

Наумов Александр Борисович

**СТРУКТУРА УСТАНОВОК
ВОСПРИЯТИЯ И ОЦЕНКИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ**

Специальность 19.00.05 – социальная психология

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата психологических наук

Ярославль - 2008

Работа выполнена на кафедре гуманитарных и социально-экономических дисциплин Военной академии воздушно-космической обороны им. Маршала Советского Союза Г.К. Жукова

Научный руководитель - доктор психологических наук, профессор
Сиротюк Алла Леонидовна

Официальные оппоненты: доктор социологических наук, профессор
Киселев Игорь Юрьевич,
Ярославский государственный университет им. П.Г.
Демидова
кандидат психологических наук, доцент
Никифорова Наталья Александровна,
Ивановский государственный университет

Ведущая организация - Башкирский государственный педагогический
Университет

Защита состоится «__» _____ 2008 г. в __ часов на заседании диссертационного совета Д 212.002.02 в Ярославском государственном университете им. П.Г. Демидова по адресу: 150057, г. Ярославль, проезд Матросова, д.9, ауд. _____

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова.

Автореферат разослан «__» _____ 2008 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Клюева Н.В.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность проблемы исследования. Особый интерес в современной социальной психологии вызывают проблемы, связанные с включенностью человека в различные социальные процессы, происходящие в российском обществе. К числу таких проблем можно отнести раскрытие механизмов, позволяющих объяснить поведение личности по отношению к объектам и субъектам политики.

Проведенный анализ работ в контексте проблематики диссертационного исследования показал, что, несмотря на возросший интерес к электоральному поведению, личности политических лидеров и их имиджу, путям повышения эффективности рекламных политических кампаний, исследованию установок граждан по отношению к политическим лидерам с учетом разноуровневого строения психики уделяется недостаточно внимания.

Весьма часто термин «установка» применительно к оценке политических лидеров употребляется в литературе, посвященной «секретам» журналистики. Этим самым подчеркивается особая роль средств массовой информации в формировании общественного мнения. При этом, как правило, авторы ограничиваются тем, что такое явление как установка существует, и она может быть сформирована в результате информационных воздействий (Клозе Ф., 1997; Нечаева Н.А., 1998; Павлова Е.Д., 2004).

В исследованиях, посвященных имиджу лидера, понятие «установка» рассматривается как готовность оценивать определенным образом формируемое в результате массовых коммуникаций представление о политике (Егорова-Гантман Е.В., 1994; Почепцов Г.Г., 1998; Шепель В.М., 2002). Однако суть оперирования данным понятием заключается лишь в формировании симпатии либо антипатии у индивидов по отношению к образу лидера. Структура и содержание данных установок описаны преимущественно на уровне теоретических моделей (Боярских А.В., 2005; Кочанов Ю.Д., Задорин И.В., 1990; Кошмаров А.Ю., 2003).

В большинстве исследований по данной проблематике не учитывается и то, что восприятие информации о политическом лидере в коммуникативном процессе и выбор политического лидера из возможных альтернатив на основе оценок воспринятых образов, являются **принципиально разными ситуациями**. В этой связи, мы считаем, что и соответствующие этим ситуациям установки, несмотря на то, что они имеют отношение к одному и тому же объекту, различны. Такие основания появляются, если принимать во внимание взаимодействие в коммуникативном процессе политиков с массами информационного содержания коммуникации с ее характеристиками, **неожиданность имиджа субъекта политики**, как специально или непреднамеренно создаваемых представлений, реально отраженному в сознании людей **образу**, а также иерархический подход к анализу установок, предложенный отечественными психологами (Асмолов А.Г., 1977, 1979; Ядов В.А., 1979). Такой методологический ракурс диссертационного исследования вносит определенный вклад в изучение социально-психологических проблем взаимодействия личности и социальных групп с субъектами и объектами политики, а также способ-

ствуется снятию противоречий между результатами опросов граждан и их реальным поведением в отношении политиков.

Существует ограниченный круг работ, посвященных изучению влияния установок на выборные предпочтения российских граждан (Дилигенский Г.Г., 1996; Комаровский В.С., 1990; Митина О.Ф., Петренко О.В., 1997; Павлов В.Н., 2000). Однако в этих работах установки описаны в терминах отношения граждан к различным аспектам политического, экономического и социального устройства общества, что, на наш взгляд, характеризует политическую ориентацию и общее отношение граждан к власти, а не установки, направленные на политических лидеров.

Определение иерархии установок граждан по отношению к политическим лидерам осуществлено в работе Е.Ю. Мелешкиной (2000). Однако, несмотря на выявленные типы соответствующих установок (*жизненные позиции, социально-статусные, идеологические и ситуативные установки*), за рамками исследования остались конкретные критерии, которые принимаются во внимание при оценке политических лидеров. Иначе говоря, сам объект, на который направлены установки не получил должного освещения в данной работе. В условиях персонификации российской власти, на наш взгляд, вес приобретают установки, имеющие отношение к уникальности самого политика.

В отдельную группу можно выделить исследования, основанные на ролевом подходе к оценке политиков (Арнсон Э., 1999; Шварценберг Р.Ж., 1992; Шашлов М.Н., 2001). Данные исследования акцентируют внимание лишь на совокупности наиболее ярких черт политиков, определяющих их неповторимость в сознании граждан. Процессуальный аспект формирования определенного мнения о политических лидерах оставлен за рамками данных работ.

Кроме того, большинство исследований проведенных в русле данной проблематики не учитывают специфические особенности массовых коммуникаций (Райли Дж., Райли М., 1965; Харрис Р., 2002; Шерковин Ю.А., 1973). Тем самым, в расчет не принимается характер активности личности по отбору соответствующей информации и реакций на неё, уровневая организация человеческой психики и специфика соответствующих установок, а также их динамика.

Учет вышеперечисленных проблем в исследовании установок избирателей по отношению к политическим лидерам поможет решению важнейшей проблемы социальной психологии о согласованности поведения установкам личности.

Таким образом, недостаточная разработанность данной проблемы обусловила выбор темы диссертационной работы, определила ее объект, предмет, цель, основные задачи и гипотезы.

Объект исследования: электорат в процессе познания политических лидеров.

Предмет исследования: установки восприятия и оценки политических лидеров.

Цель исследования: на основе теоретико-экспериментального исследования определить структуру установок восприятия и оценки политических лидеров.

Гипотеза исследования: по отношению к политическим лидерам социальные установки могут быть классифицированы на операциональные, регулирующие процесс

восприятия информации о политических лидерах в массовых коммуникациях, и ценностно-смысловые, определяющие иерархию оценок политических лидеров электоратом. Специфичность данных установок проявляется в их структурно-содержательных характеристиках.

Частные гипотезы:

- в группах, отличающихся по социальным и социально-психологическим признакам, установки по отношению к политическим лидерам выражены по-разному;

- иерархия оценок политических лидеров существенно зависит от соответствия выраженности у них психологических качеств внутренней системе оценочных критериев граждан относительно личности политика.

Задачи исследования:

1. Провести анализ основных подходов к изучению социальных установок в научной литературе, выявить факторы и механизмы их формирования, а также их роль в познании политических лидеров.
2. Эмпирически исследовать социальные установки по отношению к политическим лидерам, выявить их структурные и содержательные особенности.
3. Провести сравнительный анализ установок по отношению к политическим лидерам в различных группах.
4. Исследовать роль психологических качеств политических лидеров в выборных предпочтениях граждан.

Методологическую основу исследования составили работы отечественных и зарубежных исследователей о роли установок в социальном познании и поведении человека (Андреева Т.М., Асмолов А.Г., Кац Д., Надирашвили А.Ш., Прангишвили А.С., Узнадзе Д.Н., Шихирев П.Н., Ядов В.А., Оллпорт Г.); исследования, посвященные изучению соотношения сознательных и бессознательных процессов в когнитивных актах (Рубинштейн С.Л., Стенберг Р., Терстоун Л., Холодная М.А., Халперн Д.); труды о специфике и закономерностях социальных коммуникаций (Андреева Т.М., Абульханова-Славская К.А., Бодалев А.А., Харрис Р., Шерковин Ю.А.), а также исследования, раскрывающие феномены политического лидерства (Гозман Л., Митина О.Ф., Егорова-Гантман Е.В., Шестопап Е.Б., Юрьев А.И.) и имиджа политика (Егорова-Гантман Е.В., Почепцов Г.Г., Шепель В.М., Шестопап Е.Б., Юрьев А.И.).

Методы и методики исследования. В диссертации применялись ретроспективный анализ работ отечественных и зарубежных авторов по проблеме исследования, наблюдение, тестирование, использовались методы опроса и анкетирования, контент-анализа высказываний респондентов, экспертной оценки, статистического анализа эмпирических данных, содержательный анализ выявленных фактов, методики Е.Б. Фанталовой «Уровень соотношения ценности и доступности в различных жизненных сферах», «Диагностика степени удовлетворенности основных потребностей», семантический дифференциал Ч. Осгуда, «Полярные профили» Н.Р. Битяновой, авторский опросник диагностики установок восприятия и оценки политических лидеров.

Эмпирическая база и этапы исследования. Работа над темой диссертационного исследования охватывает пятилетний период.

На первом этапе (2002-2003 г.г.) была изучена научная литература по диссертационной проблематике, проведен анализ и систематизация основных подходов к изучению социальных установок, политического лидерства и факторов, влияющих на его оценку, рассмотрены особенности массовых и публичных коммуникаций, разработана теоретико-методологическая база исследования.

На втором этапе (2003-2005 г.г.) разработаны и апробированы формы и методы эмпирического исследования, собраны основные количественные результаты диссертационной работы. Результатом этого этапа стала конкретизация задач и гипотез исследования, определение структуры и содержания установок восприятия и оценки политического лидера.

На третьем этапе (2005-2006 г.г.) проведен сравнительный анализ установок восприятия и оценки в различных группах, разработаны и апробированы регрессионные модели рейтингов политических лидеров в зависимости от их личностных качеств.

На четвертом этапе (2006-2007 г.г.) было проведено обобщение и интерпретация эмпирического материала диссертации, сформулированы теоретические выводы, определены перспективы дальнейшего исследования, оформлена диссертационная работа.

Общая численность респондентов, принявших участие в исследовании, составила 437 человек в возрасте от 18 до 62 лет, из них женщин - 59%, мужчин – 41%, работающих – 61%, учащихся – 21%, неработающих – 18%. Исследование проводилось в г.Тверь и г.Надым в периоды проведения избирательных кампаний в местные органы власти.

Положения, выносимые на защиту.

1. Установки по отношению к политическим лидерам представляют собой организованную предрасположенность субъекта к определенному восприятию имиджа политика, оцениванию их образа, а также к последующим действиям в отношении них. Установки восприятия относятся к операциональным установкам и характеризуют специфику отбора информации о политическом лидере в массовых коммуникациях. Ценностно-смысловой уровень установок представлен установками оценки, включающими систему взаимосвязанных оценочных критериев по отношению к образу политического лидера.

2. Установки восприятия политического лидера имеют трехкомпонентную структуру, характеризующуюся следующими значениями полярных континуумов: активность - пассивность, дифференцированность – обобщенность, позитивность – негативность восприятия информации о политике.

Установки оценки политических лидеров представлены моделью, образованной двумя ортогональными факторами: «прогнозирование» (характеризует субъективную реалистичность прогнозов относительно того, что политик способен добиться решения поставленных задач) и «идентификация» (характеризует субъективную близость жизненных позиций политика и граждан). Выделенные факторы включают в себя оценочные критерии различных уровней: социальный (оценка социальных параметров политика) и психологический (оценка психологических качеств политика).

В зависимости от соответствия образа политического лидера параметрам данной модели возможны четыре основных оценочных варианта: «лидер», «сильный враг», «слабый друг», «аутсайдер».

3. В группах, характеризующихся различным отношением к власти, установки восприятия политических лидеров выражены по-разному. Отношение к власти формируется в результате ее оценки как источника удовлетворенности жизненных потребностей. Наиболее активно, дифференцированно и позитивно воспринимают информацию о политиках группа с высоким уровнем удовлетворенности жизненных потребностей и связывающих это с действием власти. Группа с низким уровнем удовлетворенности жизненных потребностей и связывающая это с функционированием власти характеризуется высокой активностью восприятия, но низкими уровнями дифференцированности и позитивности восприятия информации о политиках. Отношение к власти также обуславливает и различия в предпочитаемых формах политической активности.

4. Наиболее значимыми психологическими качествами в оценке политиков являются справедливость, честность и порядочность. Мужчины в дополнение к этим качествам предпочитают в политическом лидере сильный характер, решительность, уверенность в собственных силах и самостоятельность, а женщины – активность, ум, сдержанность и практичность политика.

Надежность и достоверность полученных результатов и выводов обеспечивается теоретико-методологической проработанностью проблемы; четкостью методологических позиций; применением комплекса методов и методик исследования, адекватных предмету, целям, задачам и логике диссертационной работы; сопоставлением получен-

ных данных и разнообразием применяемых исследовательских процедур и методик, их взаимным дополнением; сочетанием качественного и количественного анализа с применением математических методов обработки данных, репрезентативной выборкой испытуемых.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

- впервые социальные установки по отношению к политическому лидеру классифицированы на операциональные (установки восприятия) и ценностно-смысловые (установки оценки), определены их структурные и содержательные характеристики, а также их особенности в регуляции процесса познания политиков избирателями;

- на основе факторного анализа разработана модель установок оценки политического лидера, включающая возможные варианты оценки образа политика, их механизмы и детерминанты;

- установлено, что отношение людей к власти как социальному институту влияет на восприятие информации о политическом лидере в массовых коммуникациях, а также на их готовность к проявлению определенных форм политической активности;

- разработаны и апробированы регрессионные модели, описывающие зависимость рейтинговой оценки политика от выраженности в структуре его образа различных психологических параметров;

- выявлены различия между мужчинами и женщинами в готовности к позитивной оценке политика в зависимости от его психологических качеств. В частности, мужчины позитивнее реагируют на волевые качества политика, а женщины - на его рациональность и практичность.

Теоретическая значимость исследования определяется тем, что:

- разработанная типология социальных установок по отношению к политическим лидерам и их психологическая характеристика расширяют представления социальной психологии о регуляции процесса познания субъектов политики избирателями;

- соотнесение категорий «имидж» и «образ» политического лидера и соответствующих этим категориям ситуаций с различными типами выявленных социальных установок по отношению к политикам позволяет объяснять противоречивость результатов опросов граждан с реальными результатами их голосования;

- выявлены основные психологические механизмы (антципация и идентификация), задающие определенность и иерархию оценок политических лидеров избирателями и проявляющие себя в соответствующих установках по отношению к образу политика;

- разработанная модель установок оценки политических лидеров позволяет выйти за рамки традиционных представлений о монополярном отношении граждан к субъектам политики, а также характеризует соотношение и взаимосвязь деятельных, социальных и психологических параметров в образе политического лидера и их влияние на его оценку электоратом;

- установлены основные психологические факторы, определяющие тип отношения граждан к власти как социальному институту, влияющие на характер восприятия инфор-

мации о политических лидерах в массовых коммуникациях, а также обуславливающие готовность к проявлению различных форм политического поведения.

Практическая значимость работы заключается в том, что результаты диссертационной работы являются адекватной основой для построения моделей рейтинговых оценок политических лидеров по выявленным критериям. Это позволяет обоснованно выстраивать коммуникативный процесс между политическими лидерами и аудиторией, определять его цели и содержание. Результаты исследования могут быть использованы в работе различных организаций и служб, выполняющих аналитические и мониторинговые функции по отношению к массовому сознанию граждан, а также в образовательном процессе социальных психологов, социологов и политологов.

Апробация и внедрение результатов исследования. Теоретические и экспериментальные результаты исследования обсуждались на III Всероссийском съезде РПО «Психология и культура» (Санкт-Петербург, 2003); на научной конференции Института психологии РАН (Москва, 2006); научно-практической конференции «Психология управления в современной России» (Надым, 2006); научно-практической конференции «Социально-психологические аспекты научной деятельности молодых ученых» (Надым, 2007); XXXI научно-практической конференции ВА ВКО «Гуманитарные проблемы современного общества» (Тверь, 2007).

Материалы диссертации обсуждались на заседаниях кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин ВА ВКО (г. Тверь, 2002-2007); на заседаниях кафедры общей и социальной психологии Тюменского государственного университета (2006-2007). Результаты диссертационного исследования апробированы в избирательной комиссии г. Надыма и Надымского района Тюменской области.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, выводов, списка литературы (235 источников, в том числе 31 на иностранном языке), 16 приложений. Объем диссертации составляет 174 страницы, в т.ч. 11 таблиц, 2 рисунка и 1 график. Материалы исследования изложены автором в 8 публикациях общим объемом 7,7 п.л.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность изучаемой проблемы; определяются объект и предмет исследования; формулируются цель, гипотеза и задачи; представлена теоретико-методологическая база исследования; конкретизируются методы исследования; определяется научная новизна и теоретическая значимость полученных результатов; указываются формы и характер апробации; излагаются основные положения, выносимые на защиту.

В первой главе «Роль социальных установок в восприятии и оценке политических лидеров», состоящей из трех параграфов, проанализированы основные подходы к рассмотрению социальных установок в психологической литературе, рассмотрены их функции, структура, свойства, факторы формирования, а также проанализированы работы, посвященные процессам восприятия и оценки политических лидеров.

В параграфе 1.1. «Социальная установка: понятие, функции, структура» представлен анализ работ отечественных (Асмолов А.Г., Надирашвили Ш.А., Прангишвили А.С., Узнадзе Д.Н., Шихирев П.Н., В.А Ядов и др.) и зарубежных (Левин К., Майерс Д., Олпорт Г. и др.) авторов, посвященных исследованию установок.

Проведенный теоретический анализ показал, что в современной социальной психологии социальные установки изучаются в качестве важнейших регуляторов социального поведения личности. Важнейшими характеристиками социальной установки, определяющими ее сущность, являются направленность на социальные объекты, определенность активности в отношении данных объектов, взаимосвязь с опытом личности, ее потребностями и ситуациями, в которых возможно удовлетворение потребностей, сложное соотношение сознательных и бессознательных компонентов в ее структуре, многообразие форм проявления в силу иерархичности человеческой психики, интегральный характер данного феномена, обуславливающий тесную взаимосвязь с другими психическими явлениями. Ключевой характеристикой социальной установки является организованная предрасположенность к проявлению активности в отношении социальных объектов.

По отношению к политическим лидерам установка рассматривается, преимущественно, как эмоция определенной модальности, возникающая в связи с восприятием политика. Нам представляется, что роль социальных установок во взаимоотношениях с политическими объектами должна быть шире, так как взаимодействие личности с субъектами политики предполагает развернутую палитру реакций, как сознательных, так и бессознательных, имеющих отношение к различным структурным образованиям психики. Иначе говоря, установки по отношению к политическим лидерам проявляются не только в модальности эмоции, но и в характере восприятия информации о политике, наличии соответствующего интереса, особенностях построения образа политика в сознании и соотнесения его с идеальными представлениями, а также в действиях в отношении политика.

В параграфе 1.2. «Формирование социальных установок: механизмы, факторы, методы воздействия в массовых коммуникациях» на основе теоретического анализа работ Ф.В. Басина, Е.Л. Доценко, Д.В. Ольшанского, К.Х. Каландрова, Д. Клаппера, Ф. Клозе, В.С. Магуна, Д.Н. Узнадзе, В.А. Ядова и др. выделены основные механизмы и факторы, влияющие на формирование социальных установок: индивидуальный и групповой опыт, потребности, личностные и идеологические ценности микро- и макросреды, средства массовой коммуникации и массовой информации, религия, национальные чувства, конформизм, идентификация, интериоризация и т.д. Особое внимание обращается на роль массовых коммуникаций во взаимодействии политиков с людьми. Отмечается, что в процессе взаимодействия политического лидера с гражданами установки коммуникативного плана взаимодействуют с установками по отношению к содержанию коммуникации (информация о политиках). Это взаимодействие приводит к модификации, как установок первого, так и второго плана, что, в целом, изменяет сам процесс восприятия политических лидеров. Также рассмотрен процесс формирования установок ценностно-смыслового уровня через процессы социализации, коммуникации и социальной ориента-

ции и их роль в регуляции поведения личности в обществе, в т.ч. по отношению к политикам.

Параграф 1.3. «Влияние социальных установок на восприятие и оценку политических лидеров» посвящен анализу восприятия и оценки избирателями политических лидеров. Ведущей идеей при этом является идея о несоответствии имиджа и образа во взаимоотношениях между субъектами политики.

Позиционирование себя политическим лидером в коммуникациях осуществляется посредством имиджа, который отражается в сознании людей в виде определенного образа. Соответственно, мы под **имиджем политического лидера** понимаем специально или непреднамеренно создаваемое представление о его носителе, которое воспроизводится самим лидером или в средствах массовой информации, а под **образом политического лидера** – отражение имиджа лидера в сознании. Имидж и образ нетождественны друг другу, поэтому установки восприятия политического лидера мы соотносим с категорией имиджа, а установки оценки с категорией образа.

Установки восприятия, определяющие специфику отбора информации в коммуникативном процессе и, тем самым, задающие определенность процессу восприятия имиджа политика массами, в результативном смысле приводят к тому, что в сознании личности складывается образ политика, который может соответствовать или не соответствовать воспроизводимому политиком имиджу. Однако установки восприятия политического лидера, на наш взгляд, не только исполняют роль «фильтра» по отношению к информации о политике, но и в целом задают характер познания субъектов политики массами. Установки оценки политических лидеров в отличие от установок восприятия определяют специфику оценки воспринятых образов политиков и построение иерархии предпочтений политиков в сознании личности. Важным является и то, что установки восприятия и оценки, актуализируются различными потребностями: если первые возникают преимущественно вследствие ориентировочной потребности, то вторые - вследствие потребности сделать выбор, ориентируясь на доминирующие ценности. В этой связи, а также, опираясь на методологию исследований социальной установки в концепции В.А. Ядова и А.Г. Асмолова, появляется основание классифицировать социальные установки по отношению к политическим лидерам на два класса: операциональные, задающие определенность процессу восприятия информации о политиках в массовых и публичных коммуникациях, и ценностно-смысловые, характеризующие специфику оценки образа политика в соответствии с внутренней системой критериев.

Таким образом, в первой главе раскрыты общие представления отечественной и зарубежной социальной психологии о роли социальных установок в восприятии и оценке политических лидеров.

Вторая глава «Эмпирическое исследование установок восприятия и оценки политических лидеров», включающая три параграфа, посвящена эмпирической проверке выдвинутых гипотез.

В параграфе 2.1. «Структура и социально-психологическая характеристика установок восприятия политических лидеров в коммуникациях» исследуются уста-

новки восприятия политических лидеров. При этом мы исходили из того, что процесс восприятия политических лидеров, как правило, осуществляется в ходе массовых и публичных коммуникаций, обладающих соответствующей спецификой (Шерковин Ю.А., Райли Дж., Райли М., Waples D., Berelson B., Bradshaw F., Merton R.K.). Установки восприятия характеризуют специфику отбора информации о политиках в массовых коммуникациях и соотносятся с имиджем политика, а установки оценки включают в себя систему критериев, в соответствии с которой образу политика выносится оценка, определяющая его место в иерархии предпочтений по сравнению с другими кандидатами.

В случаях, если образ политика уже оценен и эта оценка устойчива, установки восприятия имиджа политика, вероятно, изменяются в соответствии с этой оценкой. Если же политик только выходит «на политическую арену», тогда установки восприятия политического лидера могут формироваться на основе предыдущего опыта в отношении политиков и их социальных ролей, в зависимости от политических ориентаций граждан, либо от общего отношения граждан к власти, как социальному институту и т.д.

Различное отношение к власти порождает различные формы политической активности, в т.ч. числе психологическую готовность оценивать действия власти и ее представителей определенным образом. С целью проверки данного предположения нами было проведено пилотажное исследование. Задачей пилотажного исследования являлось выявление психологических факторов, определяющих различное отношение граждан к власти и их готовность к реализации соответствующих форм политической активности. В последующем мы предполагали провести сравнительный анализ установок восприятия информации о политиках в группах с различным отношением к власти.

В пилотажном исследовании (114 чел.) применялись методы интервьюирования, анкетирования и тестирования. На этапе интервьюирования были собраны и оценены различные высказывания, характеризующие взгляды респондентов на функции власти и ее роль в регуляции жизни граждан, а также мнения граждан относительно приемлемости и действенности различных форм политической активности. Кроме того, в выборке респондентов изучалась удовлетворенность различных потребностей. Полученные данные были подвергнуты процедуре факторного анализа с последующим варимакс вращением. Наиболее устойчивой и пригодной для содержательной интерпретации являлась модель, образованная двумя полярными факторами и объясняющая 48,3 % дисперсии.

Фактор №1, объясняющий 28,9 % дисперсии, получил название «ответственность – безответственность власти». Смысл данного фактора заключается в том, что респонденты воспринимают власть как важнейший социальный регуляторный механизм, отвечающий за то, что происходит в жизни граждан. При этом, по мнению, опрашиваемых, ответственность власти за происходящее распространяется на большинство сфер их жизни.

Фактор №2, объясняющий 19,4% дисперсии, объединил в себе показатели, характеризующие удовлетворенности различных потребностей и субъективного благополучия. Данный фактор получил название «удовлетворенность – неудовлетворенность жизнью». Наибольшие значения факторных нагрузок отмечены по утверждениям, относящимся к

удовлетворенности материальных потребностей, потребности в безопасности, потребности в свободе и независимости.

Ортогональность выделенных факторов позволила выделить 4 группы респондентов, различающихся отношением к власти, и провести сравнительный анализ степени одобрения, а, следовательно, и субъективно приемлемых форм политической активности.

Проведенный анализ показал, что выделенные группы отличаются между собой по степени одобрения различных форм политической активности. В группе №1 (активно-позитивная) позитивно оценивается участие в выборах, в деятельности законных политических объединений, голосование, различные законные формы обращения к власти. Наименьшее одобрение в данной группе вызвали незаконные и различные силовые формы политической активности. Кроме того, представители данной группы позитивно высказываются относительно участия в выборах в качестве потенциального избранника.

В группе №2 (пассивно-позитивная) наиболее приемлемой формой политического участия считаются протестные действия (отказ от участия в выборах, протестное голосование). Отношение к ортодоксальным и противозаконным формам политического участия в данной группе соответственно умеренное и негативное.

В группе №3 (активно-негативная) более высокие ранги также получили протестные формы политической активности. Отличительной особенностью данной группы является то, что, по сравнению с предыдущими группами, ее представители более позитивно воспринимаются силовые акции, направленные против решения властей. Участие в деятельности политических объединений, как и группе №2, воспринимается данной категорией испытуемых как неэффективная мера взаимодействия с властью.

Испытуемые, отнесенные к группе №4 (пассивно-негативная), одобрительно оценивают отказ от любых форм политического участия, в т.ч. и выборов. Кроме того, в этой группе отмечается относительно позитивное отношение к несанкционированным формам политического участия (участие в несанкционированных политических акциях).

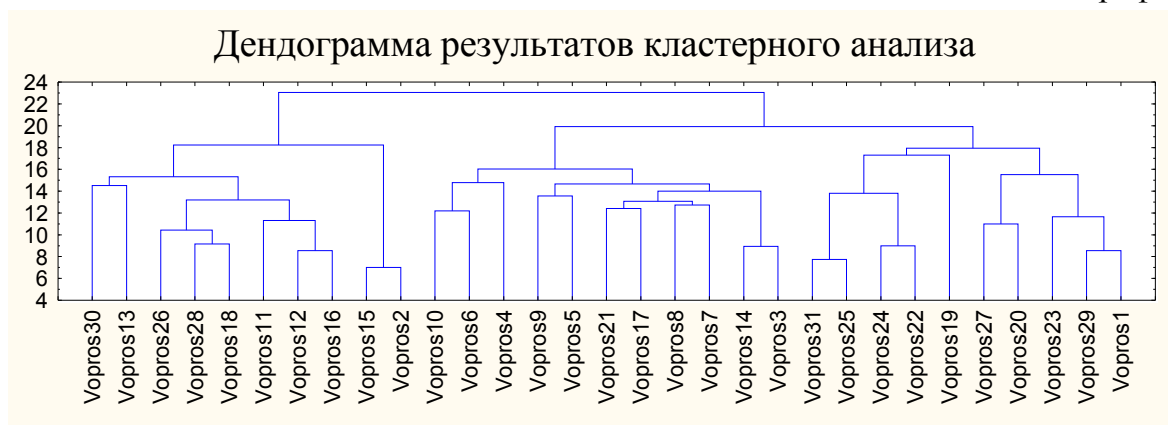


Следующий этап эмпирического исследования был посвящен выявлению установок, характеризующих процесс восприятия политических лидеров. В соответствии с замыслом исследования нами были изучены высказывания респондентов о том, каким об-

разом они получают информацию о политиках и какие реакции для испытуемых наиболее типичны в отношении данной информации. На данном этапе в исследовании приняли участие 164 человека в возрасте от 19 до 62 лет.

Высказывания респондентов подвергались контент-анализу, в ходе которого однотипные высказывания группировались и подвергались семантической обработке для составления перечня утверждений, описывающих процесс восприятия политических лидеров. В ходе данной работы было сформулировано 31 утверждение, характеризующее отношение респондентов к информации о политических лидерах.

График 1



После проведения субъективного шкалирования, собранные эмпирические данные были подвергнуты таксономическому анализу. Кластерный анализ полученных оценок по утверждениям респондентов показал, что в массиве данных выделяются три кластера, пригодных для содержательной интерпретации (график 1).

Исходя из смысла утверждений, вошедших в состав выявленных кластеров, они получили следующие названия:

- кластер №1 – активность-пассивность – характеризует интерес к политике и политикам; показывает в какой степени люди уделяют внимание информации о политике, проявляют активность в поиске соответствующей информации, эмоционально переживают информацию о политиках или проявляют пассивность и равнодушие в отношении данной информации;

- кластер №2 – дифференцированность-обобщенность – характеризует степень, в которой респонденты склонны воспринимать политика как уникальную личность, как лидера, обладающего неповторимыми чертами; способны к изменению собственной точки зрения в отношении политиков, либо, наоборот, стремятся к обобщениям, стереотипизируют политического лидера и достаточно сложно изменяют мнение о нем;

- кластер №3 – позитивность-негативность – характеризует склонность воспринимать политического лидера с положительной стороны, связано с ожиданием позитивных изменений или сохранением стабильности в жизни, веру в то, что поведением политического лидера движут социально-одобряемые мотивы или же воспринимать политиков как людей, преследующих корыстные цели, деятельность которых не изменит жизнь к лучшему.

Сравнительный анализ установок восприятия политических лидеров в группах с различным отношением к власти показал, что группы №1 и №3 более активны в отборе информации о политиках по сравнению с группами №2 и №4 (различия достоверны на уровне $p < 0,01$ по χ^2). Более дифференцированно и открыто воспринимают информацию о политическом лидере представители группы №1 и №2. Респонденты групп №3 и №4 более ригидны по отношению к политикам, считают, что большинство политиков, по сути, одинаковы (различия достоверны на уровне $p < 0,05$ по χ^2). Позитивность восприятия в большей степени характерна для группы №1 и в меньшей степени для группы №3 (различия достоверны на уровне $p < 0,001$).

Таблица 1

**Сравнительный анализ установок восприятия политического лидера
в группах с различным отношением к власти**

	Группа №1	Группа №2	Группа №3	Группа №4
Активность – пассивность	3,2	2,4	2,9	2,1
Дифференцированность - обобщенность	2,4	1,9	1,2	1,4
Позитивность - негативность	2,8	2,2	1,1	1,6

Таким образом, проведенное исследование показало, что установки восприятия политического лидера характеризуются трехкомпонентной структурой. Выраженность структурных компонентов исследуемых установок связана с позицией личности в отношении к власти.

В параграфе 2.2. «Факторная структура и психологические механизмы оценки политических лидеров» исследуются установки оценки политических лидеров. Опираясь на уровневый и функциональный подход к рассмотрению установок (Андреева Г.М., Асмолов А.Г., Надирашвили Ш.А., Прангишвили А.С., Кац Д., Ядов В.А.) нами обосновывается положение о том, что ценностно-смысловые установки включают в себя систему оценочных критериев относительно образа политика в сознании людей. Эти установки регулируют процесс построения избирателями иерархии предпочтений между политиками в выборном процессе.

Технологически план эмпирического исследования по выявлению установок оценки политических лидеров включал три этапа: на основе интервьюирования респондентов и теоретического анализа факторов, влияющих на оценку политического лидера; выделения перечня характеристик, которые принимаются во внимание избирателями в ходе голосования; субъективное шкалирование составленного списка респондентами (211 чел.); математическая обработка полученных данных. Факторный анализ собранных данных позволил получить модель, образованную двумя полярными конструктами и объясняющую 35,7% дисперсии.

Фактор №1 - «идентификация» - объединивший 19,2% дисперсии, включил описательные фрагменты, характеризующие субъективную близость позиций кандидатов с позициями избирателей. Среди факторов, оказавших значительное влияние на позитивный выбор респондентов, были: знание и понимание жизненных проблем избирателей; программа кандидатов, удовлетворяющая интересам избирателя; личное знакомство с канди-

датом; проживание в одном районе с избирателем; работа на одних и тех же предприятиях; наличие общих знакомых и «врагов»; умение излагать свои позиции доступным языком; схожесть взглядов на жизнь и образа жизни, который ведет избранник; национальность и религиозная принадлежность, а также ряд психологических характеристик, в разной степени коррелирующих с перечисленными факторами.

Фактор №2 - «прогнозирование» - объясняющий 16,5% дисперсии, вообрал в себя пункты, оценивающие реалистичность прогнозов относительно того, что политик способен добиться решения поставленных задач и реально защитить интересы своих избирателей. Данные пункты включали в себя: оценку профессиональной успешности кандидата; уровня и направленности образования; интеллектуальных качеств; опыта работы; окружения, оказывающего поддержку кандидату; умения налаживать контакты и убеждать; умения справляться с трудностями и решать возникающие проблемы; ряда личностных и нравственных качеств, таких как твердость характера, сила воли, самостоятельность, решительность, работоспособность, порядочность и др.

Ортогональность выявленных факторов позволила построить двумерное пространство установок, позволяющее классифицировать типы возможных оценок политических лидеров.

В данном пространстве выделено четыре гипотетических варианта оценки политических лидеров:

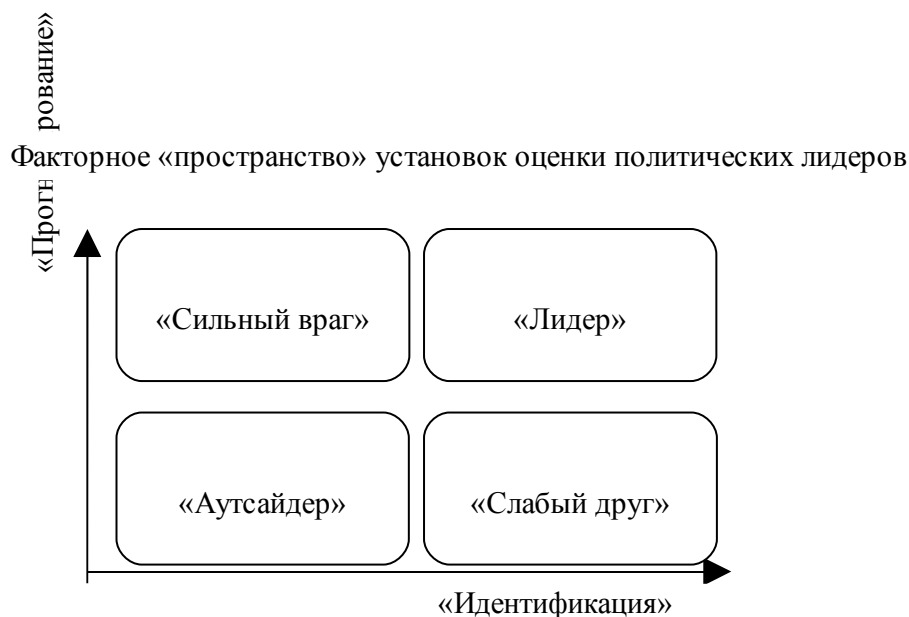
«Лидер» - близкий избирателям по своим взглядам убеждениям и мировоззрению, знающий и понимающий их проблемы, способный добиваться поставленных целей, обладающий для этого необходимым опытом, знаниями и ресурсами, ориентированный на защиту интересов избирателей, целеустремленный и порядочный.

«Слабый друг» - разделяющий взгляды избирателей, близкий им по своему мировоззрению, хорошо осведомленный о заботах людей и сопереживающий им. Позиционирует себя как защитник интересов граждан, но не имеет для этого хорошей поддержки, слабый руководитель, не обладающий достаточным опытом для решения сложных проблем - «врач, решивший собрать космический корабль». Человек со слабым характером, зависимый от мнения других, может не сдержать обещания, случайный в мире политики.

«Сильный враг» - сильный профессионал, образованный, обладающий мощной поддержкой и сильным характером, умеющий эффективно решать проблемы и добиваться поставленных целей, харизматичный, в целом, пользующийся уважением и доверием. Однако его программные заявления, взгляды, декларируемые приоритеты не воспринимаются как направленные непосредственно на заботу об избирателях и защиту их интересов. Иначе говоря, избиратели не понимают, как будущая деятельность кандидата будет способствовать решению их проблем.

«Аутсайдер» - не обладает потенциалом для решения стоящих задач, с низким уровнем компетентности, нравственных качеств, идущего во власть для достижения личных целей или идущих в разрез с интересами избирателей. Кандидат, который не имеет представления о том, что больше всего беспокоит избирателей, отсутствует четкая и ре-

листочная программа планируемых изменений, не выразительный в личностном плане, не умеющий «держать удар», отстаивать свою точку зрения и т.д.



Детальный анализ выявленных факторов показал, что в составе выделенных конструкторов классифицируются два уровня характеристик, имеющих отношение к политике и отличающихся друг от друга различным смысловым содержанием. Первый уровень включил социальные параметры избранных лидеров, а второй уровень вообрал в себя их психологические характеристики (таблица 2).

Таблица 2

Уровневые характеристики оценочных критериев по выявленным факторам

	«Идентификация»	«Прогнозирование»
Социальные критерии	Возраст, регион проживания, место рождения, национальная и религиозная принадлежность, сфера занятости, общность окружения, сходство биографий, принадлежность к одним и тем же организациям и др.	Профессиональная карьера, наличие в окружении «сильной команды», уровень образованности, тип профессии, социальный статус, здоровье, успешный опыт работы в структурах власти, внешние данные и др.
Психологические критерии	Ориентация на решение проблем избирателей; сходство ценностей, идеалов, увлечений, вкусов, интересов; общность взглядов, установок, декларируемых принципов; взаимопонимание в коммуникациях; конгруэнтность отношения и реакций к различным событиям и людям и др.	Интеллектуальные качества, жизненный и профессиональный опыт, организаторские способности, коммуникативные качества, целеустремленность и решительность, сила характера, воля, самостоятельность, работоспособность, порядочность, уверенность и др.

В параграфе 2.3. «Эмпирическое исследование оценки личности политических лидеров» описано исследование роли личностных характеристик политических лидеров в общей оценке их образа.

Проведенный анализ роли различных факторов в оценке политиков показал, что личность политика относится к сущностной категории в социальном взаимодействии лю-

дей и по многочисленным данным имеет приоритет по сравнению с другими характеристиками в структуре его образа (Егорова-Гантман Е.В., Почепцов Г.Г., Шепель В.М.). Например, зарубежные авторы оценивают вклад психологических параметров в рейтинг кандидата в 45%-65% (Верба С., Най Н., Петросик Д.), в то время как отечественные исследователи – в 10-17% (Зотова З.М., Ковлер А.И.). Такая противоречивость данных обусловила необходимость дополнительных исследований в этом направлении.

Проведенные пилотажные исследования по оценке действующих глав г.Надым и г.Тверь показали, что опрашиваемые при описании мэров чаще всего употребляли высказывания, имеющие отношение к личности главы города, его профессионализму и деятельности (таблица 3).

Таблица 3

Результаты контент-анализа характеристик действующих мэров

	Частота упоминаемых характеристик респондентами (в % от общего числа классифицированных категорий)							
	Характеристика личности	Характеристика профессиональных качеств	Характеристика внешности	Общие оценки деятельности	Оценки направлений деятельности	пристрастия	Полиэтические	Принадлежность к организациям и характеристикам окружения
г.Надым (81 чел.)	51	21	4	14	6	1	2	1
г.Тверь (63 чел.)	57	15	7	8	9	-	3	1

Кроме вышеперечисленных характеристик весьма показательна еще и последовательность, с которой люди описывали мэров. Как правило, вначале следует наиболее обобщенная характеристика либо личности, либо деятельности мэра, а лишь затем упоминаются конкретные события и примеры, подкрепляющие эти описания. За редким исключением опрашиваемые респонденты реагировали не от общего к частному, а наоборот. Это свидетельство того, что в сознании людей доминируют целостные представления относительно того, что представляет собой конкретный политик. Причем даже из исследования разведочного характера становится ясным, что личностные характеристики занимают приоритет по сравнению со всеми другими качествами.

Для оценки роли личностных факторов по сравнению с другими характеристиками политических лидеров в иерархии предпочтений граждан было спланировано и проведено эмпирическое исследование, включившее следующие этапы: изучение представлений людей о личностях кандидатов в депутаты на основе методов семантического дифференциала и сопоставление полученных данных с их рейтинговой оценкой по отношению друг к другу; определение «портретной» специфики идеального политического лидера в различных группах; проверка предсказательной силы полученных «портретных» моде-

лей.

На первом этапе в ходе выборов избирателям г.Твери предлагалась анкета для оценивания кандидатов в депутаты по семибальной шкале. Далее респонденты (187 чел.) оценивали кандидатов по перечню биполярных характеристик личности. В результате проведенного анкетирования мы получили данные, характеризующие личность избранных кандидатов и их обобщенные оценки на рейтинговой шкале. В последующем эти данные подвергались регрессионному анализу.

Регрессионный анализ позволяет установить функциональную зависимость между зависимыми и независимыми переменными. В нашем случае в качестве зависимой переменной выступала обобщенная оценка политического лидера, независимыми переменными являлись оценки личности политических лидеров по биполярным шкалам теста. Таким образом, мы рассчитывали получить модель, описывающую иерархию личностных качеств в образе региональных политических лидеров.

Оценка регрессионной модели показала, что полученная регрессия способна объяснить 41,5% дисперсии в общей оценке политических лидеров. Это означает, что психологические качества политика вносят существенный вклад в рейтинг политика. Это подтверждается и достаточно высоким значением множественной корреляции (КМК) равном 0,65 ($F= 12,76$ при $p<0,001$, $df= 8$ и 178).

Результаты регрессионного анализа в соответствии с общепринятыми критериями позволили получить модель зависимости общей оценки политических лидеров от их личностных качеств, описываемую следующим уравнением:

$$R = 2,535 + 0,234 \times X_{10} - 0,23 \times X_{12} + 0,2 \times X_{13} + 0,19 \times X_6 + 0,18 \times X_4 + 0,172 \times X_8 + 0,17 \times X_1 + 0,13 \times X_3,$$

где X_n – оценки личностных качеств по биполярным шкалам семантического дифференциала.

Таблица 4

Оценка коэффициентов регрессионной модели по общей выборке

Модель	Нестандартизированные Коэффициенты		Стандартизированные коэффициенты b	t - Стьюдента	Уровень значимости
	b	Ст. ошибка			
Constant	2,535	0,422		6,005	0,000
X1	0,091	0,035	0,169	2,594	0,010
X3	0,073	0,034	0,134	2,167	0,032
X4	0,110	0,042	0,181	2,631	0,009
X6	0,114	0,041	0,190	2,768	0,006
X8	0,089	0,035	0,172	2,536	0,012
X10	0,129	0,038	0,234	3,353	0,001
X12	-0,193	0,069	-0,231	2,781	0,006
X13	0,115	0,045	0,204	2,577	0,011

Наибольший вклад в позитивную оценку политического лидера вносят следующие качества (таблица 3): справедливость (X10), честность, порядочность (X12), энергичность

(X13), практичность, объективная оценка реальности (X6), сдержанность и рассудительность (X4), высокий интеллект (X8), самостоятельность (X1).

В группе женщин регрессионный анализ показал, что женщины предпочитают в региональном лидере следующую иерархию личностных качеств (таблица 4): энергичность (X13), практичность, объективную оценку реальности (X6), честность, порядочность (X12), сдержанность и рассудительность (X4), справедливость (X10), высокий интеллект (X8). Соответственно количественно зависимость рейтинговой оценки политического лидера определяется выражением:

$$R = 2,821 + 0,33 \times X13 + 0,3 \times X6 - 0,25 \times X12 + 0,22 \times X4 + 0,19 \times X10 + 0,17 \times X8,$$

где X_n – оценки личностных качеств по биполярным шкалам семантического дифференциала.

Таблица 5

Оценка коэффициентов регрессионной модели по женской выборке (114 чел.)

Модель	Нестандартизированные Коэффициенты		Стандартизированные коэффициенты В	t - Стьюдента	Уровень значимости
	b	Ст. ошибка			
Constant	2,821	0,510		5,526	0,000
X4	0,124	0,050	0,217	2,482	0,015
X6	0,167	0,049	0,295	3,396	0,001
X8	0,084	0,044	0,172	2,022	0,048
X10	0,111	0,050	0,194	2,216	0,029
X12	-0,213	0,090	-0,253	2,368	0,020
X13	0,193	0,060	0,334	3,241	0,002

Проверка полученной модели на возможные ошибки показала, что модель описывает 35% дисперсии в общей рейтинговой оценке политических лидеров. Уровень связи общей оценки кандидатов с оценками их личностных характеристик описывается значимой корреляцией равной 0,62 ($F = 11,353$ при $p < 0,001$, $df = 6$ и 107). Несмотря на то, что у женщин вклад оценки личности кандидатов в его рейтинг является меньшим, чем во всей выборке, все же, и данном случае, роль личностных параметров достаточно высока.

Аналогичное исследование на мужской выборке показало, что мужчины ценят в политических лидерах несколько иные качества. Наиболее ценными качествами личности политически активные мужчины считают: справедливость (X10), честность, порядочность (X12), силу характера (X15), самостоятельность (X1), решительность (X14), спокойствие и уверенность в себе (X9) (таблица 5).

Соответственно уравнение регрессии для данной выборки выглядит следующим образом:

$$R = 2,7 + 0,54 \times X10 + 0,49 \times X12 - 0,4 \times X15 + 0,3 \times X1 - 0,3 \times X14 + 0,23 \times X9,$$

где X_n – оценки личностных качеств по биполярным шкалам семантического дифференциала.

Таблица 6

Оценка коэффициентов регрессионной модели по мужской выборке (73 чел.)

Модель	Нестандартизированные коэффициенты		Стандартизированные коэффициенты b	t - Стьюдента	Уровень значимости
	b	Ст. ошибка			
Constant	2,708	0,612		4,427	0,000
X1	0,156	0,051	0,297	3,028	0,003
X9	0,114	0,06	0,23	2,011	0,050
X10	0,286	0,051	0,545	5,636	0,000
X12	0,402	0,198	0,490	2,034	0,046
X14	-0,188	0,092	-0,296	2,036	0,046
X15	-0,222	0,106	-0,404	2,092	0,040

Общая оценка регрессионной модели в мужской выборке показала ее состоятельность. Модель способна объяснить более 44% дисперсии, обусловленной влиянием личностных качеств на общую оценку политических лидеров. При этом значения коэффициента множественной корреляции в данной выборке является самым большим по сравнению с предыдущими (КМК=0,7; F=10,244 при $p < 0,001$, $df = 5$ и 67). Фактически это означает, что мужчины в большей степени, чем женщины, обращают внимание на личностные факторы конкретного политика.

На следующем этапе нашей задачей являлась проверка предсказательной силы полученных регрессионных моделей. Данный этап проводился в период предвыборной кампании в г.Надыме. Исследование проводилось на респондентах избирательного округа №1 (127 чел.). Оценка психологических качеств кандидатов проводилась за неделю до голосования. Ряд кандидатов не включался в расчетные рейтинги по причине недостатка собранных данных. В этом случае мы считали, что его «индекс узнаваемости» заведомо не позволит ему составить реальную конкуренцию другим кандидатам. Используя полученные ранее уравнения, мы построили иерархию кандидатов, которую затем сравнили с реальными результатами голосования (таблица 7).

Таблица 7

Расчетные и реальные ранги политических лидеров

Фамилия кандидата	Расчетные показатели		Реальные показатели	
	Расчетное значение оценки	Ранг	% проголосовавших «за»	Ранг
Анагуричи М.А.	-	-	3,89	8
Вторушин А.Н.	-	-	1,71	13
Гуцул В.С.	-	-	0,46	15
Карташов А.Н.	4,9	3	13,73	1 (1)
Ли Р.В.	5,1	2	7,18	5 (5)
Липин Ю.З.	5,6	1	8,16	3 (3)
Миннушин Э.З.	-	-	1,54	14
Попов С.В.	-	-	3,69	9
Рябокоть С.А.	4,1	7	2,03	11 (8)
Рязанов Г.К.	3,9	8	1,81	12 (9)
Сарапульцев А.В.	3,6	9	4,84	7 (7)
Третьяк О.В.	4,7	5	8,02	4 (4)
Ульянова Л.Э.	4,5	6	9,68	2 (2)
Хлывнюк Л.А.	4,8	4	6,74	6 (6)
Черных Э.А.	-	-	2,1	10

Примечание. В скобках реальные ранги кандидатов без учета тех, кого не смогли оценить расчетными методами.

Сравнительный анализ показал, что существуют различия между смоделированными и реальными результатами на уровне $p < 0,05$ по χ^2 - Пирсона. Однако это не означает, что полученные модели совсем не обладают предсказательной силой. Во-первых, те кандидаты, о которых не удалось собрать достаточно информации, и в реальном оценивании получили наименьшие ранги. Во-вторых, реальные ранги аутсайдеров (таблица 7) близки к расчетным – практически эта группа проранжирована правильно. В-третьих, эти различия могут быть вызваны региональной спецификой (например, характером социальных коммуникаций вследствие небольшого количества жителей, более высоким уровнем жизни и другими факторами), а также спецификой обследованной выборки.

Таким образом, нами установлено, что личностные факторы играют существенную роль в оценке политиков избирателями. При этом представления людей об идеальном политике, чертах его личности могут отличаться в группах, стратифицированных по различным признакам. На основе регрессионных моделей оценок личности политических лидеров можно предсказывать уровень их принятия либо неприятия людьми, а также устанавливать причины такого оценивания.

В заключение диссертации подводятся итоги проведенного исследования, отмечается, что выдвинутые в работе гипотезы подтверждены, цели достигнуты, а положения, выносимые на защиту, обоснованы и доказаны. Результаты теоретического и эмпирического исследования позволили сформулировать следующие **выводы**:

1. Социальные установки являются важнейшим психическим конструктом, позволяющим объяснить социальное поведение и познание личности, объединяющим в себе рациональные и эмоциональные компоненты психики индивида и представляющим собой готовность реагировать на события, объекты и явления определенным образом. По отношению к политическим лидерам установки выступают в качестве детерминанты, задающей характер восприятия имиджа политика, специфику оценки его образа и действий в отношении политика.

2. Установки по отношению к политикам классифицируются на операциональные и ценностно-смысловые. Операциональные установки определяют особенности восприятия информации о политиках в массовых коммуникациях и характеризуются уровнем активности в ее отборе, гибкостью позиций по отношению к имиджу различных политиков, а также модальностью отношения к информации о политических лидерах, связанной с особенностями ожиданий от его деятельности.

3. Специфика установок восприятия информации о политических лидерах зависит от различного отношения личности к власти как социальному институту, которое формируется в результате субъективного наделения власти ответственностью за степень удовлетворенности важнейших потребностей. Отношение к власти также детерминирует психологическую готовность личности к проявлению различных форм политической активности. Данные закономерности позволяют объяснить проблемы с участием граждан в политической жизни страны.

4. Ценностно-смысловые установки характеризуют систему оценочных критериев, в соответствии с которой политический лидер оценивается как субъект наиболее близкий по своим социальным и психологическим параметрам к людям, и обладающий необходимыми качествами и ресурсами для защиты их интересов, реализации программ по изменению жизни в лучшую сторону. Важнейшими психологическими механизмами, обуславливающими структуру выявленных установок, являются механизмы идентификации и антиципации.

6. Установки оценки политического лидера задают «матрицу», определяющую возможные варианты оценок политика в ситуации выбора. Соответствие параметров образа политика выявленным установкам позволяет определить основные оценочные варианты политика массами: «лидер», «сильный враг», «слабый друг», «аутсайдер». Данная модель оценки политиков позволяет более четко дифференцировать отношения различных социальных групп к субъектам политики.

5. В системе оценочных критериев политических лидеров выделяются социальные и психологические уровни, которые соотносятся с оценкой различных элементов в структуре образа политического лидера. Важнейшим элементом в «архитектуре» образа политика занимают качества его личности, поскольку они являются сущностными в социальном взаимодействии людей. Данные качества обладают приоритетом по сравнению с деятельными и социальными параметрами образа политического лидера.

7. В группах мужчин и женщин иерархия психологических качеств политического лидера выражена по-разному. Женщины предпочитают «видеть» энергичных политиков, обладающих развитыми интеллектуальными качествами, практичных и сдержанных, в то время как мужчины ценят в лидере решительность, самостоятельность, уверенность в себе и волевые качества. Вместе с тем, в личности политических лидеров выделяются качества, оцениваемые высоко, независимо от половой принадлежности людей – это характеристика моральных качеств – честности, порядочности, справедливости.

В целом предпочитаемые иерархии личностных качеств в структуре образа политического лидера позволяют осуществлять прогноз его рейтинга на основе регрессионных моделей.

8. В качестве перспектив дальнейшего исследования обозначены следующие направления: выявление факторов и условий, повышающих степень прогнозов рейтингов политических лидеров, а также разработка экономичных и валидных методов исследования массового сознания граждан; исследование различий установок восприятия и оценки политического лидера в различных социальных группах; изучение динамики установок по отношению к политическому лидеру в зависимости от параметров коммуникативного процесса.

Материалы исследования изложены автором в восьми публикациях общим объемом 7,7 п.л.

Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК

1. Наумов А.Б. Установки восприятия политического лидера //Вестник Московского университета МВД России. 2007. №4. С.145-148.

Другие публикации автора

2. Наумов А.Б. Возможности контент-анализа в изучении представлений граждан о политических лидерах //Человеческий фактор: Общество и власть. 2003. №1. С.32-41.
3. Наумов А.Б. Социально-психологические факторы формирования установок личности. Сборник научных трудов адъюнктов и соискателей. Тверь: ВА ВКО, 2005. С. 67-78.
4. Наумов А.Б. Анализ подходов к рассмотрению социально-психологических установок в научной литературе //Кафедра. 2006. №6. С. 34-43.
5. Наумов А.Б. Факторная структура оценки политического лидера //Вестник УГУ. 2006. №2. С.71-82.
6. Наумов А.Б. Деятельные, социальные и психологические параметры образа политического лидера и их влияние на рейтинг политика. Сборник научных трудов адъюнктов и соискателей. Тверь: ВА ВКО, 2006. С. 112-117.
7. Наумов А.Б. Роль социально-психологических установок в восприятии личности политического лидера. Монография. Тверь: ТГУ, 2007.
8. Наумов А.Б. Особенности взаимодействия политиков и электората в массовых и публичных коммуникациях. Сборник научных трудов. Надым: ТНГУ, 2007. С. 34-41.