

На правах рукописи

Селиверстова Юлия Александровна

**ПРОБЛЕМЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРСТВА И ВАРИАНТЫ  
ИХ РЕШЕНИЯ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.**

Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата  
политических наук

Специальность: 23.00.02 – политические институты, процессы и технологии

г. Нижний Новгород,  
2010 г.

Диссертация выполнена на кафедре зарубежного регионоведения факультета международных отношений ГОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского».

Научный руководитель: кандидат политических наук, доцент  
Колобова Светлана Анатольевна

Официальные оппоненты: доктор политических наук,  
профессор  
Кзаков Михаил Анатольевич  
кандидат политических наук  
Кузнецова Наталья Алексеевна

Ведущая организация: Нижегородский филиал ГУ ВШЭ  
(г. Нижний Новгород)

Защита состоится 30 ноября 2010 г. в 13:00 на заседании диссертационного совета Д. 212.166.10 при ГОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» по адресу: 603005, г. Нижний Новгород, ул. Ульянова, д.2, Факультет международных отношений ННГУ, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в фундаментальной библиотеке ННГУ по адресу г. Нижний Новгород, проспект Гагарина 23, корп.1.

Автореферат разослан «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2010 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета,  
кандидат исторических наук, доцент

Семенов О.Ю.

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ.

**Актуальность темы исследования.** В современных условиях трансформации политической системы России, которая характеризуется превращением в структуре, содержании и даже сущности политической системы (переход от старого к новому), особое значение приобретает роль политического лидера, который имеет определяющую силу для дальнейшего развития страны. Политическое лидерство – явление многогранное и многофакторное. Оно предусматривает ряд ведущих характеристик, таких как способность воздействовать на людей в направлении организации их совместной деятельности для достижения определенных целей, способность генерировать новые идеи, способность обладать чувством политического времени и политической информированностью.

В политической науке существуют многообразные подходы и концепции, позволяющие определить сущность, функции и типологии политического лидерства. Уже в античной философии мыслители описывали присущие лидерам качества, давали характеристику их поступкам и действиям. Хрестоматийным примером подобного являются классические хроники античных историков Плутарха, Светония, Тита Ливия, Геродота. Страницы их трудов заполнены детальным жизнеописанием великих мира сего, помыслы, устремления и действия которых и определяют течение истории. И в дальнейшем на всех исторических этапах развития такая направленность анализа лидерства получила в политической науке название «теории черт лидера». Суть этой теории в абсолютизации личностных характеристик человека (выдающейся личности, исторического деятеля, знаменитости, национального героя). В рамках этой трактовки конечной причиной исторических свершений являются яркие черты личности.

Лидер обладает качественно иными, по сравнению с ординарными людьми, характеристиками, которые лежат в основе механизмов осуществления лидерства, а задача исследователей заключается в выявлении

и систематизации этих черт. Большинство теорий, возникших в предшествовавший нашему столетию период, исходили из этой посылки.

Наиболее актуальное значение эти процессы приобретают в условиях модернизации России. По мнению автора, модернизация должна создаваться личностью зрелой, обладающей гражданской ответственностью, обладающей интеллектуальным превосходством, умением создавать вещи, нужные людям, и всеми компетенциями, которые позволяют России обеспечить стабильные условия развития. Социальное назначение политического лидерства, реализуясь в политико-властной деятельности конкретных лидеров, вступает в противоречие с их индивидуально-личностными возможностями и характеристиками. Динамичные изменения в политических и социальных институтах требуют от политического лидера высокого качества специализированной деятельности (функционально разделенного труда) и одновременно – соответствия ожиданиям населения.

В современном обществе политическое лидерство является той социальной ролью, которая требует постоянного подтверждения, постоянной «проверки». Поэтому вопрос отношений между лидером и его последователями становится все более актуальным и злободневным. Для того чтобы быть выдвинутым, получить поддержку, а позднее - чтобы удержаться у власти, лидер вынужден предстать в определенном амплуа, создать себе определенную репутацию и определенное мнение о себе. Он вынужден, находясь в институционализированных властных структурах, удерживаться у власти, но все его поведенческие манеры должны говорить избирателям, что они по-прежнему для него значимы и их мнение для него — превыше тех привилегий.

Особые функциональные характеристики лидерства необходимо рассматривать через создание политического имиджа лидера. Политический имидж наделен определенными требованиями по отношению к лидеру, такими как смелость в принятии решений, способность убедительно и ярко выступить перед людьми, уметь предвидеть ситуацию, обладать различными

положительными человеческими и деловыми качествами. Работа над созданием имиджа становится центральным моментом в деятельности современного политического лидера. И, несмотря на то, что над данной задачей трудятся целые штабы, проблемы и вопросы, связанные с самоподачей и самопрезентацией, требуют внимательного отношения и со стороны самого политического лидера.

В сочетании субъективных возможностей лидера и способностей, которыми наделяется имидж политического лидера, часто можно наблюдать ряд противоречий:

- Общество сегодня требует наличие сильного, образованного лидера, обладающего гражданской ответственностью, готового к жизни в высокотехнологичном, конкурентном мире, который самостоятельно ставит и достигает серьёзные цели, умеет реагировать на разные жизненные ситуации. Сфера образования, школа находятся не только в социально-экономической и социокультурной среде, как принято считать. Они находятся и в среде политической, в том динамичном идеологическом и политическом пространстве, которое, вне всякого сомнения, оказывает огромное влияние на школу, предопределяя прежде всего ее общие целевые установки и критерии. Сегодня российская система образования переживает кризис, который является отражением системного кризиса общества, и сопровождается разрушением традиционных ценностей и деструкцией личности. Одна из основных целей преподавания заключается в максимальном совершенствовании способности студентов самостоятельно анализировать и интерпретировать на основе полученного знания смысл и динамику событий политической жизни, с тем чтобы они в будущем, после завершения обучения, могли не только ориентироваться в происходящих процессах, но и целенаправленно воздействовать

на принятие политических решений в соответствии со своими ролями в обществе - просто ответственных и сознательных избирателей, работников СМИ, сотрудников административного аппарата, представителей бизнеса, академической науки и высшей школы и пр.

- Среда, которая должна формировать имидж политического лидера, не обладает такими характеристиками, которые способствовали бы личности молодого современного человека построить необходимые мотивы для того, чтобы стать политическим лидером. Отсутствие ценностных характеристик, осознания истинных мотивов политического лидерства, способности управлять людьми не ради собственного достатка и материальных благ, а ради общего блага своих последователей. В связи с этим отмечается низкий уровень политической культуры в стране.
- Роль СМИ в формировании имиджа политического лидера имеет определяющее значение, поскольку обеспечивают общее представления населения о лидере, его политических идеях и устремлениях. Но СМИ не дают объективную характеристику того или иного лидера, искажая реальные черты в положительную или отрицательную сторону, зачастую отсутствие прямого диалога, подмена готовыми информационными клише и неравномерное использование эфирного времени отдельными политическими лидерами во время предвыборных кампаний. СМИ как неотъемлемый инструмент в создании, внедрении и актуализации имиджа политического лидера, к сожалению, не отвечает необходимым требованиям.

Данные обстоятельства продиктовали актуальность темы исследования, которая обусловлена необходимостью в теоретическом и практическом изучении моделей формирования образа политического лидера в сознании

различных слоев общества в условиях трансформации современного российского социума. Происходит процесс политизации масс, включение в общественно-политическую жизнь людей, значительная часть которых в недалеком прошлом была отстранена от активной политической деятельности. Именно к этим миллионам людей, не имеющим, по существу, апробированного политического опыта и развитой политической культуры, апеллируют практически все политические партии и движения, политические лидеры, призывая к практическим политическим действиям, выступая от имени тех или иных социально-политических общностей, социальных групп и слоев общества.

Имидж является определяющим фактором феномена политического лидерства, ибо наделяет его некоторым символическим смыслом, отсутствующим в реальной жизни, но необходимым для скрепления сообщества последователей в единое целое. Однако при создании имиджа нельзя забывать о тех политических и социальных условиях, в которых он будет реализован и на которые он ориентирован. Принципиальное значение имеет формирование имиджа политического лидера в демократическом обществе, тоталитарном и авторитарном.

Российская Федерация – государство, провозглашающее принципы демократического развития общества, формирование имиджа политического лидера в данных условиях приобретает особую специфику. Это связано с наследием предшествующих технологий партийных лидеров, незрелостью демократических институтов, с отсутствием системного подхода, связанного с образованием лидера. Многочисленные учебные заведения, которые готовят будущих политических лидеров через систему высшего образования, к сожалению, не предлагают логически выверенного алгоритма действий по созданию имиджа. Не зрелые институты гражданского общества мало озабочены данной проблемой. Их в большей степени интересует социальные проблемы и противоречия, нежели вопросы, касающиеся образа будущего политического лидера.

В попытке современных молодежных организаций «Наши» и «Молодая гвардия» создать определенную систему подготовки будущих лидеров России нельзя на сегодняшнем этапе назвать универсальной. Анализ программ, систем повышения квалификаций показал, что акцент смещается на формирование массовых движений, массового лидерства, а на наш взгляд, работа по созданию образа политика – процесс во многом индивидуальный, обращенный не только к внешней среде, но и к внутренним личным возможностям индивида, нравственным ценностям. Наличие только харизмы не является залогом успеха и востребованности политического лидера, харизма должна быть дополнена глубокими знаниями, навыками межличностного общения, способностью предвидеть политическую ситуацию, способностью самопожертвования во благо своих последователей.

Альтернативные выборы в нашем государстве проводятся сравнительно недавно. Поэтому имидж политического лидера в России на сегодняшний день явление молодое. В связи с этим видится целесообразным провести комплексное исследование имиджей политических лидеров России. Целесообразным будет сравнение тех условий, в которых создается имидж политического лидера в России, используемых политических технологий, а также самих имиджей лидеров. В качестве примеров выбраны имиджи всенародно признанных лидеров России - президентов современного этапа истории государства - Б.Н. Ельцина, В.В. Путина.

**Степень научной разработанности проблемы.** Проблема политического лидерства представляет собой относительно новый, но уже достаточно исследованный феномен современной политической жизни России. Нарботан обширный материал в сфере анализа, типологии и конкретных элементов имиджконструирования лидерства, техник популяризации лидеров.

Вопросы, связанные с феноменом политического лидера интересовали мыслителей в различные исторические периоды. Отдельные аспекты этой



проблемы можно встретить в трудах Конфуция, Каутильи, Демокрита, Платона, Н. Макиавелли, Т. Мора, Д. Юма.

Проблема формирования образа лидера в массовом сознании также затрагивалась Ф. Ницше, Г. Тардом, С. Сигеле, Л. Лебоном, в чьих трудах была выделена в качестве фактора формирования бессознательная, инстинктивная природа человека.

При подготовке концептуальной части работы автор опирался на положения, содержащиеся в работах М.Вебера, В.Паретто, Г. Моска и Р.Михельса, Ж.Блонделя, М. Херманн, Г.А. Авциновой, Б. Эннкера, Е.Абашкиной, В.Амелина, Г.Ашина, Л.Гозмана, Каптерева С.Е., Казакова М.А., Балужева Д.Г. и другие.

Несмотря на столь обширную исследовательскую базу, недостаточно работ, посвященных технологиям формирования образа политического лидера, функциональным характеристикам лидерства в современной России, взаимозависимости образования и роли политического лидера в политической социализации и политической культуре.

В России область политической науки, занимающаяся вопросами имиджа политического лидера, появилась сравнительно недавно. В Советский период фундаментальные исследования по теории и прикладной имиджеологии востребованы не были. Существующий режим не позволял проводить и социологические исследования об отношении граждан к тем или иным политическим деятелям. Интерес к вопросам, связанным с политическим имиджем в отечественной науке и практике появляется только с конца восьмидесятых годов, когда происходит переход общества к новой политической системе, и начинают проводиться первые альтернативные выборы. Практическая необходимость имиджконструирования обусловила появление многочисленных исследований по различным вопросам, связанным с имиджем политического лидера.

За период развития имиджеологии в России было проведено ряд исследований, касающихся различных аспектов имиджа политического

лидера. Фундаментальные исследования в этой области проведены Д.В. Ольшанским, Г.Г. Почепцовым, Е.Б. Шестопап, Г.В. Пушкаревой, Е.В. Егоровой-Гантман, А.А. Максимовым, М.Е. Кошелюк, которые рассматривали в своих работах концептуальные основы политического имиджа лидера, а также технологии создания имиджа.

Д.В. Ольшанский определил понятие «имидж», раскрыл его структуру, описал механизмы PR. Раскрыты различные стороны политического имиджмейкинга Г.Г. Почепцовым. Обобщив российский и зарубежный опыт создания политического имиджа, он выявил в этом процессе много общего, а также специфику в свете культурных особенностей конкретных обществ. Е.Б. Шестопап раскрыла психологические закономерности формирования и функционирования имиджа.

В отдельную группу работ следует отнести труды авторов А.Ф. Лосева, А. Цуладзе, А. Кольева, О.Г. Овчинниковой, К.Е. Халина, Е.Л. Доценко, С.Г. Кара-мурзы, А.А. Вилкова, Г. Почепцова, Н.И. Шестова, посвященные проблемам манипуляций и мифологизации массового сознания, широко применяемых при построении имиджа политическим лидерам. Авторами описаны приемы манипуляций, выявлено множество мифов, существующих в российском обществе и задействованных в имиджах политиков в России. Исследования области мифологизации имиджей и применения манипуляций при их создании проводятся, как правило, в контексте общей теории политической мифологии.

Несмотря на обширную исследовательскую базу, посвященных теории политического имиджа, на сегодняшний день раскрыты не все его стороны, некоторые вопросы остаются дискуссионными. К ним можно отнести проблему эффективных имиджевых черт, их классификации, влияние объективных и субъективных факторов на создание имиджа политического лидера, место в нем идеологической составляющей, роль личностных качеств политического лидера в процессе создания имиджа, специфика имиджконструирования в переходных условиях развития страны.

Что касается исследований имиджей конкретных политических лидеров современной России издано большое число публикаций, посвященных тем или иным аспектам имиджа отдельных политических персон. Эти публикации, как правило, не ставят целью всестороннее изучение имиджей политических лидеров. Анализ имиджей часто сводится к простому перечислению характеристик, которые нравятся или не нравятся в политике гражданам на данный момент, без выявления их природы, функций, динамики изменений. Однако, используя имеющиеся сведения, данная работа предполагает проведение комплексного исследования проблемы политического лидерства с особым акцентом на сравнительный анализ имиджей российских президентов Б.Н. Ельцина и В.В. Путина.

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

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

**Цель исследования** – определить специфику формирования образа политического лидера в условиях трансформации политической системы России.

К наиболее важным **задачам** настоящего исследования необходимо отнести:

1. определение инструментального содержания понятия «политическое лидерство», анализ функций политического лидерства;
2. анализ типологий политического лидерства в современном обществе;
3. анализ понятия «политический имидж», его природы;
4. определение условий, влияющих на создание, внедрение и актуализацию имиджа политического лидера;
5. изучение способов и приемов формирования имиджа политического лидера, анализ особенностей их применения в период трансформации политической системы России;

6. определение роли различных факторов в формировании образов политических лидеров России - Б.Н. Ельцина и В.В. Путина

**Эмпирическую базу исследования** составили труды представителей политологической, социологической и философской мысли, современных отечественных и зарубежных исследователей, рассматривающих проблему с различных позиций, материалы научных дискуссий, имевших место на страницах журналов, международных семинарах, интервью политических лидеров, интернет-ресурсы, а также результаты эмпирических исследований.

Основными **научно-исследовательскими методами**, примененными автором в своей работе, были системный анализ, метод сравнительного анализа, использованный для выявления специфических особенностей российской политической практики, метод структурно-функционального измерения.

**Научная новизна исследования** диссертационного исследования заключается в том, что:

- политическое лидерство рассматривается автором на основе его комплексного исследования с учетом динамично развивающихся процессов в условиях трансформации современного российского общества, постоянной ротации лидеров и участников политического процесса;
- в диссертации в систематизированном виде представлены концепции политического лидерства как зарубежных, так и отечественных авторов, что позволило выявить сходство и различия в подходах к анализу этого явления;
- впервые определены роль внешней среды в формировании образа политического лидера;
- в противоположность распространенному в научной литературе положению о выполнении функций политического лидера любым человеком автор считает, что это возможно лишь при наличии у него общеобразовательной, гуманитарной и политолого-

профессиональной подготовки, составляющих основу политической культуры лидера;

- в данном диссертационном исследовании сделан особый акцент на роль негативного воздействия СМИ в процессе формирования образа политического лидера;
- определены варианты функциональных характеристик политического лидерства в условиях трансформации политической системы России;
- выявлены объективные и субъективные факторы создания имиджей российских глав государств.

**На защиту выносятся следующие положения:**

1. Политическое лидерство - многомерное явление, является объектом научных исследований в силу междисциплинарного интереса к нему. Политическая наука актуализировала проблемы лидерства, откликаясь на потребности политической практики. Важнейшими факторами детерминации природы политического лидерства являются институциональная организация политической власти и характер политической системы, а также преобладающие в обществе модели политической культуры. Изложенные выше соображения дают основания для следующего определения феномена политического лидерства: политическое лидерство есть форма политической власти, реализующаяся в институциональных рамках политической системы и обусловленная преобладающими моделями политической культуры.

2. На сегодняшний день в политической науке существует множество подходов к изучению политического лидерства, которые отражают тот или иной аспект проблемы (теория черт, ситуативная теория, ситуативно-личностные теории, теория ожидания – взаимодействия, теории гуманистического направления, мотивационная теория личности и другие). Многогранность феномена лидерства учитывается лишь в интегративных теориях лидерства. На сегодняшний момент проблема политического лидерства становится наиболее актуальной и начинает рассматриваться в

рамках комплексных теорий в масштабах больших социальных групп. В изучении данного феномена исследователи включают в анализ все большее количество факторов, имеющих влияние на институт политического лидерства. И основным моментом во всех исследованиях была и остается личность политического лидера, возможности его взаимодействия со своими последователями.

Важнейшими характеристиками политического лидерства являются его функции, структура, типы, стили.

3. Когда говорят о политических лидерах, имеется в виду так называемое «отдаленное» лидерство, т.е. политическое лидерство высокого уровня, лидерство вождей, за которыми идут многочисленные массы. Важнейшей отличительной чертой «отдаленного» лидерства является то, что общение политических лидеров с последователями редко осуществляется непосредственно, в личных контактах. Определяющим для него становится общение опосредованное. А это означает не только то, что взаимодействие происходит с помощью различных средств массовой информации, но и то, что между ними появляется такой промежуточный элемент, как *имидж* лидера. Опосредованный характер отношений лидера с последователями ведет к тому, что одним из главных и наиболее эффективных средств воздействия лидера на публику становится коммуникация.

Именно «имидж, лидер-для-публики, выполняет лидерские функции, он вдохновляет народ, к нему адресованы его надежды и чаяния. Таким образом, в качестве лидера мы имеем здесь не реальную личность, как в случае лидерства «лицом-к-лицу», а некоторый конструкт». Этот конструкт, имидж политического лидера, формируется в результате коммуникации между политическим лидером и аудиторией посредством СМИ и, как мы уже говорили, он может обладать практически любыми заданными характеристиками, соответствующими ожиданиям избирателей

4. Распространено мнение, что вся технология формирования имиджа складывается, во-первых, из политического перформанса, который считается

основной технологией стратегического имиджмейкинга. Совокупность перформансов и воспоминаний о них создает имиджевую легенду – информационную основу имиджмейкинга, рекламной кампании и всей PR-работы. Основа политической платформы – объяснение того, зачем человек идет в политику, что он конкретно хочет сделать и что от этого получат люди. Это особое «послание», главное в котором не содержание, а эмоциональный мобилирующий призыв. В программе любого политика должен присутствовать некий стержень, который можно кратко сформулировать в виде слогана или просто внятной фразы, являющийся своеобразным девизом, сопровождающий политика по всей его жизни.

5. Имидж современного политического лидера, обусловленный состязательностью политического процесса и создаваемый с учетом специфики современного информационного пространства, имеет манипулятивный характер, который может усиливаться применением манипулятивных технологий имиджконструирования.

6. Определяющим фактором при формировании имиджей политических лидеров России в процессе трансформации современной политической системы России выступают социально-исторические условия, на основе которых вырабатывается стратегия и тактика имиджконструирования, определяются основные характеристики имиджа, а также тематика идеологической составляющей.

#### **Теоретическая и практическая значимость исследования.**

Проведенное исследование позволяет углубить теоретические представления о сущности, функциях, роли и месте политического лидерства в общественной жизни России, а также использовать результаты исследования в деятельности институтов власти и управления различных уровней, политических партий и общественно-политических движений, в деятельности всех, кто занимается проблемами политического лидерства.

Диссертационное исследование может быть полезно в практической деятельности специалистам в области имиджконструирования, кандидатам

на выборные должности; политическим лидерам. Результаты исследования могут служить политическому просвещению граждан, способствуя более продуманным и рациональным электоральным решениям. Материал может использоваться студентами при изучении курсов прикладной политологии, имиджелогии.

Исследование способствует расширению, углублению и уточнению знаний о политической реальности, а также может служить дополнительным стимулом для постановки новых проблем в области имиджелогии.

**Апробация материалов диссертационного исследования.** Основные положения и выводы исследования отражены в публикациях автора, в выступлениях на научно-практических конференциях (Нижний Новгород, Казань, Прага, 2008-2011 гг.), использованы в процессе преподавания.

**Структура работы.** Диссертация состоит из введения, трех глав, содержащих 6 параграфов, заключения, списка использованных источников и литературы, приложений.



## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ.

Во **введении** обосновывается актуальность темы исследования, характеризуется степень разработанности, определяются цель, задачи, объект и предмет исследования. Раскрываются теоретико-методологическая основа исследования, научная новизна, практическая значимость диссертации, формулируются положения, выносимые на защиту.

В первой главе **«Концептуальные основы лидерства в политической науке»**, состоящей из двух параграфов, рассматриваются основные теоретико-методологические положения, позволяющие провести комплексный анализ исследуемой проблемы.

В первом параграфе **«Основные направления интерпретации политического лидерства в классической и современной политической науке»** представлен обзор теоретических исследований политического лидерства в произведениях классической общественно-политической мысли.

В рамках классической общественно-политической мысли нам представляется возможным выделить ряд существенно различных подходов к трактовке этого феномена, которые условно можно определить как *«героическую»*, *«объективистскую»*, *«компромиссную»* интерпретации. При этом наибольшим влиянием пользовалась первая линия – «героическая».

*«Героическая»* трактовка политического лидерства исходит из убеждения в том, что побуждения и поступки выдающихся личностей, исторических деятелей, властителей (в качестве которых выступали первые лица в широком смысле этого понятия - главы государств, властители античных полисов, полководцы победоносных армий, короли, императоры, предводители восставших масс, пророки и т. П) являются альфой и омегой, необходимой и достаточной причиной всего хода исторического развития. При этом индивидуальные личностно-психологические особенности первых лиц оказывают решающее влияние на реализацию исторических событий, сообщая последним характер индивидуально обусловленных явлений.

Хрестоматийным примером подобного толкования истории являются классические хроники античных историков Плутарха, Светония, Тита Ливия, Геродота. Страницы их трудов заполнены детальным жизнеописанием великих мира сего, помыслы, устремления и действия которых и определяют течение истории.

Важной характеристикой (и одновременно следствием) «героической» интерпретации истории является убеждение его сторонников в том, что приоритетное влияние первых лиц на историю обусловлено неспособностью рядового человека подняться до высот осознания как собственных интересов и целей, так и в еще в большей степени - интересов государства. Эту позицию разделял и Конфуций. Согласно Конфуцию, высшей целью правления является благо подданных, однако сам народ не в состоянии в полной мере осознать свои интересы: «Простолюдинов можно заставить следовать должным путем, но им не надо знать, почему это нужно делать».

«Объективистские» интерпретации лидерства представляют собой радикальную оппозицию «героическим», поскольку рассматривают исторических деятелей в качестве орудия неких объективных сил, различных по природе. К числу «объективистских» трактовок, по нашему мнению, следует отнести концепцию истории Г.-В.-Ф. Гегеля и классический марксизм.

«Компромиссная» интерпретация исторического процесса представляет собой попытку найти «золотую середину» - равнодействующую сил объективного характера и деятельности выдающихся личностей. Наиболее полно этот подход нашел отражение в работах Г. В. Плеханова. Концепция Плеханова сформировалась в активной полемике с волюнтаристскими концепциями русских народников, согласно которым единственно значимым действующим лицом на арене истории является «герой», «критически мыслящая личность», в то время как масса является косной инертной силой. Плеханов подчеркивал недопустимость сведения всей системы факторов к

деятельности «героев» и рассматривал историю как продукт взаимодействия великих личностей и масс.

По мнению автора, в качестве компромиссного варианта между «героической» и «объективистской» интерпретациями лидерства можно рассматривать также позицию М. Вебера, предложившую ставшую впоследствии знаменитой триаду форм законного правления (традиционный, харизматический, рационально-законный).

Таким образом, обзор классических представлений о природе лидерства показывает разнообразие интерпретаций этого феномена. Систематизированное научное исследование феномена лидерства началось в западной политологии во второй половине XX века во многом благодаря использованию эмпирических методов анализа. При этом значительное внимание уделялось изучению социального лидерства в целом.

Во втором параграфе **«Политическое лидерство как предмет политической науки: сущность, функции, типологии»** политическое лидерство рассматривается в качестве одного из важнейших проявлений политической власти. В рамках данного параграфа поднимается вопрос о исследовании лидерства через взаимосвязь политического лидерства и политической системы, в рамках которой действует лидер, о политико-культурной обусловленности ключевых параметров лидерства.

Автором выделены наиболее распространенные и общепризнанные теории лидерства в политической науке: теории личностных черт, ситуативные и ситуативно-личностные теории.

**Теорий черт** (включая разновидности) возникли под влиянием Ф.Гальтона, который объяснял лидерство на основе наследственности. Основной идеей подхода является убеждение в том, что если лидер обладает врожденными качествами, отличающими его как ведущего, то данные качества можно выделить и описать.

**Ситуативная теория** лидерства вводит в отношения субъекта с объектом конкретную ситуацию, детерминирующую появление лидера. В различных ситуациях выделяются отдельные люди, которые превосходят других по крайней мере в каком-то одном качестве. Поскольку именно это качество и оказывается необходимым в данной ситуации, человек, им обладающий, становится лидером.

Как компромиссный подход появились **ситуативно-личностные теории**. В научной литературе было предложено рассматривать лидерство с точки зрения восприятия, взаимодействия и поведения индивидов по отношению к другим членам общества. Акцент сместился от анализа личностных характеристик лидера к рассмотрению особенностей его отношений с обществом. Большинство научных разработок можно отнести к ситуативно-личностным теориям.

Автор подчеркивает, что все выше указанные подходы отражают тот или иной аспект проблемы. Многосложность феномена лидерства учитывается лишь в интегративных теориях лидерства. На сегодняшний момент проблема политического лидерства становится наиболее актуальной и начинает рассматриваться в рамках комплексных теорий в масштабах больших социальных групп. В изучении данного феномена исследователи включают в анализ все большее количество факторов, имеющих влияние на институт политического лидерства.

Кроме того, в данном параграфе автор раскрывает важнейшие социально значимые **функции** политического лидерства, такие как *политическая, организационная, воспитательная, адаптивная, ценностно-ориентационная, гуманистическая*, и основные **признаки** политического лидерства (наличие отношений на уровне «политического руководства-подчинения»; авторитет, доверие, профессионализм в управлении и публичной политике; заметные проявления превосходства над участниками реальных социально-политических взаимодействий; качественное исполнение специализированных функций в системе политико-властных отношений).

Помимо функции и признаков политического лидерства, автор во втором параграфе уделил особое внимание многообразию типологий политических лидеров в классической зарубежной и отечественной политической мысли, среди которых Паретто (львы и лисы), М.Г. Берне (преобразователи и дельцы), М. Вебер (традиционное, харизматическое, рационально-легальное лидерство), М.Херманн («знаменосец» или «великий человек», «служитель», «торговец», «пожарный»), С.Джибб («лидер-патриарх», «лидер-тиран», «идеальный», или харизматический лидер), Р.Такер («консерватор», «реформатор» и «революционер»), Ж.Блондель, Е.Вятр, Б.Д.Парыгин, Г.А.Авцинова, Р. Шварценберг и других.

Проведенный автором 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. Для аудитории большее значение начинает приобретать то, какими личностными качествами обладает тот или иной политик, какие чувства, символы, идеи ассоциируются с ним. 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» со своими правилами и закономерностями.

Во второй главе **«Роль имиджа политического лидера и особенности его построения»** значительное место уделяется анализу концептуальных основ имиджа политического лидера, что дает возможность сформулировать ряд важных обобщений, касающихся предложенной темы исследования. В первом параграфе второй главы **«Теоретические аспекты исследования имиджа политического лидера»** автор исследования

детально отобразил различные интерпретации имиджа политического лидера в отечественной и зарубежной политической мысли, придя к выводу, что основы концептуализации имиджа лидера были заложены еще мыслителями прошлого, которые по-разному представляли себе типологию человеческой личности и политических лидеров. Достаточно обратиться к определению имиджа, данному Н.Макиавелли, согласно которому имидж не связан с личностью, а является всего лишь личиной, благодаря которой человек играет избранную им роль.

При рассмотрении любого вида деятельности мы сталкиваемся с такими понятиями, как «субъект», «объект», «цель», «предмет», «функции» и «особенности». Опираясь на имеющиеся теоретические наработки, автор в данном параграфе попытался дать определения этих понятий применительно к политическому имиджу. Проведенный анализ позволил автору прийти к выводу, что структура имиджа многомерна. В ней выделяют внешние данные, деловые качества, морально-этические характеристики. При этом диссертант отмечает следующие основные группы наиболее значимых, на его взгляд, имиджевых характеристик: персональные (физические данные, внешность), социальные (способность к лидерству, статус), символические (политико-идеологические параметры, программные позиции).

Во втором параграфе **«Процесс становления имиджа политического лидера: создание, внедрение, актуализация»** выявляются наиболее перспективные технологии создания и внедрения имиджа политического лидера. По мнению автора, если рассматривать их во всей полноте, представляет собой сложный и длительный процесс, требующий немалых усилий. На имидж политика, надо сказать, влияют очень многие факторы: и его репутация, и внешний вид, и политическая программа, и его соответствие ожиданиям людей. Репутация политика отражена в слухах и историях про него, передаваемых устно и через СМИ. В них подчеркиваются его различные человеческие и деловые качества, способность быть лидером и его

моральные установки. Такие качества, как честность и порядочность, надежность и справедливость особенно важны для репутации политика. Отсутствие этих черт пагубно влияет на его имидж.

На основе проведенного исследования автор приходит к выводу, что вся технология формирования имиджа складывается, во-первых, из политического перформанса, который считается основной технологией стратегического имиджмейкинга. Перформанс – это, говоря простым языком, специальная театрализованная деятельность по производству реальных или виртуальных поступков, которые создают нужное впечатление и тем самым ложатся в основу имиджа. На Западе широкое распространение получила теория перформанса, объединившая различные типы коллективного коммуникативного поведения. Профессор Ньюйоркского университета Ричард Шехнер определяет перформанс как «деятельность, производимую индивидуумом или группой в присутствии и для другого индивидуума или группы» (Schechner R. Performance theory. - New York etc., 1988) . Под это достаточно общее определение подпадает как театр, так и церемония свадьбы и многое другое. Совокупность перформансов и воспоминаний о них создает имиджевую легенду – информационную основу имиджмейкинга, рекламной кампании и всей PR-работы. Технологически это красиво изложенная жизнь и деятельность политика, рисующая тот имидж, который он намерен предъявить избирателям. Имиджевая легенда включает в себя два основных аспекта: биографию и изложение предвыборной политической платформы. Главное в имиджевой биографии, простое происхождение, устремленность к людям, нацеленность на достижения и высокий профессиональный статус, признание в основной сфере жизнедеятельности. Основа политической платформы – объяснение того, зачем человек идет в политику, что он конкретно хочет сделать и что от этого получают люди. Это особое «послание», главное в котором не содержание, а эмоциональный мобилизующий призыв. В программе любого политика должен присутствовать некий стержень, который можно кратко сформулировать в

виде слогана или просто внятной фразы. Тогда он может превратиться в своеобразный девиз, сопровождающий политика по всей его политической жизни.

Необходимо отметить, что имидж политического лидера, как правило, создается и, по части, внедряется в массовое сознание задолго до выборов. Во время избирательной кампании он лишь актуализируется, то есть вызывается из глубин памяти, становится неотъемлемым атрибутом сегодняшней жизни людей. Выборы в современных условиях, по сути, являются основой политических процессов: их результат как бы программирует развитие общества в период до следующих выборов. Поэтому автор пришел к выводу, что было бы наиболее рационально рассматривать приемы внедрения и актуализации имиджевых характеристик преимущественно в период выборов, когда указанные процессы проявляются наиболее ярко. В связи с этим автор выделил два принципиально разных режима актуализации имиджа. Первый – активный, провоцирующий аудиторию на ответные действия по отношению к кандидату, второй – подразумевающий пассивное восприятие избирателями идей кандидата. Первый мы условно называем диалоговым режимом, второй – монологическим. Каждый из них имеет свои достоинства и недостатки. Главное достоинство диалогового режима – возможность для кандидата постоянно «держать руку на пульсе» своего электората, чутко откликаться на малейшие изменения его настроения. Режим достигается постоянным упоминанием своих контактных телефонов, обращением к избирателям с просьбой прийти на встречи с кандидатом, информацией о развлекательных и иных массовых мероприятиях, которые организует кандидат или в которых он участвует.

Исследование показывает, что человек, применяющий монологический режим, должен обладать авторитетом мудреца, словам которого можно верить, не подвергая их ни малейшему сомнению или, тем более, критическому анализу.



Устанавливается, что в процессе имиджконструирования могут использоваться технологии, основанные на манипуляциях массовым сознанием, либо посредством прямого воздействия на подсознание граждан, либо через предоставление им искаженной, обработанной под определенные цели информации, в результате чего возможно наделение лидера теми качествами, которыми в действительности он не обладает, но гражданами такой имидж будет восприниматься как истинный.

Третья глава исследования **«Функциональные характеристики лидерства в современных условиях трансформации политической системы России»** посвящена практическому изучению процесса формирования имиджа, выясняются основные шаги по созданию имиджей политических лидеров России, устанавливается влияние различных факторов на этот процесс, его технологические особенности, определяются конкретные черты, закладываемые в имиджи президентов, а также выявляются сходства и отличия имиджконструирования.

В первом и втором параграфах **«Особенности формирования имиджа первого российского президента Б.Н. Ельцина»** и **«Объективные и субъективные факторы формирования политического имиджа В.В. Путина»** раскрываются приемы и методы имиджконструирования, задействованные для создания имиджей Б.Н. Ельцину и В.В.Путину, с учетом социально-исторической ситуации, культурной среды, а также личных качеств политических лидеров.

Ранний имидж Б.Н. Ельцина рассматривается в свете конкретно-исторических условий, явившихся важным фактором его создания. Определяется, что его имидж стал ответом на те процессы, которые переживало советское общество и советская политическая система. Б.Н. Ельцину удалось продемонстрировать затребованные на тот момент в обществе лидерские качества, отразив настроения и ожидания российских граждан.

Автор описывает многочисленные перформансы, основанные на идейной составляющей - «борьба с советской системой», явившиеся центральной технологией формирования раннего имиджа Б.Н. Ельцина - «бунтаря-реформатора» неизвестные населению ранее выходы политического лидера в народ, «Ельцин на танке», критика КПСС и ее руководства, обличение пороков советской системы. Анализируется роль Б.Н. Ельцина в процессе создания своего имиджа, его личностных качеств, которые стали важным условием выдвижения лидера.

Исследуется вторая президентская кампания Б.Н. Ельцина, в которой ему был создан новый имидж «возрожденного президента», посредством демонстрации его активности, силы. Отмечается, что успешной тактикой ею создания оказалось позиционирование Б.Н. Ельцина на фоне его основного соперника, что актуализировало идейную составляющую имиджа, придало ему эмоциональности.

Изучаются многочисленные манипулятивные технологии, широко задействованные в периоды предвыборных кампаний Б.Н. Ельцина, мифологизация, стереотипизация, типажирование, предвыборные обещания, управление новостями, создание информационных поводов, опора на социологические исследования, «игра в простонародность», реклама. Устанавливается, что в результате применения манипулятивных технологий имидж получился ярким привлекательным и вместе с этим далеким от реальности, что явилось одной из основных причин его разрушения в кризисной ситуации. Анализируется трансформация имиджей Б.Н. Ельцина после предвыборных кампаний.

Во втором параграфе **«Объективные и субъективные факторы формирования политического имиджа В.В. Путина»** анализируются основные условия и шаги по созданию имиджа В.В. Путина. Отмечается, что особую роль в этом процессе сыграли властные, финансовые, информационные ресурсы, что предоставило В.В. Путину широкие

возможности для завоевания симпатий избирателей, дало неоспоримые преимущества по отношению к другим претендентам на президентский пост.

Изучаются технологии создания его раннего имиджа, в качестве которых были широко задействованы информационные поводы, позволившие показать В.В. Путина человеком не слова, а дела, в контрасте со многими предыдущими лидерами популистского типа, а также со своими соперниками. Устанавливается, что особую роль в создании имиджа В.В. Путина сыграл, основанный на ореоле таинственности, прием стереотипизации, позволивший приписывать ему ожидаемые в обществе качества политического лидера. Важным шагом в имиджконструировании, резко повысившим рейтинг В.В. Путина, послужили его конкретные дела, как исполняющего обязанности президента. Среди них важную роль сыграли выплаты задерживаемых зарплат бюджетным работникам, ответные действия президента на ситуацию внешней угрозы России, позволившие создать ему имидж «героя-спасителя», который отразил ожидания граждан от политического лидера в решительных действиях, защите населения.

Исследуются факторы формирования привлекательного имиджа В.В. Путина в периоды президентства. После тяжелых для большинства россиян девяностых годов, положительные сдвиги в различных сферах жизни общества обнадеживают граждан, дают уверенность, что автоматически благоприятно отражается на имидже президента. Выявляется, что среди имиджевых технологий были задействованы политические перформансы, управление новостями, опора на социологические исследования, типажирование, стереотипизация.

В заключении автором обобщаются теоретические результаты исследования, формулируются основные выводы, даются рекомендации по повышению эффективности формирования образа политического лидера применительно к российской действительности.

Основные положения диссертации нашли отражение в следующих публикациях автора:

*I. Статьи в периодических изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ:*

1. Шерстнева Ю.А. (Селиверстова) Гендерные и образовательные факторы развития гражданского общества в современной России / С.А. Колобова, Е.В. Шичкова, Ю.А. Шерстнева // Общенациональный научно-политический журнал «Власть» - Н. Новгород, 2010. - №6.- С. 32-36. – 0,5 п.л.

*II. Монографии:*

1. Шерстнева Ю.А. (Селиверстова) Технологии формирования имиджа политического лидера в РФ / Ю.А. Шерстнева. Монография - Сергач, 2010. – 176 с. – авторский вклад - 1,5 п.л.

*III. Статьи в других научных изданиях:*

1. Шерстнева Ю.А. (Селиверстова) Формирование образа политического лидера / Ю.А. Шерстнева // XII сессия молодых ученых. 21 – 25.10.2007. Информационное издание – Н. Новгород:, 2007. – 0,3 п.л.

2. Шерстнева Ю.А. (Селиверстова) Факторы политического лидерства в молодежной политике: взаимодействие с институтом кураторства / Ю.А. Шерстнева // Инновационная деятельность преподавателя: школа кураторства. Материалы всероссийской летней школы-конференции. – Казань, 2008. - 0,3 п.л.

3. Шерстнева Ю.А. (Селиверстова) Роль образования в процессе формирования идеального политического лидера / Ю.А. Шерстнева // материалы международного семинара « Новое качество образования в условиях глобализации: международный опыт и национальные варианты. – Прага, 2009. – 0,3 п.л.