции и особенности формирования имиджа женщины-лидера / Социализация личности и проблемы развития общественных отношений // Научное и учебно-методическое издание Тонус № 16. – Казань: Издательство Казанского государственного университета, 2007. – С. 112-120 (0,56 п.л.).

10. Токарева О.В. Коммуникативные каналы перемещения имиджформирующей информации индивидуального субъекта / Современные коммуникативное пространство журналистской науки, практики и образования. Выпуск 2. – Казань: Изд. Казанского государственного университета, 2007. – С. 127-131 (0,31 п. л.).

11. Токарева О. В. Два измерения имиджа кандидата в депутаты Государственной Думы России в медиасредствах. / Мультимедийная журналистика Евразии – 2007: Интегрированные маркетинговые коммуникации Востока и Запада. – Казань: Изд. Казанского государственного университета, 2007. – С. 183-186 (0,25 п.л.).

12. Токарева О.В. Компетентностный подход к обеспечению качества подготовки PR-специалистов в лабораторной практике имиджирования избирательной компании. / Токарева О.В. // Компетентностный подход к обеспечению качества подготовки специалиста в негосударственном ВУЗЕ. Материалы научно-практической конференции (г. Казань, 6 февраля 2008 г.). – Казань: Изд-во КСЮИ, 2008. – С. 52-56. (0,31 п.л.).

13. Токарева О.В. Ошибки в позиционировании имиджа кандидата на региональных выборах в Госдуму РФ пятого созыва. / Современное коммуникативное пространство журналистской науки, практики и образования. Опыт регионов. // Сборник научных статей, выпуск №3. – Казань: Изд. Казанского государственного университета, 2009. – С. 171-180 (0,62 п.л.).

14. Токарева О.В. Представленность российских женщин-политиков в современных СМИ / О.В. Токарева // Политика в изменяющемся мире: конфликты, решения, инновации. – Материалы Всероссийской научной конференции, посвященной 20-летию кафедры политологии Казанского (Приволжского) федерального ун-та (г. Наб. Челны, 29-30 июня 2010 г.). – Казань: Изд-во Казанского федерального университета, 2010. – С.155-158 (0,25 п.л.).

Подписано в печать 24.12.2020
Формат 60x84^{1/16}. Печать цифровая.
Усл. печ. 1,395 л. Печ.1,5 л. Тираж 100 экз. Заказ № 237.

420111, Казань, Дзержинского, 9/1.
Отпечатано с готового оригинал-макета
в редакционно-издательском центре «Школа»
E-mail: ric-school@yandex.ru