



ДИПЛОМАТИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ
МИНИСТЕРСТВА ИНОСТРАННЫХ ДЕЛ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

На правах рукописи

ЗАМСКАЯ Марина Дмитриевна

**ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА
СОВРЕМЕННОГО ТИПА (ПОЛИТОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ).**

Специальность 23.00.02 – политические институты,
этнополитическая конфликтология, национальные и
политические процессы и технологии

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Москва
2005

Работа выполнена на кафедре массовой коммуникации
и связей с общественностью Дипломатической академии МИД России

Научный руководитель:

Матвеева Лидия Владимировна,
доктор психологических наук, профессор

Официальные оппоненты:

Зонова Татьяна Владимировна,
доктор политических наук, профессор

Евгеньева Татьяна Васильевна,
кандидат исторических наук

Ведущая организация:

Российская академия государственной
службы при Президенте РФ

Защита состоится «___» _____ 2005 г. в _____ часов на
заседании диссертационного совета К 209.001.01 в Дипломатической
академии МИД России по адресу: 107078, Москва, Большой Козловский
переулок, д. 4.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Дипломатической
академии МИД России.

Автореферат разослан: «___» _____ 2005 г.

Учёный секретарь
Диссертационного совета
Кандидат исторических наук



П.Г. Кабанен

2005-4
33861

3

2002.952

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИССЕРТАЦИОННОЙ РАБОТЫ

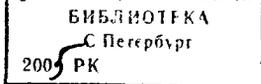
Актуальность исследования. В современном мире в связи с развитием глобального информационного пространства и перехода к информационной модели общества¹, «в котором основным предметом труда большей части людей являются информация и знания, а орудием труда – информационные технологии»², на первый план выходит задача расширения информационного присутствия страны, адекватного позиционирования себя и своего образа в тех сферах, которые составляют зону ее интересов. От международного образа страны зависит ее место, вес и значимость в системе международных отношений, в глобальной модели мирового порядка, в системе мировых цивилизаций. В Концепции внешней политики России от 7 июля 2000г. подчеркивается, что «на передний план выдвигается задача формирования за рубежом позитивного восприятия России, дружественного отношения к ней».

Образ государства – сложное, многоплановое явление, включающее в себя в качестве основных элементов образ власти, образы политических персоналий страны и, в частности, образ политического лидера³. В связи с возрастающей ролью масс-медиа в мировой политике в последние годы политические курсы стран начинают восприниматься более персонифицированно, через призму личностных особенностей конкретных политических лидеров. Зачастую отношения государств определяются отношениями между их политическими руководителями. В условиях общественных преобразований, когда власть перестает быть анонимной, резко повышается личная ответственность лидера перед обществом. В этой связи значительно возрастает внимание к личности политических лидеров, поскольку оказывается очевидным, что формальные и сущностные характеристики лидерства определяются не только внешними факторами, обусловленными официальной позицией лидера, но и внутренними факторами, т.е. самой личностью лидера, его эмоциональными, социальными, функциональными характеристиками. Образ политического лидера оказывается мощным средством воздействия на мировую элиту, на общественное мнение. Для общества фигуры политических лидеров позволяют свести все сложные и безличные процессы политической жизни к борьбе и взаимодействию отдельных личностей.

¹ См. Р.Ф.Абдеев Философия информационной цивилизации. М., 1994.

² Глобальное информационное общество и проблемы информационной безопасности. М., 2001. С.14.

³ См.: Каплев Ю., Галумов Э. Информация и PR в информационных отношениях. М.: Известия. 2003.; Хачатуров К.А. Роль международной информации в формировании репутации государства // Информация. Дипломатия. Психология. М.: Известия, 2002.; Конфисажор А.Г. Психология власти. СПб.: Питер, 2004.



Основным инструментом, действенной силой в формировании образа государства, в общем, и образа политического лидера, в частности, в настоящее время являются средства массовой информации. Как отмечают многие исследователи, средства массовой информации уже стали «четвертой властью» и зачастую имеют возможность непосредственно влиять, определять и регулировать действия политических субъектов⁴. Современные средства массовой коммуникации вызвали к жизни феномен «политического зрелища» – сделали зримо доступной политическую жизнь общества и отдельных политических сил. Аудитория становится свидетелем политических событий, носителем политических симпатий и антипатий. Возрастает роль журналистов, которые, отбирая определенные факты, снабжая их своими комментариями, в значительной мере выступают организаторами общественного сознания и общественного настроения. Журналисты оказываются активными субъектами политики, а информационные коммуникации – мощным ресурсом власти. В этих условиях СМИ предлагают свои правила игры на информационном политическом поле, а политики при формировании образа начинают ориентироваться на ценности журналистов, что зачастую искажает смысловое содержание понятия «политический лидер». В этой связи проблема изучения образа политического лидера, его структуры, существующей в сознании политиков и журналистов, а также выразительных средств, используемых при его формировании, оказывается несомненно актуальным и важным для понимания феномена политического лидерства современного типа.

Степень научной разработанности проблемы. Общие теоретические аспекты эволюции глобального информационного общества, а также новые условия развития и взаимодействия государств и их политических институтов исследуются в трудах В.И.Аникина, В.И.Анненкова, Е.П.Бажанова, К.С.Гаджиева, Э.А.Галумова, В.И.Денисова, Г.В.Емельянова, А.Г.Задохина, Я.Н.Засурского, Т.В.Зоной, В.П.Иванова, Ю.Б.Кашлева, А.Ю.Козыревой, Н.С.Леонова, В.Ф.Ли, В.А.Лисичкина, А.В.Манойло, А.С.Модестова, А.С.Панарина, И.Н.Панарина, А.И.Петренко, Г.Г.Почепцова, В.Ф.Прокофьева, С.П.Расторгуева, Г.Н.Смирнова, В.Г.Соколенко, Д.Б.Фролова, А.В.Фёдорова, К.А.Хачатурова, В.Е.Чертихина, Л.А.Шелепина и др.

Основы самостоятельной концепции политического лидерства были заложены в конце XIX – начале XX века Н.В.Михайловским, М.М.Ковалевским, Г.Тардом, Г.Лебоном, М.Острогорским, М.Вебером,

⁴ Средства массовой информации постсоветской России. Под ред. Я.Н.Засурского. М.:АспектПресс, 2002.; Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. М.: Учебно-методический коллектор «Психология», 2000. ; Связи с общественностью в политике и государственном управлении. Под ред. В.С.Комаровского. М., 2001.; Карпухин О.И., Макаревич Э.Ф. Влияние на человека: Историко-социологический взгляд. М.-Барнаул: Пикет, 2000.

М.Бакуниным, Р.Михельсом, З.Фрейдом, Г.Лассуэллом, Т.Адорно, внесшими значительный вклад в развитие политической науки, политической социологии и политической психологии. Анализ образа политического лидера как субъекта власти, взаимодействующего с различными социальными группами, проведен в трудах Н.Маккиавелли, Г.Лебона, Г.Тарда, Г.Лассуэлла, Т.Адорно, Х.Ортего-и-Гассетта, М.Вебера, Ф.Нишше, А.Адлера, Ж.Блонделя, Ф.Гальтона, С.Московичи, а также К.А.Абульхановой-Славской, Г.А.Авциновой, Г.М.Андреевой, Г.К.Ашина, Н.И.Бирюкова, А.В.Брушлинского, К.М.Долгова, Т.В.Евгеньевой, Д.Н.Запольского, В.С.Комаровского, А.Ю.Кошмарова, В.Е.Лепского, Л.В.Матвеевой, В.Ф.Петренко, Г.Н.Смирнова, А.Н.Трусова, Е.Б.Шестопал и многих других. В последние годы проблема имиджа, неразрывно связанного с понятием «образ», рассматривается в междисциплинарном контексте формирования позитивного имиджа или репутации политического деятеля в ходе предвыборных кампаний (В.Н.Амелин, Е.В.Егорова-Гантман, А.Ю.Кошмаров, Л.В.Матвеева, Г.И.Марченко, И.А.Носков, Е.Б.Перельгина, Г.Г.Почепцов, Д.В.Ольшанский, Е.Н.Орлова, А.М.Цуладзе, Е.Б.Шмелев, Е.Б.Шестопал и др.)

Теоретические и практические вопросы средств массовой коммуникации, история исследования их становления, влияние их на общественное мнение освещены в работах В.М.Березина, М.С.Вершинина, Ю.И.Долгова, Я.Н.Засурского, Ю.Б.Кашлева, В.С.Комаровского, Г.В.Кузнецова, В.Д.Мансуровой, Л.В.Матвеевой И.С.Мелюхина, И.Н.Панарина Г.Н.Петрова, А.В.Раскина, К.А.Хачатурова М.Маклюэна, Г.Гербнера, М.Моргана, В.Шрамма, Дж.Фиске, Дж.Хартли, М.Фишман и др. Проблемам формирования образа политика в СМИ и роли телевидения в политической коммуникации посвящены работы Х.Лассуэлла, К.Ховланда, В.Шрамма, Н.Н.Богомоловой, Э.А.Галумова, Ю.Б.Кашлева, Л.В.Матвеевой, И.Н.Панарина и др.

Выразительные средства предъявления образа рассматриваются в трудах Е.Б.Абашкиной, А.А.Акишиной, В.Н.Базылева, В.М.Бехтерева, С.И.Виноградова, И.Н.Горелова, Н.И.Жинкина, Г.В.Колшанского, В.А.Лабунской, А.Пиза, А.Штангель и др. Политический дискурс как неотъемлемая часть образа политического лидера освещена в работах М.Фуко, А.А.Леонтьева, Л.В.Матвеевой, Н.Д.Павловой, Т.Н.Ушаковой, др.

Объектом исследования является политическое лидерство как феномен общественно-политической жизни.

Предмет исследования – структура образа политического лидера в современном политическом взаимодействии и особенности его формирования в СМИ.

Целью исследования является изучение процесса формирования образа политического лидера современного типа, проведение теоретического и экспериментального анализа образа политика в

групповом сознании политиков и журналистов как субъектов политического взаимодействия.

Данная цель обусловила постановку и реализацию следующих исследовательских задач:

- раскрыть содержание основных составляющих процесса формирования образа политического лидера современного типа,
- описать структуру восприятия образа политического лидера политиками и журналистами; дать сравнительный анализ представлений о политическом лидере у субъектов политического взаимодействия,
- выявить особенности вербальной и невербальной составляющих политического дискурса как основы формирования образа политического лидера в СМИ.

Научная новизна исследования заключается в том, что:

- проведен теоретический анализ значения информационных коммуникаций в формировании образа политического лидера современного типа и роли журналистов как субъектов, организующих информационное пространство политической коммуникации,
- выявлена категориальная структура восприятия образа политического лидера политиками,
- выделена категориальная структура восприятия образа политического лидера журналистами,
- дан сравнительный анализ категориальных структур восприятия образа политического лидера субъектами политического взаимодействия,
- проведен политологический анализ средств формирования образа политика через выявление основных интенций и особенностей невербальной составляющей телевизионного образа политических лидеров.

Положения, выносимые на защиту.

1. Образ политического лидера в групповом сознании политиков представлен такими категориями, как «патернализм», «сила личности», «маскулинность», «эмоциональность», «гибкость».
2. Образ политического лидера в групповом сознании работников СМИ имеет свои особенности и отражена в факторах: «выразительность образа», «стиль руководства», «открытость», «патернализм», «сила личности».
3. Структура восприятия образа политического лидера политиками и журналистами по значимости категорий и содержательному наполнению значительно отличаются друг от друга. Для политиков главными формирующими категориями являются патернализм, справедливость и сила, для журналистов – выразительность, артистичность, привлекательность.

4. Вербальная составляющая политического дискурса как основа формирования образа политика в СМИ представлена следующими интенциональными направленностями: критика оппонента, апологизация собственного «Я» и своей позиции, анализ окружающей действительности и оказание воздействия на аудиторию.
5. Невербальная составляющая политического дискурса отечественных политиков характеризуется сдержанностью, обедненностью, напряжением, редукцией основных выразительных компонентов.

Теоретико-методологической основой исследования является совокупность междисциплинарных принципов, методов и критериев познания политических явлений, разработанных отечественными и зарубежными учеными политической науки. Существенным компонентом теоретической основы исследования явились труды выдающихся представителей общественно-политической мысли, исследования отечественных и зарубежных философов, политологов, социополитологов, психологов, специалистов по международным отношениям, посвященных проблемам политического лидерства.

В обосновании исследования автор опирается на концепции социального познания Г.М.Андреевой, образа мира А.Н.Леонтьева, категории менталитета, разрабатываемой С.Московичи, массовой коммуникации М.Маклюэна, Н.Н.Богомоловой и Л.В.Матвеевой. Основные политологические методы, использованные в работе: метод семантического дифференциала⁵; метод интен-анализа политического дискурса и контент-анализа невербальной составляющей формирования образа политика в СМИ.

Теоретическая и практическая значимость результатов и их прикладное значение заключается в том, что они являются фактологической базой для предложений и рекомендаций по формированию образа политического лидера с учетом психологических особенностей субъектов данного процесса, ожиданий, политических предпочтений аудитории, политической и экономической обстановки в стране и мире и т.д. Полученные данные могут представлять интерес для работников государственных организаций и ведомств (прежде всего МИД России), занимающихся вопросами формирования образа политического лидера и образа страны. Материалы исследования также могут быть использованы в учебных целях в системе подготовки политических лидеров в рамках общих и специальных курсов по политологии, политической психологии, политической социологии.

Апробация работы. Основные положения и выводы диссертационного исследования отражены в публикациях автора,

⁵ Мангейм Дж.Б., Рич Р.К. Политология. Методы исследования: Пер. с англ. М.: Изд-во «Весь Мир», 1997.

обсуждены на научно-практических конференциях в Дипломатической академии МИД России (XIII Научно-методические чтения «Политика и культура в условиях глобализации», июнь 2004г.; Круглый стол «Информационно-психологическая безопасность и культура в контексте глобализации», ноябрь 2004г), на Юбилейной конференции, посвященной 120-летию Московского психологического общества (МГУ, февраль 2005г.).

Структура диссертации. В соответствии с содержанием и логикой изложения материала диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемой литературы и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы диссертации, раскрывается научная разработанность проблемы, формулируются цели, задачи работы, определяются предмет, объект исследования и его теоретическая и методологическая база, излагаются положения, выносимые на защиту, отмечается научная новизна исследования и его научно-практическая значимость.

В **Главе 1 “Образ политического лидера в современной международной политике”** рассмотрены теоретические аспекты политического лидерства, эволюция взглядов на данную проблему, выявлены основные механизмы формирования образа политического лидера современного типа.

Исторически возникшее политическое лидерство связано не только с формированием категории интересов, но и с появлением личности как одного из потенциальных субъектов политического действия. Так, архаичным обществам политическое лидерство не свойственно в силу невыделенности индивидуального «Я» из родового, коллективного сознания. В античности лидерство носило личностный характер, представляя собой влияние, основанное на авторитете конкретного индивида, его достоинствах и силе. Взаимоотношения лидера и его последователей были близки к отношениям «учитель – ученик», поскольку политическая жизнь непосредственно связывалась с решением мировоззренческих вопросов. В средневековой Европе политическое лидерство постепенно теряет нравственно-этическое содержание. Влияние лидера основывается не столько на личных достоинствах, сколько на способности к руководству конкретной политической общностью. От лидера требуется не столько быть нравственным образцом, сколько умение сплотить группу для достижения поставленных целей, сформировать групповой интерес.

Политический лидер в современном обществе – индивид, способный к консолидации различных групп для решения проблем общественного развития. За лидером общество признает право на принятие решений, наиболее значимых с точки зрения группового интереса.

Современные концепции лидерства при всем различии подходов к проблеме единогласно признают факт влияния одного или нескольких индивидов на значительное большинство. Лидерство выкристаллизовывается в процессе межличностного взаимодействия. При этом в научной литературе пока не существует единства во взглядах на эту проблему. В данной работе мы опираемся на определение политического лидерства Ю.В.Ирхина, который выделяет следующие значения категории «лидер»: 1) это субъект, который обладает ярко выраженными личностными качествами, максимально полезными для определенной группы людей, благодаря которым его влияние является наиболее продуктивным, и служащий образцом для подражания, человеком, которому следуют другие члены группы; 2) индивид, которому определенная социальная группа дает право принятия наиболее важных, отражающих интересы и выражающих основные ценности данной группы решений⁶. Данное определение наиболее точно отвечает нашему пониманию категории политического лидерства и включает два основных момента: это обращение к личности лидера и активность субъектов политической коммуникации.

В диссертации автор приводит и другие подходы, дополняющие и расширяющие понятие лидерства⁷, рассматривает основные общепризнанные концепции лидерства: теорию черт (Ф.Гальтон и др.), ситуативную теорию, личностно-ситуативные теории (Г.Герт и С.Милз, Р.Стогдилл и К.Шатл, Р.Кеттел и др.), теорию харизматического лидерства (М.Вебер), теорию ожидания-взаимодействия (Дж.Хоманс, Дж.Хемфилл, Р.Стогдилл, С.Эванс, Ф.Фидлер и др.), теории гуманистического направления (Р.Блейк, Дж.Макгрегор), мотивационную теорию лидерства (С.Митчел, С.Эванс и др.), теорию обмена и транзактного анализа (Дж.Хоманс, Дж.Марч, Г.Саймон, Дж.Тибо, Г.Келли и др.), а также атрибутивные теории; обращается к вопросам типологии политического

⁶ Политическая энциклопедия. В 2-х т. М.: Мысль, 1999. Т.1.

⁷ Ж.Блондель Политическое лидерство. Путь к всеобъемлющему анализу. М., 1992.; Парыгин Б.Д. Основы социально-психологической теории. М., 1971.; Кудряшова Е.В. Лидер и лидерство: исследования лидерства в современной западной общественно-политической мысли. Архангельск, 1996.; Херманн М.Дж. Составные части лидерства // Политология вчера и сегодня. Вып.2. М., 1990.; Шестопад Е.Б. Психологический профиль российской политики 1990-х. Теоретические и прикладные проблемы политической психологии. М.: РОССПЭН, 2000.; Kotter J.P. Force for Change. How Leadership Differs form Management. N.Y. – London, 1990.

лидерства и выделения основных черт, характеризующих личность политического лидера⁸.

Проведенный анализ показывает, что в эволюции взглядов на проблему политического лидерства произошел сдвиг в понимании политического лидера как субъекта политической коммуникации. Если раньше лидер рассматривался с точки зрения его социальной роли как лидера партии, нации и т.п., то в настоящее время основной акцент делается на личности политика и особенно на его внешней представленности. Для аудитории большее значение начинает приобретать то, какими личностными качествами обладает тот или иной политик, какие чувства, символы, идеи ассоциируются с ним. Значимыми для восприятия политического деятеля оказываются такие характеристики, как доверие, компетентность, лидерство, надежность⁹. Немаловажным для аудитории оказывается обладание политиком таким качеством, как «харизма»¹⁰, или «обаяние»¹¹. Прежде всего этот феномен связан с бурным развитием информационного ресурса политики, который предъявляет политического деятеля в основном с позиции его индивидуального стиля, поведения, личностной привлекательности, дискурса и т.п., и переходом к «публичной политике»¹² со своими правилами и закономерностями.

В современных условиях средства массовой информации становятся ценнейшим ресурсом власти, а зачастую и организатором этой власти. Среди средств массовой коммуникации именно телевидение занимает приоритетную позицию в формировании феноменов и стереотипов массового сознания. По выразительности, объемности оно не имеет себе равных. Телевидение обладает наибольшими манипулятивными возможностями воздействия на общественное сознание. Проведенные опросы общественного мнения показывают, что большинство граждан

⁸ Авцинова Г.А. Политическое лидерство. // Государство и право. 1993. №5.; Вебер М. Избранные произведения. М.: Наука, 1990.; Ж.Блондель Политическое лидерство. Путь к всеобъемлющему анализу. М., 1992.; Боровиков А.П. Личностный аспект политики. СПб., 1994.; Вятр Е. Социология политических отношений. М., 1973.; Громько А.Л. Политическое лидерство. М.: Знание, 2002.; Джойнер Р. Лидер, менеджер и пять принципов успеха М., 1997.; Таккер Р. Политическая культура и лидерство в Советской России. От Ленина до Горбачева. // США: экономика, политика, идеология. 1990. №1,2.; Херманн М. Стили лидерства в формировании внешней политики. // Полис. 1991. №4.; Cole A. Studying Political Leadership: the Case of Francois Mitterand. // Political Studies/ - 1994. – Vol.XIII.

⁹ Kinder D., Peters V., Abelson R., Fiske S. Presidential prototypes. Political Behavior, 1980, 3. ; Miller A., Miller W. Ideology in 1972 election: myth or reality. Amer. Political Science Rev., 1976.

¹⁰ Вебер М. Избранные произведения. М.: Наука, 1990

¹¹ Г.Лебон Психология народов и масс. СПб.: Макет, 1995.

¹² Зонова Т.В. Современная модель дипломатии: истоки становления и перспективы развития. М.: РОССПЭН, 2003.

России считают телевидение наиболее достоверным источником информации. Это связано с тем, что телевидение обладает тем качеством, что социальные психологи именуют «парасоциальным» характером. Суть его в создании иллюзии «присутствия» при действии, которое показывается на телеэкране. Соответственно этому в сознании зрителя формируется устойчивая иллюзия «объективности» и достоверности телевидения. Накладывая свои ощущения подсознательно на ощущения происходящего на экране, зритель зачастую воспринимает видимую информацию как абсолютно достоверную¹³.

Телевидение объединяет слово с образом и представляет на экране как бы картину естественного общения. Незаметно телевидение создает особый вид реальности – символическую реальность, существующую на том языке символов, на котором функционирует обыденное сознание человека¹⁴. В этой реальности действует уже не сам человек, а его образ. Развитие и внедрение в общественное сознание такого феномена как образ является вполне самостоятельной, специфической проблемой, от решения которой во многом зависит эффективность политической деятельности. В настоящее время отношение к созданию образа кардинально изменилось, и он достаточно единодушно признается важным слагаемым любого публично действующего человека – политика, бизнесмена, преподавателя, ученого и др.

Образ политического лидера, внедряемый в массовое сознание, представляет собой сложный социально-психологический феномен, в котором отражена совокупность его реальных личностных характеристик, а также качеств, сформированных его деятельностью, средствами массовой информации, политической рекламой на фоне соответствующих стереотипов массового сознания. В обобщенном виде понятие «образ политика» отражает субъективное представление о политическом лидере, сформировавшееся в сознании адресата в результате восприятия всей имеющейся актуальной информации об этом человеке. Образ политического лидера – сложный, многогранный феномен, в создании которого задействован широкий круг специалистов. Основными, активными субъектами формирования образа оказываются сами политики и, что является отличительной особенностью современности, работники СМИ, как создатели поля информационной коммуникации. Зачастую оказывается, что решающее значение в политической деятельности лидера имеет умение специалистов создать образ «своего парня», «человека из народа». Аудитория видит политика через призму журналистского взгляда, т.е. тех работников СМИ, которые реально создают содержание новостей,

¹³ Панарин И.Н. Информационная война и Россия. М.: «Мир безопасности», 2000.

¹⁴ Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. М., 2002.; Матвеева Л.В. Психологические аспекты медиакоммуникации. // Информация. Дипломатия. Психология. М.: Известия, 2002.

событий и т.д. Политики через свой индивидуальный стиль вербальной и невербальной коммуникации предъявляют себя на экране, а работники масс-медиа организуют, обрабатывают и преподносят всю имеющуюся информацию о политическом лидере аудитории. Мы утверждаем, что именно в ведущей роли СМИ и состоит специфика процесса формирования образа политического лидера современного типа.

Учитывая активное участие современных СМИ в формировании образа политического лидера, мы делаем вывод о том, что при осуществлении комплексного исследования феномена формирования образа политического лидера необходимо учитывать следующие механизмы: 1) отражение личностных характеристик политика в его экранном образе, его индивидуальный стиль общения со стороны вербального и невербального предъявления; 2) активное преобразующее участие субъектов медийного пространства в формировании этого образа.

В Главе 2 «**Образ политического лидера современного типа у субъектов политической деятельности**» проводится политологический анализ коллективных представлений о политическом лидере у субъектов политической деятельности в современном информационном пространстве.

Как мы уже отмечали, на современном информационном поле основными субъектами политического взаимодействия оказываются, с одной стороны, сами политики, а, с другой стороны, работники СМИ, как непосредственные организаторы этого поля. В этой ситуации нам показалось важным, с одной стороны, проанализировать установочную позицию самих политиков по отношению к образу политического лидера, выяснить содержательное наполнение этого образа и, с другой стороны, выявить особенности коллективных представлений журналистов о структуре образа политика, которые собственно и формируют его окончательно для предъявления широкой аудитории.

Мы провели масштабное исследование специфики категориальной структуры образа политического лидера, существующего в коллективном сознании политиков среднего звена (представители МИД России, работники международных организаций, слушатели Дипломатической Академии вечернее отделение) и представителей журналистского корпуса (работники СМИ). Исследование проводилось в марте – апреле 2003 и марте – апреле 2004гг.

В качестве основного метода исследования мы применили политологический метод семантического дифференциала¹⁵, позволяющий наиболее полно – как на уровне сознания, так и на уровне подсознания – выявить категории, по которым строится и существует образ в сознании определенной социальной группы. Участникам исследования предлагалось

¹⁵ Мангейм Дж.Б., Рич Р.К. Политология. Методы исследования: Пер. с англ. М.: Изд-во «Весь Мир», 1997.

оценить политических лидеров по заданным характеристикам. В качестве объектов оценки были выбраны ведущие международные политические лидеры: В.Путин, Дж.Буш, Г.Шредер, С.Берлускони. Важно обратить внимание, что в выборе политических персон для проведения анализа мы остановились на западно-европейском и американском типе лидерства, поскольку российский истеблишмент тяготеет к европейской политической концепции. Мы руководствовались тем, что восточный тип лидера имеет свою этнокультурную специфику, а «востоковедная политология обладает своей предметно-дисциплинарной автономией»¹⁶, и для того, чтобы оставаться в одном культурно-политическом контексте, мы решили не включать в исследование образы лидеров восточных стран. В виду трудоемкости проведения исследования мы сознательно ограничили число анализируемых объектов и остановились на политических лидерах, наиболее актуально представленных в СМИ на время проведения исследования. Как стимульный материал респондентам были предложены 2-х минутные записи выступлений рассматриваемых политиков. Для выявления эталонных критериев плохого и хорошего и сопоставления их с семантикой восприятия образов действующих политических лидеров оценке были подвергнуты также ментальные образы «идеального политика» и «плохого политика». Полученные данные были обработаны статистической программой EXPLAN, разработанной доктором психологических наук А.Г.Шмелевым и доработанные в лаборатории доктора психологических наук Л.В.Матвеевой.

Категории формирования образа политического лидера у политиков среднего звена.

В результате математической обработки результатов психосемантического шкалирования восприятия политических лидеров (факторный анализ, метод веримакс) были выделены факторы, соответствующие основным категориям восприятия политических лидеров.

В групповом сознании политиков образ политического лидера представлен следующими факторами: «Патернализм, справедливость» (30,5%), «Сила личности» (28,4%), «Маскулинность, привлекательность» (7,2%), «Эмоциональность» (4,4%), «Открытость» (3,5%).

Первые два фактора оказываются главными для респондентов данной группы в характеристике человека, наделенного властью. Ожидания представителей политической сферы по отношению к политическому лидеру можно назвать отчасти патерналистическими, т.е. ориентированными на образ «справедливого, заботливого родителя». Политик, которому делегируется власть, должен олицетворять собой

¹⁶ Ли В.Ф. Россия и Корея в геополитике евразийского Востока (XX в.). М.: Научная книга, 2000.

поддержку, опеку, высшую справедливость, быть в определенном роде «отцом» для народа, с одной стороны, и быть сильным, энергичным и властным, с другой стороны. Выделение политиками этих двух факторов в качестве ведущих в образе политика говорит о наличии зрелых, адекватных представлений о политике и лидере у респондентов данной группы.

Важно отметить, что для политиков оказывается определяющим и присутствие в характеристике образа политического лидера такой категории, как маскулинность. Действуя на поле предпочтительно мужской коммуникации, политический лидер должен предьявлять идеальный образ мужчины, в котором сконцентрированы все основные мужские доминанты.

В категориальном пространстве восприятия группы респондентов достаточно позитивно выглядят образы В.Путина, Г.Шредера, С.Берлускони. Кривая показателей В.Путина практически повторяет траекторию кривой «идеального политика», и его образ оценивается как наиболее справедливый, энергичный, властный, симпатичный. Основными факторами, фактически получившими одинаковые значения, по которым строится образ В.Путина, стали «Сила личности», «Маскулинность, привлекательность» и «Патернализм, справедливость». Наивысшая точка кривой этого политика – характеристика силы личности. Политики высоко оценивают властность, силу, энергичность, необходимые для того, чтобы быть успешным в современном политическом пространстве. Большой вес в оценке образа В.Путина получает и такой фактор, как «Маскулинность, привлекательность». Мы уже отмечали ранее, что в настоящее время в политике, большей частью областью именно мужской коммуникации, необходимым оказывается четкая половая идентификация. В.Путин создает образ сильного, здорового мужчины-лидера, которому готовы подчиняться. Третьим по значимости фактором в описании образа В.Путина становится фактор «Патернализм, справедливость». Необходимо отметить, что этот фактор имеет примерно такой же вес, что и два предыдущих фактора. Этот фактор представляет нам харизму власти, которая существует в российском менталитете. Так исторически сложилось, что руководитель страны для народа «отец, царь и защитник». От человека, наделенного высшей политической властью, ждут, что он будет гарантом поддержки, опоры и безопасности. Четвертый, дополнительный фактор в характеристике образа В.Путина – это фактор «Эмоциональности». По этому фактору этот политический лидер получает отрицательные значения. Это политик чаще всего сдержан и закрыт. Но надо отметить, что при этом данному политику характерно умелое использование эмоциональных модуляций голоса в публичных устных выступлениях для выделения значимости и усиления смысла отдельных фраз.

Несущей конструкцией образа Г.Шредера также оказываются три основных фактора: «Патернализм, справедливость», «Сила личности», «Маскулинность, выразительность». Для дипломатов этот политик

олицетворяет собой носителя власти, который четко соответствует занимаемому месту: он сильный лидер, осуществляющий опеку и защиту интересов своего народа. Респонденты оценивают Г.Шредера, как энергичного, властного, справедливого, патриота, сильного, симпатичного, интеллигентного.

Ведущим фактором, получившим наибольший вес, при оценке образа С.Берлускони стал фактор «Сила личности». Можно утверждать, что дипломаты отдадут должное силе этого политика, который, действуя на изначальном чужом поле, добился ощутимых успехов. Будучи удачливым предпринимателем, он оказался и успешным политическим деятелем. С.Берлускони респонденты характеризуют, как предприимчивого, энергичного, решительного, хитрого. Наряду с оценкой силы этого политика, респонденты обращают внимание и на симпатичность его образа. Образ С.Берлускони соответствует имеющимся в настоящее время стандартам мужской харизмы. Он симпатичен, сексуален, активен. Многим его образ симпатичен благодаря раскрепощенности, эмоциональности. Такой же фактор, как «Патернализм, справедливость» не рассматривается в качестве весомой категории в образе С.Берлускони. По большей части респонденты не ждут от этого политика справедливости, в том значении, которое это слово имеет по отношению к политической деятельности.

Образ Дж.Буша в сознании данной группы представлен недостаточно четко. Большинство факторов не выражены и занимают среднее положение. Возможно, это связано с тем, что исследование совпало с началом иракской кампании США, когда еще не сформировалось в российском политическом сообществе четкое отношение к этим событиям, что отразилось в проявлении личностного отношения респондентов к ситуации. Наиболее выражен показатель «Сила личности». В оценке образа Дж.Буша наибольший вес получают такие характеристики, как «воинственный, эгоист, предприимчивый». По фактору «Патернализм, справедливость» Дж.Буш получает отрицательные значения. Власть этого политического лидера также не соотносится нашими политиками со справедливостью и заботой.

Категории формирования образа политического лидера у журналистов.

Категориальная структура восприятия образа политического лидера работниками СМИ выглядит иначе. На первый план у профессионалов PR выходит такая категория, как «Сила, выразительность образа». По значимости категории восприятия образа политического лидера журналистами распределяются следующим образом: «Сила, выразительность образа» (25,5%), «Стиль руководства» (20,0%), «Открытость, понятность» (10,3%), «Патернализм» (7,2%), «Сила личности» (5,8%).

Анализ результатов исследования позволяет констатировать у журналистов трансформацию понятий, изменение содержания образа политика. Такие профессиональные характеристики политического лидера, как патернализм и сила личности, отходят в сознании журналистов на второй план и фактически оказываются дополнительными в описании образа политического деятеля респондентами этой группы. Для респондентов данной группы приоритетным оказывается не содержание, а форма, то, как представлен политик, какое он производит впечатление. Респонденты выделяют энергичность, современность, выразительность в качестве дифференцирующих характеристик в образе политического лидера. Для журналистов политик должен выглядеть, как «звезда» на экране. Главное в образе политика – это выразительность, артистичность, динамичность, привлекательность, умение понравиться. В современной стилистике телевизионного образа политику международного уровня на экране вполне позволительно играть на саксофоне, дирижировать оркестром, играть с собакой и т.п., что в реальной жизни относится к сфере частной жизни. Журналисты смещают границы публичного и личного (интимного). Для журналистов артистичность политического деятеля оказывается проявлением его индивидуальности. Работники СМИ перестраивают, переформулируют образ политика, приближая его к образу «звезды» и смешивая его с культурологическим образом «шоумена». Еще одной отличительной чертой образа политика в сознании работников СМИ оказывается то, что дифференциальная категория «свой-чужой», формирующая суверенитет группы, наивно связывается с откровенностью и искренностью.

На основе анализа индивидуальных профилей мы пришли к заключению, что в категориальном пространстве восприятия политиков журналистами наиболее позитивно выглядят образы Г.Шредера, В.Путина, С.Берлускони. Профили их образов полностью находятся в положительной полуплоскости. Образ Дж.Буша менее однозначен.

В коллективном сознании журналистов Г.Шредер оказывается наиболее приближенным к образу «идеального политика»: кривая его показателей практически по всем факторам повторяет профиль образа «идеального политика». Лишь по первому фактору («Сила, выразительность образа»), который является для журналистов первостепенным в формировании образа, этот политик уступает другим лидерам. По трем другим факторам («Стиль руководства», «Открытость, понятность», «Патернализм») Г.Шредер получает достаточно высокие и фактически равные показатели. Респонденты расценивают его как интеллигентного, открытого, демократичного, близкого народу политика. В пространстве фактора «Сила личности» Г.Шредер получает наиболее низкие значения. Журналисты не видят в нем властного, жесткого авторитарного руководителя.

Показатели профиля образа В.Путина также в значительной степени повторяет траекторию кривой образа «идеального политика», фактически пересекаясь с ней в пространстве пятого фактора «Сила личности». Дифференцирующим в сознании журналистов в образе В.Путина, как ни странно, оказываются выразительные качества, имиджевые характеристики. Энергичность, современность, умение подать себя, выразительно презентовать свою позицию, способность быть героем выходят на первое место в создании образа политического лидера. В равной степени, наряду с имиджевыми характеристиками, журналисты обращают внимание и на патерналистические проявления образа В.Путина. Не рассматривая фактор «Патернализма» в качестве ведущего показателя, журналисты тем не менее не исключают важность содержательной стороны образа В.Путина.

Выразительность образа С.Берлускони является наиболее ярким дифференциальным признаком для респондентов данной группы. Журналисты характеризуют этого политика как эмоционального, энергичного, выразительного. Остальные факторы мало выразительны в образе С.Берлускони. Вероятно, ввиду своей эмоциональности, С.Берлускони рассматривается как политик бесхитростный, свой, близкий народу.

Образ Дж.Буша в коллективном сознании представителей СМИ недостаточно дифференцирован. Фактически не находят отражение выразительные характеристики образа Дж.Буша. Он для респондентов скорее вялый, чем энергичный, скорее несовершенный, чем современный, и больше неубедительный, чем убедительный. Основные профессиональные характеристики, характеристики патерналистического отношения к власти и народу, близость к народу также не выражены. Единственным дифференцирующим фактором в характеристике образа Дж.Буша оказывается фактор «Открытости, понятности». В образе этого политика самые выраженные характеристики - это хитрый, скрытный, чужой, неискренний.

Анализ проведенного исследования показал кардинальные различия в значимости и содержательном наполнении факторной структуры образа политического лидера, существующей в сознании политиков и журналистов (см. Рис.1,2). Для политиков важным оказывается преимущественно содержательная сторона образа (справедливость, опека, сила), а журналисты наибольшее значение придают имиджевой его составляющей (артистичность, выразительность, привлекательность). Важно отметить, что установки и ожидания россиян в отношении образа политического лидера, по данным некоторых исследователей (Е.Б.Шестопа, Л.В.Матвеева, А.Ю.Кошмаров), в основном совпадают со структурой образа, имеющейся в сознании политиков. При анализе образа политика Е.Б.Шестопа и коллеги использовали три

Рис.1 Категориальная структура восприятия политических лидеров политиками среднего звена.

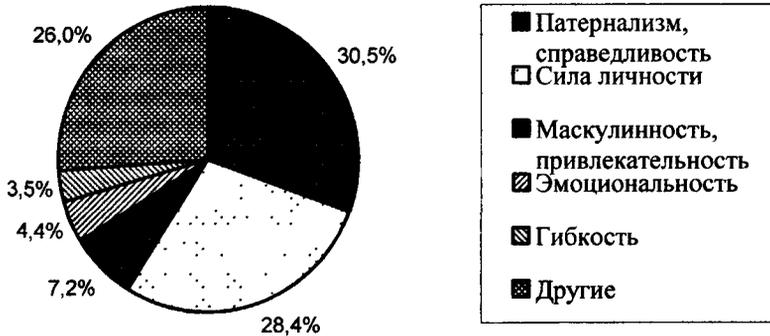
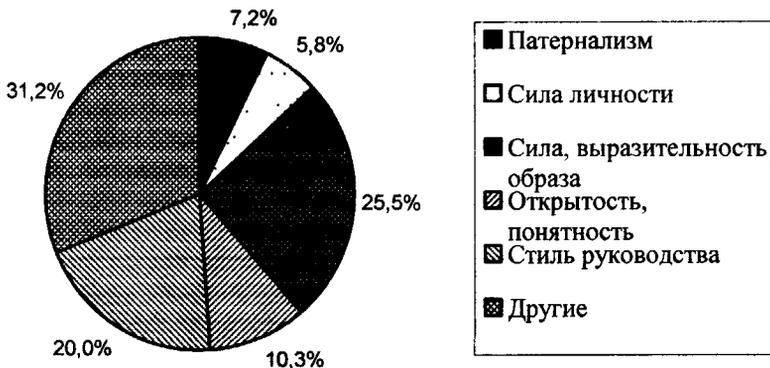


Рис.2 Категориальная структура восприятия политических лидеров журналистами.



измерения личности, предложенные еще Дж.Осгудом: сила, привлекательность и активность¹⁷. В широкомасштабном исследовании образа идеального политического лидера в менталитете россиян, Л.В.Матвеева и ее коллеги определили три основных категории, с помощью которых формируется этот образ. Эти категории – «Сила это», «Отец Отечества» (они презентуют нам харизму власти, бытующую в российском менталитете) и «Выразительность стиля поведения политика» (отражающий присутствие в менталитете россиян харизмы «звезды»)¹⁸. Выявляя структуру восприятия электоратом репутации политического лидера, А.Ю.Кошмаров выделил пять ведущих категорий восприятия: «Сила личности», «Патернализм», «Выразительность», «Интеллигентность», «Открытость» (в некоторых группах «Религиозность»)¹⁹. Общество и власть имеют сходные позиции в оценке образа политика, а СМИ, являясь посредником во взаимоотношениях власти и общества, а также активным их участником, получает возможность интерпретации, изменения, преподнесения, часто и искажения образа в соответствии со своим видением этой проблемы. В этих условиях политикам оказывается невозможным игнорировать основные законы медийного пространства и приходится ориентироваться и учитывать журналистские тенденции в создании образа политика в СМИ. Профессионализм здесь и заключается в том, чтобы, отталкиваясь от зрелой позиции самого политика, его сильной личности и используя законы работы журналистского жанра, создать необходимый образ, который станет реальной поддержкой в политической коммуникации. В противном случае, когда формирование образа политического лидера основывается на установках работников СМИ и, соответственно, структурно изменено, возможны различного типа манипуляции.

В Главе 3 «**Политический дискурс как составляющая образа политического лидера**» автор анализирует выразительные средства, которые используются политиками для создания публичного образа в СМИ, наиболее важными из которых оказываются интенциональная направленность вербальной составляющей и особенности невербальной составляющей политического дискурса.

¹⁷ Шестопап Е.Б. Психологический профиль российской политики 1990х. Теоретический и прикладные проблемы политической психологии. М · РОССПЭН, 2000.

¹⁸ Матвеева Л.В., Мочалова Ю., Караванова Е. Отец или хозяин? Образ идеального политического лидера в менталитете россиян. // Лаборатория рекламы, маркетинга и публик рилейшнз., 2000, № 9-10.

¹⁹ Кошмаров А.Ю., Матвеева Л.В. К проблеме восприятия телевизионного образа политического лидера. // Вестник МГУ, Серия 14. Психология, 2003, №4.

В современной науке наблюдается значительный рост интереса к феномену политического дискурса²⁰. Различные подходы в понимании сущности и специфики политического дискурса позволяют определить его, как: 1) тексты, обладающие определенной тематикой, связанной с различными политическими вопросами; 2) тексты, создаваемые человеком, занимающимся политической деятельностью, либо имеющие коллективного автора и множественного адресата; 3) тексты, нацеленные на воздействие на адресата для получения конкретного результата²¹.

Средства массовой информации выступают транслятором и посредником в политической коммуникации и берут на себя реализацию основных функций политического дискурса: акциональной и информационной (осуществление вербальных политических действий и информирование о них); функции интерпретации и ориентации (создание “языковой реальности” поля политики и ее интерпретация); контролирующей и регулятивной функций (манипуляция сознанием и контроль за действиями политиков и электората).²²

Главной характеристикой политического дискурса является его интенциональность. Интенции, трактуемые в широком смысле как “предметные направленности субъекта”²³, образуют основу и глубинное психологическое содержание речи, которое непосредственно связано с целями деятельности и “видением мира” субъектом, его желаниями, потребностями, установками. Понимание интенционального подтекста – важнейшая предпосылка диалогического взаимодействия, достижения целей собеседников. Выражение интенций в языке организовано таким образом, чтобы они были понятны слушающим. Понятность для слушающих интенций говорящего является целью говорящего, и он использует такие известные ему языковые средства, которые, по его предположению, дадут желаемый результат его понятности. Именно процесс адекватного восприятия и понимания интенций политического

²⁰ Абашкина Е.Б., Егорова-Гантман Е.В. и др. Политиками не рождаются: как стать и остаться эффективным политическим лидером. 2 тома. М.: Антиква, 1993.; Слово в действии. Интеннт-анализ политического дискурса. / Под ред. Т.Н.Ушаковой, Н.Д.Павловой. – СПб.: Алетейя, 2000.; Ермаков С.В. и др. Власть в русской языковой и этнической картине мира. М., 2004.

²¹ Цит. по Пьянзина И.Н. К вопросу о тенденциозности в политическом дискурсе (на материале американской прессы). // Человек и языковое пространство. Аспекты взаимодействия. Сб. научных тр. Нижний Новгород: НГЛУ им.Н.А.Добролюбова, 2004.

²² Базылев В.Н. Политический «театр» и театральная политика. // Политический дискурс в России – 4. Материалы рабочего совещания. М., 2000.

²³ Павлова Н.Д. Интенциональные основания вербальной коммуникации. // Вестник Российского гуманитарного научного фонда. 2004, №3. М., 2004. С.187.

дискурса лежит в основе выстраивания отношений доверия - недоверия, симпатии – антипатии в политической коммуникации.

Особенно жесткие требования в плане эффективности воздействия предъявляются к телевизионным выступлениям политиков, что обусловлено спецификой восприятия человека на телеэкране. Сложность состоит в том, что телеэкран обладает определенной способностью обнажать истинное лицо выступающего. Скрыть элементы лжи и актерства для человека на экране оказывается почти невозможным: в глаза телезрителям бросается то, что заметнее всего, как из негативных, так и из позитивных черт кандидата.

Становится важным четкое продумывание образа политика, его поведения на экране. Особо пристальное внимание оказывается необходимым уделять не только смысловому наполнению выступления, но и невербальному оформлению речи. В ситуации телевизионного взаимодействия невербальные средства часто несут гораздо большую смысловую нагрузку, чем при обычном межличностном общении. Для опытного человека невербальные сигналы являются важным аспектом в понимании позиций и намерений выступающего политика. Основным критерием эффективности поведения политика в телевизионной ситуации становится согласованное, целостное взаимосвязанное проявление основных психологических процессов и механизмов, обуславливающих личностное функционирование. Если в образе политика наблюдается рассогласованность вербальной и невербальной составляющих политического дискурса, это воспринимается как дисгармоничность образа и интерпретируется как неуверенность в себе, скрытность, тревожность. Для успешной самопрезентации в телевизионной ситуации политик должен уметь сохранять присущую ему согласованность вербального и невербального поведения.

Учитывая важность данного аспекта в формировании образа политика, мы разработали вариант контент-анализа по изучению вербальной и невербальной составляющих телевизионного политического дискурса. Материалом для нашего исследования послужили отдельные телевизионные выступления популярных и непопулярных политиков различной политической ориентации в преддверие президентских выборов 2000 года. Были проанализированы 2-х-минутные выступления Г.Зюганова, Е.Примакова, Г.Явлинского, Б.Березовского, В.Жириновского.

В анализе вербальной стороны политического дискурса мы опирались на «интенциональную» концепцию Т.Н.Ушаковой²⁴, заключающуюся в том, что каждое вербальное действие имеет свое намерение, свою интенцию. Нам были интересны интенции, которые

²⁴ Слово в действии. Интен-анализ политического дискурса. / Под ред. Т.Н.Ушаковой, Н.Д.Павловой. – СПб.: Алетейя, 2000.

данный политический лидер проявляет в данный отрезок времени и в данной части своего публичного выступления и как эти интенции согласуются с невербальными сигналами. Анализ выявленных интенций в речи политических лидеров был сопоставлен с результатами исследования невербального комплекса выступлений. Для более адекватной оценки невербальных сигналов мы посчитали важным обратить внимание и рассмотреть позы, жестикуляцию, визуальный контакт (направление взгляда) выступающих и проанализировать информацию, которую они несут. В анализе невербальной составляющей мы использовали методики, описанные Л.В.Матвеевой²⁵.

Проведенный анализ результатов выявил некоторые особенности вербальной и невербальной составляющих телевизионных выступлений политиков. Прежде всего мы можем говорить об индивидуальном коммуникативном стиле политиков при формировании образа на телеэкране. Необходимо сразу отметить, что, поскольку анализируемые политические лидеры являются опытными профессионалами в своей области, было бы справедливо ожидать некую сдержанность их невербального проявления, а тексты их выступлений рассматривать как в определенной степени образцы умелых дискурсивных воздействий.

Как свидетельствуют результаты интент-анализа, для политического дискурса типовыми являются следующие интенциональные направленности: на критику оппонента, на апологизацию собственного «Я» и своей позиции, на анализ окружающей действительности и оказание воздействия на аудиторию. При этом интенциональная структура политических выступлений представляет собой иерархически организованную систему.

Направленность на действительность образует нижний уровень интенциональной иерархии. Выступающие рассматривают такие факты (явления, проблемы), которые позволяют предъявить собственные позитивы или служат дискредитации оппонента как ответственного за охарактеризованное положение. Интенции второго уровня иерархии - критика и апологизация, направленность на собственную персону и оппонента – яркая черта политических выступлений. Однако, ни критика, ни апологизация не самоценны. Выступление – это публичный акт, основное назначение которого воздействовать на аудиторию. Апологизация строится так, чтобы привлечь избирателя к своей кандидатуре; критика служит тому, чтобы восстановить его против конкурентов. Критика и самопрезентация связаны между собой. Представляя в позитиве себя и своих сторонников, выступающий негативно характеризует оппонента, и наоборот: критика служит

²⁵ Матвеева Л.В., Анисеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. М.: Учебно-методический коллектор «Психология», 2000.

апологизации и апологизация критике. Направленность на адресата, на аудиторию, на избирателя, оказание воздействия на него составляет верхний уровень системы. Под влиянием этой направленности интенции нижних уровней иерархии приобретают конкретное, соотнесенное с адресатом, выражение, обеспечивающее адекватное восприятие и пропагандистское воздействие дискурса.

Результаты исследования показали, что в выступлениях политических деятелей два интенциональных компонента являются основными – это направленность на апологизацию своей кандидатуры и агитацию избирателя, неизменно присутствующие в речах политиков. Сама апологизация построена по-разному и в различной степени присутствует в политических выступлениях. Одни политики акцентируют личные качества и достижения (В.Жириновский, Е.Примаков, Г.Зюганов и др.), другие политики используют обещания, декларацию намерений (Г.Явлинский и др.). Одни политики (Б.Березовский) используют для апологизации характеристику существующего положения, другие политики (Г.Зюганов) практически нет. Некоторые политики идут к самопрезентации через жесткую критику и размежевание оппонентов. Направленность на анализ действительности и критику оппонента обычны, но не обязательны.

Интенциональная направленность речи	Критика оппонента	Апологизация собственного "Я"	Анализ действительности и оказание воздействия на аудиторию
Политические деятели			
Г.Зюганов	60% (критика, обвинение, разоблачение)	40% (неявная самопрезентация, самопрезентация + информация)	Положительная, Негативная (для критики оппонента и апологизации себя)
Е.Примаков	20% (противостояние)	80% (самопрезентация, самокритика, самооправдывание)	Побуждение (для апологизации себя)
Г.Явлинский	Безличная критика через анализ действительности	80% (самопрезентация, самокритика)	20% (анализ с безличной критикой)
В.Жириновский	55% (побуждение и разоблачение)	45% (самопрезентация, кооперация)	Положительная, Негативная (для критики оппонента и апологизации себя)
Б.Березовский	20% (размежевание, противостояние, скрытая критика)	40% (самопрезентация)	40% (критика оппонента)

В категории направленности на себя – «я и сторонники» - чаще отмечаются интенции *самопрезентации* и реже интенции *самокритики*, *самооправдания*, *кооперации*, *неявной самопрезентации*, *отвода критики*, *отвода обвинений*. В категории направленности на оппонента

ярко выделяются интенции *критики, обвинения, разоблачения, дискредитации, противостояния и т.п.*

Интересен тот факт, что, накопив значительный материал интент-анализа политических выступлений того или иного политика, можно выработать представления о типах интенций, адекватных характеру человека, обсуждаемой ситуации или другим моментам коммуникации.

В невербальном проявлении большинству политиков вне зависимости от высказываемых интенций свойственна сдержанность эмоций и соответственно невербального выражения. Мы объясняем это тем, что все из проанализированных политиков давно действуют на политической арене и являются опытными профессионалами в своем деле. Однако, видимо это является национальной особенностью политического дискурса, невербальная его составляющая у отечественных политиков характеризуется редуцированностью, сглаженностью. Возможно, это связано с защитной реакцией, нежеланием политиков проявлять свое личностное отношение к ситуации, либо это следствие недоработок специалистов, занимающихся формированием образа данного политика. При произнесении заготовленного текста, будь он апологетичный или критический по характеру, политики остаются зажатыми, скованными, напряженными, четко контролирующими себя, что подспудно вызывает некоторое недоверие. Жесты сведены к минимуму. Контур рук чаще всего закрыт и создана частичная преграда. Интересно отметить, что мимика большинства политиков бедна, лицо чаще всего амимично. Так что при съемках близким планам отсутствует ощущение близости и заинтересованности.

Лишь некоторым политикам удается чувствовать себя комфортно в телевизионной аудитории (В.Жириновский, Е.Примаков), что сразу же прослеживается по вербальному и невербальному выражению, и именно этим политикам удается быть наиболее популярными у телевизионной аудитории. Так, речь В.Жириновского часто спонтанна, импровизированна, поза и жесты свободны, открыты, с большим объемом. Образ Е.Примакова интересен тем, что, с одной стороны, он создает впечатление сильного, уверенного в себе политика, с другой стороны, ему свойственен явный жесткий контроль, продуманность и сдержанность невербальных сигналов.

Для адекватного восприятия аудиторией высказываемых политиком интенций и для повышения эффективности своих выступлений существенно, чтобы невербальные сигналы четко соответствовали произносимой речи. Важно, чтобы от политика оставалось ощущение открытости, искренности, но никак не зажатости и напряжения. Четкое владение собой и своим телом в сочетании с продуманным выступлением и выражаемыми интенциями помогут в формировании образа политика в СМИ.

В Заключении формулируются основные выводы.

Лидерство является значимым признаком организации группы и общества в целом. В современном мире, в эпоху информационного общества в международной коммуникации доминирует личностный фактор и проблема выбора политического лидера решается большинством населения не на основе политических программ кандидатов или их принадлежности к определенной партии, а под воздействием впечатления от их образов в СМИ и сформировавшихся в различных электоральных группах представлений о них. Образ политика, внедряемый в массовое сознание, предстает как сложный социально-психологический феномен, в котором отражена, с одной стороны, совокупность его реальных личностных характеристик, качеств, сформированных его политической деятельностью, и, с другой стороны, комплекс качеств и характеристик, порожденных средствами массовой информации, политической рекламой на фоне соответствующих стереотипов массового сознания.

1. Специфика процесса формирования образа политического лидера современного типа состоит в активном участии субъектов СМИ в его порождении. Ввиду этого, анализируя образ политического лидера, который базируется на личностных характеристиках политика, на богатстве его выразительных средств, необходимо учитывать активное преобразующее участие субъектов медийного пространства.
2. В сознании политиков образ политического лидера формируется на основе следующих категорий: «Патернализм, справедливость», «Сила личности», «Маскулинность, привлекательность», «Эмоциональность», «Открытость». Политик, которому делегируется власть, должен олицетворять собой поддержку, опеку, высшую справедливость, быть в определенном роде «отцом» для народа, с одной стороны, и быть сильным, энергичным и властным, с другой стороны.
3. Образ политического лидера в групповом сознании журналистов представлен категориями: «Сила, выразительность образа», «Стиль руководства», «Открытость, понятность», «Патернализм», «Сила личности». Работники СМИ воспринимают образ политика со стороны качеств выразительности: артистичность, привлекательность, умение понравиться. В сознании журналистов дифференциальная категория «свой-чужой», формирующая суверенитет группы, связывается с откровенностью и искренностью.
4. Структура восприятия образа политического лидера политиками и журналистами по значимости категорий и содержательному наполнению значительно отличаются друг от друга. Для политиков важным оказывается преимущественно содержательная сторона образа, а для журналистов наиболее значима имиджевая его составляющая. Анализ результатов исследования позволяет

констатировать у журналистов изменение содержания слова «политик». Такие профессиональные характеристики политического лидера, как патернализм и сила личности, отходят в сознании журналистов на второй план и фактически оказываются дополнительными в формировании образа политического деятеля.

5. Для вербальной составляющей политического дискурса, характеризующей российскую политическую коммуникацию, типовыми являются следующие интенциональные направленности: на критику оппонента, на апологизацию собственного «Я» и своей позиции, на анализ окружающей действительности и оказание воздействия на аудиторию. При этом интенциональная структура политических выступлений представляет собой иерархически организованную систему. В невербальной составляющей политического дискурса большинству отечественных политиков вне зависимости от высказываемых интенций свойственна сдержанность эмоций и соответственно невербального выражения, редукция основных выразительных компонентов.

Выявленные особенности и закономерности процесса формирования образа политического лидера в современных условиях могут быть учтены и использованы в работе специалистов, занимающихся данной проблематикой, в подготовке аналитических справок для информационных отделов, в проведении ролевых тренингов по обучению дипломатических работников взаимодействию с отечественными и зарубежными СМИ, в разработке пособий по телевизионным выступлениям политиков.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

1. Замская М.Д. Политик в публичной коммуникации. // Человек и языковое пространство. Аспекты взаимодействия: Межвузовский сборник научных трудов к 60-летию проф. В.М.Бухарова. – Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А.Добролюбова, 2004 (0,6 п.л.).
2. Замская М.Д. Образ политического лидера в межкультурном информационном пространстве. // Информационно-психологическая безопасность и культура в контексте глобализации. Сборник материалов “круглого стола”. М.: ДА МИД России, 2004 (0,4 п.л.).
3. Замская М.Д., Матвеева Л.В. Сравнительный анализ восприятия образов политических лидеров будущими политиками и специалистами по PR и рекламе. // Тезисы докладов Юбилейной конференции, посвященной 120-летию Московского Психологического общества. Ежегодник Российского психологического общества. Т.2. М.: Эслан, 2005 (0,2 п.л.).
4. Замская М.Д., Матвеева Л.В. Образ политического лидера как элемент рефлексии профессионального самосознания будущих политиков. // Вестник МГУ. Сер.14. Психология. 2005 (1,2 п.л.).

Подписано к печати 24.03.2005 г.
Формат 60x84 1/16. Объем 1 п.л. Тираж 100 экз.
Отпечатано ООО «Акрополь»
125009, Москва, Дегтярный пер., д. 5, стр 2

РНБ Русский фонд

2005-4

33861

22 АПР 2005

