



На правах рукописи

Кузьмина Светлана Витальевна

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ВЕРБАЛЬНОЙ
КОММУНИКАЦИИ КАК СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ИМИДЖА
СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ПОЛИТИКА**

Специальность 22.00.01 – теория, методология и история социологии

Автореферат
диссертации на соискание ученой
степени кандидата социологических наук

17 МАЙ 2012

Саратов – 2012

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»

Научный руководитель: доктор социологических наук, доцент
Покатов Дмитрий Валериевич

Официальные оппоненты: Плешаков Александр Петрович,
доктор социологических наук, профессор,
Саратовская государственная юридическая
академия, профессор кафедры теоретической
и прикладной политологии

Официальные оппоненты: Летягина Светлана Константиновна,
кандидат социологических наук, доцент,
Институт социального образования (филиал)
Российского государственного социального
университета в г. Саратове, доцент кафедры
психологии, педагогики и ювенольного права

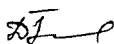
Ведущая организация: Тольяттинский государственный университет

Защита состоится «29» мая 2012 г. в 16 часов на заседании диссертационного совета Д 212.243.06 по социологическим наукам при ФГБОУ ВПО «Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского» по адресу: 410012, г. Саратов, ул. Большая Казачья, 120, СГУ, корпус VII, ауд. 216.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале № 3 Зональной научной библиотеки ФГБОУ ВПО «Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского».

Автореферат разослан «28» апреля 2012 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета



Д.В. Покатов

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В современных условиях все больше возрастает роль информации и тех социальных слоев, которые участвуют в ее регулировании и контроле, в том числе, политической элиты и политических деятелей. Именно поэтому современный политик должен не только обладать образованием, достаточным опытом, компетентностью, но и иметь имидж, который должен включать владение средствами вербальной и невербальной коммуникации.

Общество невозможно представить без деятельности отдельных личностей, субъектов, которые участвуют в его формировании. К их числу относятся и политические деятели. Социологическая наука в лице представителей различных социологических школ и направлений достаточно давно анализирует особенности взаимодействия различных субъектов общественного процесса. Практически с конца XIX в. классики не только западной, но и отечественной социологии в той или иной форме давали свое видение статуса политического деятеля, стремились определить характеристику форм и моделей его поведения. Накопленное теоретическое наследие, несомненно, является важной основой для изучения современных общественных явлений.

Политические деятели сегодня активно используют различные средства коммуникации, чтобы оказать влияние на поведение членов общества. Цель коммуникационных стратегий – формирование и распространение выгодной для создателя информации. Конструирование личности политика, то есть создание его имиджа, является основным ресурсом в борьбе за поддержку общества, вследствие чего имидж становится особой технологией в процессе социальной коммуникации.

В наши дни имидж стал незаменимым и очень эффективным способом коммуникации. Исследование проблем, связанных с понятием имиджа, стало очень актуальным в современных условиях. Социологи прошлого и современные исследователи обращались к этому вопросу, однако, теоретический анализ представлен достаточно слабо. Проблема имиджа стала активно изучаться в последние годы, но четкие представления об имидже находятся пока еще в процессе формирования.

Имидж политического деятеля включает в себя множество важных составляющих, однако, базовой составляющей имиджа политика является его речь. Вербальная коммуникация занимает центральное место в процессе общения. Имидж политика формируется в глазах общества не только реальными действиями, но и с помощью слов. Именно вербальная составляющая оказывает значительное влияние на общее восприятие обществом политического деятеля. Сегодня все еще мало работ, в которых рассматривается роль различных форм коммуникации (в том числе вербальной) в формировании образа современного российского политика, что и обуславливает, прежде всего, актуальность данного исследования.

Степень научной разработанности темы. Исследования и разработки по изучаемой теме можно условно разделить на несколько групп.

К первой группе относятся работы, в которых в общем плане рассматривается проблема социальной коммуникации. Два основных подхода к изучению коммуникации - рационалистический и субъективно-ценностный – сложились во второй половине XX века. Рационалистический подход представлен концепциями технологического детерминизма, наиболее влиятельной из которых является теория информационного общества (ее идейными творцами стали Д. Белл, Э. Тоффлер). Субъективно-ценностный подход представлен понимающей социологией (идейными вдохновителями которой являются М. Вебер, Г.-Г. Гадамер, Г. Шпет), представители которой считают, что основным результатом коммуникации является понимание человеком другого человека. Определенного внимания заслуживает такое направление, как символический интеракционизм, возникший в 20-е годы XX века (Дж. Мид, Ч. Кули и др.). Ряд достаточно важных вопросов о сущности и роли коммуникации в обществе поднимался в работах таких западных социологов, как З. Бауман, П. Бергер, Т. Лукман, Ю. Хабермас и др.

В настоящее время основная часть исследований коммуникации проводится в рамках социологии массовой коммуникации. Особое место можно отвести теориям Г. М. Маклюэна и А. Моля, которые рассматривают массовую коммуникацию как новый этап социального общения. Проблема коммуникации ярко выражена в концепциях французского социолога Жана Бодрийяра, который разработал оригинальную теорию коммуникации и знака.

Обзор различных теорий коммуникации, развитие коммуникационных исследований в XX веке и новые тенденции в этой сфере человеческой деятельности наиболее полно представлены в работах таких отечественных исследователей как С.В. Бориснёв, Д.П. Гавра, О.Ю. Голуб, Л.М. Землянова, А.П. Моисеева, М.М. Назаров, А.В. Назарчук, Г.Г. Почепцов, Ю.В. Рождественский, Ф.И. Шарков. В работе Л.М. Земляновой представлен анализ современных теорий коммуникации и наиболее важных тенденций в сфере исследования массовой коммуникации в США. Г.Г. Почепцов рассматривает множество теорий и моделей коммуникаций, которые являются результатами исследований различных аспектов этого явления. Благодаря признанию сложности, многоплановости и разнообразия процессов коммуникации, исследователи смогли выделить различные по форме, целям и задачам типы коммуникации. Ю.В. Рождественский прослеживает развитие коммуникации, возникновение и эволюцию различных методик коммуникации, и развитие коммуникационной активности как профессиональной деятельности с античных времен до наших дней. В работах В.П. Конецкой, А.М. Пивоварова, Ю. Н. Подгурецки, А.В. Соколова, Л.Н. Федотовой, Ф.И. Шаркова подробно рассматриваются формы и уровни социальной коммуникации.

Вторую группу составляют исследования политической деятельности, социального статуса политического деятеля, его роли в процессах, протекающих в современном обществе.

Среди трудов мыслителей прошлого по проблемам социологического анализа политической деятельности и ее субъектов, где различные аспекты политической коммуникации исследовались в контексте познания взаимоотношений государства и общества, сущности и механизмов осуществления политической власти, особое место занимают работы классиков западной социологии М. Вебера, Т. Парсонса и, отчасти, П. А. Сорокина. Идея, высказанные этими выдающимися социологами, заметно повлияли на формирование современных представлений о статусе политического деятеля, особенностях его трансформации, о политической деятельности, ее природе и проявлениях. Среди современных зарубежных социологов, затрагивающих данные проблемы, отметим работы Ж. Бодрийяра, П. Бурдьё, Ф.И. Гринштейна, Р.-Ж. Шварценберга и др.

Среди работ, посвященных анализу отдельных аспектов социального статуса политического деятеля можно особо выделить труды отечественных социологов середины XIX–начала XX вв., в том числе П. Л. Лаврова, Н. К. Михайловского, А.И. Стронина, П. А. Сорокина, и др.

Анализу особенностей политической деятельности и специфики формирования и функционирования ее важнейших субъектов (прежде всего политических элит и лидеров) посвящен ряд работ таких современных отечественных социологов и политологов, как Г.К. Ашин, А. С. Барсенков, М.В. Ильин, М.Н. Грачев, А.И. Соловьев, О.В. Крыштановская, А.В. Понедельков, Н.В. Шахматова, Д.В. Покатов и др.

К третьей группе относятся работы, в которых рассматривается сущность понятия имидж, а также имидж политического деятеля. Одним из первых, кто ввел понятие имидж в русскоязычную литературу, был О. А. Феофанов. Приблизительно в те же годы проблема имиджа рассматривалась Е.Н. Карцевой. Проблема имиджа изучалась также такими авторами, как Ф.А. Кузин, А.Ю. Панасюк, Г.Г. Почепцов, В.М. Шепель и др. Особенности имиджа политического деятеля анализировались в работах таких отечественных авторов как Е.В. Егорова-Гантман, И.Л. Викентьев, Е.А. Блажнов, Е.Б. Шестопал, А.А. Романов, С.Ф. Лисовский, А.А. Максимов, А.М. Цуладзе и др.

Среди зарубежных авторов, занимающихся исследованиями и практическими разработками в области формирования имиджа личности, следует назвать таких ученых, как С. Блэк, Д. Доти, М. Спиллейн и др.

Нельзя не сказать и о работах саратовских исследователей, внесших значительный вклад в изучение проблемы социологической интерпретации имиджа в целом и имиджа современного политика. Среди такого рода исследователей отметим Н.Ю. Кравченко, Ю.А. Иваненко. В совете по социологическим наукам при Саратовском государственном университете имени Н.Г. Чернышевского было защищено более 20 работ, связанных с

анализом различных аспектов развития отечественной социологии. Отметим здесь исследования Д.Н. Гусельникова, О.Ю. Мазаловой, Б.Р. Могилевич, И.В. Шарапова и многих других.

В целом, как показал анализ имеющейся по теме литературы, многие теоретико-методологические аспекты темы изучены еще недостаточно. Это в полной мере относится и к рассмотрению подходов к анализу роли вербальной коммуникации как средства создания имиджа современного политика. Исходя из актуальности проблемы и ее недостаточной разработанности, можно сформулировать цель и задачи диссертационного исследования.

Цель исследования – выявить специфику теоретико-методологических подходов к анализу вербальной коммуникации и ее роли в формировании имиджа российского политика. Целевая установка исследования конкретизируется в следующих задачах:

- выявить познавательные возможности имеющихся в социологии концептуальных подходов к анализу вербальной коммуникации;
- социологически интерпретировать категорию «имидж» применительно к политической деятельности;
- выявить статусные характеристики политического деятеля;
- проанализировать особенности влияния вербальных средств коммуникации на становление имиджа политического деятеля;
- предложить специфические модели и формы имиджа политика.

Объектом исследования является политический деятель современной России.

Предмет исследования – вербальная коммуникация в формировании имиджа российского политического деятеля.

Теоретико-методологической основой исследования послужили фундаментальные труды таких классиков социологии как М. Вебер, А.И. Стронин, П. А. Сорокин, П. Л. Лавров, Н. К. Михайловский, рассмотревших в своих трудах сущность и основные статусные характеристики политического деятеля. Также большое значение имеют и работы современных исследователей, в том числе, А.В. Понеделкова, В.М. Шепель, А.А. Борисенкова. В качестве теоретической основы были использованы работы по социальной коммуникации В.П. Конечконой, А.М. Пивоварова, Г.Г. Почепцова, А.В. Соколова. Первостепенная роль в диссертационной работе принадлежит реализации принципов генетического, структурно-функционального и сравнительно-исторического подходов, позволяющих рассмотреть особенности, структуру и факторы, влияющие на формирование имиджа политического деятеля.

Эмпирической базой диссертационного исследования послужили:

- статистические материалы Федеральной службы государственной статистики (Росстат) РФ (2008-2011);
- данные социологических исследований, проведенных ВЦИОМ: «Что смотрим? Российские электронные СМИ в 2004 году?» (2004 г., выборка –

общероссийская, репрезентативная, опрошено 1600 человек в 39 регионах; март 2011 г., выборка – общероссийская, репрезентативная, опрошено 1600 человек в 46 регионах);

- данные социологических опросов, проведенных Левада-Центром в сентябре 2011 года («100 ведущих политиков России в сентябре» выборка – всероссийская, репрезентативная, опрошено 1600 человек в 45 регионах);

Эмпирическую базу исследования также дополняют данные авторского социологического исследования «Роль вербальной коммуникации в создании имиджа современного политического деятеля», проведенного в сентябре 2011г. методом анкетирования. По вероятностной квотно-стратифицированной выборке было опрошено 150 респондентов в возрасте от 16 лет до 75 лет, проживающих в Саратове и некоторых городах Саратовской области, в том числе Энгельсе, Ершове, Балашове, Балаково.

Научная новизна диссертационного исследования связана, прежде всего, с самой постановкой проблемы, недостаточно разработанной в отечественной социологии. Конкретно элементы новизны заключаются в следующем:

- доказана необходимость комплексного рассмотрения теоретических подходов к анализу социальной и вербальной коммуникации;
- дана авторская социологическая интерпретация категории имидж, применительно к политической деятельности;
- на основе имеющихся теоретических подходов охарактеризован статус современного политического деятеля;
- выявлены особенности, детерминирующие имиджевые характеристики современного политика;
- уточнена специфика моделей имиджа политика в контексте вербальной коммуникации;
- предложены авторские рекомендации по совершенствованию формирования эффективного имиджа политического деятеля.

Положения, выносимые на защиту:

1. Многозначность, сложность коммуникации как социального явления, интегрирующего в себе различные аспекты (в том числе, социальные, политические, социокультурные), предполагает поливариативность теоретико-методологического подхода, который позволяет проводить комплексную его диагностику с социологических позиций.

2. Социальная коммуникация, с теоретико-методологических позиций, разрабатываемых автором, отличается многоаспектностью. Она представляет собой как деятельность, так и универсальный механизм социального взаимодействия индивидов, а также особый процесс передачи информации посредством использования различных коммуникативных средств. Вербальную коммуникацию можно определить как особую форму социальной коммуникации, в которой социальное взаимодействие между

индивидами, представителями социальных слоев и групп происходит посредством вербальных, прежде всего, речевых, средств.

3. Имидж традиционно рассматривается как эффективный способ коммуникации в современном обществе, поскольку занимает одну из ведущих позиций среди важных механизмов и факторов социальной коммуникации. По мнению автора, учитывая имеющиеся теоретические подходы, имидж политика можно определить как совокупность статусных характеристик политического деятеля, интегрированных в его образ, сформировавшемся в современном обществе у представителей различных слоев и групп.

4. Современный политик наделен весьма специфичными статусными характеристиками. Важной особенностью имиджа является то, что составляющие его принципы используются для конструирования социальных значений. Имидж интегрирует в себе совокупность идеальных (символических) и функциональных компонентов, дающих представление о современном политике. Среди идеальных составляющих отметим личностные характеристики (внешность, харизма и др.), организаторские способности, стратегии поведения и взаимодействия с аудиторией. К функциональным компонентам относятся административный опыт, манера поведения, в том числе и речевое поведение и др.

5. Речевое поведение политика – это особый тип социального поведения, который имеет целерациональный характер, поскольку в его основе лежит ожидание определенного поведения общества и использование этого ожидания в качестве «условий» или «средств» для достижения своей рационально поставленной и продуманной цели, в соотношении со средствами и побочными результатами действий.

6. На современном этапе развития общества автор считает возможным выделить различные модели речевого поведения, на основе которых формируются модели имиджа политика: «политик-технократ», «политик-прагматик», «политик- идеолог», «политик-моралист». Речевому поведению «политика-технократа» присущ рациональный характер, склонность к простоте и понятности, решительность и последовательность. Для имиджа «политика-прагматика» характерны: определенный прагматизм, склонность менять социальные приоритеты, приспособляясь под общественную ситуацию, привлекать внимание общества популистскими лозунгами и идеями. Имидж «политика-идеолога» ориентирован на отстаивание определенной идеи, которую он считает единственно верной, у этого типа отсутствует толерантность и гибкость подходов. Для имиджа «политика-моралиста» характерны тактика «поучения», критики, позерства.

Теоретическая и практическая значимость работы заключается, прежде всего, в возможности использования ее основных положений и выводов в дальнейшей разработке проблем современной социологической науки. Полученные автором результаты, сделанные обобщения и выводы являются определенным приращением знаний об имидже политического

деятеля, факторах, влияющих на его формирование в целом и роли вербальной коммуникации в этом процессе, в частности. Материалы и выводы диссертационной работы могут быть использованы в преподавании курсов общей социологии, истории социологии, социологии управления, социальной коммуникации, при проведении семинарских занятий по данным дисциплинам.

Положения и выводы диссертационного исследования могут быть использованы органами управления, структурами по работе с общественностью, имиджмейкерами для формирования эффективного имиджа политического деятеля.

Апробация результатов исследования. Основные положения и выводы диссертационного исследования были изложены на IV Всероссийской научной конференции Сорокинские чтения «Отечественная социология: обретение будущего через прошлое» (Москва-Саратов, 2008 г.); на научно-практической конференции «Социальная политика региона: традиции и инновации» (Саратов, 2009 г.), на научно-практических конференциях «Проблемы социально-политического развития современного российского общества» (Саратов, 2009-2011 гг.), проводимых на социологическом факультете Саратовского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского.

Теоретические положения, методологические подходы, основные выводы и результаты, предложения и рекомендации, содержащиеся в диссертации, обсуждались на аспирантских семинарах, заседаниях кафедры прикладной социологии социологического факультета Саратовского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского.

Диссертация обсуждена и рекомендована к защите кафедрой прикладной социологии социологического факультета Саратовского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского.

По теме диссертации опубликовано 8 научных работ общим объемом 1,8 п.л., в том числе 2 – в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ.

Структура работы. Диссертация включает введение, три раздела, заключение, список использованной литературы, приложение.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, определяется степень ее научной разработанности, формулируются цель и задачи диссертационной работы, ее объект и предмет, методологическая и эмпирическая база исследования, раскрывается ее теоретическая и практическая значимость, указываются основные элементы научной новизны, формулируются положения, выносимые на защиту.

В первом разделе – **«Вербальная коммуникация как социологическая категория»** – рассматриваются теоретические аспекты

предмета диссертационного исследования, определяется сущность коммуникации, социальной коммуникации и такой ее формы, как вербальная коммуникация.

Интенсивность и роль коммуникации и общения в современном обществе постоянно возрастают. Это связано, прежде всего, с тем, что современное общество движется к новому этапу, что ведет к увеличению объема информации и таким образом к возрастанию интенсивности процессов обмена этой информацией.

Коммуникация сегодня представляет собой многоплановое социальное явление, имеющее ряд достаточно важных контекстов, в том числе, социальный, языковой и собственно коммуникативный. Социальная коммуникация, в свою очередь, является как формой деятельности, так и универсальным механизмом социального взаимодействия индивидов, а также особым процессом передачи информации посредством использования различных коммуникативных средств, где необходимым компонентом выступает понимание, объединяющее субъектов-участников.

С начала XX века, когда термин «коммуникация» впервые появился в научной литературе, сложились различные подходы, авторы которых дают его различные интерпретации.

В социологической науке первоначально доминирующими были два подхода к анализу социальной коммуникации. Первый основывался на теории технологического детерминизма, в основе которой находились основные положения теории информационного общества Д. Белла.

Другое направление было представлено, прежде всего, понимающей социологией, в рамках которой центральное место отводилось взаимопониманию, а основным результатом коммуникации провозглашалось взаимное понимание.

Далее в разделе отмечается, что истоки социальной коммуникации связаны, прежде всего, с изучением социальных факторов.

Социальная коммуникация представляет собой комплексное социальное явление, объединяющее ряд достаточно важных составляющих и форм, среди которых важное место занимает вербальная коммуникация. Анализируя вербальную коммуникацию с социологических позиций, необходимо подчеркнуть, что одна из важнейших особенностей ее рассмотрения заключается в том, что вербальная коммуникация представляет собой необходимый элемент, форму социальной коммуникации. При анализе с социологических позиций необходимо учитывать ее в большинстве случаев рациональный внутриличностный и групповой характер. Также она, на наш взгляд, должна рассматриваться как необходимая составляющая и форма социального взаимодействия. Исходя из этого, в диссертационном исследовании вербальная коммуникация определяется как особая форма социальной коммуникации, в которой социальное взаимодействие между индивидами, представителями различных социальных слоев и групп происходит посредством вербальных, прежде всего, речевых средств.

В современной социологии, начиная с середины XX века обозначились три методологических подхода к анализу социальной коммуникации и ее форм. Первый подход основывается на принципах классической позитивистской методологии с позиции субъект-объектных отношений. Данный подход включает в себя теории структурного функционализма, технологического детерминизма, системной теории. Специфика социальных коммуникаций в нем видится в системных связях и функциях. В рамках данного подхода основной целью является конструирование желаемого образа определенного субъекта и социальных связей в системе. При этом в ряде случаев развиваемые в рамках данного подхода идеи близки принципам, разрабатываемым в классической кибернетике, идейные творцы которой пропагандировали в ряде своих работ жесткий контроль за поведением системы, исключающий ненужные взаимосвязи.

Вторая методологическая ориентация представлена идеями, развиваемыми в рамках неклассической социологии, базирующейся на модели субъектно-объектных отношений. Многие из идей, развиваемых в рамках данного подхода, имеют основу в феноменологической парадигме, выделяющей сферу интеракции (коммуникации) в качестве особого объекта. В современной социологии данные идеи применительно к анализу социальной коммуникации разрабатывал крупнейший немецкий социолог Ю. Хабермас, отдававший предпочтение позитивной науке в анализе социальных субъектов. Социальные коммуникации рассматриваются, прежде всего, как межличностные «интеракции», выступающие как инструмент реализации потребностей и практических интересов индивидов, освобождения от задаваемых извне влияний (в том числе экономических, политических и иных), искажающих суть коммуникации.

И, наконец, третья методологическая ориентация представлена постнеклассическим подходом, который фактически сводит природу социального к субъект-субъектным отношениям. При этом общество здесь анализируется как особое пространство, состоящее из целого ряда коммуникаций, которые могут воспроизводить его условные границы и способствовать его саморегуляции. В этом случае коммуникация является уже не управляемым объектом, а активной самоорганизующей силой.

Рассматривая данные подходы к анализу социальной коммуникации и ее форм, диссертант отмечает, что, содержащиеся в них идеи, имеют важное методологическое значение на современном этапе развития общества. Однако учитывая специфику предмета исследования, в данной работе автор опирается на ряд методологических ориентаций и идей, учитывающих принципы и подходы ряда классических и современных социологических парадигм, представленных, в том числе, теорией социального действия, структурным функционализмом.

В диссертации отмечается, что, несмотря на активное использование и сильное воздействие невербальных средств, вербальная коммуникация имеет основное значение в процессе общения. Благодаря речи не только передается

информация, но и происходит воздействие участников коммуникации друг на друга. Чтобы иметь успех, политику приходится постоянно воздействовать на аудиторию. Воздействие это происходит с помощью вербальных и невербальных средств.

В заключении раздела рассматривается понятие «политическая коммуникация». Важной составляющей политико-коммуникационных процессов является передача, перемещение, оборот политической информации. Определяя составляющие политической коммуникации, следует принять во внимание идею понимания, развиваемую М. Вебером. По мнению автора, одним из важнейших компонентов политической коммуникации является понимание между субъектами этого процесса. Поскольку цель политической информации – оказать влияние на общество, проблема понимания становится значимой, ведь от того, как общество поймет, воспримет информацию, будет зависеть ее эффективность. Политическая коммуникация использует эмоционально нагруженные слова, чтобы вызвать определенное отношение, как к предмету речи, так и к тому, кто ее произносит. В этом случае эмоциональная речь выступает инструментом конструирования имиджа.

Исследованию понятий имидж и имидж политического деятеля посвящен второй раздел диссертации – **«Имидж политика в контексте социальной коммуникации»**. В разделе рассматриваются и сравниваются основные теоретические подходы к определению понятия имиджа.

Слово «имидж» происходит от английского «image», которое, в свою очередь, происходит от латинского «imago», связанного с латинским словом «imitari», что означает «имитировать». Согласно толковому словарю Вебстера, имидж – это искусственная имитация или преподнесение внешней формы какого-либо объекта или лица. Психологический словарь определяет имидж как сложившийся в массовом сознании, имеющий характер стереотипа эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо¹.

В социологии понятие имидж в нескольких исследованиях определяется через статусный образ: имидж – это совокупность представлений, сложившихся в общественном мнении о том, как должен вести себя человек в соответствии со своим статусом.

Учитывая имеющиеся в социологической науке трактовки, автор считает возможным дать следующее определение имиджа политика. Имидж политика – это совокупность статусных характеристик политического деятеля, интегрированных в его образ, сформировавшемся в современном обществе у представителей различных социальных слоев и групп.

Поскольку в социологическом контексте имидж определяется как статусный образ, сформировавшийся в современном обществе у представителей различных социальных слоев и групп, то важное значение приобретают статусные характеристики политического деятеля, которые рассматривались в разные годы представителями различных

¹ Психология. Словарь. М., 1990. С. 134.

социологических школ и направлений. Отечественные социологи, начиная с 60-70х гг. XIX в. рассматривали в своих трудах как некоторые идеально-символические (талант, профессионализм, энергичность, харизма), так и функциональные (административный опыт, манера поведения) статусные характеристики, которые должны быть присущи политическому деятелю.

В разделе дается характеристика теоретико-методологических подходов к анализу составляющих статуса политического деятеля, при этом используются труды таких классиков отечественной и западной социологии как А.И. Стронин, П.Л. Лавров, Н. К. Михайловский, П.А. Сорокин и М. Вебер. По мнению П.А. Сорокина для определения социального статуса индивида (в том числе и политического деятеля) необходимо знать его семейное положение, гражданство, национальность, отношение к религии, профессиональные характеристики, принадлежность к политическим партиям, его происхождение и т.д. Понятия «социальное положение» и «имидж» связаны, на это указывает тот факт, что имидж складывается из подобных компонентов. Важными составляющими имиджа политического деятеля являются: внешность и биография, манера поведения и общения и умение говорить, моральные и деловые качества, политическая принадлежность. П.Л. Лавров выделяет следующие характеристики, которые должны быть присущи политическим деятелям: убежденность, энергичность, способность мыслить. Можно с уверенностью сказать, что и в современном обществе политический деятель, обладающий комплексом данных показателей, будет пользоваться успехом.

Итак, современный политический деятель, несомненно, должен обладать незаурядными способностями и умениями, и это обязательно должно учитываться при формировании его имиджа, для того, чтобы общество могло видеть и оценивать эти качества и, соответственно, поддерживать политического деятеля.

Несмотря на то, что имидж должен соответствовать природным способностям политика, он должен быть достаточно пластичен.

В разделе также рассматривается роль ряда объективных и субъективных факторов (в частности, влияние СМИ) в процессе формирования имиджа политического деятеля, которая очень велика. Поскольку взаимодействие политика с обществом происходит, в основном, посредством СМИ, можно утверждать, что СМИ позволяют имиджу стать особой коммуникационной технологией общества.

Говоря о факторах, влияющих на формирование имиджа политика, следует учитывать роль всего общества, которое также оказывает существенное воздействие на становление имиджа. Для создания и актуализации имиджа политика немаловажным является учет факторов социального самочувствия и социального настроения населения, а также социально-событийного фона.

Некоторые составляющие имиджа, по нашему мнению, особенно подвержены общественному воздействию. Этими составляющими являются

идеально-символические компоненты имиджа (внешность, а также манера поведения и общения). Многие современные политические деятели, желающие завоевать поддержку народа, стремятся выглядеть и вести себя так, чтобы их образ соответствовал образу современного, делового, энергичного политика.

Имидж современного политического деятеля – достаточно сложное социальное явление. С одной стороны, он формируется обществом, в котором действует политический деятель, с другой стороны, он сам воздействует на общество, выступая его особой технологией, которой присущи такие черты, как доминантность, целостность, динамичность, пластичность. Являясь достаточно многоплановым, имидж политического деятеля включает в себя как идеально-символические (профессионализм, талант, харизма и др.), так и функциональные составляющие (административный опыт, манера поведения, особенности речевого поведения) на формирование которых влияют многие факторы, которые должны приниматься во внимание и способствовать достижению конечной цели – создать положительное мнение об объекте.

Образ деятельного политика формируется в глазах публики не только реальными действиями и инициативами, но и благодаря использованию вербальных средств.

Данному аспекту посвящен третий раздел диссертации – **«Вербальные средства коммуникации в моделях имиджа российского политика»**. Прежде всего, к вербальным средствам коммуникации относятся письменная и устная речь, слушание и чтение. При этом, письменная и устная речь фактически формируют текст (процесс передачи информации), слушание и чтение являются неотъемлемыми составляющими восприятия текста. Основное внимание в данном разделе диссертант обращает на рассмотрение такого вербального средства как речь политического деятеля. Речь политика без преувеличения можно назвать важнейшим инструментом его профессиональной деятельности: это средство пропаганды и защиты его политической позиции, и борьбы со своими политическими оппонентами, и убеждения народных масс и т.п. Безусловно, ум, эрудированность, политическая дальновидность, опыт - все это важно и необходимо для политика. Но эти качества, в конечном итоге выражаются в речи политического деятеля. П.А. Сорокин отмечал, что деятельность многих политических деятелей сводится к «умению произносить речи», по его мнению, в мирное время реальными шансами преуспеть в условиях демократии обладают люди, умеющие произвести впечатление «цветами красноречия»². Все выдающиеся политики достигли успеха благодаря умению убеждать, вселять уверенность в своей правоте, вызывать не только энтузиазм и доверие, но и расположение слушателей. Развитие средств массовой информации в миллионы раз увеличивают аудиторию слушателей, а, следовательно, и роль речи политического деятеля.

² Сорокин П.А. Социальная мобильность. М., 2005. С. 449.

Определенный вид практической речевой деятельности, структурированный соответствующими текстами и обслуживающий политические процессы, представлен политическим дискурсом. В политическом дискурсе значимый статус приобретает сама фигура политика и определенные поведенческие моменты. Политический дискурс является выражением всего комплекса взаимоотношений между индивидами и обществом, и, таким образом, влияет на формирование у них мировоззренческих установок.

Проанализировав многочисленные теоретические исследования, посвященные анализу имиджа, учитывая результаты опроса, проведенного автором в сентябре 2011 года на тему «Роль вербальной коммуникации в создании имиджа современного политического деятеля» и других социологических исследований (данные социологических исследований, проведенных ВЦИОМ, Левада-Центром), можно говорить о том, что вербальная коммуникация занимает центральное место в процессе формирования имиджа современного политического деятеля. Для большинства респондентов (75,33%) (участвовавших в опросе, проведенном автором), вне зависимости от их пола, возраста и материального положения, самым важным при просмотре выступления политического деятеля является то, что он говорит.

Согласно результатам проведенного автором опроса, 49,33% респондентов считают «умение говорить», т.е. речевое поведение наиболее важным компонентом имиджа политического деятеля.

Речевое поведение политика – это особый тип социального поведения, который имеет целерациональный характер, так как в его основе лежит ожидание определенного поведения других людей и использование этого ожидания в качестве «условий» или «средств» для достижения своей рационально поставленной и продуманной цели. Как правило, политический деятель действует целерационально, его поведение ориентировано на цель, средства и побочные результаты его действий.

Рассматривая речевое поведение многих политических деятелей, диссертант выделяет различные модели имиджа политиков: «политик-технократ», «политик-прагматик», «политик-идеолог», «политик-моралист». Для имиджа «политика-технократа» характерны склонность к простоте, что объясняется стремлением понравиться публике, жесткий рационализм и, конечно, определенный популизм. «Политикам-прагматикам» присущ большой прагматизм, они способны, ориентируясь на общественную ситуацию, быстро менять социальные приоритеты. Они обладают ораторским талантом, умеют и любят произносить красивые речи, подчеркивающие их образованность и интеллигентность. «Политик-идеолог» одержим яркой идеей, программой радикального переустройства общества в соответствии с определенным идеалом, привлекающим определенную часть общества. В его речевом поведении и имидже в целом прослеживается выраженное пристрастие к определенным идеям, некоторый догматизм,

отсутствие гибкости и толерантности подходов, негативное отношение к соперникам. «Политик-моралист» стремится к оценке поступков других с морально-правственных позиций. Для его поведения характерна тактика «поучения», критики и некоторого позерства. Подобному политику сложно стать лидером, увлечь общество, поскольку, критикуя других, он не проявляет себя, как сильная, уверенная личность.

Говоря о вербальной составляющей, по мнению автора, не стоит забывать и о невербальных средствах. Нередко по невербальному поведению общество оценивает того или иного политика. Невербальное поведение может, как способствовать пониманию, так и препятствовать ему. А, как уже подчеркивалось, именно от понимания зависит эффективность коммуникации и, соответственно, успех политического деятеля. В связи с этим, автор исследования предлагает при формировании имиджа современного политического деятеля объединить технологии вербального и невербального поведения. Именно тот политик, который добьется согласования между вербальным и невербальным поведением, будет иметь наибольший успех.

Для достижения успеха политическому деятелю следует учитывать настроения и требования современного общества. Он должен суметь показать различным представителям общества, что он именно тот политик, который полностью отвечает требованиям современного общества. Представители различных социальных групп хотят видеть в политическом деятеле современного, «близкого» им человека, от его речевого поведения они ждут простоты, понятности, но, в то же время, уверенности и профессионализма. Такие средства как использование юмора (67,33% респондентов проведенного автором опроса считают, что юмор украшает выступление и способствует восприятию речи), «этикетных формул» (62% опрошенных считают их важной вербальной составляющей), разговорных выражений (62% респондентов считают, что они делают речь более красочной) помогают «приблизить» политика к народу, завоевать расположение общества. Подобные вербальные средства не только способствуют лучшему пониманию информации, но и являются важным фактором, способствующим большей консолидации общества.

В заключении диссертации подведены общие итоги исследования, сформулированы основные выводы, намечены направления дальнейшей разработки исследуемой проблемы.

В приложении приведена анкета авторского исследования.

Основное содержание диссертации изложено в следующих публикациях автора:

Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ:

1. Кузьмина С.В. Публичное выступление политика как фактор формирования его имиджа / С.В. Кузьмина // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. 2010. Т. 10. Вып. 4. С. 43-46; 0,3 п.л.
2. Кузьмина С.В. Политический дискурс как неотъемлемая часть политической коммуникации / С.В. Кузьмина // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. 2011. Т. 11. Вып. 2. С. 54-56; 0,25 п.л.

Публикации в других изданиях:

3. Кузьмина С.В. К вопросу о сущности социальной коммуникации. / С.В. Кузьмина // Некоторые проблемы социально-политического развития современного российского общества: сб. науч. тр. Саратов: Изд-во «Научная книга», 2009. Вып.16. С. 85-87; 0,15 п.л.
4. Кузьмина С.В. Речевое поведение оратора как механизм политической коммуникации / С.В. Кузьмина // Тезисы докладов научно-практической конференции «Социальная политика региона: традиции и инновации». Саратов: Изд-во «Наука», 2009. С. 234-236; 0,2 п.л.
5. Кузьмина С.В. «Имидж» как социологическая категория / С.В. Кузьмина // Некоторые проблемы социально-политического развития современного российского общества: сб. науч. тр. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2010. Вып. 17. С. 168-171; 0,2 п.л.
6. Кузьмина С.В. Вербальный и невербальный аспекты коммуникации / С.В. Кузьмина // Лингвометодические проблемы преподавания иностранных языков в высшей школе: межвуз. сб. науч. тр. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2010. Вып. 7. С. 19-23; 0,25 п.л.
7. Кузьмина С.В. Специфика политического имиджа / С.В. Кузьмина // Современное российское общество: традиции и инновации: сб. науч. тр. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2010. Вып.2. С.187-190; 0,2 п.л.
8. Кузьмина С.В. Проявление форм коммуникационной деятельности в речевом имидже политика / С.В. Кузьмина // Лингвометодические проблемы преподавания иностранных языков в высшей школе: межвуз. сб. науч. тр. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2011. Вып. 8. С. 76-80; 0,25 п.л.

Кузьмина Светлана Витальевна

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ВЕРБАЛЬНОЙ
КОММУНИКАЦИИ КАК СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ИМИДЖА
СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ПОЛИТИКА**

Автореферат

**Ответственный за выпуск – кандидат социологических наук,
доцент Кравченко Н.Ю.**

**Подписано в печать 27 апреля 2012 года
Формат 60х84 ¹/₁₆. Бумага офсетная.
Объем 1,25 п.л. Тираж 100 экз. Заказ № 136-Т**

**Отпечатано в типографии СГУ
г. Саратов ул. Б.Казачья, 112а
тел.: (8452) 27-33-85**