

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Пермский государственный национальный
исследовательский университет»

На правах рукописи

Пузырёва Любава Олеговна

**ВОСПРИЯТИЕ ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ ПОЛИТИКА
В СВЯЗИ С ПОЛОМ (НА ПРИМЕРЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
ЛИЦ СТУДЕНЧЕСКОГО ВОЗРАСТА)**

Специальность 19.00.01 – Общая психология,
психология личности, история психологии

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата психологических наук

Научный руководитель
доктор психологических наук,
доцент С.Ю. Жданова

Пермь – 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ПОЛОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ ПОЛИТИКА	23
1.1. Подходы к изучению восприятия политика в психологической науке.....	23
1.2. Образ политика как результат политического восприятия	32
1.3. Теоретическая модель восприятия индивидуальности политика	37
1.4. Роль вербального и невербального компонентов в структуре образа политика.....	43
1.5. Восприятие индивидуальности политического лидера в связи с полом политика и полом реципиента	50
ГЛАВА 2. ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	54
2.1. Методологические трудности изучения восприятия индивидуальности политика	54
2.2. Организация исследования	56
2.3. Описание выборочной совокупности	58
2.4. Методы исследования восприятия индивидуальности политика в связи с полом	60
ГЛАВА 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ВОСПРИЯТИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ ПОЛИТИКА В СВЯЗИ С ПОЛОМ	67
3.1. Результаты исследования восприятия индивидуальности политика	67
3.2. Результаты исследования особенностей восприятия индивидуальности политика в связи с полом политика	69
3.3. Результаты исследования особенностей восприятия индивидуальности политика в зависимости от пола реципиентов	77

3.4. Результаты исследования особенностей восприятия индивидуальности политика в одновременной связи с полом политика и полом реципиента.....	83
3.5. Результаты исследования особенностей восприятия индивидуальности политика и неполитика (общественного деятеля и научного работника)	91
3.6. Результаты исследования особенностей восприятия индивидуальности политика в связи с варьированием каналов представления информации	96
3.7. Обсуждение и интерпретация результатов исследования.....	105
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	111
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	117
ПРИЛОЖЕНИЕ	132

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Проблема всестороннего целостного изучения человека во всем его многообразии является одной из главных в психологической науке. Современные научные работы отличает тенденция к интегральному исследованию индивидуальности. В этом контексте интересным представляется изучение индивидуальности политического деятеля.

Актуальность исследования обусловлена возрастанием значимости личности политика и роли лидера в формировании и функционировании института власти в условиях глобализации и демократизации современного общества (И. Дин, 2016; Н.В. Смулькина, 2014; Д.Р. Фатыхова, 2013; Т.Б. Калиев, 2013; О.Г. Овчарова, 2012; Дж. Миллер, 2004; Н.Г. Щербина, 2004 и др.). Одной из важнейших проблем общественного развития в современном мире, и в особенности в нашей стране, является проблема поиска и выдвижения на решающие политические и государственные посты людей, способных на преобразование государства и на проведение политики, повышающей качество жизни населения страны. В связи с этим исследования, направленные на изучение особенностей формирования образа политических деятелей и восприятия индивидуальности политиков, становятся более значимыми.

Анализ работ современных исследователей позволяет утверждать, что внимание уделяется рассмотрению определенных граней и сторон проблемы восприятия индивидуальности политика. При этом данные факторы изучаются изолированно друг от друга.

Так, исследуя восприятие политика, Д.Р. Фатыхова (2013), Е.П. Костенко (2007), В.Г. Зазыкин, С.Е. Егорова (2001) концентрируют внимание на проблемах формирования имиджа политика. При рассмотрении политического лидера Е.С. Семенова (2007) делает упор на исследовании сугубо личностных и институциональных аспектов. И.А. Панарин (2010), В.В. Еремеева (2006), П. Данилин (2006), И.Г. Коновалова (2006) в своих работах акцентируют внимание на аспектах участия молодежи в функционировании политического

института и формировании образа политического лидерства. Изучение образа политика также рассматривается с позиции восприятия широкой аудиторией (И.Э. Стрелец, 2012; Е.Б. Шестопад, 2012; Ю.В. Ирхин, 2011; Т.А. Штукина, 2010; В.А. Зорин, 2010). Вместе с тем отсутствуют комплексные исследования восприятия индивидуальности политика и поликомпонентный анализ проблемы.

Исследование данного вопроса приобретает особую актуальность в контексте изучения проблемы индивидуальности человека.

Существует высокий научно-исследовательский интерес к проблеме индивидуальности. Ее изучением в разное время занимались отечественные психологи основных научных школ: московской (С.Б. Малых, 2004; А.И. Крупнов, 2003; М.С. Егорова, 2000; Э.А. Голубева, 1995; В.Д. Небылицын, 1997; В.М. Русалов, 1990; Б.М. Теплов, 1985; А.А. Бодалев, 1981), петербургской (Е.Ф. Рыбалко, 1993, 1999; Л.А. Головей, 1993; Б.Г. Ананьев, 1980), пермской (В.С. Мерлин, 1986; М.Р. Щукин, 1988; 1995; Б.А. Вяткин, 2000), а также другие научные коллективы.

В настоящее время определена методология изучения индивидуальности (В.С. Мерлин, М.Р. Щукин, Б.А. Вяткин, Л.Я. Дорфман), описаны структура (В.В. Белоус, Э.А. Голубева, Т.М. Хрусталева, А.И. Щebetenko, В.Д. Поклонская, Л.В. Мищенко), функции, закономерности и детерминанты развития индивидуальности (Б.А. Вяткин, Л.В. Меньшикова, В.В. Белоус, Л.В. Мищенко), критерии индивидуальности как субъекта (К.А. Абульханова, В.В. Знаков, Е.А. Сергиенко, А.А. Волочков, Л.Я. Дорфман, С.Ю. Жданова), изучаются вопросы активности индивидуальности (Л.Я. Дорфман, Б.А. Вяткин, А.А. Волочков, Ю.Я. Горбунов, А.Ю. Попов).

Однако, несмотря на большое количество исследований в области индивидуальности человека, остаются недостаточно изучены проблема познания индивидуальности Другого и вопросы исследования индивидуальности с точки зрения субъекта, ее познающего. В частности, необходимо дальнейшее изучение вопроса, как наивный субъект (не располагающий психологическим знанием) познает индивидуальность незнакомого Другого. Целостное всестороннее

изучение индивидуальности человека предполагает выявление имплицитного, скрытого, житейского знания об индивидуальности с точки зрения наивного субъекта.

На данный момент изучены закономерности познания индивидуальности (С.Ю. Жданова, 2005), выявлены особенности познания индивидуальности в зависимости от времени и степени знакомства, индивидуальных особенностей субъекта познания; изучены особенности познания индивидуальности у лиц студенческого возраста (С.Ю. Жданова, 2005, 2010); исследованы особенности познания индивидуальности Значимым Другим на примере познания матерью индивидуальности ребенка (Е.Л. Аликина, 2010, 2015); выявлены особенности познания индивидуальности в связи со спецификой профессиональной деятельности (Л.З. Зарипова, 2013). Однако неизученным остается вопрос относительно восприятия индивидуальности политика в связи с полом.

Исследование восприятия индивидуальности политика в связи с полом приобретает на сегодняшний день особое значение, поскольку результаты такого исследования могут быть использованы в процессе конструирования имиджа политического лидера, разработки стратегий и тактик политических кампаний, а также для объяснения причин прихода к власти тех или иных сил и лиц.

Современное состояние проблемы и степень ее разработанности. В настоящее время замечен рост обращений к политической тематике. К проблемам изучения формирования образа политика и восприятия современных политических лидеров обращались в своих работах А.Л. Зверев, 2018, 2016; Н.В. Смулькина, 2018, 2016, 2014; И.С. Палитай, 2018, 2016, 2014; Ю.В. Кудашова, 2017; М.В. Берендеев, 2017, 2011; Н.И. Чернецкая, 2016; А.И. Рогозарь, 2016; Д.Р. Фатыхова, 2016, 2013, 2011; Е.Б. Шестопап, 2016, 2014, 2013, 2012; А.А. Папуш, 2014; Н.В. Козловская, 2012; Т.Н. Пищева, 2012, 2011, 2004; О.Ю. Бандурович, 2003; А.Г. Стегний, 2003; Н.Н. Чурилов, 2003; М.Д. Замская, 2001; В.П. Комиссоров, 2001; Д.М. Дурдин, 2000; Н.П. Шелекасова, 2000; М.В. Новикова-Грунд, 2000, 1996. В фокусе исследовательского внимания находятся вопросы политического восприятия в России, сложившиеся в сознании граждан образы политических деятелей, а также образы таких политических объектов, как власть, институты и политические партии.

Как отмечают многие исследователи, на электоральное поведение большинства россиян в большей мере оказывают влияние личностные качества и сформированный в сознании граждан образ политика, чем знакомство с их политическими программами [31].

Характеризуя степень научной разработанности проблемы, следует отметить, что в современной науке наблюдается повышенный интерес ученых к исследованиям лингвистических средств, используемых политиками для формирования положительного образа, что можно объяснить особой ролью вербальной деятельности в создании профессионального образа политического лидера и его взаимодействии с обществом.

Именно речь политика можно назвать важнейшим инструментом его профессиональной деятельности. Речь в политической сфере становится средством пропаганды и защиты определенной политической позиции, борьбы с политическими оппонентами, убеждения широких народных масс. Все качества политического деятеля (например, эрудированность, харизматичность, компетентность и др.) выражаются в речи. По данным исследований, человек вызывает доверие и расположение слушателей не только содержательной, смысловой стороной речи, воздействующей на сознание, но и невербальной (В.П. Морозов, 1998).

Коммуникация, в особенности политическая, является сложным и многосторонним процессом, цель которого – оказание определенного воздействия на реципиентов. Так, публичное выступление, наряду с лингвистической, вербальной стороной, включает и невербальные, паралингвистические средства, дополняющие высказывания и способствующие лучшей передаче информации слушателям.

Существует ряд работ, посвященных изучению вербальных (Т.Ю. Тамерьян, В.А. Цаголова, 2018; Ю.В. Кудашова, 2017; Е.В. Гуляева, 2011; А.В. Антонова, 2011; Н.В. Тишин, 2010; Е.В. Мурай, 2010 и др.) и невербальных (М.И. Девяткова, 2016; О.Н. Морозова, 2013; Г.Г. Королева, 2012; Н.В. Зайчикова, В.А. Третьякова, 2008 и др.) компонентов образа политического деятеля. Однако данные аспекты

изучаются изолированно либо исследователи подходят к рассмотрению исследуемой проблемы односторонне, к примеру, анализируют только лексическую составляющую образа политического деятеля или компоненты невербальной составляющей, такие как жесты, мимика и т.д. (Е.А. Слободенюк, 2015; А.В. Филиппова, 2011; С.В. Кузьмина, 2010; И.В. Вашунина, 2009 и др.).

Однако, несмотря на междисциплинарный характер и активное обращение исследователей к проблемам изучения образа политического лидера, обращает на себя внимание явный недостаток исследований вербальных и невербальных компонентов, их взаимосвязи и влияния на формирование образа политика.

При анализе литературы было замечено, что проблема вербальных и невербальных компонентов и их влияния на образ политика изучается преимущественно на примере иностранных источников и зарубежных политических лидеров (британский дискурс, лексика, описывающая поведение президента США, образ немецкого канцлера Ангелы Меркель и др.). Кроме того, отмечено, что чаще всего в исследованиях объектом анализа является текст (будь то текст выступления либо текст, представленный в СМИ). Вербальные и невербальные характеристики в данном случае исследуются посредством изучения текстов СМИ.

Так, в исследовании Е.А. Слободенюк (2015) рассматривались принципы сочетания вербальной и невербальной информации в прессе на примере материалов, посвященных образу и действиям немецкого политика Ангелы Меркель. Изучение вербального и невербального компонентов в структуре образа политика осуществлялось через анализ иллюстраций текстов в СМИ: фотопортреты, карикатуры, графики, видеофайлы. Выделяется основная функция невербального компонента – визуальная поддержка, символизация основной идеи, заключённой в словах политика. В исследовании Н.В. Зайчиковой и В.А. Третьяковой (2008) анализировалась мимико-жестовая лексика, описывающая невербальное поведение президента США. Влияние невербальных компонентов выступлений также исследовалось через их описание в тексте, а не через непосредственное их предъявление. Данный способ демонстрации стимульного

материала является ограниченным, поскольку может повлиять на результаты исследования в связи с опосредованностью восприятия вербальных и невербальных компонентов выступления политика. Исследования целостного восприятия на данный момент отсутствуют. Кроме того, проблема вербальных и невербальных компонентов и их влияния на формирование образа политика изучается на примере иностранных источников и зарубежных политических лидеров.

Малоизученной также остается проблема половых особенностей в восприятии индивидуальности политического лидера. Существующие исследования сосредоточены преимущественно на проблемах анализа стереотипов и гендерных метафор при описании политических деятелей в СМИ (Е.В. Слободенюк, 2016; Д.Р. Фатыхова, 2011; Т.Б. Рябова, 2011; О.Г. Овчарова, И.В. Трошев, А.Е. Чирикова, 2011, 2009; Е.С. Гриценко, 2011, 2009, 2005). К примеру, Е.С. Гриценко, 2011, в своих исследованиях делает вывод о стереотипизации восприятия мужчин и женщин политиков и использовании гендерных метафор в СМИ, чем объясняет половые различия в восприятии. Д.Р. Фатыхова (2011) говорит о феномене «мужского стандарта», который является эталоном создания образа политического лидера и которому вынуждена соответствовать женщина-политик. Анализ представленных в литературе исследований показывает, что половые различия чаще изучаются на примерах зарубежных политических лидеров. В связи с этим вопросы изучения восприятия индивидуальности политика у реципиентов разного пола и особенностей восприятия индивидуальности политика-мужчины и политика-женщины приобретают особую актуальность.

Кроме того, на сегодняшний день отсутствуют исследования, посвящённые изучению влияния каналов представления информации на восприятие индивидуальности политика. Вместе с тем особое значение приобретает проблема определения того канала предоставления информации (аудиальный, визуальный, вербальный, невербальный), который является наиболее значимым и информативным для реципиентов разного пола.

Таким образом, целостное изучение восприятия индивидуальности политика в связи с полом политика и полом реципиента, варьированием каналов предоставления информации на сегодняшний день отсутствует и требует комплексного решения.

Научная новизна нашего исследования заключается в том, что впервые представлен поликомпонентный анализ восприятия индивидуальности политического деятеля. Изучены структура, закономерности, механизмы, условия и факторы, обуславливающие восприятие индивидуальности политика, исследованы процессуальная и результативная стороны восприятия индивидуальности политика. Выявлены особенности восприятия индивидуальности политика в одновременной связи с полом политика и полом реципиентов. Впервые изучены особенности восприятия индивидуальности политика и неполитика (изучены особенности восприятия индивидуальности политического лидера, общественного деятеля и научного работника). Обнаружено влияние вербальных и невербальных компонентов выступления политика на восприятие индивидуальности политика реципиентами. В работе впервые были изучены особенности восприятия индивидуальности политика в связи с варьированием каналов предоставления информации (аудиовизуального, визуального и аудиального).

Цель работы состоит в изучении особенностей восприятия индивидуальности политика в связи с полом политика и полом реципиентов.

Объектом диссертационного исследования выступает восприятие индивидуальности политика-мужчины и политика-женщины.

Предметом исследования являются особенности восприятия индивидуальности политика разного пола у реципиентов мужчин и женщин.

Основная гипотеза исследования: существуют различия в особенностях восприятия индивидуальности политика в связи с полом политика и полом реципиента.

Основная гипотеза исследования конкретизируется в ряде **частных гипотез:**

1. Восприятие индивидуальности политического деятеля зависит от пола политика: при восприятии индивидуальности мужчины-политика в структуре его

образа преобладают характеристики познавательной сферы, при восприятии индивидуальности женщины-политика значимыми являются физические качества и внешний вид.

2. Восприятие индивидуальности политика зависит от пола реципиента: реципиенты-женщины при восприятии индивидуальности политика в большей мере ориентированы на восприятие характеристик внешности и невербальных компонентов выступлений, реципиенты-мужчины при восприятии индивидуальности политика в большей мере ориентированы на восприятие характеристик познавательной сферы и вербальных компонентов выступлений.

3. Восприятие индивидуальности политика отличается от восприятия неполитика (общественного деятеля и научного работника): при восприятии индивидуальности политика преобладают характеристики, специфичные для соответствующей профессиональной области.

4. Восприятие индивидуальности политика мужчины и женщины зависит от канала восприятия информации: аудиального, визуального, аудиовизуального.

5. Структура образа индивидуальности политика соответствует модели познания индивидуальности Другого.

Эмпирическими предпосылками выдвигаемых гипотез послужили результаты исследований ряда авторов, в том числе Н.В. Смутькиной (2014), где было показано, что электоральная успешность политических кандидатов определяется особенностями восприятия их реципиентами. В исследовании К.Б. Джгамадзе и Е.Б. Шестопаля (2017) были получены выводы относительно влияния личности воспринимающего субъекта как носителя образов политической реальности. В работах А. Пиза (1992, 2000), Т.Б. Гриценко (2007), Е.А. Петровой (1998), И.А. Стернина (2012) доказывалось положение, что женщины лучше, чем мужчины, распознают и успешнее применяют невербальные сигналы. По данным Е.Н. Скаженик (2015), женщины лучше понимают и воспринимают устную информацию. Выводы, полученные в исследовании Е.А. Слободенюк (2016), показывают, что сочетание в медиатексте вербальных и невербальных компонентов оказывает определенное влияние на восприятие образа политика. Т.А. Аминаевой (2014) на примере изучения

рекламных роликов было установлено, что взаимодействие вербального и невербального компонентов обеспечивает целостность и связность произведения, его коммуникативный эффект, тогда как исключение одного из каналов получения информации приводит к потере смысла содержания.

Цель работы и исследовательские гипотезы конкретизируются в следующих **исследовательских задачах:**

1) изучить структуру, закономерности, механизмы, условия, факторы, особенности восприятия индивидуальности политика;

2) сравнить модель восприятия индивидуальности политика и структуру образа политика с моделью познания индивидуальности Другого;

3) изучить особенности восприятия индивидуальности политика в связи с полом политического деятеля;

4) выявить особенности восприятия индивидуальности политика в зависимости от пола реципиентов;

5) изучить особенности восприятия индивидуальности политика в одновременной связи с полом политика и полом реципиентов;

6) сравнить особенности восприятия индивидуальности политика и неполитика (общественного деятеля и научного работника);

7) изучить особенности восприятия индивидуальности политика в связи с варьированием каналов представления информации (аудиовизуального, визуального и аудиального);

8) изучить роль вербального и невербального компонентов выступления политика в восприятии его индивидуальности.

Теоретико-методологической основой диссертационного исследования являются: субъектно-деятельностная концепция С.Л. Рубинштейна (принцип единства сознания и деятельности); принцип системной организации психики человека (Б.Г. Ананьев, Б.Г. Ломов); подход к исследованию политического образа во временном контексте Е.Б. Шестопаля; психосемантический подход (Ч. Осгуд); психосемантический подход к исследованию политической сферы (Н.В. Козловская); теория интегральной индивидуальности В.С. Мерлина, Б.А. Вяткина; подход к изучению индивидуальности Б.Г. Ананьева, к изучению

личности К.К. Платонова; подход к изучению индивидуальности с точки зрения субъекта, ее познающего (С.Ю. Жданова).

Методы исследования. Для решения поставленных задач использовался комплекс методов, включающий в себя теоретические методы: анализ психологической, психолингвистической, политической литературы по вопросам формирования и восприятия индивидуальности политика, восприятия вербальных и невербальных компонентов выступлений политиков в связи с полом; организационный метод – сравнительный (поперечных срезов); эмпирические методы: свободного описания с применением компьютерного контент-анализа, семантического дифференциала; методы статистического анализа данных. В ходе исследования были использованы качественные и количественные методы обработки данных. В качестве методов статистического анализа данных были использованы: критерий ϕ -углового преобразования Фишера, описательные статистики, t -критерий Стьюдента для зависимых и для независимых выборок, линейный корреляционный анализ Пирсона, эксплораторный факторный анализ (анализ методом главных компонент с методом вращения: варимакс с нормализацией Кайзера). Для проведения процедур статистического анализа данных был использован универсальный профессиональный пакет IBM SPSS Statistics 22 и Microsoft Excel 2010 (вспомогательные процедуры) для среды Windows.

В нашем исследовании проводился поликомпонентный анализ вклада вербальных и невербальных составляющих выступлений политических лидеров в восприятие их индивидуальности в связи с полом. Исследование половых особенностей восприятия образа политика-мужчины и политика-женщины проводилось в двух группах: у реципиентов мужчин и женщин.

Был использован квазиэкспериментальный план исследования, который включал в себя демонстрацию стимульного материала в группах испытуемых и сбор эмпирического материала с учетом варьирования нескольких факторов:

- канала восприятия,
- специфики политической деятельности,
- пола политика,

- пола реципиентов.

В качестве стимульного материала были использованы записи выступления политических, общественных и научных деятелей (мужчин и женщин) с варьированием каналов представления и восприятия информации.

Восприятие индивидуальности политика изучалось в процессе получения респондентами информации определенной модальности в зависимости от канала восприятия. Был задействован аудиовизуальный канал восприятия через предъявление реципиентам видеозаписи выступления политических деятелей со звуком, визуальный канал – предъявление видеозаписи без звука, аудиальный канал – восприятие выступления политиков только на слух без видеоряда.

Длина транслируемых видеороликов была фиксирована и составляла 5 минут. Данный временной промежуток был выбран в соответствии с результатами, полученными в исследовании С.Ю. Ждановой, В.Б. Полякова и Э.Е. Нахтаровой «Особенности восприятия человека на видеозаписи в связи с продолжительностью ее предъявления» (2012). Авторами было обнаружено, что длина видеоролика влияет на выделяемые и описываемые характеристики. При предъявлении пятиминутного видеоролика испытуемые обращали большее внимание на психологические свойства личности, что является более глубоким уровнем познания индивидуальности, в отличие от восприятия пятисекундной видеозаписи, где все внимание было устремлено на внешность человека и его индивидуальные характеристики [48].

Для выявления специфики восприятия индивидуальности политика и отличий от восприятия индивидуальности неполитика в стимульный материал также вошли видеозаписи выступлений общественных деятелей и научных работников, которые в инструкции для респондентов были заявлены как политические лидеры, что позволило выявить особенности восприятия индивидуальности политика и отличия от неполитика.

Для повышения валидности исследования и минимизации влияния побочных переменных в качестве стимульного материала были взяты записи выступлений политиков, общественных деятелей и научных работников на региональном уровне. Выступления носили не агитационный, а информационный

характер, темы всех выступлений являлись схожими. Были выбраны депутаты и общественные деятели Ростовской, Московской, Саратовской, Костромской и Тюменской областей.

За основу контент-анализа была взята категориальная сетка Е.Л. Аликиной (2015), составленная в соответствии с категориальной сеткой С.Ю. Ждановой (2005), в которой категории контент-анализа выделены в соответствии с целостным представлением об индивидуальности, пониманием индивидуальности в широком смысле слова, рассмотрением ее как динамической системы, выражающей индивидуальный характер взаимосвязей всех свойств человека. В данную структуру в соответствии с задачами исследования также были включены характеристики индивидуальных свойств индивидуальности на основе подхода Б.Г. Ананьева, а также индивидуальных особенностей в соответствии с подходом К.К. Платонова.

Эмпирическая база исследования: в исследовании приняли участие 462 человека – студенты Пермского государственного национального исследовательского университета (ПГНИУ), специальностей естественнонаучного и гуманитарного циклов.

Выбор студенческой группы в качестве объекта исследования был обусловлен следующими причинами. Во-первых, это связано с социальной обстановкой в стране. В последние годы можно наблюдать резкий рост числа молодежных объединений и политических акций, организованных ими (Л.В. Власенко, 2014; А.И. Бучкова, 2012; В.И. Зубков, 2012; А.С. Антонова, 2009). Во-вторых, как отмечают исследователи, именно в студенческом возрасте наиболее активно протекает процесс политической социализации личности, студенты активно реализуют политические идеи и ценности через включение в политическую жизнь (Д.Г. Камнев, 2014; А.В. Щепеткин, 2011). Для молодежи характерно проявление политической активности, интереса к решению политических задач через механизмы реализации политических прав (М.С. Комарова, 2016, Е.Н. Малик, 2015, 2008). Кроме того, студенчество в современной России представляет собой основной стратегический ресурс и

источник инициатив, развития всех сфер жизни, общественных изменений (А.Л. Елисеев, А.В. Мельников, 2015). Это социальная база общественных изменений. Благодаря групповым формам активности, студенчество имеет возможность влиять на политическую сферу государства. В-третьих, выбор связан с высокой способностью молодежи вербализировать свои суждения, невысокой, как правило, подверженностью стереотипам, их смелостью и активностью при проведении исследований (А.В. Бабайцев, 2012).

С целью проведения исследования было сформировано 5 групп испытуемых, каждая группа была уравновешена по полу (231 мужчина, 231 женщина):

- 1) в первую группу вошли 96 испытуемых (48 мужчин, 48 женщин) в возрасте от 18 до 24 лет (средний возраст – 21 год), которым были продемонстрированы видеозаписи выступлений политика-мужчины и политика-женщины (мультимодальный стимульный материал);
- 2) вторую группу составили 90 испытуемых (45 мужчин, 45 женщин) в возрасте от 18 до 24 лет (средний возраст – 21 год), которым были предъявлены аудиозаписи выступлений политика-мужчины и политика-женщины (вербальный стимульный материал);
- 3) в третью группу вошли 92 участника (46 мужчин, 46 женщин) в возрасте от 18 до 24 лет (средний возраст – 21 год), которым предъявлялись видеозаписи без звука выступлений политика-мужчины и политика-женщины (невербальный стимульный материал);
- 4) в четвертую группу вошли 94 участника (47 мужчин, 47 женщин) в возрасте от 18 до 24 лет (средний возраст – 21 год), которым были предъявлены видеозаписи выступлений общественного деятеля-мужчины и общественного деятеля-женщины (мультимодальный стимульный материал);
- 5) в пятую группу вошли 90 испытуемых (45 мужчин, 45 женщин) в возрасте от 18 до 24 лет (средний возраст – 21 год), которым были продемонстрированы видеозаписи выступлений научного работника-

мужчины и научного работника-женщины (мультимодальный стимульный материал).

Внутри каждой группы стимульный материал был представлен двух видов: записи выступлений мужчин и женщин. Была проведена демонстрация видеозаписей со звуком, аудиозаписей выступлений и видеозаписей без звука. Для исключения влияния фактора привыкания и повторного восприятия выступления каждой группе реципиентов материал предъявлялся только один раз и только одного вида в зависимости от канала предоставления и восприятия информации.

Теоретическая значимость. Работа выполнена в русле системного подхода к исследованию индивидуальности человека. Полученные данные расширяют имеющиеся в науке представления об индивидуальности. Исследование способствует дальнейшему развитию теории интегральной индивидуальности В.С. Мерлина. Результаты исследования вносят вклад в изучение структуры, закономерностей и механизмов восприятия индивидуальности политика в связи с полом политика и полом реципиента, спецификой профессиональной деятельности. Работа углубляет представление о факторах, обуславливающих особенности восприятия индивидуальности политического деятеля, в том числе вербальных и невербальных характеристиках выступления, каналах представления и восприятия информации, влияющих на восприятие индивидуальности политического деятеля.

Практическая значимость исследования заключается в том, что его результаты могут быть активно применены в имиджологии, в теории связей с общественностью, в деятельности практического психолога, могут использоваться в курсах лекций по «Психологии личности», «Политической психологии». Полученные данные могут быть полезны при конструировании медиатекстов, разработке видеороликов политической тематики, при консультировании политических лидеров, выставляющих свои кандидатуры для баллотировки.

Положения, выносимые на защиту:

1. В структуре восприятия индивидуальности политика выделяются процессуальная и результативная стороны. Процессуальная сторона включает в себя механизмы восприятия (стереотипизация, проекция, идентификация, социальное сравнение и др.) и условия познания (время предъявления стимула, степень знакомства с объектом, канал восприятия информации). На процесс восприятия индивидуальности политика оказывают влияние пол субъекта и характеристики объекта восприятия: половые и профессиональные особенности, вербальные и невербальные характеристики коммуникативного процесса. Образ политика является результативной стороной восприятия индивидуальности политика. Структуру образа индивидуальности политика составляют характеристики разных уровней индивидуальности. В результативной стороне восприятия индивидуальности политика наибольшую нагрузку имеют характеристики деятельности и свойства индивидного уровня индивидуальности.

2. Структура восприятия индивидуальности политика схожа с моделью познания индивидуальности Другого и включает в себя разные уровни и характеристики индивидуальности, вовлеченные в процесс познания, а также механизмы восприятия и условия познания. Восприятие индивидуальности политика соответствует первому уровню познания индивидуальности Другого (стадии понимания-узнавания) и соотносится с познанием индивидуальности малознакомого человека.

3. Восприятие индивидуальности политика зависит от пола политика. В структуре образа мужчины-политика более значимыми компонентами являются харизматичность и компетентность, реципиенты наделяют индивидуальность мужчины-политика характеристиками социально-психологического уровня индивидуальности, подчеркивающими высокий статус (зрелый, опытный, стратег, авторитетный и внушительный). В структуре образа женщины-политика большую роль играют энергичность, а также характеристики индивидного уровня индивидуальности, подчеркивающие привлекательность (обаятельный, сексуальный, привлекательный, гибкий, компромиссный).

4. Восприятие индивидуальности политика зависит от пола реципиентов. У реципиентов-мужчин результативная сторона восприятия индивидуальности политика в большей мере представлена деятельностными характеристиками, вербальным компонентом выступления, характеристиками индивидного уровня индивидуальности. В целом восприятие индивидуальности политика у реципиентов-мужчин отличается эмоциональным принятием, вниманием к информационному содержанию выступления. У реципиентов-женщин результативная сторона восприятия индивидуальности политика в большей мере представлена компонентами индивидного уровня индивидуальности. Женщины уделяют внимание в большей степени невербальной составляющей выступлений политических деятелей.

5. Существуют специфические особенности восприятия индивидуальности политика в связи с полом политика и полом реципиента. Восприятие индивидуальности политика-*мужчины* отличается у реципиентов мужчин и женщин. У реципиентов-женщин результативная сторона восприятия индивидуальности политика-*мужчины* в большей мере представлена характеристиками индивидного уровня индивидуальности, у реципиентов-мужчин – деятельностными характеристиками.

Существуют особенности восприятия индивидуальности политика-*женщины* у реципиентов мужчин и женщин. Реципиенты-женщины ориентированы преимущественно на индивидные характеристики при восприятии индивидуальности политика-женщины. Образ политика-женщины у реципиентов-женщин является более детализированным. Для реципиентов-мужчин характерно целостное восприятие политика-женщины. Реципиенты-мужчины сосредотачиваются на деятельностных характеристиках при восприятии индивидуальности политика-женщины.

6. Восприятие индивидуальности политика отличается от восприятия индивидуальности неполитика (общественного деятеля, научного работника). Результативная сторона восприятия индивидуальности политического деятеля представлена характеристиками индивидного уровня индивидуальности,

познавательной сферы и свойств личности, психодинамическими особенностями, характеризуется большей эмоциональностью. Структура образа неполитика (общественного деятеля, научного работника) включает в себя деятельностные характеристики, особенности профессиональной деятельности, вербальный и невербальный компоненты выступления, действия перед камерой. Восприятие индивидуальности неполитика отличается повышенным вниманием к деятельностным особенностям.

7. Восприятие индивидуальности политика зависит от канала представления информации. Восприятие индивидуальности политического деятеля на основе видеозаписи без звука является кратким, схематичным и сосредоточено на свойствах индивидного уровня индивидуальности. Восприятие индивидуальности политика на основе аудиозаписи (без видеоизображения) является более глубоким и дифференцированным, включает характеристики разных уровней индивидуальности: индивидного уровня, познавательной сферы, особенностей профессиональной деятельности, мотивационной сферы, свойств личности.

8. Восприятие индивидуальности политического деятеля у реципиентов-мужчин ориентировано на вербальную составляющую выступления. Реципиенты-женщины в процессе восприятия индивидуальности политика в большей мере выделяют невербальную составляющую выступления. В целом для реципиентов характерно эмоциональное принятие политика противоположного пола и эмоциональное непринятие политика своего пола.

Научная достоверность и обоснованность результатов исследования обеспечивается теоретико-методологической проработанностью проблемы изучения, соответствием теоретических положений и эмпирических данных, достаточным объемом выборки, сочетанием количественных и качественных методов обработки данных, применением методов математико-статистической обработки, соответствующих цели, задачам и гипотезам исследования.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Отраженные в диссертации научные положения соответствуют пунктам паспорта научной специальности 19.00.01 – «Общая психология, психология личности,

история психологии»: п. 10. «Ощущение и восприятие. Формирование перцептивных образов. Образ мира: его структура и особенности» (Глава 1. Половые особенности восприятия индивидуальности политика, Глава 3. Результаты исследования восприятия индивидуальности политика в связи с полом); п. 19. «Психология половых различий» (Глава 1. Половые особенности восприятия индивидуальности политика, п. 1.5. Восприятие индивидуальности политического лидера в связи с полом политика и полом реципиента, Глава 3. Результаты исследования восприятия индивидуальности политика в связи с полом, п. 3.2. Результаты исследования особенностей восприятия индивидуальности политика в связи с полом политика, п. 3.3. Результаты исследования особенностей восприятия индивидуальности политика в зависимости от пола реципиентов); п. 32. «Индивид, личность, индивидуальность» (Глава 1. Половые особенности восприятия индивидуальности политика, Глава 3. Результаты исследования восприятия индивидуальности политика в связи с полом, Модель восприятия индивидуальности политика); п. 33. «Проблема субъекта в психологии» (теоретико-методологические основы диссертационного исследования, подход к изучению индивидуальности с точки зрения субъекта, ее познающего, Модель восприятия индивидуальности политика).

Апробация результатов исследования осуществлялась в форме докладов и сообщений на заседаниях и методологических семинарах кафедры психологии развития Пермского государственного национального исследовательского университета (2014, 2015, 2016, 2017, 2018 гг.).

Результаты работы были также представлены на Всероссийской научно-практической конференции «XXXII Мерлинские чтения: Способности. Одаренность. Индивидуальность» (20–21 октября 2017 г., Пермь); VII Форуме психологов Прикамья «Психологическая наука и практика: психологическая безопасность личности» (01–02 декабря 2017 г., Пермь); Всероссийской научно-практической конференции «XXXI Мерлинские чтения: Теория, методология и практика интегрального исследования индивидуальности в современном

человекознании», посвященной 30-летию выхода в свет труда В.С. Мерлина «Очерк интегрального исследования индивидуальности» (6–8 октября 2016 г., Пермь); XV Всероссийской научно-практической конференции «Дружининские чтения 2016» (26–28 мая 2016 г., Сочи.); VI Форуме психологов Прикамья «Психологическая наука и практика: личность и социокультурная среда» (25–26 ноября 2015 г., Пермь); VII Международной научно-практической конференции «Science in the modern information society VII» (9–10 ноября 2015 г., North Charleston, USA); IV Международном научном конгрессе «Science and Education in the Modern World» (5–7 января 2015 г., Auckland, New Zealand); V Форуме психологов Прикамья «Психологическая наука и практика: взаимодействие, опыт, инновации» (28–29 ноября 2015 г., Пермь); VI Научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Иностранные языки в полилоге культур» (22–27 апреля 2015 г., Пермь); IX Международной научно-практической конференции «Психология и педагогика в системе гуманитарного знания» (2 октября 2014 г.); III Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы психологии и педагогики» (10 сентября 2014 г.).

Публикации. По теме диссертации опубликовано 13 печатных работ, в том числе 2 статьи в сборнике, входящем в базу Scopus, 3 статьи в рецензируемых научных журналах, указанных в списке ВАК, 8 статей в журналах, индексируемых в РИНЦ.

Структура и объем диссертации. Диссертация изложена на 142 страницах машинописного текста и состоит из введения, трех глав, общих выводов, библиографического списка, включающего 148 источников. Работа проиллюстрирована 15 рисунками и 16 таблицами.

ГЛАВА 1. ПОЛОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ ПОЛИТИКА

1.1. Подходы к изучению восприятия политика в психологической науке

Категория восприятия в философском осмыслении познания мира и действительности занимает одно из центральных мест. Восприятие, лежащее в основе всего познания, является единственным способом непосредственного получения знания и исходной ступенью реализации процесса познания.

Для всестороннего анализа проблемы восприятия требуется многомерный, системный, междисциплинарный анализ. Данная категория изучается в рамках философских, естественных и гуманитарных наук. Как отмечает Н.В. Бавра, понимание концепта восприятия в истории науки претерпело значительные качественные преобразования. Существующие концепции доказывают положение о фундаментальном значении категории восприятия для построения научного знания [7].

В отечественной и зарубежной науке существует достаточно много работ, посвященных проблемам восприятия. История изучения данного вопроса показывает, как развивалось научное знание в отношении исследования проблем восприятия.

Наукой XIX – начала XX веков признавалась двухэтапная схема анализа восприятия и познавательных процессов вообще. Объекты внешней среды рассматривались в качестве определяющего элемента создания чувственного образа. Проблема состояла в сложности объяснения процесса превращения внешнего воздействия в чувственный образ. В данном процессе допускался посредник – состояние органов чувств и процессы центральной нервной системы, где субъект восприятия не учитывался, а его активность трактовалась как источник искажений воспринимаемого содержания.

В ассоциативной психологии центральной функцией сознания, по образцу которой строились и понимались все остальные функции, признавалась память.

В связи с этим восприятие понималось как ассоциированная совокупность ощущений. Предполагалось, что восприятие складывается из суммы отдельных ощущений путем связывания этих ощущений между собой по тому же закону, по которому отдельные представления или воспоминания, объединенные между собой, создают картину памяти. Отдельные элементы связываются между собой, вследствие чего возникает единое, целостное восприятие.

Структурализм, напротив, критиковал идеи ассоциативной психологии, доказывая структурную целостность восприятия. В данной концепции восприятие целого предшествует восприятию отдельных его частей. Психическая жизнь не строится из отдельных ощущений, представлений, которые ассоциативно связаны друг с другом, а, напротив, строится из целостных образований (структуры, образы, гештальты).

Л.М. Веккер изучал чувственные образы – набор первичных, основных свойств наиболее элементарных психических процессов восприятия. В основе перцептивного образа лежат две подгруппы свойств, где первая – пространственно-временные и модально-интенсивностные характеристики, а во вторую подгруппу входят производные свойства – константность, предметность, целостность и обобщенность образа [26].

Значительное влияние на науку того времени оказали исследования зрительного восприятия Дж. Гибсона. В данном подходе внимание было акцентировано на взаимодействие субъекта восприятия со средой. Извлечение информации из взаимодействия человека с окружающим миром понималось как непрерывный и активный процесс [32].

В зарубежной психологии большой объем знаний о процессе восприятия и познания в целом был накоплен У. Найссером. При данном подходе познавательная активность рассматривается в контексте естественной целенаправленной деятельности, ее проявлений в обычной среде. Взаимодействуя со средой, индивид не только получает информацию, но и трансформирует ее. Таким образом, по мнению автора, каждый человек «создан теми когнитивными

актами, участниками которых он был» [88]. Модель восприятия У. Найссера содержит в себе эффекты избирательности зрительного восприятия.

Дж. Брунер исследовал процесс такой избирательности – отнесения воспринятого раздражителя к тому или иному классу вещей или событий. Он акцентировал внимание на рассмотрении механизмов категоризации в теории восприятия. Также Дж. Брунер отмечал, что «человек строит вероятностную модель окружающего мира, построение которой возможно только благодаря категоризации и которая нацелена на минимизацию неожиданности происходящего» [20].

В дальнейшем анализ структурирования потока образов в процессе восприятия и философское осмысление природы восприятия предпринял У. Куайн. В процессе многолетней исследовательской практики он сформулировал проблему «естественного вида», а именно – проблему адекватности членения и структурирования потока образов в восприятии [69].

Восприятие как фундаментальный познавательный акт подробно рассматривалось с разных сторон и позиций и в отечественной психологии. Так, С.Л. Рубинштейн исследовал восприятие через призму активности и направленности личности [102]. Согласно С.Л. Рубинштейну, «...благодаря активности субъекта, преобразующего бытие, мир воспринимается таким, каким он существует в действительности» [13]. Таким образом, процесс восприятия перестал рассматриваться как абстрактная функция и стал соотноситься с личностью и деятельностью человека. С.Л. Рубинштейн утверждал, что человеческое восприятие исторично и на определенной ступени развития вырастает на основе опосредования его всей прошлой общественной практикой, которая направляет и формирует восприятие. Он постулировал зависимость образа рецепции от образа действия, выступающего в виде зависимости развития человеческого восприятия от развития общественной практики [92].

А.Н. Леонтьев в своих работах указывал на многоуровневость восприятия, где самым простым он отмечал первый – нейронный уровень, а более сложным считал психологический [72]. По словам А.Н. Леонтьева, восприятие – «...есть

процесс перехода объективного бытия мира (вещи в себе) в его бытие для субъекта...». Таким образом, восприятие здесь понимается как жизненный процесс, протекающий на разных уровнях организации, составляющий единицы человеческой деятельности. В результате человеческой деятельности и восприятия предметный мир открывается через чувственный образ. Говоря об образе восприятия, А.Н. Леонтьев подчеркивал его независимость от субъекта, отделение активности и жизнедеятельности от предметной действительности [73].

Восприятие как деятельность, которой присущи основные специфические особенности человеческой психики – активность и пристрастность, рассматривали Л.С. Выготский, Л.А. Венгер, В.П. Зинченко, Б.Ф. Ломов [27, 30, 57, 78].

Л.С. Выготский и Л.А. Венгер для раскрытия специфических особенностей восприятия как деятельности изучали проблемы развития восприятия в онтогенезе. Отмечалось, что изучение развития восприятия у детей является ключом к пониманию механизмов восприятия взрослого человека. Л.А. Венгер характеризовал развитие восприятия как процесс, детерминированный извне, включающий определенные ступени развития. Отмечалось, что каждая предыдущая ступень является необходимой предпосылкой перехода к следующей [27]. Учеными исследовались закономерности развития восприятия у детей раннего и дошкольного возраста, анализировались различные методы развития восприятия.

Первые исследования восприятия под руководством В.П. Зинченко были посвящены изучению вопросов качественного развития восприятия в онтогенезе. Работая над концепцией перцептивных действий, В.П. Зинченко совместно с А.В. Запорожцем исследовали роль психомоторных компонентов в связи с закономерностями процесса восприятия. Восприятие рассматривалось как перцептивная деятельность и функциональная модель предметного действия.

Одним из направлений изучения сенсорно-перцептивных характеристик индивидуального развития человека занимался Б.Г. Ананьев. Его работы показали, что в основе зрительного восприятия лежит сложнейший

полиmodalный механизм, связанный со всей психикой и индивидуальностью человека [2].

В целом первые исследования отечественных психологов, посвященные изучению процесса восприятия в онтогенезе, осуществлялись на примере детского возраста. Разработанные таким образом методы затем транслировались на изучение восприятия в старших возрастах, в том числе и у взрослых людей.

В работах современных авторов ставится иной акцент. Возрастает требование учета всех обстоятельств жизни, которые обуславливают перцептивный процесс.

Так, в работах В.А. Барабанщикова, В.Н. Насуленко одним из таких требований выступает «экологичность» объекта восприятия [92]. Согласно В.А. Барабанщикову восприятие как онтологический феномен воплощается в трех планах: 1) как способ жизнедеятельности индивида (перцептивное событие); 2) как состояние субъекта восприятия (движение апперцептивного комплекса); 3) как чувственный образ (движение его формы и содержания) [14].

По мнению А.А. Ткемаладзе, восприятие – это определенная ступень чувственного познавательного процесса, отражение человеком предметов при их непосредственном воздействии на органы чувств, в виде целостных чувственных образов [116].

Одной из доминирующих в современной науке теорий считается интерпретационная модель перцептивного опыта – теория вероятностей Байеса [140]. Согласно данному подходу, человеческое восприятие функционирует как система статистических выводов на основе зашумленных и неоднозначных сенсорных входов. Применение данной модели на сегодняшний день может позволить оценивать шансы возможных состояний и действий субъекта на основе известных базовых и условных вероятностей предполагаемых событий (Г.В. Шукова, С.Л. Артеменков, 2017).

Таким образом, для современной психологии характерно большое многообразие исследовательских подходов и методов, направлений исследований, концепций и теорий. Анализ литературы показал, что наряду с

дифференциальными тенденциями в науке наблюдаются и интеграционные процессы, объединяющие исследования сходной направленности [118]. С этим связано распространение когнитивного направления, которое включает междисциплинарные исследования познания как совокупности процессов приобретения, хранения, преобразования и использования знания (М. Фаликман, 2014).

Анализ истории изучения процесса восприятия показывает, что первоначально исследователи сосредоточивались на закономерностях протекания самого когнитивного процесса восприятия на примере разных модальностей. Однако существует направление исследований, посвященное изучению не самого процесса восприятия, а его результативной стороны.

Одной из наиболее актуальных тем является изучение процесса восприятия человека и социальных объектов путем анализа результативной стороны восприятия. Одним из первых проблему восприятия человеком человека изучал А.А. Бодалев. Данные исследования были направлены на анализ процесса формирования первого впечатления о незнакомом человеке [18]. Было доказано, что в результате процесса восприятия другого человека формируется представление об этом Другом, его образ (В.Н. Панферов, 1975). Полнота этого образа зависит от времени знакомства с человеком, от желания и намерения постичь его внутренний мир, а также от первого впечатления – во всем этом ярко проявляется субъективность построения образа.

А.А. Бодалев также указывал на зависимость образа другого человека от групповых и индивидуальных характеристик сознания, способностей человека, его предшествующего опыта, общения. Одной из важных особенностей построения образа в процессе восприятия является то, что другой человек всегда воспринимается как личность [17]. При этом в образ могут быть включены самые разнообразные характеристики: «определение способностей, характера, темперамента, потребностей и интересов; социально-групповой, классовой и национальной принадлежности; социального статуса и общественных ролей; видов деятельности и поведения» [93].

Образ как результат восприятия и как чувственный конструкт обладает многомерностью, внутренними формами, вертикальной организацией, развитием и т.п. Образ всегда включен в структуру произошедшего и происходящего события.

Более частным аспектом изучения особенностей восприятия другого человека в современной науке является исследование политического восприятия. Политическое восприятие можно определить как «процесс отражения в массовом и индивидуальном сознании таких политических объектов, как лидеры, власть, партии, государство и др.» (Н.В. Смутькина, 2014). При этом политическое восприятие наиболее часто рассматривается со стороны его специфических особенностей: направленности на субъективные интерпретации политической сферы, неотделимость когнитивных и эмоциональных компонентов, опосредованный средствами массовой информации характер политического восприятия, подверженность влиянию традиционных для социальных групп ценностей, стереотипов и установок [128].

Исследования политического восприятия в целом концентрируются на анализе образа восприятия – одного из ключевых элементов. Многие ученые в настоящее время обращаются к исследованию «второй реальности» – образов, коллективных представлений (например, особенностей отображения в сознании политических личностей, событий или процессов) [40].

При анализе большого количества исследований разных областей знания, посвященных проблеме политического образа, замечено, что нередко предметами данных исследований выступают совершенно разные явления.

В психологии к наиболее общим проблемам исследования и интерпретации формирования образа политика и восприятия современных политических лидеров обращались в своих работах А.Л. Зверев, 2018, 2016; Н.В. Смутькина, 2018, 2016, 2014; И.С. Палитай, 2018, 2016, 2014; Ю.В. Кудашова, 2017; М.В. Берендеев, 2017, 2011; Н.И. Чернецкая, 2016; А.И. Рогозарь, 2016; Д.Р. Фатыхова, 2016, 2013, 2011; Е.Б. Шестопал, 2016, 2014, 2013, 2012; А.А. Папуш, 2014; Н.В. Козловская, 2012; Т.Н. Пищева, 2012, 2011; О.Ю. Бандурович, 2003; А.Г. Стегний, 2003;

Н.Н. Чурилов, 2003; М.Д. Замская, 2001; В.П. Комиссоров, 2001; Д.М. Дурдин, 2000; Н.П. Шелекасова, 2000; М.В. Новикова-Грунд, 1996, 2000 и др.

Отмечается, что изучение образа политического деятеля представляет собой актуальную проблему, требующую решения. По мнению О.В. Букреевой (2013), это связано с системным кризисом доверия населения страны российской политической власти. Возрастающее количество митингов в ряде мегаполисов России, оппозиционно ориентированных организаций и деятелей свидетельствует о сдвигах в политическом восприятии российского общества. Изучение структуры образа политика, особенностей его формирования и трансформации позволит объяснить динамику изменения симпатий и антипатий к политическим деятелям и прогнозировать активизацию гражданской активности [22].

Политический образ, как и любой образ вообще, это, с одной стороны, отражение реальных характеристик объекта восприятия. С другой стороны, политический образ представляет собой проекцию ожиданий субъекта восприятия, т.е. граждан. В политическом образе отражаются знания, представления, мнения, оценки, ожидания, эмоции, требования граждан к объекту восприятия – политику, партии и т.д.

Анализ современной литературы показывает, что в настоящее время проводятся серьезные теоретические и эмпирические исследования восприятия индивидуальности политического лидера, активно ведутся исследования образа политика.

С 80-х годов в зарубежных психологических исследованиях все чаще стали появляться работы, направленные на анализ механизмов перцептивных процессов в лабораторных условиях с привлечением методов нейробиологии и клинической психологии. Исследования американскими и европейскими учеными образа политического лидера в условиях избирательной ситуации, как правило, затрагивали рассмотрение вопроса электоральной привлекательности кандидатов. Основной акцент в подобных исследованиях ставился на коммуникативный аспект политического восприятия и потенциал используемых политическим лидером коммуникативных стратегий.

Множество исследований в США, направленных на изучение политического восприятия индивидуальности, сосредоточены на рассмотрении образов в массовом сознании через анализ двух структурных компонентов: компетентности и конгруэнтности (целостности) образа [135, 138, 142–144, 147].

Так, образ политического лидера представляет собой сложный социально-психологический феномен восприятия индивидуальности политика. В нем отражена совокупность реальных личностных характеристик политического деятеля, качеств, сформированных его деятельностью, средствами массовой информации, политической рекламой на фоне соответствующих стереотипов массового сознания.

В обобщенном виде понятие образа политика отражает субъективное представление о политическом лидере, сформировавшееся в сознании адресата в результате восприятия всех имеющихся в современном информационном пространстве актуальных данных об индивидуальности этого человека. Образ политического лидера – сложный феномен, в его создании задействован широкий круг действующих лиц. Основными активными субъектами формирования образа оказываются сами политики и, как показывает современность, работники СМИ как создатели поля информационной коммуникации. Аудитория видит политического деятеля через призму взгляда тех работников СМИ, которые создают содержание новостей. Политики, в свою очередь, через свой индивидуальный стиль вербальной и невербальной коммуникации предъявляют себя аудитории.

Работы Л. Гозмана, Г. Дилигенского, А. Дэвиса, Е.В. Егоровой-Гантман, Т. Кендрика, К. Китинга, Д. Рэндалла, У. Уайнтрауба, Д. Уинтера, С. Уокера, М. Херманн и др. внесли весомый вклад в разработку проблемы восприятия индивидуальности политика и формирования политического образа. Существующие исследования интерпретации образа политика позволяют говорить о едином наборе выделяемых черт, что предполагает необходимость и возможность выработки универсальной схемы образа политических лидеров.

Таким образом, можно заключить, что категория восприятия индивидуальности политика относится к числу междисциплинарных и актуальных. В процессе анализа литературы удалось определить категорию политического восприятия как «процесс отражения в массовом и индивидуальном сознании политических объектов, таких как лидеры, власть, государство и др.» (Н.В. Смулькина, 2014). Политическое восприятие вообще и восприятие индивидуальности политика в частности обладают специфическими особенностями. В качестве особенностей политического восприятия исследователями выделяется высокая слитность когнитивных и эмоциональных компонентов восприятия, направленность на смысловые и оценочные интерпретации политических объектов, опосредованный (преимущественно через СМИ) характер и др. Данные особенности политического восприятия отражаются в политическом образе как результате процесса восприятия.

1.2. Образ политика как результат политического восприятия

Образ политического лидера представляет собой особого рода психологическую реальность, которая имеет собственную структуру. Для психологических исследований предстает первостепенной и особенно актуальной задачей анализ компонентов и организации данной структуры.

Политический образ по своей сути является сложным формированием политического восприятия. Сюда включаются как отражение характеристик политического лидера, так и оценки, мнения, знания, представления реципиентов.

Образ политического деятеля можно охарактеризовать как совокупность осознанных и неосознанных впечатлений избирателя. Исследования в рамках политической имиджологии показывают, что в большинстве случаев решение о поддержке того или иного кандидата избиратели принимают, опираясь не на критический анализ политических лозунгов конкретных политических партий и их программ, а полагаясь на уже имеющийся в их сознании образ политика (Н.П. Шелекасова, 2006). По мнению специалиста по политическим

коммуникациям Р. Прайса, имиджмейкера президента США Р. Никсона, избиратель реагирует не на человека, а на его образ [51].

Изучение политических образов должно включать основные его аспекты: контекст восприятия, особенности объекта восприятия, коммуникативной системы, субъекта восприятия, форму и содержание самого политического образа.

Необходимо выделить ряд факторов, которые оказывают решающее воздействие на формирование политических образов. К таким факторам могут относиться политико-культурные особенности, региональная специфика, исторический контекст, политический опыт, текущая социально-экономическая и политическая обстановка, конкретные события и др.

Исследование психологической структуры образа политической власти и политического лидера подробно рассмотрено в работах отечественных исследователей, таких как Н.В. Смулькина (2014, 2013); Е.Б. Шестопал (2014, 2013, 2012, 2008); Н.В. Козловская (2012); Н.Г. Щербинина (2010); А.А. Вилкова (2010); Е.В. Егорова-Гантман (2009); Н.А. Романович (2009); О.В. Бражик (2008); Н.П. Шелекасова (2006); М.Д. Замская (2006); А.В. Захарова (1998), а также в работах зарубежных политических психологов Д. Ниммо (1976); Н. Кристенсена (2010); Ш. Розенберга (1991); П. Кинга (1997); М. Прайора (2003) и других.

Изучением образа политического деятеля в настоящее время активно занимается научный коллектив под руководством Е.В. Егоровой-Гантман. Исследователи пришли к выводу, что категория образа включает в себя конструкты «образ-знание, образ-значение, образ потребного будущего [61]. Эти конструкты оказывают влияние на информацию о политической жизни, поступающую индивиду из окружающего мира, и на формирование образов таких политических объектов, как власть, партии, организации, страны, лидеры и т.д.

Сама Е.В. Егорова-Гантман (2009) в структуре образа политического лидера выделяет «персональные», «социальные» и «символические» характеристики.

Персональные характеристики включают в себя физические особенности – внешность пол, возраст, психологические особенности (характер, личностные

черты), чисто политические профессиональные и деловые качества (политические ориентации, организаторские способности, лидерский потенциал) и речь [61].

К социальным характеристикам образа лидера относятся статус, принадлежность к определенной социальной группе, материальное положение, происхождение и биография, характер взаимодействия с различными социальными группами, сторонниками и оппонентами [61].

Символические характеристики, которыми нагружен образ политика, также являются его неотъемлемым компонентом. Они являются наиболее устойчивыми и неизменными компонентами и связаны с социокультурными архетипами и прототипами политических лидеров [128]. Символические характеристики имиджа политика значительно усиливаются в переломные моменты истории. В подобное время «лидер персонифицирует сферу страхов и надежд», но в мирное время символическая нагрузка имиджа лидера снижается и не оказывает значительного влияния на граждан [90].

Исследователи отмечают тенденцию усиления символических характеристик образа политика в переломные моменты истории, отличающиеся ростом общественного запроса на объединяющие символы, когда лидер способен персонифицировать сферу страхов и надежд [137].

М.Д. Замская (2006) выделяет в образе политического лидера имиджевый и содержательный блоки. Имиджевая часть образа, согласно данной концепции, представляет собою совокупность внешних, формальных признаков, соответствующую или противоречащую содержательной части, для которой важна опора на идеологию, выступающую в качестве системы значимых идей и ценностей и сообщающую всей деятельности целевую направленность, придающую ей смысл [53].

Согласно Е.Б. Шестопаля (2014, 2013, 2012, 2008), восприятие образа политического лидера происходит под влиянием объектных, субъектных, коммуникативных, темпоральных и пространственных факторов [126–129].

В исследовании Н.П. Шелекасовой (2006) образ политического лидера определяется как отражение психологических черт политика в сознании избирателя, преломленное через призму глубинных массовых установок.

Н.П. Шелекасова группирует психологические компоненты структуры образа по трем основным классам – когнитивные, аффективные и поведенческие, каждый из которых имеет поверхностное и глубинное измерения, создавая, таким образом, перцептивную матрицу [124].

Перцептивная матрица образа политика содержит поверхностный (изменчивый) и глубинный (устойчивый) уровни. Оба уровня могут включать в себя как осознаваемые, так и неосознаваемые компоненты. Поэтому здесь вполне оправданно предположение о многомерной и достаточно динамичной структуре образа политического лидера [124]. На неосознаваемом уровне восприятия наряду с известными психологическими параметрами оценки образов политических лидеров (такими как привлекательность, сила и активность) можно выделить дополнительные параметры – конгруэнтность и функциональность образа, которые определяют согласованность рациональных и эмоциональных элементов образа и его способность отвечать доминирующим на текущий момент потребностям избирателей.

Таким образом, Н.П. Шелекасова, рассматривая образ политика, определяет перцептивную матрицу, формируемую в результате наложения трех основных компонентов личностной структуры образа (когнитивный, эмоциональный, поведенческий) на два измерения (рациональный, бессознательный), на три оценочных параметра (привлекательность, сила, активность).

Н.В. Смутькина (2013, 2014), исходя из позиции, что структура образа политика в сознании избирателя сходна с его личностной структурой и подразумевает проекцию динамического взаимодействия физиологических, эмоциональных, интеллектуальных и других состояний человека, предполагает, что значимым становится выделение трех элементов: когнитивного, аффективного и конативного (поведенческого). Соответственно, имеет смысл выделять три основных компонента образа политика: когнитивный (например, узнавание политика), аффективный (симпатия или антипатия) и поведенческий компоненты (готовность поддержать его на выборах) [109].

По данным Н.В. Козловской (2012), образ современного политика состоит из личностных качеств, которые объективно присутствуют и проявляются в поведении; определенных элементов имиджа, которые искусственно создаются СМИ и уже имеются в сознании избирателей; стереотипных представлений о политике [66].

Кроме того, при внедрении в исследование образа политика концепции Ч. Осгуда образ политического лидера может быть рассмотрен согласно трем измерениям: аттрактивности (привлекательности), силы и активности. При формировании семантического пространства человека данные оценочные критерии признаются наиболее значимыми [109]. Так, в исследовании Н.В. Смутькиной (2014) «Особенности восприятия российских политических лидеров в ходе президентской избирательной кампании» указано, что показатели привлекательности политического лидера могут включать: внешние, телесные характеристики, психологические особенности, морально-этические оценки политика, профессиональные, деловые и политические качества. Под внешними характеристиками понимаются: физическая привлекательность, манера поведения, одежда. К телесным характеристикам относятся: болезнь – здоровье, возраст, полнота – худоба, вредные привычки, конституция, темперамент, маскулинность – феминность. Психологические особенности конкретизируются в речевых особенностях, отдельных психологических чертах, характере. В категорию профессиональных, деловых и политических качеств входят характеристики политических взглядов, лидерских качеств, опыта, навыков, компетентности. Присутствие параметров силы и активности оказывало большое влияние на привлекательность политического образа и укрепляло ее [109].

Таким образом, рассматривая образ политического лидера как особого рода психологическую реальность, исследователи выделяют собственную структуру образа политика и значимые характеристики. В образе политического лидера выделяются компоненты: физические или персональные характеристики, статус, происхождение, положение, или социальные характеристики, прототипы, или

символические характеристики, имиджевый и содержательный блоки, когнитивные, аффективные и поведенческие компоненты.

В ходе анализа выявлено, что определения категорий образа политического деятеля и имиджа политика не имеют четких границ. Показано, что такой подход является не вполне правомерным, поскольку структуры образа и имиджа политика имеют ряд существенных отличий. Понятие имиджа политического деятеля является более узким и специфичным, чем понятие образа политика. Д.А. Леонтьев разводит понятия «имидж» и «образ», отмечая, что имидж – это специально сконструированный образ, в то время как образ существует независимо от специальных усилий его носителя или иных его создателей [74, 75]. Преднамеренно конструируемый с помощью определенных методов имидж трансформируется в образ, созданный на основе восприятия стихийно дошедшей до реципиента информации (А.А. Папуш, 2014). В задачу создания имиджа входит спланированный, стратегически продуманный подход, тогда как образ формируется в большей степени самостоятельно и бесконтрольно [37, 94].

В данной работе образ политика рассматривается как результат стихийного процесса восприятия индивидуальности политика. Структуру образа политика можно представить в виде разноуровневых характеристик и свойств индивидуальности. Работа продолжает исследовательскую линию изучения восприятия индивидуальности Другого, представленную в трудах С.Ю. Ждановой, Л.З. Зариповой, Е.Л. Аликиной.

1.3. Теоретическая модель восприятия индивидуальности политика

На основе анализа существующих исследований и подходов была создана теоретическая модель восприятия индивидуальности политика. Наглядно модель представлена на рисунке 1, стр. 38.

Проведенный анализ литературы позволил установить, что в процессе восприятия индивидуальности политика важными компонентами выступают субъект восприятия, объект восприятия, условия, влияющие на процесс

восприятия, прошлый опыт субъекта, механизмы восприятия и конструирования образа, и образ как результат процесса восприятия.

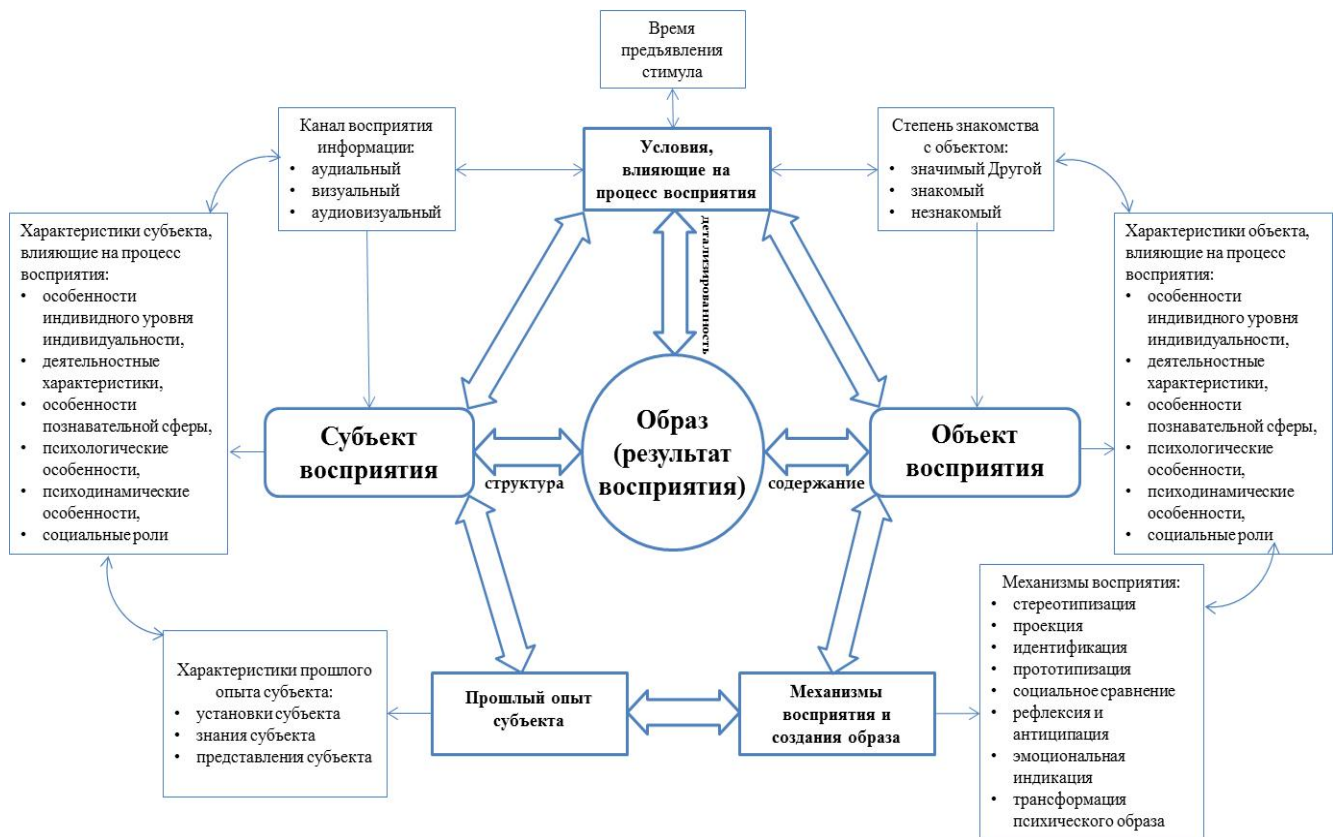


Рисунок 1. Модель восприятия индивидуальности политика

Восприятие индивидуальности политика может быть рассмотрено через анализ результативной и процессуальной сторон. Результативной стороной восприятия Другого является образ, особенности которого зависят от множества факторов, представленных компонентами модели. Такими компонентами выступают конкретные условия процесса восприятия (время предъявления стимула восприятия, степень знакомства с объектом и канал восприятия объекта), системные характеристики субъекта восприятия и объекта восприятия, а также сопровождающие и изменяющие процесс формирования образа факторы: прошлый опыт субъекта (установки, знания и представления субъекта восприятия) и механизмы восприятия (стереотипизация, проекция, идентификация, прототипизация, социальное сравнение).

Из рисунка 1 видно, что каждый компонент взаимосвязан с другими и по-разному влияет на результативную и процессуальную стороны восприятия индивидуальности.

В зависимости от конкретных условий протекания процесса восприятия меняется степень детализированности формируемого образа. Результативная сторона восприятия индивидуальности Другого определяется как характеристиками индивидуальности воспринимающего (субъекта восприятия), так и характеристиками индивидуальности воспринимаемого (объекта восприятия). В зависимости от индивидуальных характеристик субъекта восприятия в структуре формируемого образа могут преобладать элементы, связанные с данными индивидуальными характеристиками. В свою очередь, характеристики объекта восприятия задают основное содержание образа.

Структура и содержание образа преломляются через прошлый опыт субъекта и механизмы конструирования образа. Прошлый опыт позволяет субъекту дополнить недостающие элементы образа, а механизмы сопровождают процессуальную сторону восприятия индивидуальности.

Как видно из рисунка 1 (стр. 38), ключевое место в данной модели занимает образ политика, который является результативной стороной процесса восприятия индивидуальности политического деятеля. В имеющейся в настоящее время литературе по проблеме восприятия индивидуальности политика утверждается, что особенности процесса восприятия отражаются в важнейшем элементе данного процесса – образе.

Образ восприятия как чувственный конструкт обладает многомерностью, внутренними формами, вертикальной организацией, развитием и т.п. При этом существующие исследования по-разному определяют структуру, компоненты и характеристики данного образа. В образ включаются такие компоненты и характеристики, как способности, характер, темперамент, потребности и интересы; социально-групповая, классовая и национальная принадлежность; социальный статус и общественные роли; виды деятельности и поведения; персональные, социальные и символические характеристики; когнитивный,

аффективный и поведенческий компоненты и т.д. (В.Н. Панферов, Е.Б. Шестопад, Н.П. Шелекасова, М.Д. Замская).

В связи с тем что познание индивидуальности политика происходит на уровне восприятия незнакомого Другого, мы можем предполагать, что структура образа политика будет включать разноуровневые характеристики и свойства индивидуальности, вовлеченные в процесс познания. Результативную сторону восприятия индивидуальности политического деятеля представляется возможным структурировать в русле теории интегральной индивидуальности В.С. Мерлина. Из этого следует, что структура образа политика представлена следующими компонентами: характеристики индивидного уровня индивидуальности, психологические особенности, характеристики социально-психологического уровня индивидуальности, эмоциональные характеристики, деятельностные характеристики.

На основе данных ряда исследований (Т.А. Шкурко, 2017; К.В. Злоказов, 2017; Е.Л. Аликина, 2015; Е.Н. Давыборец, 2015; Л.З. Зарипова, 2013; Н.В. Смутькина, 2013; С.А. Пичугин, 2011; В.А. Барабанщиков, 2006; С.Ю. Жданова, 2005; Л.Н. Собчик, 2005; А.А. Бодалев, 1982) было выявлено, что на результативную сторону восприятия индивидуальности во многом оказывают влияние характеристики объекта и субъекта восприятия.

Особенности субъекта восприятия влияют на глубину, всесторонность, объективность и скорость познания другого человека. Субъект восприятия представляет собой целостную систему, к которой применимы интегральные характеристики. В исследованиях показана зависимость особенностей образа Другого от характеристик субъекта восприятия, таких как пол, возраст, специфика профессиональной деятельности (Е.Л. Аликина, 2015; Е.С. Золотова, 2015; Л.З. Зарипова, 2013; О.А. Соколова, 2013; Н.В. Смутькина, 2013; С.Ю. Жданова, 2005). Эти особенности субъекта накладывают определенный отпечаток на процесс восприятия и определяют структуру образа.

Учеными также подчеркивается влияние характеристик объекта восприятия на формирование его образа. Отмечено, что такие характеристики, как пол,

профессия и возрастные особенности объекта, в значительной степени влияют на результирующую сторону восприятия (Л.Г. Почебут, Д.С. Безносков, 2018; Т.А. Шкурко, 2017; К.И. Белоусов, Е.В. Ерофеева, 2017; Е.Л. Аликина, 2015).

В процессе восприятия происходит взаимодействие информации, хранящейся в памяти субъекта, и свежей информации, полученной в данном процессе восприятия от воспринимаемого объекта. В связи с этим правомерно говорить о влиянии прошлого опыта субъекта на процесс восприятия. Индивидуальный опыт, зафиксированный в памяти, установки субъекта, знания и представления оказывают огромное влияние на процессуальную и результирующую стороны восприятия.

В процессе восприятия происходят также и процессы переработки информации, поступающей от объекта. Переработка, понимание и интерпретация информации рассматриваются как процесс осмысления знания, получаемого в ходе взаимодействия или восприятия Другого, который происходит под влиянием специфических психологических механизмов. Под психологическими механизмами понимается целостная психологическая система способов, приемов и операций, осуществляемая субъектом на разных уровнях осознанности.

Процесс восприятия политика включает механизмы познания, восприятия и создания образа, такие как стереотипизация, проекция, идентификация, прототипизация, социальное сравнение, рефлексия и антиципация, эмоциональная индикация, трансформация психического образа. Функционирование механизмов восприятия Другого влияет на адекватность формирования образа воспринимаемого человека. Кроме того, в литературе отмечается, что механизмы восприятия в той или иной степени ограничивают возможность объективного познания других людей.

Таким образом, наивный субъект, не располагающий психологическим знанием, под воздействием психологических механизмов восприятия осмысляет полученные знания, которые помогают ему понять индивидуальность политического лидера и создать образ политика.

Кроме того, большое влияние на детализированность образа политика оказывают условия, при которых происходит восприятие, они играют существенную роль в создании образа. Одним из условий, влияющих на процесс восприятия, выступает время предъявления стимула. В исследовании С.Ю. Ждановой, В.Б. Полякова и Э.Е. Нахтаровой (2012) было обнаружено, что длина предъявления стимула, в данном случае видеоролика, влияет на выделяемые и описываемые характеристики в структуре образа Другого. По данным исследования, при предъявлении пятиминутного видеоролика испытуемые обращают большее внимание на психологические свойства личности, что является более глубоким уровнем познания индивидуальности. При восприятии пятисекундной видеозаписи все внимание акцентируется на внешности человека и его индивидуальных характеристиках.

Также на процесс восприятия оказывает влияние фактор степени знакомства с объектом. С.Ю. Ждановой (2005) было показано, что восприятие индивидуальности другого человека зависит от степени знакомства с ним. Восприятие индивидуальности малознакомого человека осуществляется быстро, характеризуется избирательностью, фрагментарностью, большим влиянием стереотипов, наличием оценочных суждений, ориентировано на индивидуальные характеристики человека: пол, возраст, особенности внешности. Таким образом, познание незнакомого или малознакомого человека осуществляется на уровне восприятия. Восприятие индивидуальности знакомого человека является более подробным, дифференцированным, целостным, направлено на познание индивидуального, личностного, социально-психологического уровней индивидуальности. В исследовании Е.Л. Аликиной (2015) было установлено, что существуют особенности в восприятии индивидуальности Другого и построении его образа в случае, если объектом выступает значимый Другой. Восприятие индивидуальности значимого Другого происходит на более глубоком уровне познания, является более детализированным, включает в себя больше уровней и характеристик индивидуальности, вовлеченных в процесс познания, направлено на познание психологических особенностей.

Канал предоставления и получения информации также является важным условием, влияющим на процесс восприятия и построения образа. Во многих исследованиях отмечается, что информация, получаемая разными путями, по-разному воспринимается реципиентами. Большое количество исследований посвящено изучению вербальной составляющей коммуникативного процесса, лингвистических средств, используемых политиками для формирования положительного образа (Ю.В. Кудашова, Е.В. Гуляева, Н.В. Тишин, Е.В. Мурай, Т.В. Романова, М.В. Китик, Н.В. Зайчикова и др.). Однако, по данным исследований, например, В.П. Морозова, на процесс восприятия индивидуальности политика в большой мере влияет и невербальный компонент коммуникации. Таким образом, варьирование каналов предоставления и восприятия информации позволит проследить влияние вербальных и невербальных компонентов коммуникативного процесса на конструирование образа политического лидера реципиентами.

Таким образом, анализируя модель, построенную на основе теоретических данных и материалов, представленных в современной психологической литературе, можно заключить, что процесс восприятия политика является многокомпонентным. Данная модель состоит из взаимосвязанных между собой компонентов и объясняет процесс конструирования образа за счет определенного взаимовлияния компонентов и механизмов восприятия. Ключевыми компонентами данной модели являются: образ, субъект, объект, условия и механизмы восприятия.

1.4. Роль вербального и невербального компонентов в структуре образа политика

Политическая коммуникация предполагает особое внимание к вербальным и невербальным компонентам выступления, которые, в свою очередь, являются составляющими формирующегося у реципиента образа политика. Для создания политического образа используется целый ряд вербальных и невербальных средств. В сознании избирателя коммуникативные особенности, речь политика

неразрывно связаны с его образом (Г.Г. Почепцов, 2002, Н.В. Зайчикова, В.А. Третьякова, 2008).

Язык играет в политике ведущую роль, являясь основой создания политических концепций, направлений, образа политика и проводником всего этого в общественное сознание. Слово – «мост, перекинутый между политиком и избирателем, их общая территория» (Г.Г. Почепцов, 2002).

Вербальный компонент коммуникации во многом влияет на восприятие политика как профессионала своего дела, являясь главным инструментом его взаимодействия с обществом. Этим объясняется повышенное внимание исследователей к изучению лингвистических средств, используемых политиками (Т.Ю. Тамерьян, В.А. Цаголова, 2018; Ю.В. Кудашова, 2017; Ф.И. Дотдаева, 2013; А.В. Пекониди, 2012; Е.В. Гуляева, 2011; А.В. Антонова, 2011; Н.В. Тишин, 2010; Е.В. Мурай, 2010; О.А. Алимуратов, 2009; Т.В. Юдина, 2004; А.Б. Бушев, 2004; М.А. Аствацатурова, 2003; Е.В. Бакумова, 2002, 2001; Э. Ле, 2001; В.В. Смолякова, 2000; О.П. Березкина, 1999).

Официальный характер взаимодействия политических лидеров и граждан, публичность, социальный статус политических деятелей обязывают их следовать определенным нормам коммуникативного поведения. Выступления политиков предполагают соблюдение норм официального общения, при этом вербальный компонент включает богатый лексический фонд языка. Речь политика должна быть разнообразна и грамматически правильно выстроена.

Профессиональная деятельность политиков предполагает активное использование в коммуникации многочисленных штампов и клише, которые все же отличаются большим тематическим разнообразием. Это разнообразие обусловлено тем, что политику необходимо быть готовым к обсуждению со своими потенциальными избирателями и представителями СМИ самых различных тем общественной жизни страны. В выполнении этой задачи может помочь употребление клише, профессиональных штампов, терминологической лексики (прежде всего общественно-политической и экономической).

В современной литературе образ политика рассматривается как сложный социопсихологический феномен, с одной стороны, и как многоструктурное лингвокогнитивное образование – с другой (Т.Ю. Тамерьян, В.А. Цаголова, 2018). Образ политика внедряется в сознание народа посредством специальных технологий и механизмов массмедийной коммуникации [114].

Вербальный компонент, как отмечают ученые, служит средством манипулятивного воздействия. Рассматривая особенности манипулятивного речевого поведения в предвыборном агитационном дискурсе, А.В. Антонова (2011) изучает процесс убеждения массового реципиента на примере британского агитационного дискурса. Исследователь делает вывод, что политическое убеждение находится между внушением, сопровождающимся полным отсутствием критического осмысления получаемой реципиентом информации, и доказыванием, осуществляющемся при полном критическом осмыслении [114]. В вербальном компоненте британского агитационного дискурса были выявлены особые языковые средства, выступающие в роли актуализаторов манипуляций реципиентами.

Многие исследователи выделяют определенные различия в вербальной коммуникации мужчин и женщин политиков. Так, в исследовании А.Н. Дудецкой, 2009, показано, что мужчины-политики, в отличие от женщин, употребляют специфические термины, в особенности экономические и финансовые [41]. Автор делает предположение, что этот феномен обусловлен высоким уровнем компетенции мужчин в этих областях. Было доказано, что использование терминов положительно влияет на восприятие индивидуальности политика и формирование образа. Использование терминов в публичной речи показывает интеллектуальный уровень политического деятеля, грамотность и подготовленность, а также стремление к четкости и лаконичности изложения сути поставленного вопроса. Большая психологическая уверенность и раскрепощенность мужчин-политиков, по мнению автора, обуславливают частое употребление ими «сниженной», иногда вульгарной лексики.

Особенностью вербальной коммуникации женщин является более активное употребление в речи терминов, связанных с восприятием действительности на уровне чувств и ощущений. По данным А.Н. Дудецкой, это происходит в 5 раз чаще у женщин-политиков по сравнению с мужчинами. В соответствии с этими данными, у женщин-политиков в речи также наблюдается наличие большего количества восклицательных предложений [41].

Как и в любой коммуникации, в политическом общении важное место занимают стилистические средства и приемы. В исследованиях часто внимание уделяется использованию метафор, сравнений, противопоставлений в речи политиков. Благодаря использованию выразительных средств коммуникация становится экспрессивной и, следовательно, вызывает интерес у потенциальных избирателей.

Тем не менее коммуникация, особенно политическая, целью которой является оказание определенного воздействия на избирателя, – очень сложный и многосторонний процесс. Ошибочно утверждать, что связь между политическими агентами и электоратом основывается лишь на языковом общении.

Публичное выступление имеет не только языковую, лингвистическую составляющую, но включает в себя также целый ряд невербальных, паралингвистических средств, способных передать необходимую информацию слушателю. Дополнение вербального сообщения невербальными средствами коммуникации делает изложение информации более понятным и доступным широкой публике. Как отмечает И.В. Вашунина (2009), представление информации двумя способами – вербальным и невербальным, облегчает ее получение из сообщения [25].

Кроме того, в большинстве случаев речь политика готовится и пишется заранее, а ее подготовкой занимается, как правило, не сам политический лидер, а целая группа специалистов, т.е. выступления политиков имеют подготовленный характер, в то время как невербальная составляющая их коммуникативного поведения остается за рамками контроля и может дать достаточно ценные сведения о реальном, объективно существующем имидже человека-политика.

В.А. Лабунская одной из первых предложила качественное определение понятия «невербальное общение». Оно понимается как способ передачи информации, представления о партнёре, организации взаимодействия, осуществление влияния на собеседника невербальными средствами коммуникации [4].

Современные ученые в разных областях науки пытаются определить соотношение вербальных и невербальных средств языка, степень их независимости друг от друга, выявить их процентное соотношение или объединить их как неразрывные понятия. Как справедливо указывал А.А. Реформатский, «без решения вопросов о том, как происходит невербальная коммуникативная деятельность и каково ее реальное соотношение с вербальной деятельностью, практически немислимо моделирование не только коммуникативных систем, но и мыслительного процесса» [60].

Кинесические элементы, за исключением знаков, символов и некоторых эмблем, имеют, как доказано, бессознательную природу, а значит и уровень доверия к ним очень высок. Это всецело отвечает «верификационной концепции внушения», которую предложил профессор А.М. Свядош [105]. Согласно этой концепции, «в мозге человека протекают процессы верификации информации, то есть определения ее достоверности. Особенность внушения кроется в том, что помимо основной (семантической) информации, определяющей содержание внушения, вводится еще добавочная – верифицирующая – информация, повышающая достоверность основной. Особенно важно учитывать это в политических выступлениях, потому как при формировании имиджа политика, прежде всего, необходимо добиться доверия, признания компетентности лидера. Добавочную информацию несет жестикауляция, мимика, внешний вид. Если этой добавочной информации не будет или окажется недостаточно, то эффекта внушения не наступит» [60].

Таким образом, хотя речь политика играет очень важную роль, она раскрывает политическую линию, намерения, цели политика, отличается от жестов большей обобщенностью звуковых единиц, большей комбинаторной

возможностью для обозначения ситуаций, легкостью воспроизведения и экономичностью, все же образ политического агента будет неполным и недостаточно эмоциональным без применения невербальных средств. Другое свойство невербальных посланий, сильно отличающее их от вербальных, выражается в том, что они реализуются раньше слов и служат своеобразным фоном перед началом беседы.

По невербальным сигналам уже с первых секунд можно судить о психологическом состоянии собеседника. Их декодирование часто дает больше информации о человеке, чем собственно анализ речи. Язык тела политика является отражением его отношения не только к собеседнику, но и к той культуре, которую он представляет, стране, в которой он живет, раскрывает и закрепляет определенный образ в сознании электората и создает имидж на международной арене.

Осознавая всю важность эффекта визуального восприятия в процессе непосредственного общения с аудиторией, современные политики ведут зрительное воздействие по двум основным направлениям (В.В. Смолякова, 2000). Первое включает в себя отработку мимики и жестов выступающего. Второе – внешний облик политического лидера [108].

Невербальные компоненты нередко используются в текстах, посвященных описанию политических событий или политических деятелей, для придания им большей экспрессивности и информативности, они не перегружают при этом излишними описаниями и пояснениями (М.А. Девяткова, 2016). На примере исследования лингвокультурного типажа и образа президента России автор указывает, что невербальный компонент может быть использован для описания характера, моральных качеств российского президента не только как личности, но и как политика. СМИ, используя невербальный компонент через графические метафоры, во многом способствуют формированию у широкой аудитории образа политического лидера как жесткого и сильного политика, способного отстаивать интересы государства и каждого его гражданина [38].

Определенная форма передачи информации (вербальная и невербальная) имеет некоторые ограничения и свое собственное содержание, которое присутствует независимо от намерений автора. Информация, передаваемая вербальными и невербальными средствами коммуникации, не может полностью совпадать. Это значит, что невербальное дополнение может по-разному соотноситься с содержанием вербального текста и изменять его восприятие реципиентами.

Таким образом, в ходе теоретического анализа было выявлено, что аспекты вербальной и невербальной коммуникации политиков изучаются изолированно либо исследователи подходят к рассмотрению данной проблемы односторонне, к примеру, анализируют только лексическую составляющую образа политического деятеля или компоненты невербальной составляющей, такие как жесты, мимика и т.д. (Е.А. Слободенюк, 2015; А.В. Филиппова, 2011; С.В. Кузьмина, 2010; И.В. Вашунина, 2009). При этом необходимо отметить, что в качестве объекта анализа в исследованиях чаще всего выступает текст (текст выступления политика, текстовые отрывки, представленные в СМИ). Вербальные и невербальные характеристики в данном случае исследуются посредством изучения текстов СМИ или через их описание в тексте, а не через непосредственное их предъявление. Данный способ демонстрации стимульного материала является ограниченным, поскольку может повлиять на результаты исследования в связи с опосредованностью восприятия вербальных и невербальных компонентов выступления политика. Кроме того, при анализе литературы было замечено, что проблема вербальных и невербальных компонентов и их влияния на образ политика изучается преимущественно на примере иностранных источников и зарубежных политических лидеров (британский дискурс, лексика, описывающая поведение президента США, образ немецкого канцлера Ангелы Меркель и др.). Исследования целостного восприятия политика на данный момент отсутствуют.

1.5. Восприятие индивидуальности политического лидера в связи с полом политика и полом реципиента

Анализ исследований по проблеме восприятия индивидуальности политического деятеля и особенностей образа политика показал, что вопросы половых различий в восприятии индивидуальности политических деятелей и особенностей образа политика в связи с полом изучаются реже, в отличие от других аспектов и явлений. Однако некоторые ученые ссылаются на существование асимметрии в восприятии женщин и мужчин политических деятелей [119], что накладывает отпечаток на восприятие индивидуальности и формирование образа политиков.

В данном аспекте ученые чаще говорят о стереотипизации образов политических лидеров. По данным Т.Б. Рябовой, 2011, существуют устойчивые схематичные и эмоционально окрашенные представления о персональных характеристиках мужчин и женщин: о личностных качествах, поведенческих и эмоциональных характеристиках, приписываемых мужчинам и женщинам [104].

Предпочтения электората в таком случае начинают строиться на стереотипах, говоря о которых, Е.С. Гриценко (2011) отмечает, что важным аспектом создания положительного образа политического деятеля является соответствие гендерным нормам и ожиданиям [35]. Стереотипизация ярко проявляется в моменты, когда определенные суждения и мнения переадресовываются от мужчин-политиков к женщинам – политическим лидерам. Е.С. Гриценко утверждает, что «мнение “многие X являются Y” (например, “большинство политиков – мужчины”) может быть и верным, однако если оно используется в суждении об индивидуальном члене группы (например, “женщина X не является/не может/не должна быть политиком”), имеет место стереотип» [34]. Автор утверждает, что причиной данного когнитивного искажения становится тот факт, что женщины-политики занимаются делом, традиционно понимаемым как «мужское занятие».

Феномен стереотипизации анализируется в исследованиях Э.В. Будаева и А.П. Чудинова (2006), которые исследовали метафоры в политическом дискурсе.

Часто используемые в текстах политической тематики метафоры агрессии и конфронтации воспроизводят в общественном сознании представление о сфере политики как о «мужском деле, в котором не остается места для женщин-политиков». Точка зрения авторов заключается в том, что «когда женщины принимают мужской стиль поведения, чтобы соперничать в борьбе за власть, они изображаются в СМИ как более агрессивные, чем мужчины, потому что их политическая активность вступает в противоречие с глубоко укорененными представлениями о присущем женщине поведении» [21].

К подобным выводам приходят как отечественные, так и зарубежные исследователи, изучая феномен стереотипизации в конструировании образа и имиджа политического деятеля.

При исследовании мирового медийного дискурса лингвисты приходят к выводу о доминировании в сознании образа сильного лидера и процессах бессознательного переноса концепта «сильный лидер» на концепт «сильное государство» (И.Н. Филатова, 2009). Стереотипные представления о «настоящем мужчине» и «настоящем лидере» (успешном политике) зачастую совпадают. В связи с этим женщине, которая выбирает карьеру политика, необходимо выбирать между тем, на какой образ ей ориентироваться в дальнейшем: «настоящего лидера» или «настоящей женщины», поскольку эти образы, по данным ряда исследователей политической лингвистики, противопоставлены в картине мира электората.

По мнению Т.Б. Рябовой (2011), в России можно отметить специфические тенденции «наделения образа страны маскулинными коннотациями, создания привлекательных моделей национальной маскулинности» [103, 104]. Д.Р. Фатыхова (2011) в своих работах говорит о феномене «мужского стандарта» [119]. Содержание феномена заключается в том, что по мере развития политической карьеры женщины она постепенно подстраивается под «мужской» стандарт, что приводит к дискредитации самого явления «политическое лидерство женщин». Образ мужчины-политика становится критерием и эталоном создания образа политического лидера.

Как отмечает Д. Таннен (2005), когда мужчина производит впечатление убедительного, логичного, прямого, властного и влиятельного человека, он тем самым повышает и свою ценность как мужчина. Если же такое впечатление производит женщина, она рискует понизить свою ценность как женщина.

Интерес к политической сфере маркирован в медиа как непосредственно мужское явление. По данным Э.В. Будаева и А.П. Чудинова, «освещение политических событий в СМИ строится в соответствии с мужской картиной мира» [21]. В современных медиаресурсах до сих пор признается, что политические факты и события являются областью мужских интересов. Как утверждает в своих работах Е.С. Гриценко (2011), анализируя медиадискурс в США, статьи, описывающие кандидатов в конгресс, присутствуют только в мужских журналах, что позволяет рассматривать политику и относящиеся к ней события как определенным образом маркированные темы [34, 35].

По данным Е.А. Слободенюк (2016), при описании политиков в СМИ, вне зависимости от их пола, применяют терминологию «мужского» нарратива. Однако данная «мужская» терминология по-разному оценивается применительно к мужчинам и женщинам политикам.

Таким образом, проблема половых особенностей в восприятии индивидуальности политика остается на данный момент малоизученной. Анализ существующих исследований показал, что половые различия чаще изучаются на примерах зарубежных политических лидеров. Необходимо отметить также, что существующие исследования половых особенностей восприятия образа политика сосредоточены преимущественно на проблемах стереотипизации и выражения стереотипов при описании политических деятелей в СМИ (Т.Б. Рябова, 2011), соответствии гендерным нормам и ожиданиям (Е.С. Гриценко, 2011), описываются стереотипные метафоры в политическом дискурсе в связи с полом политика (Э.В. Будаев, А.П. Чудинов, 2006), «мужской стандарт» и образ мужчины-политика как эталона (Д.Р. Фатыхова, 2011), исследуется описание политиков СМИ в связи с полом. При этом в основном подвергались анализу тексты устных выступлений политиков, представленные в СМИ, тогда как

целостное изучение восприятия индивидуальности политика в связи с полом политика и полом реципиента отсутствует. В связи с этим интересным представляется изучение особенностей восприятия индивидуальности политика у реципиентов разного пола, а также особенностей восприятия индивидуальности политика-женщины и политика-мужчины.

ГЛАВА 2. ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

2.1. Методологические трудности изучения восприятия индивидуальности политика

Разработка проблемы исследования половых особенностей восприятия индивидуальности политика сталкивается с рядом методологических трудностей, которые связаны, прежде всего, со спецификой предмета исследования.

Сами по себе политические факты, процессы и явления не могут быть подвержены однозначному толкованию. По утверждению С. Липсета, многовариантность влияния политических перемен приводит к противоречивым результатам (С.М. Липсет, Размышления о легитимности, 2005). В связи с этим очень сложно описать и объяснить факторы, закономерности, определяющие повторяемость политических процессов. Кроме того, формирование устойчивых зависимостей и универсальных закономерностей в политической реальности затрудняет сам специфический ход политических изменений и их комплексное влияние на политическое поведение людей.

Зарубежными исследователями политической сферы активно обсуждается проблема объективности политического знания. В связи с тем что одной из задач политической науки является обоснование правильности какого-либо политического порядка, возникает непринятие объективного значения ценностей. Так происходит смещение акцента на относительность всех политических ценностей, что ставит под сомнение возможности научного познания.

На усложнение объективного познания политического пространства влияет взаимодействие познающего субъекта с определенной политической средой (М.Н. Грачев, Ю.В. Ирхин, 1996; Н.В. Загладин, 1990). В этом случае перед исследователем стоит задача отделения политических убеждений, способствующих пониманию сложности политических процессов, от мешающих убеждений.

Необходимо учитывать, что в рамках изучения политической реальности научное знание неразрывно сплетается с практическими интересами, рациональный элемент – с иррациональной средой. Большое значение имеют учет и контроль влияния доминирующей парадигмы в общественных науках и ценностной матрицы самого исследования.

Западные политологи и бихевиористы отмечают недостаточность оснований для постулирования «неизменных» политических законов. На практике известны отдельные локальные правила, описывающие процессы формирования политических партий или проведения избирательных кампаний. Безусловно, исследователи не отрицают наличия в некоторых областях политической реальности относительно устойчивых зависимостей, но ввиду того что политическое пространство предстает весьма широкой областью для изучения, этого недостаточно.

Одной из важнейших исследовательских проблем по-прежнему является сложность, а иногда и невозможность рассмотрения роли различных факторов, влияющих на формирование образа в условиях конкретной электоральной ситуации (Н.В. Смулькина, 2014). В политической науке все ещё нет ответов и на вопросы о специфике и причинах изменений отношения избирателей к политикам, о факторах, влияющих на динамику образов и на их голосование «за» или «против» кандидата.

Минимизировать влияние данных методологических трудностей на результаты исследования можно с помощью комплексного, междисциплинарного, поликомпонентного подхода к изучению политических явлений. Анализ политической сферы представляется сложным, многоэтапным, сознательно организованным процессом, включающим четко выстроенную логику, правила, систему обратной связи и верификации полученных данных. Акцентируются целенаправленные процессы преобразования информации и процедуры работы с различными данными с целью получения нового знания, пригодного для практического применения при решении политических или управленческих задач.

Многими особенностями политического анализа можно овладеть на практике, руководствуясь опытом предшествующих исследователей данной сферы. Поскольку исследователи политики, чтобы сгладить влияние методологических трудностей в политической сфере, скрупулезно, многократно и ответственно относятся к своим общим выводам, теориям и подходам, обращаются к проверенным фактам, методологическая и методическая части исследования подвергаются тщательной проверке, можно говорить о сдвиге политических исследований к научному способу познания мира.

Таким образом, анализ научных работ по проблеме исследования позволил заключить, что ученые отмечают сложность однозначного толкования политических явлений, многовариантность влияния переменных, взаимодействие субъекта и объекта исследования, в связи с чем затруднено изучение роли различных факторов, влияющих на формирование образа политических явлений в сознании реципиентов. Минимизировать влияние методологических трудностей на результаты исследования возможно с помощью комплексного исследования, поликомпонентного анализа восприятия политических явлений, использования количественной и качественной методологии.

2.2. Организация исследования

С целью изучения восприятия индивидуальности политика в связи с полом было организовано и проведено собственное эмпирическое исследование. Исследование носило групповой характер.

Объектом в данной работе была не личность конкретного политика, а образ политического деятеля, формирующийся в процессе получения информации определенной модальности в зависимости от канала восприятия.

Был использован квазиэкспериментальный план исследования, который включал в себя демонстрацию стимульного материала в группах испытуемых и сбор эмпирического материала с учетом варьирования нескольких факторов (канал восприятия, род деятельности, пол политика, пол реципиента).

В качестве стимульного материала были применены записи выступления политических и общественных деятелей (мужчин и женщин) с варьированием каналов представления и восприятия информации: аудио, визуальный и аудиовизуальный канал.

Длина транслируемых видеороликов была фиксирована и составляла 5 минут. Данный временной промежуток был выбран в соответствии с результатами, полученными в исследовании С.Ю. Ждановой, В.Б. Полякова и Э.Е. Нахтаровой «Особенности восприятия человека на видеозаписи в связи с продолжительностью ее предъявления» (2012). Авторами было обнаружено, что длина видеоролика влияет на выделяемые и описываемые характеристики. При предъявлении пятиминутного видеоролика испытуемые обращали больше внимания не на внешность человека и его индивидуальные характеристики, как при пятисекундной видеозаписи, а на психологические свойства личности, что является более глубоким уровнем познания индивидуальности [48].

Для того чтобы минимизировать влияние уже сформированных установок на образ политика и для повышения валидности исследования, в качестве стимульного материала были взяты записи выступления политиков на региональном уровне. Выступления носили не агитационный, а информационный характер, темы всех выступлений являлись схожими. Были выбраны политические и общественные деятели, научные работники из Ростовской, Московской, Саратовской, Костромской и Тюменской областей.

Для выявления специфики восприятия образа политика и его отличий от образа неполитика в стимульный материал вошли также видеозаписи выступлений общественных деятелей, которые были заявлены как политические лидеры. Это дает нам возможность выявить особенности восприятия индивидуальности политика и отличия от восприятия и индивидуальности неполитика.

Внутри каждой группы стимульный материал был представлен двух видов в зависимости от пола политика и неполитика. Каждой группе реципиентов материал предъявлялся только один раз и только одного вида в зависимости от

канала представления и восприятия информации для исключения влияния фактора привыкания и повторного восприятия выступления.

Каждому участнику после просмотра видеоролика предъявлялся пакет методик, давалась инструкция. К исследованию испытуемые приглашались с учетом положительного отношения, на основе добровольного участия.

Для решения поставленных задач были использованы: метод свободного описания с применением метода компьютерного контент-анализа и метод семантического дифференциала.

В ходе исследования были использованы качественные (контент-анализ) и количественные методы обработки данных. Контент-анализ в ходе исследования подвергался как качественной, так и количественной компьютерной обработке в программе Atlas.Ti.

В качестве методов математической статистики были использованы: критерий ϕ -углового преобразования Фишера, описательные статистики, t -критерий Стьюдента для зависимых выборок, t -критерий Стьюдента для независимых выборок, линейный корреляционный анализ Пирсона, эксплораторный факторный анализ (анализ методом главных компонент с методом вращения: варимакс с нормализацией Кайзера). Для проведения математических процедур статистического анализа данных был использован универсальный профессиональный пакет IBM SPSS Statistics 22 и Microsoft Excel 2010 (вспомогательные процедуры) для среды Windows.

2.3. Описание выборочной совокупности

В диссертационном исследовании приняли участие студенты Пермского государственного национального исследовательского университета специальностей естественнонаучного и гуманитарного циклов.

Выбор студенческой группы в качестве объекта исследования был обусловлен следующими причинами. Во-первых, это связано с социальной обстановкой в стране. В последние годы можно наблюдать резкий рост числа молодежных объединений и политических акций, организованных ими

(Л.В. Власенко, 2014; А.И. Бучкова, 2012; В.И. Зубков, 2012; А.С. Антонова, 2009). Во-вторых, как отмечают исследователи, именно в студенческом возрасте наиболее активно протекает процесс политической социализации личности, студенты активно реализуют политические идеи и ценности через включение в политическую жизнь (Д.Г. Камнев, 2014; А.В. Щепеткин, 2011). Для молодежи характерно проявление политической активности, интереса к решению политических задач через механизмы реализации политических прав (М.С. Комарова, 2016, Е.Н. Малик, 2015, 2008). Кроме того, студенчество в современной России представляет собой основной стратегический ресурс и источник инициатив, развития всех сфер жизни, общественных изменений (А.Л. Елисеев, А.В. Мельников, 2015). Это социальная база общественных изменений. Благодаря групповым формам активности, студенчество имеет возможность влиять на политическую сферу государства. В-третьих, выбор связан с высокой способностью молодежи вербализировать свои суждения, невысокой, как правило, подверженностью стереотипам, их смелостью и активностью при проведении исследований (А.В. Бабайцев, 2012).

Для контроля влияния побочных факторов и повышения достоверности полученных данных из выборки были исключены специальности, связанные с имиджеологией, политологией, PR, так как специфика подготовки студентов по данным направлениям предполагает детальное исследование механизмов создания и трансформации образа публичного человека вообще и политика в частности, что может повлиять на результаты исследования.

Всего в исследовании приняло участие 462 человека (из них 231 мужчина и 231 женщина, студенты с I по IV курсы в возрасте от 18 до 24 лет, средний возраст – 21 год).

Было сформировано 5 групп испытуемых, каждая группа была уравновешена по полу:

1) в первую группу вошли 48 мужчин и 48 женщин (всего 96 испытуемых) в возрасте от 18 до 24 лет (средний возраст – 21 год), которым были

продемонстрированы видеозаписи выступлений политика-мужчины и политика-женщины (мультимодальный стимульный материал);

2) вторую группу составили 45 мужчин и 45 женщин (всего 90 испытуемых) в возрасте от 18 до 24 лет (средний возраст – 21 год), которым были предъявлены аудиозаписи выступлений политика-мужчины и политика-женщины (вербальный стимульный материал);

3) в третью группу вошли 46 мужчин и 46 женщин (всего 92 участника) в возрасте от 18 до 24 лет (средний возраст – 21 год), которым предъявлялись видеозаписи без звука выступлений политика-мужчины и политика-женщины (невербальный стимульный материал);

4) в четвертую группу вошли 47 мужчин и 47 женщин (всего 94 участника) в возрасте от 18 до 24 лет (средний возраст – 21 год), которым были предъявлены видеозаписи выступлений общественного деятеля-мужчины и общественного деятеля-женщины (мультимодальный стимульный материал);

5) в пятую группу вошли 45 мужчин и 45 женщин (всего 90 испытуемых) в возрасте от 18 до 24 лет (средний возраст – 21 год), которым были продемонстрированы видеозаписи выступлений научного работника-мужчины и научного работника-женщины (мультимодальный стимульный материал).

2.4. Методы исследования восприятия

индивидуальности политика в связи с полом

Для решения поставленных задач были использованы: метод свободного описания с применением метода компьютерного контент-анализа и метод семантического дифференциала. В качестве методов математической статистики использовались: описательные статистики, *t*-критерий Стьюдента для зависимых и независимых выборок, линейный корреляционный анализ Пирсона, эксплораторный факторный анализ (методом максимального правдоподобия с методом вращения: варимакс с нормализацией Кайзера), критерий ϕ -углового преобразования Фишера.

При выборе методов исследования и принципов обработки данных было замечено, что многие исследователи обращают внимание на ограниченность использования только количественной стратегии и стандартизированных методик при изучении восприятия и познания индивидуальности [3, 23, 39, 65, 76, 80, 106, 117, 122, 134].

Е.А. Климов отмечает, что возникает потребность в использовании качественных методов исследования для изучения особенностей познания собственной психической реальности и реальности других людей [65]. На необходимость использования качественных методов исследования для изучения феномена познания указывает Г.М. Андреева, которая подчеркивает, что стратегии исследования должны включать методы «анализа продуктов социального познания», описание элементов социального мира [3].

В.В. Семенова в своих работах отмечает достоинства качественной методологии и обращает внимание на возможность качественных методов изучать качественное отношение респондента к явлению, фиксировать его субъективную ценность «исходя из социального опыта индивида» [106]. По данным В.А. Ядова, именно при помощи качественных методов исследования преодолевается дискретный характер информации, что позволяет достичь ее целостности [134].

Д.А. Леонтьев акцентирует внимание на возможности «вступить в диалог с внутренним миром, коснуться его содержания и сделать более понятным» при использовании качественных методов исследования [76]. Именно в этом случае, как указывает Н.А. Деева, на первый план выходит субъективный смысл рассматриваемых феноменов [39]. О необходимости использования в психологических исследованиях качественных методов сбора и анализа данных говорит в своих работах Н.П. Бусыгина [23].

А.М. Улановский дает следующее определение понятию качественное исследование. Он отмечает, что это «комплексное исследование, предполагающее сбор богатых описаний феномена, обработку их с помощью специальных процедур анализа текста и интерпретацию с учетом широкого социокультурного

контекста, с опорой на точку зрения исследуемых людей и рефлексию самого исследователя» [117]. Основной методологической особенностью здесь выступает раскрытие таких аспектов изучаемого феномена, как его понимание с точки зрения участников и особенности контекста, тогда как количественные исследования утрачивают такую особенность [80].

Отмечает специфику инструментальных свойств качественного исследования в своих работах А.Ю. Чернов. Эта специфика состоит в неправомерности механического переноса понятий объективности из естественнонаучной модели исследования в иную методологическую, а именно гуманитарную, плоскость, и она обусловлена несколькими причинами. Во-первых, качественные (гуманитарные) исследования, в отличие от естественнонаучных, стремятся добиться преобладания глубины над широтой обобщений и выявить нюансы событий жизни в противовес обобщениям, справедливым для генеральной совокупности. Во-вторых, в качественных исследованиях акцент переносится на взаимодействие между контекстом, культурой и традицией, с одной стороны, и значениями и смыслами – с другой. При этом к контексту «прикреплены» не только те люди, которых изучает исследователь, но и сам исследователь, который приписывает смысл эмпирическим феноменам, следуя традициям определенной научной школы [122]. Д.А. Леонтьев отмечает, что «экспериментальное исследование требует применения комплексной экспериментальной стратегии и разных дополняющих друг друга методов и подходов» [76].

В качестве метода, направленного на изучение восприятия индивидуальности политика, был использован метод свободного описания М. Лалджи (свободный самоотчет) (M. Lalljee, R. Angelova, 1995; С.Ю. Жданова, 2005; Е.Л. Аликина, 2011) с применением метода качественного и компьютерного контент-анализа. В ходе исследования были использованы качественные и количественные методы обработки данных. В качестве методов математической статистики был применен критерий ϕ -углового преобразования Фишера.

Метод свободного описания относится к качественной методологии и носит интроспективный характер. Он предполагает спонтанное написание участниками

исследования вербального текста, носящего рефлексивный характер, в ответ на предъявляемую им инструкцию.

В зарубежных исследованиях метод свободного описания применяется в рамках феноменологического подхода. В отечественной психологии свободное описание использовалось изначально как метод психологии субъективной семантики (Е.Ю. Артемьева, 1980) [6]. Представители данного подхода отмечают, что данный метод снимает ограничения выбора. В современных исследованиях метод свободного описания используется с целью исследования социальных представлений, изучения образа в сознании разных категорий граждан, особенностей Я-образа, имплицитных представлений, правового, этического и нравственного сознания и др.

В ходе проведения процедуры к респондентам обращались с просьбой описать человека, которого они увидели на видеозаписи / услышали на аудиозаписи.

Продукт, полученный в результате применения метода свободного описания, можно представить как текст, который является информативным при изучении образа человека и восприятия индивидуальности Другого. Этот текст, в отличие от литературного, не является заранее заданным, а рождается одновременно с его интерпретацией. В нем отражаются переживаемые жизненные смыслы собеседника.

Анализ полученных текстов-описаний респондентов проводился с использованием процедуры контент-анализа. Анализ структуры образа политического деятеля был осуществлен в русле подхода к изучению человека В.С. Мерлина [82].

За основу анализа была взята категориальная сетка Е.Л. Аликиной [1] (для изучения познания индивидуальности Значимого Другого, 2015), составленная в соответствии с категориальной сеткой С.Ю. Ждановой (2005), в которой категории контент-анализа выделены в соответствии с целостным представлением об индивидуальности, пониманием индивидуальности в широком смысле слова, рассмотрением её как динамической системы, выражающей

индивидуальный характер взаимосвязей всех свойств человека (В.С. Мерлин, 1986; Б.А. Вяткин, 2000). На современном этапе развития психологического знания возникает необходимость уточнения структуры индивидуальных свойств, предложенной В.С. Мерлиным (Б.А. Вяткин, М.Р. Щукин, 1995, 2000). В связи с этим правомерно включение в данную модель индивидуальных характеристик индивидуальности и интеллектуальных особенностей [50, 62, 133].

В данную структуру разноуровневых свойств индивидуальности в соответствии с задачами исследования также были включены характеристики индивидуальных свойств индивидуальности на основе подхода Б.Г. Ананьева, а также характеристики индивидуальных особенностей в соответствии с подходом К.К. Платонова. Включение характеристик индивидуальных особенностей познавательной сферы в структуру разноуровневых свойств индивидуальности расширяет и дополняет данную модель. Впервые вопрос о роли интеллектуального фактора в структуре интегральной индивидуальности был поставлен М.Р. Щукиным (1988) [133]. В дальнейшем данное положение нашло эмпирическое подтверждение в исследованиях С. Ю. Ждановой (2005) [50], Н.И. Иоголевич (2007) [62], Л.З. Зариповой (2013) [54], Е.Л. Аликиной (2014) [1].

Таким образом, традиционная модель образа политического деятеля расширяется за счет включения характеристик индивидуального уровня индивидуальности – пол, возраст, описание внешности и особенностей общения, и характеристик познавательной сферы. В структуру образа политика вошли категории, представленные в таблице 1, стр. 65.

В качестве метода, направленного на изучение образа политика как результата процесса восприятия, был использован метод семантического дифференциала (Ч. Осгуд, 1972; Е.Ю. Артемьева, 1999, В.Ф. Петренко, 2005, А.Г. Шмелев, 2002).

Метод семантического дифференциала был разработан в 50-х годах XX века американскими учёными под руководством Ч. Осгуда. На данный момент для него найдено множество применений в различных сферах.

**Категории контент-анализа для метода свободного описания восприятия
образа политического деятеля**

Место категории в структуре индивидуальности	Категория	Подкатегория
Характеристики индивидного уровня индивидуальности	Физические качества	Пол, возраст, характеристики внешности (цвет волос, цвет глаз, особенности внешности и телосложения, рост, вес, черты лица)
	Внешний вид, стиль одежды	Детали одежды и внешнего облика (описание одежды, предпочитаемый стиль, украшения, аксессуары, прическа, макияж)
Особенности познавательной сферы	Особенности познавательной сферы	Особенности психических процессов, интеллектуальные особенности
Психологические особенности	Психологические особенности	Мотивационная сфера личности (мотивы, потребности, интересы, ценности)
		Свойства личности (характер, способности)
Психодинамические особенности	Темперамент	Свойства темперамента
Социально-психологический уровень индивидуальности	Социальные роли	Социальные роли
Эмоциональные характеристики	Эмоциональные реакции	Принятие
		Непринятие
Деятельностные характеристики	Особенности профессиональной деятельности	Предполагаемая профессия, особенности деятельности в профессиональном плане
	Особенности выступления политика	Вербальный компонент выступления (описание речи, содержания выступления)
		Невербальный компонент выступления (описание жестов, позы, мимики, голоса, интонации)
Действия перед камерой	Особенности поведения на видеозаписи, перед камерой, во время выступления.	

Данный метод является инструментом исследования семантических пространств субъекта и служит для индексирования значений с помощью двухполюсных шкал, определяемых двумя противоположными прилагательными, между которыми расположены три, пять или семь градаций степени вхождения данного качества. Любой объект, явление или чувство, воспринимаемое индивидом, вызывает у него какие-либо реакции, которые успешно можно охарактеризовать с помощью методов семантического дифференциала. Данные методы позволяют увидеть тот образ, который возникает в сознании реципиента при оценке какого-либо объекта.

Метод семантического дифференциала был представлен авторским опросником Н.В. Козловской «Семантический дифференциал» (2012), созданным специально для изучения семантического пространства образа политика. В качестве методов математической статистики были использованы: описательные статистики, *t*-критерий Стьюдента для зависимых и независимых выборок, линейный корреляционный анализ Пирсона, эксплораторный факторный анализ (методом максимального правдоподобия с методом вращения: варимакс с нормализацией Кайзера).

ГЛАВА 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ВОСПРИЯТИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ ПОЛИТИКА В СВЯЗИ С ПОЛОМ

3.1. Результаты исследования восприятия индивидуальности политика

В ходе исследования было проанализировано 924 текста-описания индивидуальности политического, общественного и научного деятелей наивными субъектами восприятия.

Анализ данных, полученных с помощью применения метода свободного описания, направлен на выявление особенностей восприятия индивидуальности Другого, принадлежащего к политической профессиональной сфере деятельности. Тексты-описания политических деятелей были проанализированы с помощью методов качественного и компьютерного контент-анализа. За основу анализа была взята категориальная сетка Е.Л. Аликиной (табл. 1, стр. 65). Анализ данных, полученных после применения метода семантического дифференциала, позволяет изучить образ политика как результат процесса восприятия.

В процессе исследования удалось выявить общие тенденции в восприятии индивидуальности политика. Данные тенденции проявляются в том, что результативная сторона восприятия индивидуальности политика представлена структурой образа, которая включает в себя разноуровневые характеристики и свойства индивидуальности (рис. 2, стр. 68).

В структуру образа политика вошли характеристики индивидного уровня индивидуальности (описания физических качеств и внешнего вида), особенности познавательной сферы, психологические особенности (описания мотивационной сферы, свойств личности), психодинамические особенности, характеристики социально-психологического уровня индивидуальности (социальные роли), эмоциональные характеристики (описания эмоциональных реакций принятия и непринятия со стороны субъекта), деятельностные характеристики (особенности профессиональной деятельности, особенности выступления политика и действий перед камерой).



Рисунок 2. Структура образа политика (%)

Как видно из рисунка 2, при предъявлении мультимодального стимула восприятие реципиентами индивидуальности Другого, принадлежащего к сфере политики, сосредоточено на характеристиках индивидуального уровня индивидуальности (36,5 %) и деятельностных характеристиках (43,1 %). При этом в категории индивидуальных характеристик наибольший удельный вес имеют компоненты характеристик внешнего вида политика (детали одежды и внешнего облика, предпочитаемый стиль, аксессуары, украшения, прическа, макияж) – 18,2 % и его физических качеств (пол, возраст, характеристики внешности: цвет волос, цвет глаз, особенности телосложения, черты лица) – 18,3 % («приятная внешность», «выглядит хорошо», «деловой стиль одежды», «одета со вкусом», «презентабельный внешний вид», «классический костюм с белой рубашкой и красным галстуком», «ухаженная»). Среди деятельностных характеристик преобладают особенности выступления политика (34,4 %), где наибольший удельный вес имеет вербальный компонент (20,7 %) («обсуждает вопросы», «выражает мнение», «говорил» «старался донести мысль», «раскрывала проблему», «допускал ошибки в словах»), по сравнению с невербальным – 13,7 % («жестикулировала», «зрительный контакт с аудиторией», «помогала жестами передать свою мысль», «поза и жесты открытые»).

Реже встречаются описания особенностей профессиональной деятельности (4,8 %) и поведения (3,9 %).

В меньшей степени при восприятии индивидуальности политика реципиенты выделяют психологические особенности (4,5 %), особенности познавательной сферы (2,6 %) и темперамента (2,1 %).

Данное распределение частот указывает на то, что восприятие индивидуальности политика наивным субъектом сосредоточено на физических качествах, внешнем виде и деятельностных характеристиках и восприятии общения, в особенности на вербальной составляющей.

Было установлено, что структура восприятия индивидуальности политика соотносится с моделью познания индивидуальности Другого и включает в себя процесс и результат.

В ходе исследования при сопоставлении данных изучения познания индивидуальности Другого (Е.Л. Аликина, 2014) и данных исследования особенностей восприятия индивидуальности политика было установлено, что результативная сторона процесса восприятия представлена структурой образа, которая включает в себя уровни и характеристики индивидуальности, вовлеченные в процесс познания. Процессуальная сторона представлена механизмами восприятия и условиями познания. Таким образом, было выявлено, что модель восприятия индивидуальности политика и структура образа политика схожи с моделью познания индивидуальности Другого и включают в себя процесс и результат.

3.2. Результаты исследования особенностей восприятия индивидуальности политика в связи с полом политика

В ходе исследования были выявлены специфические различия в восприятии образа политика в связи с полом.

Для исследования половых особенностей образа политического деятеля были проанализированы данные, полученные методом семантического дифференциала. С помощью математико-статистической процедуры эксплораторного факторного анализа (методом главных компонент, методом

вращения – варимакс с нормализацией Кайзера) была выделена факторная структура образа политика-мужчины и политика-женщины.

Перед применением факторного анализа для получения более достоверных данных переменные были сгруппированы на основании математико-статистических процедур и семантических анализов (табл. П1, стр. 132, Приложение).

При анализе корреляционных матриц (табл. П2, стр. 133, Приложение), где корреляции между шкалами составили $r=0,6$ и выше при достоверности полученных данных $p \leq 0,01$, и семантического сходства между пунктами семантического дифференциала были объединены вариации некоторых пунктов опросника и шкал.

Кроме того, были исключены пункты, представляющие собой не оценочные категории, а готовые образы, нагруженные множеством характеристик, которые интерферируют в сознании респондентов при описании образа политика: лидер, борец, правдолюб, реалист, соглашатель, стратег. Подробные данные факторного анализа представлены в таблицах П3 (стр. 141) и П4 (стр. 142) в Приложении.

В образе политика-мужчины было выделено 4 фактора. Данные факторного анализа образа мужчины-политика представлены в таблице 2, стр. 71. Доля объяснимой дисперсии составила 44,8 (табл. 3, стр. 72).

Результаты факторного анализа показывают, что структура образа мужчины-политика представлена 4 факторами, которые в совокупности охватывают 58,7 % дисперсии ответов респондентов. Первый фактор, на который приходится 18 % объяснимой дисперсии, представлен характеристиками *авторитетный, важный, серьезный, смелый, трудолюбивый, бескомпромиссный, боевой, надежный, заметный, независимый, прямой, дальновидный*. С учетом численных значений факторных весов переменных, вошедших в данный фактор, его можно обозначить как «Авторитетность».

Второй фактор, на который приходится 14 % объяснимой дисперсии, представлен характеристиками *жизнерадостный, гибкий, с чувством юмора, осмотрительный, честлюбивый, привлекательный, семейственный, ворующий*. С учетом численных значений факторных весов переменных, вошедших в данный фактор, его можно обозначить как «Харизматичность».

Факторная структура образа политика-мужчины

Переменная	Компонента			
	1	2	3	4
М_авторитетный	,800			
М_важный	,760			
М_серьезный	,725			
М_смелый	,724			
М_трудолюбивый	,618	,520		
М_бескомпромиссный	,594			
М_пробивной	,553			
М_надежный	,553			
М_заметный	,535			
М_независимый	,494			,433
М_прямой	,452			,449
М_дальновидный	,436			
М_жизнерадостный		,763		
М_гибкий		,659		
М_с чувством юмора		,605		
М_осмотрительный		,604		
М_честолюбивый		,598		
М_привлекательный		,562		
М_семейственный		,519		
М_ворующий		,507		
М_компетентный			,780	
М_проницательный			,751	
М_дипломатичный		,438	,675	
М_опытный			,642	
М_естественный			,630	
М_красноречивый	,401		,615	
М_практичный			,590	
М_устремленный	,491		,505	
М_коммуникабельный			,479	
М_энергичный				,867
М_эмоциональный				,826
М_дерзкий				,787
М_одержимый				,548
М_рискующий				,538
М_популярный				,448

Полная объясненная дисперсия

Фактор	Суммы квадратов нагрузок вращения		
	Собственное значение фактора	% дисперсии	Кумулятивный %
1	6,310	18,030	18,030
2	4,981	14,233	32,262
3	4,803	13,722	45,984
4	4,442	12,692	58,676

Третий фактор, на который приходится 13,7 % объяснимой дисперсии, представлен характеристиками *компетентный, пронциательный, дипломатичный, опытный, естественный, красноречивый, практичный, устремленный, коммуникабельный*. С учетом численных значений факторных весов переменных, вошедших в данный фактор, его можно обозначить как «Компетентность».

Четвертый фактор, на который приходится 12,7 % объяснимой дисперсии, представлен характеристиками *энергичный, эмоциональный, дерзкий, одержимый, рискующий, популярный*. С учетом численных значений факторных весов переменных, вошедших в данный фактор, его можно обозначить как «Энергичность».

Оси семантического пространства представляют собой грани образа политика. Так как в 1-й фактор «Авторитет» вошло наибольшее число характеристик, можно заключить, что он является главным в структуре образа политика-мужчины.

В образе политика-женщины было выделено 4 фактора. Данные факторного анализа образа женщины-политика представлены в таблице 4, стр. 73. Доля объяснимой дисперсии составила 55,9, представлена в таблице 5, стр. 74.

Результаты факторного анализа показывают, что структура образа женщины-политика представлена 4 факторами, которые в совокупности охватывают 55,9 % дисперсии ответов респондентов.

Факторная структура образа политика-женщины

Переменная	Компонента			
	1	2	3	4
Ж_авторитетный	,762			
Ж_серьезный	,758			
Ж_важный	,710			
Ж_смелый	,676			
Ж_заметный	,649			
Ж_бескомпромиссный	,620			
Ж_прямой	,591			
Ж_трудолюбивый	,579			
Ж_надежный	,569			
Ж_пробивной	,561	,485		
Ж_дальновидный	,553			
Ж_устремленный	,541			
Ж_опытный	,492			,424
Ж_энергичный		,868		
Ж_эмоциональный		,789		
Ж_дерзкий		,736		
Ж_рискующий		,620		
Ж_популярный		,600		
Ж_одержимый		,482		
Ж_привлекательный		,392		
Ж_гибкий			,736	
Ж_жизнерадостный		,413	,713	
Ж_осмотрительный			,561	
Ж_с чувством юмора			,558	
Ж_ворующий			,555	-,503
Ж_честолюбивый			,529	
Ж_семейственный			,498	
Ж_практичный			,496	
Ж_проницательный				,701
Ж_красноречивый				,663
Ж_компромиссный			,471	,651
Ж_компетентный	,440			,611
Ж_естественный				,547
Ж_коммуникабельный		,494		,521
Ж_независимый				,369

Первый фактор, на который приходится 18,06 % объяснимой дисперсии, представлен характеристиками *авторитетный, серьезный, важный, смелый, заметный, бескомпромиссный, прямой, трудолюбивый, надежный, пробивной, дальновидный, устремленный, опытный*. С учетом численных значений

факторных весов переменных, вошедших в данный фактор, его можно обозначить как «Авторитетность».

Таблица 5

Полная объясненная дисперсия

Фактор	Суммы квадратов нагрузок вращения		
	Собственное значение фактора	% дисперсии	Кумулятивный %
1	6,321	18,061	18,061
2	4,893	13,981	32,042
3	4,495	12,842	44,884
4	3,857	11,020	55,904

Второй фактор, на который приходится 13,9 % объяснимой дисперсии, представлен характеристиками *энергичный, эмоциональный, дерзкий, рискованный, популярный, одержимый, привлекательный*. С учетом численных значений факторных весов переменных, вошедших в данный фактор, его можно обозначить как «Энергичность».

Третий фактор, на который приходится 12,8 % объяснимой дисперсии, представлен характеристиками *гибкий, жизнерадостный, осмотрительный, с чувством юмора, воруемый, честолобивый, семейственный, практичный*. С учетом численных значений факторных весов переменных, вошедших в данный фактор, его можно обозначить как «Харизматичность».

Четвертый фактор, на который приходится 11 % объяснимой дисперсии, представлен характеристиками *проницательный, красноречивый, компромиссный, компетентный, естественный, коммуникабельный, независимый*. С учетом численных значений факторных весов переменных, вошедших в данный фактор, его можно обозначить как «Компетентность».

В основе структуры образа политика-мужчины и политика-женщины лежат следующие характеристики: авторитет, компетентность, харизма, энергичность. Можно предположить, что это связано со спецификой профессиональной деятельности – специфика профессии политика определяет структуру образа.

Были обнаружены различия в образе политика-мужчины и политика-женщины, которые заключаются в разной наполненности факторной структуры

образа и разной величине факторных весов. В факторной структуре образа женщины-политика фактор «Энергичность» объясняет большую долю дисперсии и обладает большим собственным значением, чем аналогичный фактор в структуре образа мужчины-политика. В образе мужчины-политика фактор «Харизматичность» объясняет большую вариативность данных, чем в образе женщины-политика.

В структуре образа мужчины-политика более значимыми компонентами являются харизматичность и компетентность (см. табл. 2, стр. 71), тогда как в структуре образа женщины-политика большую роль играет энергичность (см. табл. 4, стр. 73).

В структуре образа политика главной компонентной является авторитетность. Данная характеристика не является полоспецифичной, тогда как другие компоненты (энергичность, харизматичность, компетентность) в зависимости от пола политика в разной степени определяют структуру образа. Согласно предложенной нами теоретической модели полученные различия обусловлены действием механизмов восприятия. Специфика образа политика, возможно, обусловлена полоролевыми ожиданиями реципиентов от политика-мужчины и политика-женщины.

Также для проверки исследовательской гипотезы в отношении различий в восприятии политика в связи с полом политика нами был использован *t*-критерий Стьюдента для зависимых выборок (табл. 6, стр. 76). Было проанализировано 63 пары характеристик, в таблицу вошли пары, имеющие статистически достоверные различия, всего 10 пар.

Так, реципиенты оценивают образ мужчины-политика, наделяя его в большей мере такими характеристиками, как зрелый, опытный, стратег, авторитетный и внушительный. Оценивая образ женщины-политика, реципиенты больше акцентируют внимание на характеристиках: обаятельный, сексуальный, привлекательный, гибкий, компромиссный. Данные различия можно объяснить процессами стереотипизации – механизмом конструирования образа политического деятеля.

**Сравнение особенностей образа мужчины-политика
и женщины-политика (критерий парных выборок)**

Переменные	Парные разности		<i>t</i>	Значимость (2-сторонняя)	
	Среднее	Стд. отклон.			
Пара 6	М_зрелый – Ж_зрелый	0,610	1,040	5,147**	0,000
Пара 34	М_обаятельный – Ж_обаятельный	-0,779	1,713	-3,990**	0,000
Пара 38	М_сексуальный – Ж_сексуальный	-0,688	1,648	-3,664**	0,000
Пара 37	М_привлекательный – Ж_привлекательный	-0,662	1,651	-3,520**	0,001
Пара 12	М_компромиссный – Ж_компромиссный	-0,597	1,549	-3,383**	0,001
Пара 35	М_гибкий – Ж_гибкий	-0,506	1,729	-2,570**	0,012
Пара 59	М_авторитетный – Ж_авторитетный	0,428	1,673	2,247*	0,028
Пара 10	М_стратег – Ж_стратег	0,324	1,380	2,063*	0,042
Пара 61	М_внушительный – Ж_внушительный	0,350	1,493	2,060*	0,043
Пара 5	М_опытный – Ж_опытный	0,298	1,278	2,051*	0,044

Уровень значимости: * – $p \leq 0,05$; ** – $p \leq 0,01$.

Таким образом, данные математико-статистических процедур показывают, что образ политика имеет различия в связи с полом политика. В структуре образа мужчины-политика более значимыми компонентами являются харизматичность и компетентность, реципиенты наделяют индивидуальность мужчины-политика характеристиками социально-психологического уровня индивидуальности, подчеркивающими высокий статус (зрелый, опытный, стратег, авторитетный и внушительный). В структуре образа женщины-политика большую роль играют энергичность, а также характеристики индивидного уровня индивидуальности, подчеркивающие привлекательность (обаятельный, сексуальный, привлекательный, гибкий, компромиссный).

3.3. Результаты исследования особенностей восприятия индивидуальности политика в зависимости от пола реципиентов

В ходе исследования были выделены специфические особенности в восприятии индивидуальности политического деятеля и структуре образа политика у реципиентов мужчин и женщин.

Выявлены особенности восприятия индивидуальности политика у реципиентов-мужчин (рис. 3, стр. 77).

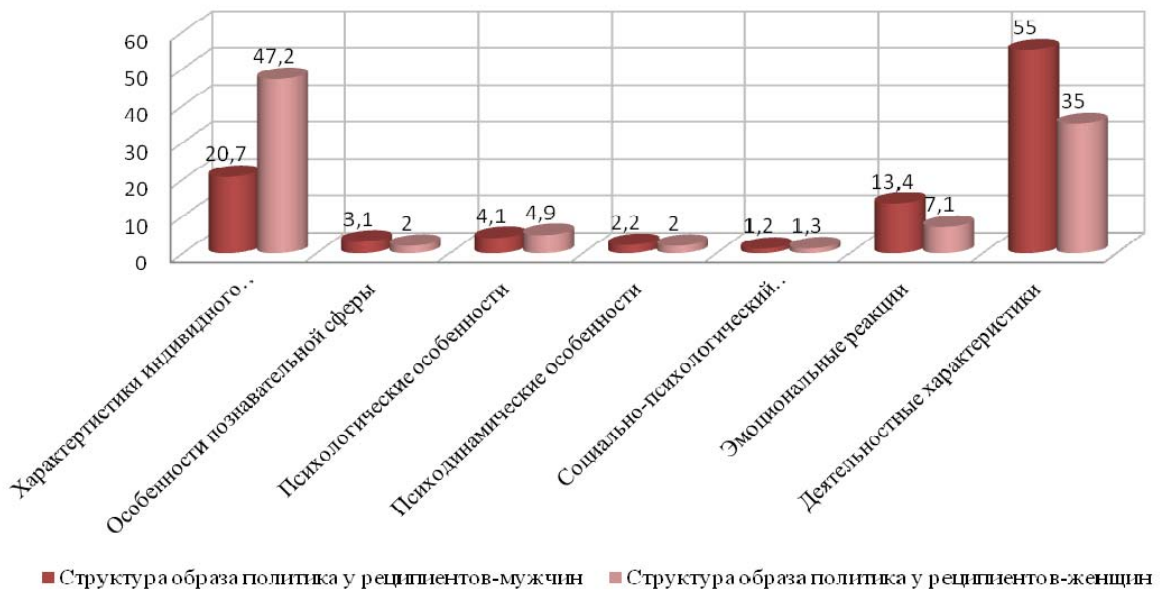


Рисунок 3. Особенности восприятия индивидуальности политика у мужчин и женщин (%)

Обнаружено, что в процессе восприятия индивидуальности политического лидера мужчины чаще выделяют деятельностные характеристики (55%), из которых наибольший удельный вес имеет категория особенностей выступления политика (43,3%). В процессе восприятия выступления политика реципиенты-мужчины склонны в большей степени концентрировать внимание на вербальной составляющей – 32,2% (*«рассказывала о насущных проблемах», «допускала ошибки в речи», «она не отклонялась от темы своей речи», «мысли выражает конструктивно», «использовал в речи множество примеров», «объяснял свою позицию, используя термины», «в речи присутствуют слова-паразиты»*),

в сравнении с невербальной – 8,1 % («держит ручку», «помогала жестами выразить мысли», «использовал паузы», «меняла интонацию»).

Реципиенты-мужчины в сравнении с реципиентами-женщинами в меньшей степени указывают на индивидуальные характеристики политика – физические качества и особенности внешнего вида (20,7 %), однако выделяют некоторые характеристики, такие как возраст, цвет волос, оценка внешнего облика («женщина со светлым цветом волос», «возраст около 40 лет», «мужчина средних лет», «блондинка с короткой стрижкой», «приятной внешности, стройная, красивая»).

В целом восприятие индивидуальности политика реципиентами-мужчинами отличается эмоциональным принятием – 9,4 % из 13,4 % («вызывает симпатию», «смотреть приятно», «производит хорошее впечатление», «вполне можно доверить этому человеку управление страной»). В высказываниях реципиентов-мужчин в сравнении с реципиентами-женщинами чаще наблюдаются оценочные суждения («хороший политик», «этому политику можно доверить управление страной», «это ужасный депутат» и др.).

Таким образом, при восприятии индивидуальности политика реципиентами-мужчинами наибольшую нагрузку в структуре образа политика имеют деятельностные характеристики, описания физических качеств и внешнего вида (характеристики индивидуального уровня индивидуальности) и описания эмоциональных реакций (в частности, принятия).

Выявлены особенности восприятия индивидуальности политика у реципиентов-женщин (см. рис. 3, стр. 77). Обнаружено, что в структуре образа политического деятеля у реципиентов-женщин преобладают характеристики индивидуального уровня индивидуальности (47,2 %), описания физических качеств (24,2 %) и внешнего вида политика (23 %); а также категория деятельностных характеристик (35 %) и особенностей выступления (28,3 %).

При восприятии индивидуальности политического деятеля реципиенты-женщины в большей мере выделяют физические качества («женщина с короткой стрижкой», «мужчина в возрасте 47 лет», «волосы с сединой», «блондинка с

молодым лицом») и внешний вид политика (*«выглядит хорошо и одета со вкусом», «классический деловой костюм», «яркая стильная одежда»*). Вместе с тем женщины в большей мере, чем мужчины, склонны к восприятию мелких деталей внешнего облика политика, незначительных компонентов образа (*«кольцо на пальце», «красивые сережки», «к пиджаку прикреплен значок», «точный макияж», «на руке часы»*).

В целом в восприятии индивидуальности политика реципиентами-женщинами отмечается преобладание описаний невербальных компонентов выступления – 17 % (*«смотрела вбок и вперед», «кивала головой в такт словам», «выражает активными жестами свою позицию», «приятный тембр голоса, уместные паузы»*) по сравнению с вербальными – 11,3 % (*«приводил аргументы не к месту», «рассказывала о проблеме», «объясняла непонятные моменты выступления», «много в речи «воды», специально строит так фразы»*). Данные наглядно представлены на рисунке 3, стр. 77.

Можно заключить, что образ индивидуальности политика у реципиентов-мужчин в отличие от реципиентов-женщин основывается на характеристиках вербального компонента выступления, тогда как у реципиентов-женщин формируемый образ индивидуальности политика является отражением индивидных характеристик индивидуальности (внешность, цвет волос, цвет глаз, особенности телосложения, черты лица, предпочитаемый стиль, детали одежды, аксессуары, украшения). Выявленные особенности можно объяснить действием такого механизма восприятия, как трансформация психического образа, который представляет собой структурирование образов целостной ситуации, характеристик образов, в которой одни объекты или явления выступают на передний план, а другие затушевываются (Д.А. Леонтьев, 2003).

Для выявления значимых различий и проведения сравнительного анализа особенностей восприятия индивидуальности политика у реципиентов разного пола был использован коэффициент ϕ -углового преобразования Фишера, представленный в таблице 7, стр. 80.

**Результаты сравнительного анализа структуры образа политика
в группе мужчин и женщин**

Категория	Восприятие индивидуальности политика в группе мужчин		Восприятие индивидуальности политика в группе женщин		Значение ϕ -критерия
	Частота встречаемости	Доля выбора, %	Частота встречаемости	Доля выбора, %	
Физические качества	54	12,2	167	24,2	5,176**
Внешний вид, стиль одежды	38	8,5	159	23	6,704**
Особенности познавательной сферы	14	3,1	14	2	1,254
Мотивационная сфера личности	3	0,7	3	0,4	0,674
Свойства личности	15	3,4	31	4,5	0,937
Темперамент	10	2,2	14	2	0,329
Социальные роли	6	1,3	9	1,3	0
Эмоциональные реакции	42	9,4	25	3,6	4,026**
Особенности проф. деятельности	29	6,5	26	3,7	2,038*
Вербальный компонент выступления	156	35,2	78	11,3	9,563**
Невербальный компонент выступления	36	8,1	118	17	4,535**
Действия перед камерой	23	5,2	21	3	1,84*

Уровень значимости: * $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$.

С помощью коэффициента ϕ -углового преобразования Фишера было доказано, что значимые различия присутствуют по категориям: «Физические качества», «Внешний вид, стиль одежды», «Эмоциональные реакции», «Особенности профессиональной деятельности», «Вербальный компонент выступления» «Невербальный компонент выступления» и «Действия перед камерой». Данные подтверждают вторую гипотезу исследования: восприятие

индивидуальности политика достоверно различается в зависимости от пола реципиента. Женщины в большей мере ориентированы на восприятие невербальных характеристик и характеристик внешности в структуре образа политика, мужчины – на восприятие вербальных характеристик.

Таким образом, отличия в восприятии политиков реципиентами мужчинами и женщинами заключаются в преобладании характеристик индивидного уровня индивидуальности в восприятии реципиентов-женщин и деятельностных характеристик в восприятии реципиентов-мужчин. Причем при восприятии особенностей выступления политика реципиенты-мужчины склонны выделять вербальный компонент, реципиенты-женщины, напротив, невербальный компонент выступления. Полученные данные соотносятся с результатами исследований М.В. Суслиной (Гендерные аспекты восприятия России, 2009), где показано, что при оценке речей выступающего политического лидера женщины уделяют больше внимания речевой манере, мужчины же интересуются содержанием выступления политика [113].

С помощью *t*-критерия Стьюдента для независимых выборок (табл. 8, стр. 81–82) были проанализированы данные семантического дифференциала. Результаты показали, насколько выражены те или иные категории образа политика у реципиентов мужчин и женщин.

Таблица 8

**Результаты сравнительного анализа особенностей образа политика
в связи с полом респондентов**

Характеристика	Критерий равенства дисперсий Ливиня		<i>t</i>	Значимость (2-сторонняя)
	<i>F</i>	Знч.		
Ж_умный	9,668	0,003	–3,782**	0,000
Ж_опытный	2,004	0,161	–3,072**	0,003
Ж_стратег	1,904	0,172	–2,735**	0,008
Ж_серьезный	12,931	0,001	–2,707**	0,008
Ж_заметный	6,965	0,010	–2,552**	0,013
Ж_прямой	4,043	0,48	–2,518**	0,014

Характеристика	Критерий равенства дисперсий Ливиня		<i>t</i>	Значимость (2-сторонняя)
	<i>F</i>	Знч.		
Ж_внушительный	4,104	0,046	-2,391*	0,019
Ж_зрелый	6,779	0,011	-2,378**	0,007
М_гибкий	2,666	0,107	-2,371*	0,020
М_важный	10,682	0,002	-2,327*	0,046
М_внушительный	6,293	0,014	-2,327*	0,023
Ж_влиятельный	0,234	0,630	-2,327*	0,023
Ж_компетентный	0,038	0,845	-2,243*	0,028
М_популярный	2,900	0,093	-2,188*	0,032
М_устремленный	0,086	0,770	-2,167*	0,033
Ж_обаятельный	0,270	0,605	-2,099*	0,039
М_энергичный	0,082	0,775	-1,987	0,051
Ж_естественный	2,761	0,101	-1,980	0,051
Ж_удачливый	0,612	0,436	-1,968	0,053
Ж_пробивной	0,216	0,644	-1,963	0,053
Ж_коммуникабельный	1,580	0,213	-1,935	0,057

Уровень значимости: * $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$.

Как видно из таблицы 8, полученные данные на основе *t*-критерия Стьюдента дополняют результаты сравнительного анализа и свидетельствуют о том, что реципиенты-женщины в большей мере, в отличие от мужчин, выделяют в структуре образа политика такие характеристики, как ум, опыт, популярность, внушительность, влияние, обаяние и др.

Таким образом, полученные результаты позволяют сделать вывод относительно различий в восприятии индивидуальности политика в зависимости от пола реципиента. Реципиенты-женщины в большей мере ориентированы на восприятие невербальных характеристик и характеристик внешности в структуре образа политика, мужчины – на восприятие вербальных характеристик. У респондентов-женщин формируемый образ индивидуальности политика

оказался более ярким, детализированным и четким в отличие от реципиентов-мужчин.

3.4. Результаты исследования особенностей восприятия индивидуальности политика в одновременной связи с полом политика и полом реципиента

В ходе анализа полученных данных были выделены специфические особенности восприятия индивидуальности политика в зависимости от двух факторов одновременно: пола политика и пола реципиента.

В структуре образа мужчины-политика у реципиентов-женщин преобладают описания внешности (характеристики индивидного уровня индивидуальности – 50,8 %). Реципиенты-женщины ориентированы на восприятие общего вида политика (*«элегантный», «в строгом деловом костюме», «стильно, хорошо одет», «брюнет», «среднего возраста»*) и незначительных мелких деталей внешности, одежды, аксессуаров (*«кольцо на правой руке», «красивый галстук», «дорогие часы», «к пиджаку прикреплен значок», «в очках», «глаза темные»*). Содержательно восприятие политика-мужчины реципиентами-женщинами отличается эмоциональным принятием. Подробная структура восприятия индивидуальности политика-мужчины реципиентами-женщинами представлена на рисунке 4, стр. 84.

В структуре образа мужчины-политика у реципиентов-женщин значительный удельный вес имеет категория деятельностных характеристик (33,1 %). Реципиенты-женщины ориентированы на восприятие жестов мужчины-политика (*«мужчина активно жестикулирует, показывает что-то правой рукой», «речь сопровождается жестами», «жесты важны в разговоре», «помогает руками сказать то, что не может устно»*), мимики (*«эмоции строгости на лице», «очень эмоционален», «по мимике видно, что заинтересован в проблеме», «взгляд устойчив»*), интонации голоса (*«мужской голос», «приятно слушать», «уверенный голос»*).



Рисунок 4. Структура восприятия индивидуальности политика-мужчины в группе реципиентов-женщин (%)

Схожие тенденции обнаружены в описании политика-женщины в группе женщин. В структуре образа политика-женщины у реципиентов-женщин преобладают характеристики индивидуального уровня индивидуальности (47,5 %), особенности внешности («светлые волосы», «острый нос», «пухлые губы», «хороший внешний вид», «желтый жакет», «красная помада», «подходящий макияж», «яркий внешний вид», «деловой костюм»), мелких деталей одежды («кольцо», «красивые сережки», «часы на левой руке»).

Реципиенты-женщины ориентированы на восприятие невербальных компонентов в структуре выступления политика-женщины (16,4 %) («крутит в руке ручку», «жесты использует подходящие», «жестикулирует одной рукой», «частые покачивания головой», «пыталась установить зрительный контакт с аудиторией», «напряженный взгляд», «меняет интонацию», «смотрит вбок и вправо», «голос твердый»).

При восприятии выступлений реципиенты-женщины отметили, что женщины-политики более эмоциональны, содержание речи воспринималось в меньшей степени, так как внимание было сосредоточено на внешнем виде.

Особой отличительной чертой является эмоциональное неприятие политика-женщины реципиентами-женщинами («не вызывает никакого доверия», «раздражает»).

Подробная структура восприятия индивидуальности политика-женщины у реципиентов-женщин представлена на рисунке 5, стр. 85.

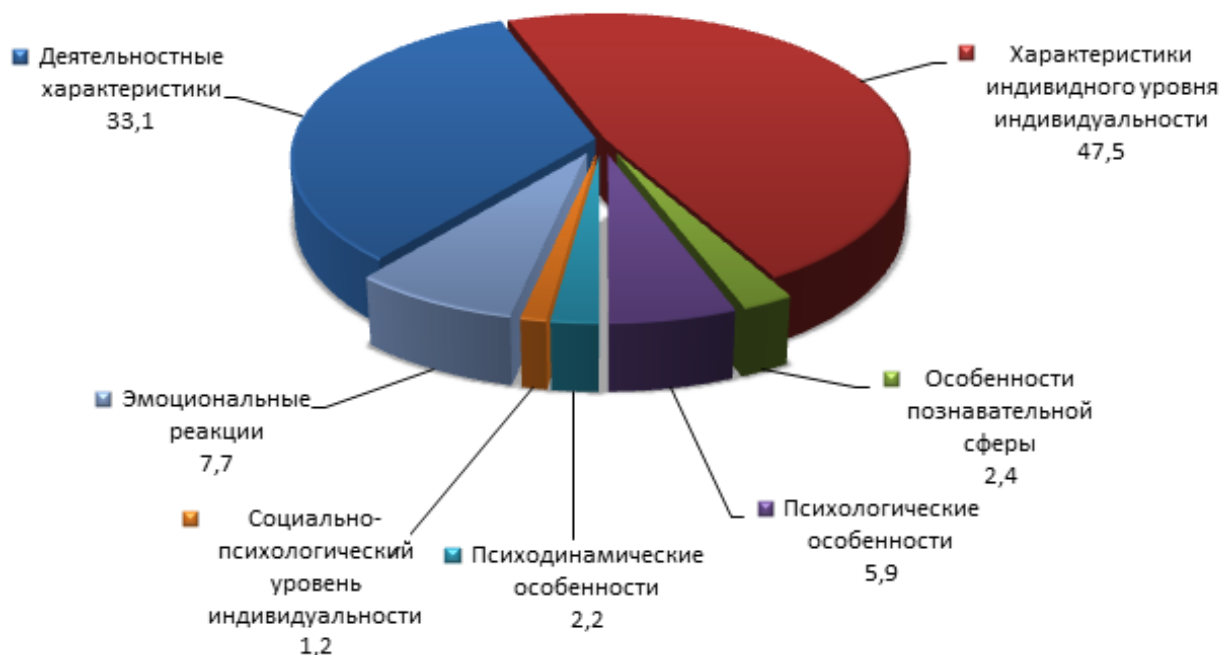


Рисунок 5. Структура восприятия индивидуальности политика-женщины в группе реципиентов-женщин (%)

В ходе исследования были выявлены специфические особенности восприятия индивидуальности политика у реципиентов-мужчин. Реципиенты-мужчины в большей мере ориентированы на темы выступлений как женщин-политиков, так и мужчин-политиков («рассказывала о проблеме детей», «рассказывал о политических проблемах России», «тема не заинтересовала меня», «затрагивает актуальные темы», «говорит о вещах, не интересующих меня»).

Восприятие политического деятеля мужчинами в большей степени содержит критические суждения, особенно часто упоминаются характеристики речи политика («четкая, выверенная речь», «много раз повторила одну мысль», «отклонялась от темы», «конструктивно выражает мысли», «могу согласиться

с ее словами», «много воды в речи», «смогла бы достаточно глубоко раскрыть тему, если бы не отклонялась от темы»), отмечаются стилистические ошибки («допускал ошибки», «не там ударение», «были запинки»). Мужчины чаще, чем женщины, высказывают оценочные суждения («хороший политик», «этому политику можно доверить управление страной», «вызывает симпатию», «более близка и понятна народу», «это ужасный депутат»).

В ходе исследования были выявлены различия в группе мужчин при восприятии политика в зависимости от его пола. Особенности восприятия политика-женщины реципиентами-мужчинами наглядно показаны на рисунке 6, стр. 86.

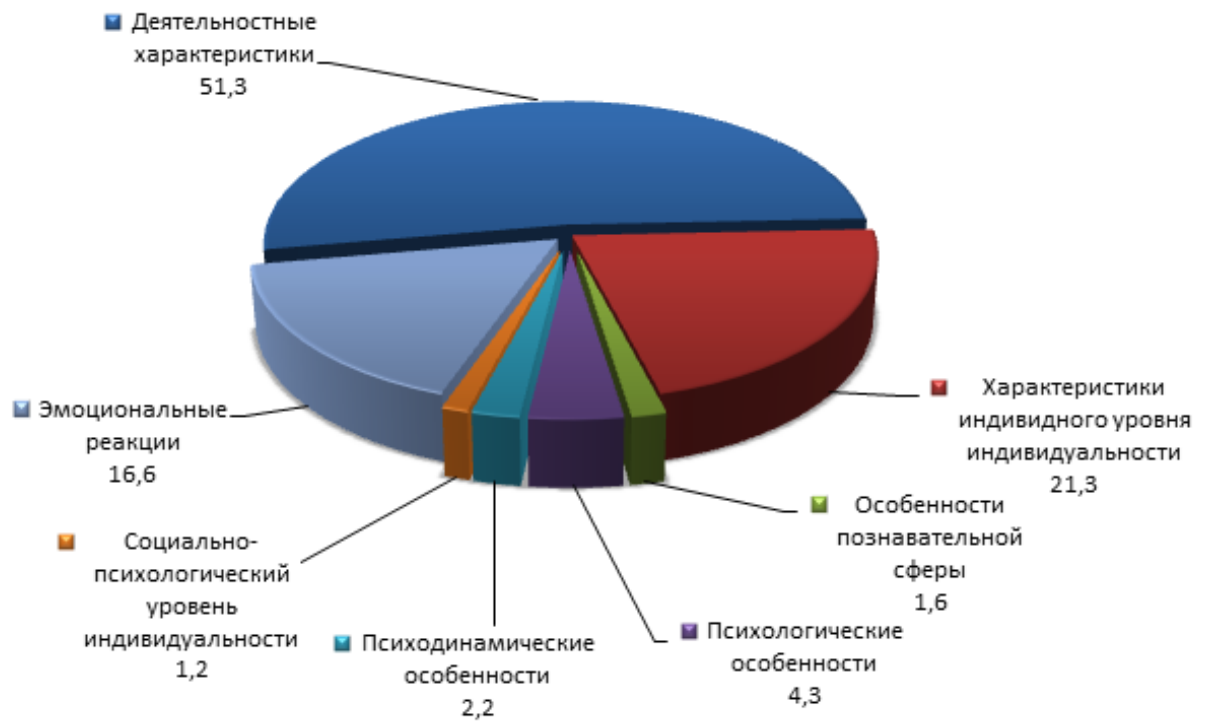


Рисунок 6. Структура восприятия индивидуальности политика-женщины у реципиентов-мужчин (%)

В отличие от восприятия женщины-политика, при восприятии мужчины-политика реципиенты-мужчины склонны в большей степени анализировать вербальную составляющую выступления. Они более критичны, преобладают негативные эмоциональные реакции, присутствует неприятие мужчины-политика. Особенности восприятия политика-мужчины реципиентами-мужчинами наглядно показаны на рисунке 7, стр. 87.

Таким образом, были выявлены особенности восприятия индивидуальности политика-мужчины у реципиентов мужчин и женщин.



Рисунок 7. Структура восприятия индивидуальности политика-мужчины у реципиентов-мужчин (%)

Результаты статистического анализа особенностей восприятия *политика-мужчины* у реципиентов *мужчин* и *женщин* представлены в таблице 9, стр. 88. Полученные данные показывают, что при восприятии политика-мужчины реципиенты-мужчины в большей степени обращают внимание на особенности познавательной сферы, профессиональной деятельности, действий перед камерой, вербальную составляющую выступлений; содержательно их восприятие отличается резким эмоциональным неприятием. При восприятии политика-мужчины реципиенты-женщины в большей степени обращают внимание на физические качества, внешность и невербальную сторону выступления, содержательно их восприятие отличается эмоциональным принятием.

**Результаты сравнительного анализа восприятия индивидуальности
политика-мужчины у реципиентов мужчин и женщин**

Категория	Восприятие индивидуальности политика-мужчины в группе мужчин		Восприятие индивидуальности политика-мужчины в группе женщин		Значение ϕ -критерия
	Частота встречаемости	Доля выбора, %	Частота встречаемости	Доля выбора, %	
Физические качества	10	5,7	65	23,1	5,35**
Внешний вид, стиль одежды	11	6,4	78	27,8	6,198**
Особенности познавательной сферы	10	5,8	6	2,1	2,018*
Мотивационная сфера личности	1	0,6	1	0,4	0,29
Свойства личности	6	3,5	12	4,3	0,435
Темперамент	1	0,6	5	1,8	1,18
Социальные роли	3	1,7	4	1,4	0,259
Эмоциональное принятие	2	1,2	14	5	2,39**
Эмоциональное непринятие	16	9,2	3	1,1	4,201**
Особенности проф. деятельности	20	11,6	16	5,7	2,204*
Вербальный компонент выступления	74	42,8	29	10,3	7,999**
Невербальный компонент выступления	7	4	40	14,2	3,829**
Действия перед камерой	12	6,9	8	2,8	2,028*

Уровень значимости: * – $p \leq 0,05$; ** – $p \leq 0,01$.

Обнаружены особенности восприятия индивидуальности *политика-женщины* у реципиентов *мужчин* и *женщин* (табл. 10, стр. 89). Было установлено, что при восприятии политика-женщины реципиенты-мужчины сосредотачива-

ются на вербальной составляющей выступления, демонстрируют больше эмоционального принятия. При восприятии политика-женщины реципиенты-женщины также склонны большее внимание уделять физическим качествам, внешности и невербальной стороне выступления, однако содержательно восприятие отличается негативными эмоциональными реакциями.

Таблица 10

Результаты сравнительного анализа восприятия индивидуальности политика-женщины у реципиентов мужчин и женщин

Категория	Восприятие индивидуальности политика-женщины в группе мужчин		Восприятие индивидуальности политика-женщины в группе женщин		Значение ϕ -критерия
	Частота встречаемости	Доля выбора %	Частота встречаемости	Доля выбора %	
Физические качества	29	11,4	102	24,7	4,359**
Внешний вид, стиль одежды	25	9,9	94	22,8	4,459**
Особенности познавательной сферы	4	1,6	10	2,4	0,714
Мотивационная сфера личности	2	0,8	2	0,5	0,463
Свойства личности	9	3,5	19	4,6	0,626
Темперамент	9	3,5	9	2,1	1,052
Социальные роли	3	1,2	5	1,2	0,01
Эмоциональное принятие	40	15,8	11	2,7	6,112**
Эмоциональное неприятие	2	0,8	21	5	3,47**
Особенности проф. деятельности	9	3,5	10	2,4	0,889
Особенности вербального общения	81	32	49	11,8	6,25**
Особенности невербального общения	29	11,5	68	16,4	1,816*
Действия перед камерой	11	4,3	13	3,1	0,802

Уровень значимости: * – $p \leq 0,05$; ** – $p \leq 0,01$

Таким образом, были обнаружены особенности восприятия индивидуальности политика в одновременной связи с полом политика и полом реципиента.

Реципиенты-мужчины при восприятии индивидуальности *женщины-политика* в большей мере сосредотачиваются на внешнем облике, содержательно восприятие отличается эмоциональным принятием. При восприятии *мужчины-политика* *реципиенты-мужчины* ориентированы на особенности познавательной сферы, профессиональной деятельности, действия перед камерой, вербальную составляющую выступлений, содержательно их восприятие отличается резким эмоциональным непринятием. *Реципиенты-мужчины* при восприятии *мужчины-политика* и *женщины-политика* в большей степени ориентированы на тему выступления («*рассказывала о проблеме детей*», «*рассказывал о политических проблемах России*», «*тема не заинтересовала меня*», «*затрагивает актуальные темы*», «*говорит о вещах, не интересующих меня*»). Содержательная сторона восприятия индивидуальности политика мужчинами отличается наличием большого количества критических суждений и замечаний («*четкая, выверенная речь*», «*много раз повторила одну мысль*», «*отклонялась от темы*», «*конструктивно выражает мысли*», «*могу согласиться с ее словами*», «*много воды в речи*», «*смогла бы достаточно глубоко раскрыть тему, если бы не отклонялась от темы*»).

Реципиенты-женщины при восприятии *женщины-политика* ориентированы на характеристики внешности и невербальную сторону выступления, содержательно их восприятие отличается негативными эмоциональными реакциями. При восприятии *мужчины-политика* *реципиенты-женщины* в большей мере выделяют особенности внешности, физические качества и невербальную сторону выступления, содержательно их восприятие отличается эмоциональным принятием.

Наличие эмоциональной составляющей в процессе восприятия индивидуальности можно объяснить действием механизма эмоциональной индикации (Г.Г. Филиппова, 2002; Е.Л. Аликина, 2014), который представляет

собой специфическую эмоциональную окраску процесса восприятия и конструирования образов.

3.5. Результаты исследования особенностей восприятия индивидуальности политика и неполитика (общественного деятеля и научного работника)

В ходе исследования особенности восприятия индивидуальности политика сравнивались с восприятием неполитика (общественного деятеля и научного работника).

Специфика восприятия индивидуальности политика заключается в выделении определенных компонентов структуры образа, которые подробно представлены в параграфе 3.1 (стр. 67). Наибольшую нагрузку в структуре образа политика имеют деятельностные характеристики в структуре индивидуальности – 43,1 % (характеристики особенностей общения – 34,4 %, особенностей деятельности – 4,8 %, особенностей поведения – 3,9 %) и характеристики индивидного уровня индивидуальности – 36,5 % (описания физических качеств – 18,3 % и внешнего вида – 18,2 %).

Были выявлены особенности восприятия индивидуальности общественного деятеля, которые наглядно представлены на рисунке 8, стр. 92.

В структуре индивидуальности общественного деятеля реципиенты в большей мере выделяют деятельностные характеристики – 65,4 %: чаще описывают особенности общения – 48,6 %, при этом наибольший удельный вес имеет категория вербальных характеристик выступления – 30 %, особенности поведения описываются в 8,6 % случаев, особенности деятельности – 8,2 %. Категория характеристик индивидного уровня индивидуальности имеет удельный вес 22,9 %, при этом чаще упоминаются физические качества – 16 %, внешний вид описывается реже – 6,9 %.

Для выявления значимых различий и проведения сравнительного анализа особенностей восприятия индивидуальности политика и общественного деятеля

был использован коэффициент φ -углового преобразования Фишера, таблица 11, стр. 93.



Рисунок 8. Структура восприятия индивидуальности общественного деятеля (%)

Отличительной особенностью для образа индивидуальности политика является преобладание в структуре образа политика категорий индивидуального уровня индивидуальности, особенностей познавательной сферы, свойств личности. Содержательно восприятие индивидуальности политика отличается эмоциональным принятием.

В структуре образа индивидуальности общественного деятеля, в отличие от образа индивидуальности политика, в большей мере выделены деятельностные характеристики, особенности профессиональной деятельности, вербальный и невербальный компоненты выступления, действия перед камерой.

Обращает на себя внимание тот факт, что реципиенты в случае восприятия выступления общественного деятеля в большей мере демонстрировали сомнения в отношении сферы деятельности этого человека, высказывая предположения относительно возможных профессий («это не политик», «не выглядит как

депутат», «возможно, бизнесмен», «представитель банковского дела», «возможно, работает в сфере образования», «наверное, завуч», «бухгалтер», «воспитатель или психолог»).

Таблица 11

Результаты сравнительного анализа восприятия индивидуальности политика и общественного деятеля

Категория	Описания политика		Описания общественного деятеля		Значение ф-критерия
	Частота встречаемости	Доля выбора %	Частота встречаемости	Доля выбора %	
Физические качества	206	18,3	76	16	1,114
Внешний вид, стиль одежды	205	18,2	33	6,9	6,301**
Особенности познавательной сферы	30	2,6	3	0,6	3,196**
Мотивационная сфера личности	5	0,4	1	0,2	0,694
Свойства личности	46	4,1	4	0,8	4,182**
Темперамент	24	2,1	19	4	2,046**
Социальные роли	15	1,3	10	2,1	1,132
Эмоциональное принятие	67	5,9	3	0,6	6,21**
Эмоциональное неприятие	42	3,7	14	2,9	0,712**
Особенности проф. деятельности	55	4,8	39	8,2	2,466**
Вербальный компонент выступления	233	20,7	143	30,2	4**
Невербальный компонент выступления	154	13,7	88	18,6	2,447**
Действия перед камерой	44	3,9	41	8,6	3,598*

Уровень значимости: * – $p \leq 0,05$; ** – $p \leq 0,01$.

Были выявлены особенности в восприятии индивидуальности научного работника, которые наглядно представлены на рисунке 9, стр. 94. В структуре образа индивидуальности научного работника реципиенты в большей мере выделяют деятельностные характеристики (56,8 %), из них наибольший вес имеют особенности вербального компонента выступления (28,6 %). Также встречаются характеристики индивидного уровня индивидуальности (34,2 %), в особенности физические качества (20,3 %).

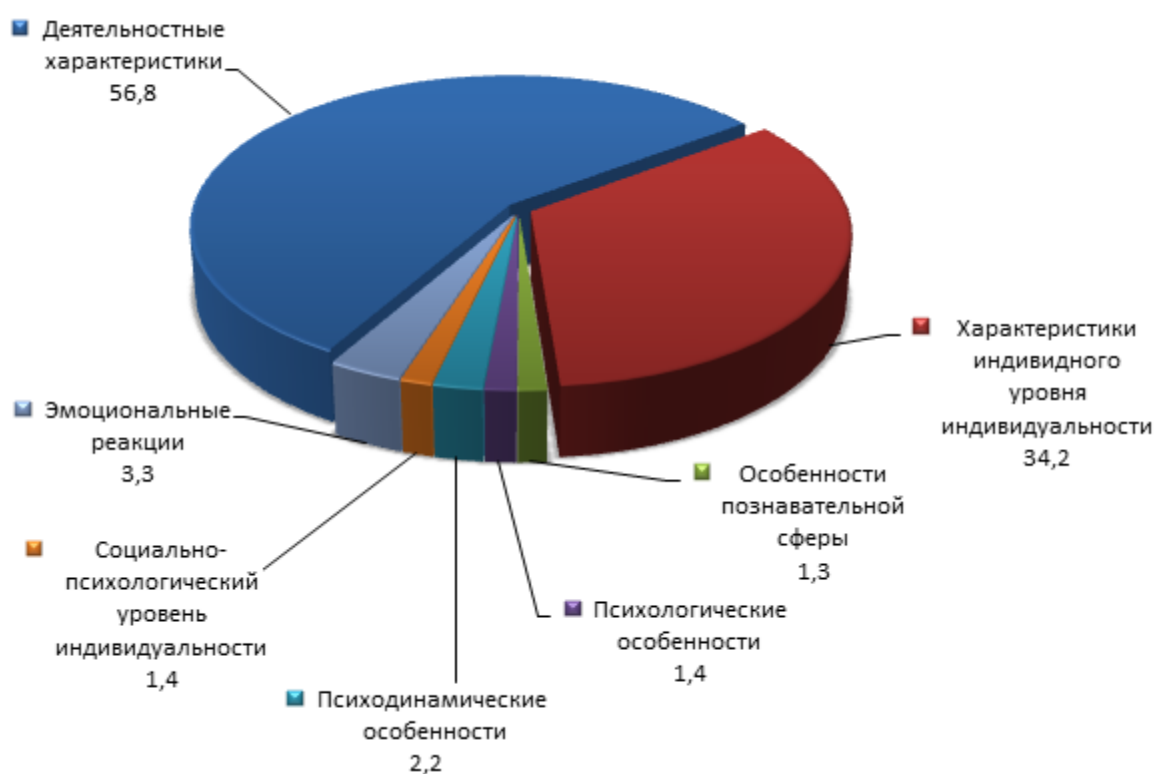


Рисунок 9. Структура восприятия индивидуальности научного работника (%)

Для выявления значимых различий и проведения сравнительного анализа особенностей восприятия индивидуальности политика и научного работника был использован коэффициент ϕ -углового преобразования Фишера, результаты представлены в таблице 12, стр. 95.

При сравнении образа индивидуальности научного работника и политика были обнаружены специфические особенности. Отличительной особенностью для образа индивидуальности политика является преобладание в структуре образа политика категорий индивидного уровня индивидуальности, особенностей

познавательной сферы, свойств личности. Содержание образа индивидуальности политика в большей степени наполнено эмоциональными характеристиками.

Таблица 12

Результаты сравнительного анализа восприятия индивидуальности политика и научного работника

Категория	Описания политика		Описания научного работника		Значение ϕ -критерия
	Частота встречаемости	Доля выбора, %	Частота встречаемости	Доля выбора, %	
Физические качества	206	18,3	184	20,3	1,143
Внешний вид, стиль одежды	205	18,2	126	15	2,622**
Особенности познавательной сферы	30	2,6	12	1,3	2,263**
Мотивационная сфера личности	5	0,4	2	0,2	0,851
Свойства личности	46	4,1	11	1,2	4,212**
Темперамент	24	2,1	13	1,4	1,21
Социальные роли	15	1,3	13	1,4	0,179
Эмоциональное принятие	67	5,9	12	1,3	5,96**
Эмоциональное неприятие	42	3,7	18	2	2,308**
Особенности проф. деятельности	55	4,8	66	6,1	2,263*
Вербальный компонент выступления	233	20,7	259	28,6	4,123*
Невербальный компонент выступления	154	13,7	115	12,7	0,65
Действия перед камерой	44	3,9	75	8,3	4,168**

Уровень значимости: * – $p \leq 0,05$; ** – $p \leq 0,01$.

В структуре образа индивидуальности научного работника, в отличие от образа политика, в большей мере выделены деятельностные характеристики, особенности профессиональной деятельности, вербальный компонент выступления, действия перед камерой.

Таким образом, установлено, что восприятие индивидуальности политика отличается от восприятия индивидуальности неполитика (общественного деятеля и научного работника).

Отличительной особенностью для образа индивидуальности политика является преобладание в структуре образа политика категорий индивидного уровня индивидуальности, особенностей познавательной сферы. В структуре образа общественного деятеля и научного работника, в отличие от образа политика, в большей мере выделены деятельностные и психодинамические характеристики. При восприятии индивидуальности политика респонденты чаще использовали эмоционально окрашенные семантические конструкции, а содержание образа индивидуальности политика наполнено эмоциональными характеристиками. При восприятии индивидуальности научного работника и общественного деятеля реципиенты демонстрировали сомнения в отношении их профессиональной принадлежности, чаще выделяли в структуре образа особенности профессиональной деятельности, характеристики вербального и невербального компонентов выступления, особенности действий перед камерой.

3.6. Результаты исследования особенностей восприятия индивидуальности политика в связи с варьированием каналов представления информации

В ходе исследования был проведен анализ специфических особенностей в восприятии индивидуальности политика в зависимости от пола политика, пола реципиента и канала восприятия информации.

При анализе данных свободного описания, которые были получены после просмотра *видеозаписи без звука (визуальный канал получения информации)*, были

выделены специфические тенденции в восприятии индивидуальности политика-мужчины и политика-женщины у реципиентов мужчин и женщин.

Так, при визуальном восприятии политика-мужчины мужчины ориентированы в большей мере на характеристики индивидного уровня индивидуальности (40,2 %) и деятельностные характеристики (34,3 %), что наглядно показано на рисунке 10, стр. 97.



Рисунок 10. Структура восприятия индивидуальности мужчины-политика в группе реципиентов-мужчин при предъявлении видеозаписи без звука (визуальный канал получения информации) (%)

Реципиенты-мужчины при восприятии видеозаписи без звука выделяют физические качества (19,7 %) политика-мужчины и его внешний вид (20,5 %) («мужчина, лет 40–50, в очках и пиджаке», «немолодой мужчина, в очках и деловом костюме», «красный галстук», «носит очки округлой формы», «мужчина средних лет, деловой стиль одежды», «брюнет, большие черные глаза»). Кроме того, отличительной особенностью является выделение вербальной (16,6 %) и невербальной (7,9 %) составляющей выступления.

Реципиенты-мужчины делают предположения относительно темы выступления, оценивают качество речи («говорит о том, в чем он хорошо разбирается», «рассуждает и раскрывает свою точку зрения по определенному вопросу», «речь жесткая, агрессивная», «пытается всячески доказать свою точку зрения и убедить собеседника», «своей речью хотел показать, что разбирается во многих сферах жизни»).

Содержание образа индивидуальности политика-мужчины у реципиентов-мужчин наполнено эмоциональными характеристиками (11,8%), в большей степени негативными (9%). Реципиенты-мужчины демонстрируют неприятие политика-мужчины («не доверяю ему, по всей видимости, замешан в коррупции и серых схемах», «непрезентабельный, я бы не голосовал за такого», «у меня лично появилось недоверие к этому человеку», «нервный, не внушает доверия»).

При визуальном восприятии политика-женщины реципиенты-мужчины ориентированы на деятельностные характеристики (42,8%) и характеристики индивидного уровня индивидуальности (32,9%), что наглядно показано на рисунке 11, стр. 98.



Рисунок 11. Структура восприятия индивидуальности женщины-политика в группе реципиентов-мужчин при предъявлении видеозаписи без звука (визуальный канал получения информации) (%)

Реципиенты-мужчины в случае, когда им был представлен стимульный материал без звука, воспринимают в большей мере физические качества (18,6 %) политика-женщины и особенности выступления (27,1 %). В большей степени восприятие направлено на вербальный компонент выступления (*«обсуждает острую тему или вынуждена отчитываться перед кем-то», «описывает какую-то проблему в стране», «хорошо разбирается в том, о чем говорит», «речь хорошо поставлена», «затрагивает несколько интересных тем»*).

Интересным представляется тот факт, что восприятие реципиентов-мужчин выступления без звука женщины-политика отличается только эмоциональным принятием – 10 % (*«приятная», «хороший политик – трудится на благо Родины, не жалея себя», «вызывает доверие», «производит исключительно приятное впечатление», «привлекает к себе внимание»*), ссылки на непринятие полностью отсутствуют.

Было обнаружено, что реципиенты-женщины в процессе восприятия выступления без звука политика-мужчины в большей степени выделяют характеристики индивидуального уровня индивидуальности (44,8 %) и деятельностные характеристики (37,6 %), что наглядно показано на рисунке 12, стр. 100.

В структуре индивидуальности политика-мужчины в группе реципиентов-женщин наибольший удельный вес имеют категории внешнего вида – 26 % (*«аккуратный, внешне хорошо выглядит», «пиджак, галстук, рубашка, все в деловом стиле», «опрятно одет, приятный на вид, в очках», «классическая стрижка, очки, классический костюм, несолидный красный галстук»*), физических качеств – 18,8 % (*«мужчина, лет 40–50», «высокий мужчина в возрасте», «волосы с проседью, видимо, из-за тяжелой работы, лицо с морщинами», «темные волосы, темные глаза», «солидный мужчина в возрасте 40 лет»*), невербальных характеристик выступления – 18,5 % (*«активно жестикулирует руками, иногда делает такое выражение лица, будто выражает свое недовольство», «чрезмерная жестикуляция, яркая мимика», «он активно жестикулирует, что-то говорит, при этом мимика слабо меняется», «сидит*

расслаблено, открыт, руки находятся по бокам от него, жестикулирует активно»).

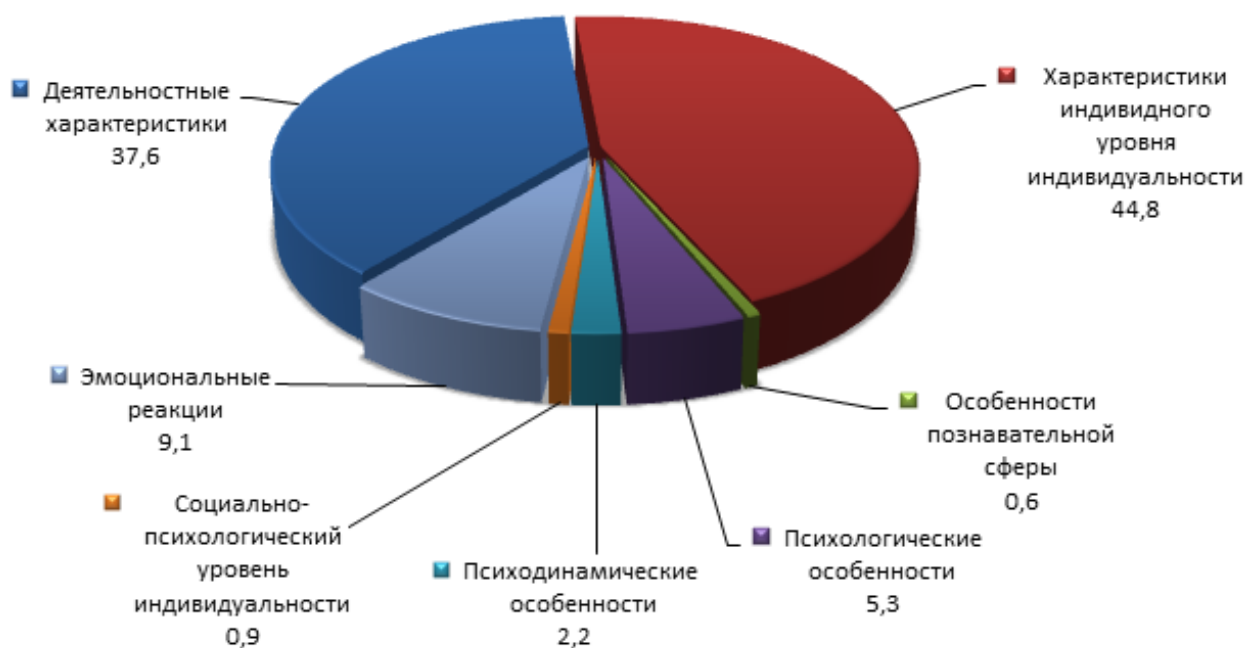


Рисунок 12. Структура восприятия индивидуальности мужчины-политика в группе реципиентов-женщин при предъявлении видеозаписи без звука (визуальный канал получения информации) (%)

При восприятии выступления без звука женщины-политика реципиенты-женщины выделяют характеристики индивидуального уровня индивидуальности (48,7 %) и деятельностные характеристики (38,5 %), что наглядно показано на рисунке 13, стр. 101.

Женщины в структуре индивидуальности женщины-политика при восприятии видеозаписи без звука в большей мере выделяют физические качества – 26,7 % («женщина средних лет», «симпатичная», «светлые волосы, темные глаза», «женщина в возрасте 35 лет, светлые волосы, короткая стрижка, довольно крупные глаза и губы»), характеристики внешнего вида – 22 % («аккуратно одета», «одежда строгая, как и вид в целом», «макияж умеренный, невызывающий», «красивые сережки», «одежда в меру классическая, разбавленная ярким пиджаком») и невербальный компонент выступления – 24,8 % («движения головы, активная жестикуляция выдают волнение», «в руках

крутит ручку – так снимает напряжение», «использует жестикуляцию в основном правой рукой, а также кивает головой»).



Рисунок 13. Структура восприятия индивидуальности женщины-политика в группе реципиентов-женщин при предъявлении видеозаписи без звука (визуальный канал получения информации) (%)

При анализе текстов-описаний респондентов мужчин и женщин, полученных после предъявления аудиального стимула (аудиозаписи выступлений без видеоряда), были обнаружены следующие тенденции.

При восприятии аудиозаписи выступления политика-женщины реципиенты-мужчины в большей степени выделяют деятельностные характеристики (43,3 %) и характеристики индивидуального уровня индивидуальности (35,7 %), что наглядно показано на рисунке 14, стр. 102.

При аудиальном восприятии политика-женщины реципиенты-мужчины склонны обращать внимание в большей степени на характеристики выступления (25,5 %) и характеристики профессиональной деятельности (11,2 %), особенности познавательной сферы (11,7 %), физические качества (23,1 %) и внешний вид (17,8 %). Содержательно восприятие индивидуальности политика-женщины у реципиентов-мужчин отличается эмоциональным принятием.

При восприятии аудиозаписи выступления политика-женщины реципиенты-женщины в большей мере ориентированы на характеристики индивидного уровня индивидуальности (37,4 %) и деятельностные характеристики (36,7 %), что наглядно показано на рисунке 15, стр. 103.



Рисунок 14. Структура восприятия индивидуальности женщины-политика в группе реципиентов-мужчин при предъявлении аудиозаписи (аудиальный канал получения информации) (%)

При восприятии аудиозаписи выступления политика-женщины женщины склонны обращать внимание в большей степени на особенности вербального и невербального компонентов выступления (29,3%), физические качества (25,2%), психологические особенности (9,6%), высказывать эмоциональные суждения. Причем содержательно восприятие индивидуальности политика-женщины в группе женщин в большей степени наполнено эмоциональными реакциями.

Также было обнаружено, что реципиенты-мужчины при восприятии аудиозаписи выступления политика-мужчины чаще выделяют физические качества (21,6 %), особенности познавательной сферы (12,1 %), особенности выступления (26,4 %), в частности его вербальную составляющую, и характеристики профессиональной деятельности (14,2 %). Мужчины оценивают

речь политика в содержательном плане, критикуют выдвигаемые в речи положения. Содержательно восприятие индивидуальности политика-мужчины у реципиентов-мужчин отличается эмоциональным неприятием наряду с тем, что мужчины высоко оценивают познавательные и интеллектуальные способности политика-мужчины.



Рисунок 15. Структура восприятия индивидуальности женщины-политика в группе реципиентов-женщин при предъявлении аудиозаписи (аудиальный канал получения информации) (%)

Реципиенты-женщины при восприятии аудиозаписи выступления политика-мужчины в большей мере ориентированы на особенности вербального и невербального компонентов выступления (32,2 %), физические качества (30,4 %).

Таким образом, в процессе исследования были выявлены особенности восприятия индивидуальности политика разного пола у реципиентов мужчин и женщин в связи с варьированием каналов представления и восприятия информации.

При восприятии видеозаписи выступления политиков мужчин и женщин без звука (визуальный канал) реципиенты-мужчины концентрируют внимание на физических качествах, внешнем виде, особенностях общения. Содержательно

образ индивидуальности мужчины-политика наполнен негативными эмоциональными реакциями, тогда как образ индивидуальности женщины-политика – только положительными эмоциональными реакциями.

Реципиенты-женщины при восприятии видеозаписи выступления политиков мужчин и женщин без звука (визуальный канал) концентрируют внимание на внешнем виде, физических качествах, особенностях общения. Содержательно восприятие индивидуальности женщины-политика наполнено эмоциональным неприятием со стороны женской аудитории.

Различия в визуальном восприятии индивидуальности политика у реципиентов мужчин и женщин заключается в большем выделении вербальной составляющей выступления реципиентами-мужчинами и невербальной составляющей реципиентами-женщинами.

Несмотря на то что канал предоставления информации предполагал только визуальное восприятие, реципиенты-мужчины делали предположения относительно темы выступления, оценивали качество и чистоту речи, стилистические ошибки. Можно предположить, что данный эмпирический факт является следствием действия механизма рефлексии – понимания другого человека путем размышления за него, домысливания недостающих деталей (В.В. Знаков, 2003; Н.Н. Васягина, 2011; Е.Л. Аликина, 2014). В дополнение к полученным ранее результатам необходимо отметить, что мужчины более сензитивны к вербальной составляющей выступления (к теме и содержанию высказываний) и критичны в оценке воспринимаемой информации.

Для визуального канала восприятия индивидуальности политика также характерно наличие признаков эмоционального принятия при несовпадении пола политика и пола реципиента и эмоционального неприятия – при совпадении, что можно объяснить действием механизма эмоциональной индикации. Механизм эмоциональной индикации связан с эмоциональной составляющей смысла и представляет собой специфическую эмоциональную окраску процесса восприятия индивидуальности (Г.Г. Филиппова, 2002; Е.Л. Аликина, 2014).

Таким образом, поликомпонентный анализ позволил выявить особенности восприятия индивидуальности политиков разного пола у реципиентов мужчин и женщин в связи с варьированием каналов представления и восприятия информации. При визуальном восприятии выступления политика познание индивидуальности политика сосредоточено на индивидном уровне. При аудиальном восприятии выступления политика познание индивидуальности политика является более глубоким и включает в себя характеристики разных уровней индивидуальности: индивидного уровня, познавательной сферы, особенностей профессиональной деятельности, мотивационной сферы, свойств личности.

Варьирование каналов представления информации позволило установить общие тенденции – в содержании образа индивидуальности политика преобладают характеристики индивидного уровня индивидуальности и характеристики деятельности вне зависимости от канала восприятия, пола политика и пола реципиента. Реципиенты-мужчины акцентируют внимание на вербальной составляющей выступления, реципиенты-женщины в большей мере выделяют невербальную составляющую. Независимо от канала предоставления информации, реципиенты демонстрируют эмоциональное неприятие политика своего пола и эмоциональное принятие политика противоположного пола.

3.7. Обсуждение и интерпретация результатов исследования

В ходе исследования был осуществлен поликомпонентный анализ особенностей восприятия индивидуальности политического деятеля с учетом трех факторов: пола политика, пола реципиента, канала восприятия информации. Были выделены особенности познания другого человека в связи с принадлежностью его к определенной сфере деятельности наивным субъектом восприятия.

Было установлено, что восприятие наивным субъектом индивидуальности политика характеризуется выделением физических качеств, внешнего вида, деятельностных характеристик и вербального компонента выступлений. Таким

образом, нами была выявлена специфика восприятия индивидуальности политика.

Была определена структура образа политического деятеля. Наибольшую нагрузку в структуре образа политика имеют деятельностные характеристики, а именно особенности выступления, характеристики индивидного уровня индивидуальности: внешний вид политика и его физические качества. Установлено, что при восприятии выступления политического лидера реципиенты в большей степени выделяют пол, возраст, цвет волос, детали внешнего облика, стиль одежды и вербальный компонент. Эти данные соотносятся с результатами, полученными ранее в ряде исследований, посвященных познанию индивидуальности незнакомого Другого. Наивные субъекты восприятия, не обладающие психологическим знанием, сосредотачивают свое внимание прежде всего на деятельностных характеристиках и характеристиках индивидного уровня индивидуальности.

Также в ходе диссертационного исследования были выявлены особенности восприятия индивидуальности политика у реципиентов разного пола. Отличия в восприятии политиков реципиентами мужчинами и женщинами заключаются в большем выделении характеристик индивидного уровня индивидуальности женщинами и деятельностных характеристик мужчинами. Причем мужчины склонны выделять вербальный компонент, женщины, напротив, невербальный компонент выступления. При оценке речей выступающего политического лидера женщины уделяют больше внимания речевой манере и внешнему виду политического деятеля, мужчины же интересуются темой и содержанием выступления.

Женщины воспринимают как общий вид, так и незначительные мелкие детали внешности и одежды, аксессуаров. Иными словами, женщины более чувствительны к деталям внешности, которые зачастую игнорируются мужской аудиторией. Было выявлено, что женщины-реципиенты более эмоциональны, положительно настроены, воспринимают мужчин-политиков как вызывающих

больше доверия. Кроме того, женщины ориентированы на восприятие жестов мужчин-политиков, мимики, интонации голоса.

Схожие тенденции в процессе исследования обнаружены в особенностях восприятия политика-женщины в группе женщин. Так же, как и в случае с восприятием индивидуальности мужчины-политика, преобладают описания характеристик индивидного уровня индивидуальности, а именно описания внешности, мелких деталей одежды. Больше внимания по сравнению с мужской аудиторией уделяется описанию невербальных компонентов в структуре выступления.

Большее внимание женщин к внешнему виду воспринимаемого Другого можно объяснить социокультурными влияниями, связанными с идеализацией внешней привлекательности. В исследованиях многих психологов отмечается, что не только эталоны красоты у мужчин и женщин не совпадают, отличается и отношение к восприятию внешнего вида Другого. И.С. Клецина выделяет привлекательную внешность как одну из констант женского самоутверждения [35]. Она подчеркивает, что ориентация на внешность является важным женским ресурсом взаимодействия с окружающей средой. Также в исследованиях М.К. Горшковой, Н.Е. Тихоновой, Е.А. Варлашкиной, С.В. Козубенко [34] и других показано, что главной ценностью в образе идеального человека для женщины является привлекательная внешность.

Можно заключить, что выявлены схожие тенденции в структуре восприятия индивидуальности политика-мужчины и политика-женщины в группе реципиентов-женщин.

Специфические особенности выражаются в утверждениях, что женщины – политические деятели более эмоциональны. Кроме того, встречаются замечания, что содержание речи ускользнуло, так как внимание было сосредоточено на внешнем виде политика-женщины.

Обращает на себя внимание тот факт, что женщины-реципиенты демонстрируют большее вербальное неприятие политиков-женщин, проявляют негативные эмоциональные реакции, утверждают, что данный политик-женщина

«не вызывала доверия», а по большей части «раздражала». Это может быть связано с конкурентным характером отношений, с которым женщины сталкиваются во взаимоотношениях с представительницами того же пола. Ученые высказывают предположения, что женщинам необходимо признание со стороны других женщин для формирования самовосприятия. Стремясь получить признание, женщины более критично воспринимают других женщин.

На следующем этапе исследования нами были выявлены специфические особенности восприятия индивидуальности политика у реципиентов-мужчин. Было обнаружено, что мужчины в процессе восприятия выступлений как женщин-политиков, так и мужчин-политиков в большей степени обращают внимание на тему выступления.

Восприятие политического деятеля мужчинами в большей степени содержит критические суждения, особенно часто упоминаются характеристики речи политика, наличие стилистических ошибок. Мужчины чаще, чем женщины, высказывают оценочное отношение.

В ходе исследования были выявлены различия в группе мужчин при восприятии политика в зависимости от его пола. Было обнаружено, что мужчины в процессе восприятия женщины-политика демонстрируют больше эмоционального принятия. Они менее критичны по отношению к женщине, больше, по сравнению с описанием мужчины-политика, описывают физические качества и внешность.

В отличие от описания женщины-политика, при восприятии мужчины-политика реципиенты-мужчины склонны в большей степени анализировать вербальную составляющую выступления. Они более критичны, высказывают больше негативных эмоциональных реакций, демонстрируют неприятие мужчины-политика. В ряде отечественных и зарубежных исследований было показано, что мужчины всегда воспринимают информацию с критикой и некоторым сомнением. Эволюционные психологи связывают эту особенность с постоянной готовностью мужчин к активным действиям и конкуренции.

Сопоставление особенностей восприятия индивидуальности политического деятеля с индивидуальностью общественного деятеля и научного работника позволило говорить о специфике восприятия именно индивидуальности политика. Отличительной особенностью для образа индивидуальности политика является преобладание в структуре образа политика категорий индивидного уровня индивидуальности, особенностей познавательной сферы. В структуре образа общественного деятеля и научного работника, в отличие от образа политика, в большей мере выделены деятельностные и психодинамические характеристики. При восприятии индивидуальности политика респонденты чаще использовали эмоционально окрашенные семантические конструкции, а содержание образа индивидуальности политика наполнено эмоциональными характеристиками. При восприятии индивидуальности научного работника и общественного деятеля реципиенты демонстрировали сомнения в отношении их профессиональной принадлежности, чаще выделяли в структуре образа особенности профессиональной деятельности, характеристики вербального и невербального компонентов выступления, особенности действий перед камерой.

Анализ особенностей восприятия индивидуальности политического деятеля при варьировании каналов восприятия информации показал, что при визуальном восприятии политика-мужчины реципиенты-мужчины склонны обращать большее внимание на характеристики индивидного уровня индивидуальности и деятельностные характеристики. При восприятии видеозаписи без звука реципиенты-мужчины описывают физические качества политика-мужчины и его внешний вид, также в значительной степени присутствуют описания вербальной и невербальной составляющей выступления. Реципиенты-мужчины делают предположения относительно темы выступления, оценивают качество речи намного чаще, чем описывают жесты, мимику. Кроме того, часто встречаются эмоциональные реакции реципиентов-мужчин относительно политика-мужчины, в большей степени негативные. Мужчины демонстрируют неприятие политика-мужчины.

При визуальном восприятии политика-женщины мужчины склонны обращать большее внимание на деятельностные характеристики и характеристики индивидного уровня индивидуальности. Мужчинами при восприятии видеозаписи без звука описываются в большей мере физические качества политика-женщины и особенности общения. В большей степени внимание обращается на вербальные характеристики выступления.

Восприятие женщины-политика, когда был предъявлен визуальный стимульный материал, отличается эмоциональным принятием со стороны реципиентов-мужчин, ссылки на негативные эмоциональные реакции полностью отсутствуют.

Женщины склонны в большей степени обращать внимание при восприятии видеозаписи выступлений без звука на характеристики индивидного уровня индивидуальности мужчины-политика и на деятельностные характеристики.

При визуальном восприятии женщины-политика женщины склонны обращать большее внимание на характеристики индивидного уровня индивидуальности и на деятельностные характеристики.

При прослушивании аудиозаписи выступления политика-женщины мужчины склонны обращать внимание в большей степени на деятельностные характеристики и характеристики индивидного уровня индивидуальности. При прослушивании аудиозаписи выступления политика-женщины женщины склонны обращать внимание в большей степени на характеристики индивидного уровня индивидуальности и деятельностные характеристики.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В соответствии с целью исследования были проанализированы подходы к изучению восприятия политика в психологической науке, рассмотрен образ политика как результат политического восприятия, разработана теоретическая модель восприятия индивидуальности политика, проанализированы факторы, влияющие на процесс восприятия индивидуальности политика: пол политика, пол реципиента, вербальный и невербальный компоненты в структуре образа политика.

Анализ современного состояния проблемы позволил сделать вывод, что категория восприятия индивидуальности политика относится к числу междисциплинарных и актуальных, а образ политика как результат политического восприятия представляет собой особого рода психологическую реальность, которая имеет собственную структуру.

В данном диссертационном исследовании образ политика рассматривался как результат стихийного процесса восприятия индивидуальности политика. Структуру образа политика составляют разноуровневые характеристики и свойства индивидуальности.

Работа выполнена в русле системного подхода к исследованию индивидуальности человека и расширяет имеющиеся в науке представления об индивидуальности, вносит вклад в теорию интегральной индивидуальности В.С. Мерлина. Диссертационное исследование продолжает исследовательскую линию изучения восприятия индивидуальности Другого с точки зрения субъекта, ее познающего, представленную в трудах С.Ю. Ждановой, Л.З. Зариповой, Е.Л. Аликиной.

Цель диссертационной работы достигнута: изучены особенности восприятия индивидуальности политика в связи с полом политика и полом реципиентов. Результаты исследования вносят вклад в изучение структуры, закономерностей и механизмов восприятия индивидуальности политика в связи с полом политика и полом реципиента, спецификой профессиональной

деятельности. Работа углубляет представление о факторах, обуславливающих особенности восприятия индивидуальности политического деятеля, в том числе вербальных и невербальных характеристиках выступления, каналах представления информации, влияющих на восприятие индивидуальности политического деятеля. Поставленные исследовательские задачи решены в полном объеме. Гипотеза исследования нашла свое подтверждение.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ:

1. Поликомпонентный анализ восприятия индивидуальности политика позволил выделить структуру, стороны, закономерности, механизмы, условия, факторы, особенности восприятия индивидуальности политика. Структурными компонентами процесса восприятия индивидуальности политика выступают: образ (как результат процесса восприятия), объект, субъект восприятия, условия и механизмы восприятия. Выявлены процессуальная и результативная стороны восприятия индивидуальности политика. Результативная сторона восприятия политика представлена характеристиками разных уровней индивидуальности. Процессуальная сторона включает в себя механизмы восприятия (стереотипизация, проекция, идентификация, прототипизация, социальное сравнение) и условия (время предъявления стимула, степень знакомства с объектом, канал восприятия информации). Процесс восприятия индивидуальности политика завершается формированием образа политика. На структуру и содержание образа оказывают влияние пол субъекта и характеристики объекта восприятия: половые, профессиональные особенности, вербальные и невербальные составляющие коммуникации.

2. В ходе исследования были выявлены общие закономерности в восприятии индивидуальности политика. Данные закономерности проявляются в том, что результативная сторона восприятия индивидуальности политика представлена структурой, которая включает в себя разноуровневые характеристики и свойства индивидуальности, вовлеченные в процесс познания. В результативной стороне восприятия индивидуальности политика наибольшую

нагрузку имеют характеристики деятельности и свойства индивидного уровня индивидуальности.

3. Установлено, что структура восприятия индивидуальности политика схожа с моделью познания индивидуальности Другого, включает в себя процесс и результат. Восприятие индивидуальности политика соответствует первому уровню познания индивидуальности (стадии понимания-узнавания), представлено характеристиками, соответствующими уровню познания незнакомого и малознакомого человека.

4. В ходе исследования обнаружены специфические особенности восприятия индивидуальности политика в связи с полом политика. В структуре образа индивидуальности мужчины-политика значимыми компонентами являются «Компетентность» и «Харизматичность». Реципиенты наделяют индивидуальность мужчины-политика свойствами социально-психологического уровня индивидуальности, подчеркивающими высокий статус (зрелый, опытный, стратег, авторитетный и внушительный). В структуре образа индивидуальности женщины-политика большую роль играет «Энергичность». Образ женщины-политика наделен стилевыми характеристиками (гибкий, компромиссный) и свойствами индивидного уровня индивидуальности (обаятельный, сексуальный, привлекательный), подчеркивающими привлекательность.

5. Выявлены особенности восприятия индивидуальности политика в связи с полом реципиентов. Установлено, что в процессе восприятия индивидуальности политика реципиенты-мужчины в большей мере выделяют деятельностные характеристики, вербальный компонент выступления, реципиенты-женщины – характеристики индивидного уровня индивидуальности, невербальный компонент выступления политика. Образ политического лидера у респондентов-женщин является более детализированным, подробным, развернутым.

6. Обнаружены особенности восприятия индивидуальности политика в связи с полом политика и полом реципиента. Восприятие индивидуальности политика-мужчины отличается у реципиентов мужчин и женщин. Установлено, что у реципиентов-мужчин результативная сторона восприятия индивидуальности

политика-мужчины представлена характеристиками познавательной сферы, деятельностными характеристиками. Для реципиентов-мужчин характерны ориентация на вербальную составляющую выступления, эмоциональное неприятие индивидуальности мужчины-политика. У реципиентов-женщин результативная сторона восприятия индивидуальности политика-мужчины в большей мере представлена индивидными характеристиками индивидуальности. Для реципиентов-женщин характерны ориентация на невербальный компонент выступления, эмоциональное принятие индивидуальности мужчины-политика.

Существуют особенности восприятия индивидуальности политика-женщины у реципиентов мужчин и женщин. Восприятие реципиентами-мужчинами индивидуальности политика-женщины является целостным. Установлено, что в процессе восприятия политика-женщины реципиенты-мужчины внимание уделяют вербальной составляющей выступления, индивидному уровню индивидуальности, демонстрируют эмоциональное принятие. Восприятие реципиентами-женщинами индивидуальности политика-женщины является детализированным. Реципиенты-женщины ориентированы на свойства индивидного уровня индивидуальности и невербальный компонент выступления при восприятии индивидуальности политика-женщины. Для реципиентов-женщин характерно эмоциональное неприятие индивидуальности женщины-политика.

7. Восприятие индивидуальности политика отличается от восприятия индивидуальности неполитика (общественного деятеля и научного работника). Структура образа политика включает в себя такие компоненты, как внешний вид, особенности познавательной сферы, свойства личности, психологические особенности, психодинамические особенности, характеризуется большей эмоциональностью. Структура образа неполитика (общественного деятеля, научного работника) включает в себя деятельностные характеристики, особенности профессиональной деятельности, вербальный и невербальный компоненты выступления, действия перед камерой.

8. Выявлены особенности восприятия индивидуальности политика в связи с варьированием каналов восприятия информации. При визуальном восприятии выступления политика познание индивидуальности сосредоточено на индивидном уровне индивидуальности, при аудиальном – познание индивидуальности является более глубоким, включает в себя характеристики разных уровней индивидуальности: индивидного уровня, познавательной сферы, особенностей профессиональной деятельности, мотивационной сферы, свойств личности.

9. Выявлена роль вербального и невербального компонентов выступления политика в восприятии его индивидуальности. Реципиенты-мужчины в процессе восприятия индивидуальности политика в большей мере ориентированы на вербальную составляющую выступления, более критичны к содержанию речи политика, обращают внимание на тему выступления, высказывают оценочные, критические суждения и замечания. Реципиенты-женщины в большей мере выделяют невербальную составляющую выступления политика, ориентированы на внешний вид, мимику, жесты и позы политика. Установлено, что для реципиентов характерно эмоциональное принятие политика противоположного пола и эмоциональное непринятие политика своего пола. Так, женщины-реципиенты более критичны к политикам-женщинам, однако позитивно настроены в отношении индивидуальности политика-мужчины. Мужчины-реципиенты, напротив, демонстрируют резкое эмоциональное непринятие политиков-мужчин и положительно воспринимают политиков-женщин.

Перспективы дальнейшей разработки проблемы мы видим в выявлении закономерностей восприятия индивидуальности политика на примере других социальных и возрастных групп; в дальнейшем изучении факторов, обуславливающих процессуальную и результативную стороны восприятия индивидуальности политика; в изучении роли разноуровневых свойств индивидуальности, влияющих на восприятие индивидуальности политика, в частности социально-психологического уровня, а также метаиндивидуальных особенностей.

Также перспективой исследования является разработка рекомендаций по конструированию медиатекстов и видеороликов политической тематики, рекомендаций по консультированию политических лидеров, выставляющих свои кандидатуры для баллотировки, рекомендаций в связи с учетом варьирования каналов представления и восприятия информации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Аликина, Е. Л.* Познание матерью индивидуальности ребенка в зависимости от характеристик семейной среды : дис. ... канд. психол. Наук : 19.00.01 [Текст] / Е. Л. Аликина. – Пермь, 2014. – 204 с.
2. *Ананьев, Б. Г.* Человек как предмет познания : избр. психол. тр.: в 2 т. [Текст] / Б. Г. Ананьев. – М., 1980. – Т. 1. – С. 16–178.
3. *Андреева, Г. М.* Психология социального познания [Текст] / Г. М. Андреева. – М., 2005. – 215 с.
4. *Андреева, Г. М.* Социальная психология [Текст] / Г. М. Андреева. – М., 2003. – 364 с.
5. *Антонова, А. В.* Система средств речевой манипуляции в британском политическом дискурсе: реципиентоцентрический подход : автореф. дис. ... докт. филол. наук : 10.02.04 [Текст] / А. В. Антонова. – Самара, 2011. – 44 с.
6. *Артемьева, Е. Ю.* Основы психологии субъективной семантики [Текст] / Е. Ю. Артемьева. – М.: Смысл, 1999. – 350 с.
7. *Бавра, Н. В.* Проблема восприятия в современной науке и философии: Гносеологическая адекватность психического образа : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.08 [Текст] / Н.В. Бавра. – СПб., 2001. – 155 с.
8. *Бакулева, К. К.* Когнитивные аспекты политического поведения избирателей : дис. ... канд. полит. наук [Текст] / К. К. Бакулева. – СПб., 2015. – 169 с.
9. *Бакумова, Е. В.* Речевые маркеры социально-политической идентификации [Текст] / Е. В. Бакумова // Языковая личность: проблемы когниции и коммуникации. – Волгоград, 2001. – С. 236–241.
10. *Бакумова, Е. В.* Ролевая структура политического дискурса : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 [Текст] / Е. В. Бакумова. – Волгоград, 2002. – 200 с.
11. *Бандурович, О. Ю.* Образ лидера: представления и предпочтения жителей Украины [Текст] / О. Ю. Бандурович, А. Г. Стегний, Н. Н. Чурилов // Социологические исследования. – 2003. – № 3 – С. 48–52.

12. *Барабанщиков, В. А.* Детерминация перцептивного процесса (к вопросу об объяснении феноменов восприятия) [Текст] / В. А. Барабанщиков // *Методология и история психологии.* – 2008. – Т. 3, вып. 1. – С. 117–127.

13. *Барабанщиков, В. А.* Проблемы психологии восприятия в научном творчестве С. Л. Рубинштейна [Текст] / В. А. Барабанщиков // *Психология. Журнал Высшей школы экономики.* – 2009. – Т. 6, № 3. – С. 90–96.

14. *Барабанщиков, В. А.* Психология восприятия : организация и развитие перцептивного процесса [Текст] / В. А. Барабанщиков. – М.: Когито-Центр, 2006. – 241 с.

15. *Берендеев, М. В.* Семиотические инверсии в формировании политического образа в медиадискурсе (на примере образа России в СМИ Германии) [Текст] / М. В. Берендеев // *Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Гуманитарные и общественные науки.* – 2017. – № 3. – С. 94–102.

16. *Блондель, Ж.* Политическое лидерство: путь к всеобъемлющему анализу [Текст] / Ж. Блондель; [пер. с англ. Г. М. Квашнина]. – М.: Российская академия управления, 1992. – 135 с.

17. *Бодалев, А. А.* Личность и общение [Текст] / А. А. Бодалев // *Вопросы психологии общения и познания людьми друг друга.* – 1995. – 328 с.

18. *Бодалев, А. А.* Психология общения [Текст] / А.А. Бодалев. – М.-Воронеж: АПСН, 1996. – 255 с.

19. *Бражник, О. В.* Образы государственной власти в общественном сознании [Текст] / О. В. Бражник // *Путеводитель предпринимателя: научно-практическое издание / под ред. Л. А. Булочниковой.* – М.: Российская Академия предпринимательства, 2008. – С. 22–35.

20. *Брунер, Дж.* Психология познания. За пределами непосредственной информации [Текст] / Дж. Брунер; пер. с англ. К. И. Бабицкого. – М.: ДиректМедиа Пабблишинг, 2008. – 782 с.

21. *Будаев, Э. В.* Современная политическая [Текст] / Э.В. Будаев, А. П. Чудинов, М. Б. Ворошилова, Е. В. Дзюба, Н. А. Красильникова. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2011. – 252 с.

22. *Букеева, О. В.* Сравнительный анализ рационального и бессознательного компонентов образов власти в современной России : дис. ... канд. полит. наук [Текст] / О. В. Букеева. – М., 2013. – 154 с.
23. *Бусыгина, Н. П.* Методологические основания качественных исследований в психологии : автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01 [Текст] / Н. П. Бусыгина. – М., 2010. – 34 с.
24. *Бучкова, А. И.* Влияние молодежных общественно-политических организаций на формирование политической культуры молодежи [Текст] / А. И. Бучкова // Политика и общество. – 2012. – № 7. – С. 23–29.
25. *Вашунина, И. В.* Взаимовлияние вербальных и невербальных (иконических) составляющих при восприятии креолизованного текста: автореф. дис. ... докт. филол. наук : 10.02.19 [Текст] / И. В. Вашунина. – Москва, 2009. – 43 с.
26. *Веккер, Л. М.* Восприятия и основы его моделирования [Текст] / Л. М. Веккер. – Л.: Изд-во Ленинградского ун-та, 1964. – 194 с.
27. *Венгер, Л. А.* Восприятие и обучение [Текст] / Л. А. Венгер. – М., 1969. – 365 с.
28. *Вилков, А. А.* Ментальное восприятие региональной власти [Текст] / А. А. Вилков // Известия Саратовского университета. Серия Социология. Политология. – 2010. – Т. 10, вып. 4. – С. 208–220.
29. *Власенко, Л. В.* Роль молодежи в процессах преобразования общества [Текст] / Л. В. Власенко // Научный диалог. – 2014. – № 5 (29). – С. 126–140.
30. *Выготский, Л. С.* История развития высших психических функций: собр. соч. в 6 т. [Текст] / Л. С. Выготский. – М., 1983. – Т. 3. – 369 с.
31. *Гершевич, О. С.* Особенности формирования имиджа политического лидера в современной России [Текст] / О. С. Гершевич // Власть. – М.: Редакция журнала «Власть», 2007. – С. 26–29.
32. *Гибсон, Дж.* Экологический подход к зрительному восприятию [Текст] / Дж. Гибсон; пер. с англ. и общ. ред. А. Д. Логвиненко. – М.: Прогресс, 1988. – 464 с.

33. *Грачев, М. Н.* Актуальные проблемы политической науки [Текст] / М. Н. Грачев, Ю. В. Ирхин. – М.: Экономическая демократия, 1996. – 188 с.
34. *Гриценко, Е. С.* Гендер в британской и американской лингвокультуре : монография [Текст] / Е. С. Гриценко, М. В. Сергеева, А. О. Лалетина. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 224 с.
35. *Гриценко, Е. С.* Метафора и гендер в процессах категоризации и концептуализации [Текст] / Е. С. Гриценко // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2011. – № 2. – С. 13–17.
36. *Гуляева, Е. В.* Лингвокультурный типаж «Политик» в современном российском дискурсе [Текст] / Е. В. Гуляева // Политическая лингвистика. – 2011. – № 3. – С. 184–187.
37. *Дагаева, Е. А.* Методология изучения имиджа как социально-психологического феномена [Электронный ресурс] / Е. А. Дагаева // Электронный журнал «Психологическая наука и образование». – 2011. – № 1. – URL:http://psyjournals.ru/files/39946/psyedu_ru_2011_1_Dagaeva.pdf (дата обращения: 25.05.2018).
38. *Девяткова, М. И.* Лингвокультурные типажи «дзюдоист» и «борец» (на материале русских политических карикатур с образом Владимира Путина) [Текст] / М. И. Девяткова // Лингвокультурология: ежегодный сборник научных трудов. – Екатеринбург, 2016. – Вып. 10. – С. 110–123.
39. *Деева, Н. А.* Рефлексивные механизмы переживания кризиса и изменение ценностно-смысловой сферы : автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01 [Текст] / Н. А. Деева. – Омск, 2005. – 24 с.
40. *Денисов, Ю. П.* К проблеме изучения образа политического деятеля в исторической и историографической традициях [Электронный ресурс] / Ю. П. Денисов // Омский научный вестник. – 2007. – № 4. – С. 46–49. – URL:<http://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-izucheniya-obraza-politicheskogo-deyatelya-v-istoricheskoy-i-istoriograficheskoy-traditsiyah> (дата обращения: 21.01.2017).

41. *Дудецкая, А. Н.* Гендерная специфика коммуникативного поведения немецких политических деятелей : дис. ... канд. филол. наук [Текст] / А. Н. Дудецкая. – Волгоград, 2009. – 156 с.
42. *Дурдин, Д. М.* Образ политического лидера и возможности его изменения [Текст] / Д. М. Дурдин // Полис. – 2002. – № 2. – С. 133–149.
43. *Елисеев, А. Л.* Специфика социально-политического самоопределения современной российской молодежи [Текст] / А. Л. Елисеев, Е. Н. Малик, А. В. Мельников // Знание. Понимание. Умение. – 2015. – № 3. – С. 83–93.
44. *Жданова, С. Ю.* Perception of the image of politician in connection with sex [Текст] / С. Ю. Жданова, С. В. Полякова, Л. О. Пузырёва // 4 International Science Congress «Science and Education in the Modern World» (New Zealand, Auckland). – 2015. – С. 198–204.
45. *Жданова, С. Ю.* Восприятие образа политика в связи с полом [Текст] / С. Ю. Жданова, Л. О. Пузырёва // Вестник ЛГУ им. Пушкина. – 2016. – № 4. – С. 78–85.
46. *Жданова, С. Ю.* Медиатекст как объект изучения [Текст] / С. Ю. Жданова, Л. О. Пузырёва, А. В. Печеркина // В мире научных открытий. – 2015. – № 11. – С. 2274–2287.
47. *Жданова, С. Ю.* Особенности восприятия политических и общественных деятелей в связи с полом [Текст] / С. Ю. Жданова, Л. О. Пузырёва // Сборник материалов XV Всероссийской научно-практической конференции «Дружининские чтения». – 2016. – С. 187–181.
48. *Жданова, С. Ю.* Особенности восприятия человека на видеозаписи в связи с продолжительностью ее предъявления [Текст] / С. Ю. Жданова, В. Б. Поляков, Э. Е. Нахтарова // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия Педагогика, психология. – 2012. – № 2(9). – С. 115–117.
49. *Жданова, С. Ю.* Психологический анализ текста [Текст] / С. Ю. Жданова, Л. О. Пузырёва // Science in the modern information society VII. – USA, North Charleston, 2015. – № 3. – С. 62–64.

50. *Жданова, С. Ю.* Психология познания индивидуальности человека [Текст] / С. Ю. Жданова. – Пермь, 2005. – 190 с.
51. *Загайнов, А. В.* Понятие имиджа политического лидера: сущность и подходы к определению [Текст] / А. В. Загайнов // Учен. зап. Казан. ун-та. Серия гуманитарные науки. – 2007. – № 3. – С. 227–240.
52. *Загладин, Н. В.* Политология: проблемы развития [Текст] / Н. В. Загладин // Политология и современный политический процесс. – М., 1990. – С. 26–32.
53. *Замская, М. Д.* Образ политического лидера как элемент самосознания субъектов политической коммуникации [Текст] / М. Д. Замская, Л. В. Матвеева // Вестник МГУ. Серия 14. Психология. – 2006. – № 1. – С. 19–29.
54. *Зарипова, Л. З.* Особенности познания индивидуальности у лиц социномических профессий : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01 [Текст] / Л. З. Зарипова. – Пермь. – 2012. – 158 с.
55. *Захаров, А. В.* Народные образы власти [Текст] / А. В. Захаров // Полис. – 1998. – № 1. – С. 23–35.
56. *Зверев, А. Л.* Особенности политического восприятия в современных российских условиях [Текст] / А. Л. Зверев, И. С. Палитай, Н. В. Смутькина, А. И. Рогозарь // Полис. – Политические исследования. – 2016. – № 3. – С. 40–54.
57. *Зинченко, В. П.* Теоретические проблемы психологии восприятия [Текст] / В. П. Зинченко // Инженерная психологи. – М., 1964. – С. 231–264.
58. *Зорин, В. А.* Модели политического лидерства российских президентов [Текст] / В. А. Зорин // Полис. – 2010. – № 4. – С. 77–89.
59. *Зубков, В. И.* Типология участия молодежи в деятельности политических партий и общественно-политических движений современной России [Текст] / В. И. Зубков, В. А. Сушенков, А. Ю. Ховрин // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2012. – №3 (27). – С. 54–59.
60. *Зуева, Е. А.* Типология невербальных средств коммуникации [Текст] / Е. А. Зуева // Филология и проблемы преподавания иностранных языков : сб.

науч. тр. / отв. ред. В. В. Калиновская. – М.: Моск. пед. гос. ун-т, 2006. – Вып. 2. – С. 63–69.

61. *Имидж лидера* [Текст] / под ред. Е. В. Егоровой-Гантман. – М.: Аспект Пресс, 1994. – С. 118–135.

62. *Иоголевич, Н. И.* Психология интегральной индивидуальности менеджеров разного уровня управления: полисистемный подход : автореф. дис. ...докт. психол. наук : 19.00.01 [Текст] / Н. И. Иоголевич. – Пермь, 2007. – 39 с.

63. *Ирхин, Ю. В.* Новые аспекты политического лидерства (на примере Б. Обамы) [Текст] / Ю. В. Ирхин // Соц.-гуманит. знания. – 2011. – № 6. – С. 130–145.

64. *Камнев, Д. Г.* Поиск эффективной модели политической социализации молодежи с учетом влияния информационных технологий [Текст] / Д. Г. Камнев // PolitBook. – 2014. – № 3. – С. 27–40.

65. *Климов, Е. А.* Конфликтующие реальности в работе с людьми (психологический аспект) [Текст] / Е. А. Климов. – М.: Моск. психолого-социальный ин-т ; Воронеж: Изд-во НПО МОДЭК, 2001. – 192 с.

66. *Козловская, Н. В.* Образ современного политика в представлении студенческой молодежи [Электронный ресурс] / Н. В. Козловская // Психологические исследования. – 2012. – № 1(21). – С. 4. – URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 17.01.2017).

67. *Комарова, М. С.* Участие молодежи в политическом процессе российского общества: поиск приоритетов [Текст] / М. С. Комарова // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2016. – № 2. – С. 279–282.

68. *Королева, Г. Г.* Специфика визуальной семиотической системы в американских политических рекламных роликах [Текст] / Г. Г. Королева // Политическая лингвистика. – 2012. – № 3 (41). – С. 87–94.

69. *Куайн, У. В. О.* Вещи и их место в теориях [Текст] / У. В. О. Куайн; [пер. с англ. А. Л. Никифорова] // Аналитическая философия: становление и развития (антология). – М., 1998. – С. 322–342.

70. *Кудашова, Ю. В.* Особенности политического дискурса выборов 2016 года [Текст] / Ю. В. Кудашова // Вестник ОГУ. – 2017. – № 2 (202). – С. 112–121.
71. *Кузьмина, С. В.* Публичное выступление политика как фактор формирования его имиджа [Текст] / С. В. Кузьмина // Известия Саратовского университета. Сер. Социология. Политология. – 2010. – Т. 10, вып. 4. – С. 43–46.
72. *Леонтьев, А. Н.* Анализ системного строения восприятия [Текст] / А. Н. Леонтьев, О. В. Овчинникова // Доклады АПН РСФСР. – 1958. – № 3. – С. 43–48.
73. *Леонтьев, А. Н.* Лекции по общей психологии [Текст] / А. Н. Леонтьев. – М.: Смысл, 2010. – 509 с.
74. *Леонтьев, Д. А.* Образ, по которому нас встречают [Текст] / Д. А. Леонтьев // Рекламный мир. – 1995 – № 6. – С. 12–13.
75. *Леонтьев, Д. А.* От образа к имиджу: психосемантический брендинг [Текст] / Д. А. Леонтьев // Реклама и жизнь. – 2000. – № 1. – С. 19–22.
76. *Леонтьев, Д. А.* Психология смысла [Текст] / Д. А. Леонтьев. – М.: 2003. – 118 с.
77. *Липсет, М.* Политический человек: социальные основания политики [Текст] / М. Липсет; пер. с англ. Е. Г. Гендель, В. П. Гайдамака, А. В. Матешук. – М.: Мысль, 2016. – 612 с.
78. *Ломов, Б. Ф.* Психические процессы и общение [Текст] / Б. Ф. Ломов // Методологические проблемы социальной психологии. – М., 1975. – С. 151–164.
79. *Любимов, В. В.* Из лекций по психологии восприятия [Текст] / В. В. Любимов // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. – 2007. – № 1. – С. 104–118.
80. *Майерс, Д.* Социальная психология [Текст] / Д. Майерс; пер. с англ. В. Гаврилов и др. – СПб.: Питер, 2007. – 794 с.
81. *Марача, В. Г.* Социокультурный анализ политико-правового пространства [Текст] / В. Г. Марача, А. А. Матюхин // Научные труды «Адилет». – Алматы, 1999. – № 1(5). – С. 10–36.

82. *Мерлин, В. С.* Очерк интегрального исследования индивидуальности [Текст] / В. С. Мерлин. – М., 1986. – 254 с.

83. *Молодежь – позитивная сила развития российского общества* [Текст] // Материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 80-летию со дня рождения профессора факультета социологии СПбГУ, заслуженного деятеля науки РФ, члена-корреспондента РАО В.Т. Лисовского, 24–25 сентября 2009 года / под ред. А. А. Козлова. – СПб.: ЭлекСис, 2009. – 424 с.

84. *Морозов, В. П.* Невербальная коммуникация: экспериментальный, теоретические и прикладные аспекты [Текст] / В. П. Морозов. // Психологический журнал. – 1993. – Т. 14, № 1. – С. 18–31.

85. *Морозов, В. П.* Искусство и наука общения: невербальная коммуникация [Текст] / В. П. Морозов. – М.: Изд. ИП РАН, 1998. – 164 с.

86. *Морозова, О. Н.* Невербальные средства английской политической Интернет-рекламы как фактор аттрактивности [Текст] / О. Н. Морозова // Лингвокультурология. – 2013. – № 7. – С. 126–134.

87. *Мурай, Е. В.* Фреймовые семантики и моделирование образа политика в англоязычной публицистике [Текст] / Е. В. Мурай // Вестник МГЛУ. – 2010. – № 593. – С. 159–165.

88. *Найссер, У.* Познание и реальность [Текст] / У. Найссер. – М.: Прогресс, 1981. – 232 с.

89. *Никитина, С. В.* Конструирование гендера в современных англоязычных СМИ на примере языковой репрезентации женщина-политик [Текст] / С. В. Никитина, И. И. Болдырева // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2013. – № 1. – С. 39–43.

90. *Образы российской власти: От Ельцина до Путина* [Текст] / под ред. Е. Б. Шестопал. – М.: Рос. полит. энциклопедия, 2009. – 415 с.

91. *Овчарова, О. Г.* Характеристики российского политического лидерства: гендерное измерение [Текст] / О. Г. Овчарова // Перспективы развития политической психологии: новые направления / под ред. Е. Б. Шестопал. – М.: Изд-во МГУ им. Ломоносова, 2012. – С. 69–81.

92. *Пантелеев, А. Ф.* Темпоральный аспект восприятия [Текст] / А. Ф. Пантелеев // Известия Саратовского университета. Серия Философия. Психология. Педагогика. – 2009. – Т. 9, вып. 4. – С. 79–84.
93. *Панферов, В. Н.* Психологическая структура познания человека человеком [Текст] / В. Н. Панферов // Вопросы психологии познания людьми друг друга и самопознания. – Краснодар: Изд-во Кубан. ун-та, 1977 – С. 21–28.
94. *Папуш, А. А.* Образ политиков как объект восприятия избирателей (на примере российских президентских выборов 2012 года) [Текст] / А. А. Папуш // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика право. – 2014. – № 7(3). – С. 15–23.
95. *Пиз, А.* Язык телодвижений [Текст] / А. Пиз. – М.: АЙ КЬЮ, 1995. – 258 с.
96. *Пищева, Т. Н.* Политические образы: проблемы исследования и интерпретации [Текст] / Т. Н. Пищева // Полис. Политические исследования. – 2011. – № 2. – С. 47–52.
97. *Платовский, В. В.* Харизма политического лидерства [Текст] / В. В. Платовский // Социс. – 2002. – № 3. – С. 127–142.
98. *Пузырёва, Л. О.* Методологические трудности изучения политической реальности [Текст] / Л. О. Пузырёва // Инновационная наука. – 2015. – С. 269–271.
99. *Пузырёва, Л. О.* Особенности восприятия образа политика в связи с полом [Текст] / Л. О. Пузырёва // Материалы Всероссийской научно-практической конференции XXXI Мерлинские чтения «Теория, методология и практика интегрального исследования индивидуальности в современном человекознании», посвященной 30-летию выхода в свет труда В. С. Мерлина «Очерк интегрального исследования индивидуальности» (6–8 октября 2016 г., Пермь). – Пермь, 2016. – С. 256–260.
100. *Романова, Т. В.* Коммуникативный имидж и речевой портрет современного политика [Текст] / Т. В. Романова // Политическая лингвистика. – 2009. – № 27. – С. 109–117.

101. *Романович, Н. А.* Формирование и воспроизводство образа власти в российском обществе : монография [Текст] / Н. А. Романович. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2009. – 400 с.
102. *Рубинштейн, С. Л.* Проблемы общей психологии [Текст] / С. Л. Рубинштейн. – М., 1973. – С. 424.
103. *Рябова, Т. Б.* «Настоящий мужик»: о гендерном измерении символической политики [Текст] / Т. Б. Рябова, О. В. Рябов // Женщина в российском обществе. – 2011. – № 3. – С. 68–72.
104. *Рябова, Т. Б.* Гендерные стереотипы как фактор оценки субъектов политического процесса [Текст] / Т. Б. Рябова // Женщина в российском обществе. – 2008. – № 3 (45). – С. 1–8.
105. *Свядоц, А. М.* Неврозы [Текст] / А. М. Свядоц. – М.: Медицина 1982. – 366 с.
106. *Семенова, В. В.* Качественные методы: введение в гуманистическую социологию [Текст] / В. В. Семенова. – М., 1998. – 292 с.
107. *Семенова, Е. С.* Сравнительный анализ восприятия гражданами «своего» и «чужого» политических лидеров (на примере восприятия российского и немецких политических лидеров) [Текст] / Е. С. Семенова. – М.: Соцветие красок, 2007. – 22 с.
108. *Смолякова, В. В.* Имидж политического лидера в структуре коммуникативного пространства [Текст] / В. В. Смолякова // Вестн. Моск. ун-та. – 2000. – № 2. – С. 102–107.
109. *Смулькина, Н. В.* Особенности восприятия российских политических лидеров в ходе президентской избирательной кампании : дис. ... канд. полит. наук [Текст] / Н. В. Смулькина. – М., 2014. – 198 с.
110. *Стернин, И. А.* Введение в речевое воздействие [Текст] / И. А. Стернин. – Воронеж, 2001. – 178 с.
111. *Стернин, И. А.* Общение с мужчинами и женщинами [Текст] / И. А. Стернин. – Воронеж, 2001. – 266 с.

112. *Стрелец, И. Э.* Исследование личностного фактора современного российского президентского лидерства (на примере Д.А. Медведева) [Текст] / И. Э. Стрелец // Современная социальная психология: теоретические подходы и прикладные исследования. – 2012. – № 1. – С. 49–53.

113. *Суслина, М. В.* Гендерные аспекты восприятия России [Текст] / М. В. Суслина // Тезисы международной научной конференции «Актуальные проблемы политического восприятия России», 17–19 ноября 2009 г. – М., 2009. – С. 117.

114. *Тамерьян, Т. Ю.* Имиджевая структура концепта Kanzlerin Angela Merkel по данным немецких СМИ [Текст] / Т. Ю. Тамерьян, В. А. Цаголова // Политическая лингвистика. – 2018. – № 3(69). – С. 69–75.

115. *Тишин, Н. В.* Вербальные средства внушения в политическом дискурсе [Текст] / Н. В. Тишин // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2010. – № 1. – С. 135–138.

116. *Ткемаладзе, А. А.* Вопросы эстетического познания [Текст] / А. А. Ткемаладзе. – Тбилиси : Хеловнеба, 1982 – 179 с.

117. *Улановский, А. М.* История и векторы развития качественных исследований психологии [Текст] / А. М. Улановский // Методология и история психологии. – 2008. – Т. 3, вып. 2. – С. 129–139.

118. *Фаликман, М.* Когнитивная наука: основоположения и перспективы [Текст] / М. Фаликман // Логос. – 2014. – № 1(97). – С. 1-18.

119. *Фатыхова, Д. Р.* Имидж женщины – политического лидера: общее и особенное [Текст] / Д. Р. Фатыхова // Вестник ТГГПУ. – 2011. – № 3 (25). – С. 133–136.

120. *Филиппова, А. В.* Функционирование креолизованного текста в политическом дискурсе [Текст] / А. В. Филиппова // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2011. – № 1. – С. 144–147.

121. *Чернецкая, Н. И.* Образы ведущих политиков в России в сопоставлении с образом идеального национального лидера [Текст] /

Н. И. Чернецкая // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Психология. – 2016. – Т. 17. – С. 100-111.

122. *Чернов, А. Ю.* Качественный подход в психологическом исследовании : автореф. дис. ... докт. психол. наук: 19.00.01 [Текст] / А. Ю. Чернов. – Ярославль, 2012. – 41 с.

123. *Шадриков, В. Д.* Мир внутренней жизни человека [Текст] / В. Д. Шадриков. – М., 2006. – 392 с.

124. *Шелекасова, Н. П.* Неосознаваемые аспекты образа политика в массовом сознании: на материалах исследований региональных избирательных кампаний 2001 и 2003 гг. : дис. ... канд. полит. наук : 19.00.21 [Текст] / Н. П. Шелекасова. – М., 2006. – 167 с.

125. *Щербина, Н. Г.* Теория политического лидерства : учеб. пособие [Текст] / Н. Г. Щербина. – М.: Весь мир, 2004. – 184 с.

126. *Шестопал, Е. Б.* Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования [Текст] / Е. Б. Шестопал // Образы государств, наций и лидеров / под ред. Е. Б. Шестопал. – М.: Аспект Пресс, 2008. – С. 8–23.

127. *Шестопал, Е. Б.* Образы лидеров в массовом сознании // Политическая психология: хрестоматия [Текст] / сост. Е. Б. Шестопал; [3-е изд., испр. и доп.]. – М.: Аспект Пресс, 2011. – С. 356–372.

128. *Шестопал, Е. Б.* Политическая психология [Текст] / Е. Б. Шестопал. – М., 2012. – 427 с.

129. *Шестопал, Е. Б.* Политическое лидерство в новых условиях: Смена парадигмы восприятия [Текст] / Е. Б. Шестопал // Полис. – 2013. – № 3. – С. 47–57.

130. *Штукина, Т. А.* Феномен политического лидерства: Политическое лидерство как проявление власти [Текст] / Т. А. Штукина – М.: Изд-во МГУ, 2010. – 29 с.

131. *Щепёткин, А. В.* Политическая активность молодежи: особенности и способы повышения [Текст] / А. В. Щепёткин // ОНВ. – 2011. – №2 (96). – С. 66–69.

132. *Щербинина, Н. Г.* Политический образ и имидж: соотношение понятий [Текст] / Н. Г. Щербинина // Актуальные проблемы современной политической психологии: юбилейный сборник кафедры / под ред. Е. Б. Шестопаля. – М.: РИОР, 2010. – С. 111–118.

133. *Щукин, М. Р.* Роль интеллектуального фактора в индивидуальном стиле трудовой деятельности и его формирование [Текст] / М. Р. Щукин // Интегральное исследование индивидуальности: теор. и пед. аспекты. – Пермь, 1988. – С. 11–12.

134. *Ядов, В. А.* Стратегия и методы качественного анализа данных [Текст] / В. А. Ядов // Социология: методология, методы, математические модели. – 1991. – № 1. – С. 14–31.

135. *Bean, C.* The electoral influence of party leader images in Australia and New Zealand [Текст] / C. Bean // Comparative Political Studies. – 1993. – No. 26. – P. 111–132.

136. *Candidates and Their Images* [Текст] / ed. by Dan D. Nimmo, Robert L. Savage. – Pacific Palisades, California: Goodyear Publishing Company, 1976. – 250 p.

137. *Edelman, M.* Constructing the Political Spectacle [Текст] / M. Edelman. – 1988. – 37 p.

138. *In the eye of the beholder: Leader images in Canada* [Текст] / S. D. Brown, R. D. Lambert, B. J. Kay, J. E. Curtis // Canadian Journal of Political Science. – 1988. – No. 21. – P. 729–755.

139. *King, Pu-tsung* The Press, Candidate Images, and Voter Perceptions [Текст] / Pu-tsung King // Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory / ed. by M. McCombs, D.L. Shaw, D. Weaver. – Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1997. – P. 31–32.

140. *Koenderink, J.* To Bayes or no to Bayes... [Текст] / J. Koenderink // Perception. – 2016. – Vol. 45, No. 3. – P. 251–254.

141. *Kristensen, N. N.* Perceptions of Power and Democracy: Analytical and Methodological Dilemmas of the Construction of Images [Текст] / N. N. Kristensen // *Qualitative Studies*. – 2010. – Vol. 1, No. 1. – P. 21–27.

142. *Markus, G. B.* A dynamic simultaneous equation model of electoral choice [Текст] / G. B. Markus, P. E. Converse // *American Political Science Review*. – 1979. – Vol. 73. – P. 1055–1070.

143. *McCann, J. A.* Changing electoral contexts and changing candidate images during the 1984 presidential campaign [Текст] / J. A. McCann // *American Politics Quarterly*. – 1990. – Vol. 18. – P. 123–140.

144. *Pancer, M. D.* Barr Forming Impressions of Political Leaders: A Cross-National Comparison [Текст] / M. D. Pancer, S. Brown, C. Barr // *Political Psychology*. – 1999. – Vol. 20, No. 2. – P. 366–369.

145. *Prior, M.* More than a Thousand Words? Comparing Visual and Verbal Political Knowledge [Текст] / M. Prior // *The American Association for Public Opinion Research 58th Annual Conference*. – Nashville, Tennessee, 2003. – 29 p.

146. *Rosenberg, S. W.* Creating a Political Image: Shaping Appearance and Manipulating the Vote [Текст] / S. W. Rosenberg, S. Kahn, T. Tran // *Political Behavior*. – 1991. – Vol. 13. – P. 347.

147. *Stewart, M. C.* The importance of party leaders: Leader images and party choice in the 1987 British election [Текст] / M. C. Stewart, H. D. Clarke // *Journal of Politics*. – 1992. – Vol. 54. – P. 447–470.

148. *Zhdanova, S.* Methodological problems in studying nonverbal behavior [Текст] / S. Zhdanova, L. Puzyreva, A. Shavkunova // *4 International Science Congress «Science and Education in the Modern World» (New Zealand, Auckland)*. – Auckland, 2015. – P. 216–221.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Таблица III

Анализ переменных для применения факторного анализа

Переменная	Включение в анализ
Проницательный	включена
Компетентный	включена
Опытный	включена
Осмотрительный	включена
Дальновидный	включена
Дипломатичный	включена
Эмоциональный	включена
Рискующий	включена
Дерзкий	включена
Жизнерадостный	включена
Коммуникабельный	включена
Естественный	включена
Честолюбивый	включена
Энергичный	включена
Устремленный	включена
Одержимый	включена
Пробивной	включена
Красноречивый	включена
Популярный	включена
Гибкий	включена
С чувством юмора	включена
Привлекательный	включена
Независимый	включена
Смелый	включена
Прямой	включена
Бескомпромиссный	включена
Ворующий	включена
Семейственный	включена
Трудолюбивый	включена
Серьезный	включена
Надежный	включена
Практичный	включена
Авторитетный	включена
Заметный	включена
Важный	включена
Умный	не включена
Глубокий	не включена
Зрелый	не включена
Компромиссный	не включена
Резкий	не включена

Переменная	Включение в анализ
Живой	не включена
Кипучий	не включена
Жизнелюбивый	не включена
Легкий	не включена
Горячий	не включена
Удачливый	не включена
Цепкий	не включена
Сексуальный	не включена
Непокорный	не включена
Импульсивный	не включена
Положительный	не включена
Приспосабливающийся	не включена
Обаятельный	не включена
Осторожный	не включена
Влиятельный	не включена
Внушительный	не включена

Таблица П2

Корреляционные матрицы переменных семантического дифференциала

Часть 1

№	Переменные	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	умный		,406**	,389**	,576**	,338**	,332**	,223	,333**	,312**	,106
2	глубокий	,702**		,463**	,285*	,320**	,499**	,375**	,491**	,510**	,358**
3	проницательный	,609**	,607**		,387**	,323**	,277*	,335**	,367**	,536**	,497**
4	компетентный	,722**	,489**	,504**		,538**	,436**	,171	,271*	,360**	,192
5	опытный	,541**	,446**	,456**	,618**		,700**	,306**	,361**	,283*	,247*
6	зрелый	,426**	,393**	,409**	,436**	,730**		,350**	,400**	,344**	,270*
7	осмотрительный	,467**	,458**	,511**	,300**	,430**	,474**		,377**	,375**	,342**
8	дальновидный	,454**	,471**	,423**	,432**	,279*	,262*	,365**		,378**	,440**
9	дипломатичный	,548**	,426**	,494**	,576**	,461**	,467**	,385**	,510**		,656**
10	компромиссный	,455**	,493**	,544**	,299**	,175	,151	,445**	,446**	,471**	
11	эмоциональный	,169	,092	,202	-,034	-,074	-,017	,019	-,061	-,098	,183
12	рискующий	,196	,175	,285*	,062	,153	,243*	,386**	,298**	,108	,185
13	дерзкий	,010	,099	,151	-,198	-,272*	-,204	,006	-,009	-,092	,174
14	резкий	,065	,057	,110	-,112	-,027	,078	,092	,086	-,018	,021
15	живой	,233*	,189	,226*	,112	,071	,098	,011	,017	,021	,156
16	кипучий	,129	,079	,108	-,166	-,149	-,090	,076	-,007	-,077	,180
17	жизнерадостный	,372**	,330**	,343**	,191	-,015	,031	,372**	,417**	,250*	,480**
18	жизнелюбивый	,387**	,274*	,197	,127	-,027	,015	,446**	,334**	,249*	,393**
19	коммуникабельный	,530**	,346**	,468**	,335**	,298**	,406**	,420**	,446**	,474**	,225*
20	естественный	,461**	,395**	,526**	,294**	,367**	,356**	,187	,243*	,391**	,297**
21	легкий	,422**	,328**	,437**	,324**	,130	,181	,220	,207	,348**	,448**
22	честолюбивый	,374**	,329**	,371**	,336**	,266*	,237*	,429**	,543**	,377**	,405**
23	горячий	,179	,192	,167	,029	-,082	-,004	,071	,050	,039	,222

№	Переменные	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24	энергичный	,402**	,308**	,334**	,292**	,348**	,432**	,235*	,238*	,286*	,095
25	устремленный	,580**	,411**	,380**	,572**	,451**	,464**	,466**	,484**	,548**	,199
26	одержимый	,234*	,180	,261*	,148	,087	,045	,206	,134	,077	,337**
27	удачливый	,147	,025	,168	,023	-,068	,098	,307**	,304**	,235*	,281*
28	пробивной	,260*	,240*	,302**	,211	,272*	,245*	,466**	,352**	,244*	,261*
29	цепкий	,493**	,473**	,414**	,270*	,310**	,320**	,552**	,446**	,192	,404**
30	красноречивый	,491**	,306**	,420**	,516**	,548**	,509**	,370**	,270*	,461**	,185
31	популярный	,309**	,173	,074	,178	,195	,200	,258*	,137	,237*	,007
32	обаятельный	,355**	,296**	,238*	,330**	,098	,192	,196	,251*	,242*	,182
33	гибкий	,287*	,217	,149	,151	,194	,108	,204	,342**	,190	,132
34	с чувством юмора	,294**	,204	,315**	,143	-,040	,016	,234*	,137	,204	,370**
35	привлекательный	,403**	,229*	,263*	,417**	,172	,229*	,222	,242*	,435**	,149
36	сексуальный	,206	,144	,155	,191	,046	-,006	,289*	,251*	,113	,130
37	непокорный	,457**	,365**	,358**	,236*	,100	,154	,325**	,225*	,202	,267*
38	независимый	,434**	,366**	,355**	,331**	,407**	,504**	,390**	,281*	,364**	,151
39	смелый	,335**	,364**	,256*	,186	,355**	,488**	,418**	,267*	,271*	,042
40	импульсивный	,238*	,222	,208	,055	-,006	,065	,054	,058	,090	,182
41	прямой	,224*	,244*	,136	,139	,249*	,272*	,174	,216	,189	,044
42	бескомпромиссный	,374**	,388**	,367**	,093	,252*	,278*	,385**	,428**	,162	,167
43	ворующий	-,200	-,222	-,126	-,209	-,108	-,080	,099	,191	-,023	,112
44	положительный	,505**	,508**	,398**	,410**	,281*	,360**	,366**	,490**	,357**	,352**
45	семейственный	,320**	,353**	,242*	,013	,106	,186	,250*	,177	,198	,352**
46	трудолюбивый	,444**	,400**	,229*	,264*	,286*	,299**	,384**	,470**	,274*	,313**
47	приспосабливающийся	,082	-,045	,056	-,018	,020	,084	,257*	,167	,211	,276*
48	серьезный	,369**	,275*	,143	,363**	,468**	,471**	,301**	,473**	,383**	,100
49	надежный	,380**	,383**	,355**	,383**	,368**	,357**	,278*	,373**	,336**	,308**
50	обаятельный	,368**	,208	,240*	,352**	,091	,222	,265*	,352**	,322**	,143
51	осторожный	,291*	,350**	,153	,118	-,020	,067	,444**	,454**	,236*	,436**
52	практичный	,585**	,575**	,527**	,524**	,427**	,429**	,440**	,588**	,534**	,398**
53	авторитетный	,510**	,385**	,256*	,321**	,375**	,371**	,409**	,434**	,420**	,193
54	влиятельный	,532**	,449**	,309**	,364**	,391**	,451**	,416**	,516**	,382**	,169
55	внушительный	,539**	,363**	,228*	,401**	,393**	,468**	,346**	,373**	,350**	,079
56	заметный	,326**	,292**	,180	,150	,196	,181	,225*	,294**	,204	,053
57	важный	,409**	,253*	,192	,295**	,365**	,324**	,315**	,380**	,282*	-,037

Часть 2

№	Переменные	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	умный	,230*	,246*	,079	,265*	,222	,122	,028	,182	,434**	,407**
2	глубокий	,107	,268*	,000	,103	,281*	,141	,206	,251*	,421**	,377**
3	проницательный	,259*	,105	,078	,084	,179	,199	,212	,130	,433**	,398**
4	компетентный	,039	-,068	-,086	,032	,295**	-,165	,077	-,018	,234*	,454**
5	опытный	-,063	,196	,041	,114	,223	-,056	,094	,013	,311**	,507**
6	зрелый	,013	,257*	-,003	,211	,288*	,019	,148	,082	,377**	,576**
7	осмотрительный	,085	,320**	,107	,165	,249*	,106	,271*	,324**	,372**	,336**
8	дальновидный	-,028	,376**	,250*	,193	,222	,097	,310**	,295**	,351**	,427**
9	дипломатичный	-,004	,067	-,121	-,049	-,001	,029	,215	,242*	,387**	,269*
10	компромиссный	,091	,107	,028	-,045	-,073	,104	,352**	,213	,276*	,129

№	Переменные	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
11	эмоциональный		,383**	,333**	,427**	,426**	,661**	,210	,256*	,411**	,234*
12	рискующий	,470**		,621**	,673**	,314**	,556**	,381**	,479**	,481**	,354**
13	дерзкий	,574**	,401**		,675**	,374**	,472**	,260*	,249*	,260*	,179
14	резкий	,596**	,506**	,683**		,381**	,659**	,302**	,306**	,358**	,338**
15	живой	,525**	,227*	,446**	,329**		,329**	,276*	,263*	,448**	,654**
16	кипучий	,632**	,497**	,665**	,658**	,477**		,355**	,451**	,472**	,194
17	жизнерадостный	,182	,409**	,176	,155	,253*	,362**		,761**	,423**	,322**
18	жизнелюбивый	,192	,411**	,113	,119	,139	,308**	,815**		,517**	,300**
19	коммуникабельный	,265*	,428**	,080	,306**	,379**	,241*	,420**	,462**		,593**
20	естественный	,283*	,210	,136	,157	,441**	,267*	,169	,104	,454**	
21	легкий	,319**	,397**	,139	,054	,328**	,263*	,486**	,419**	,356**	,418**
22	честолюбивый	,054	,372**	,071	,244*	,020	,225*	,386**	,394**	,424**	,192
23	горячий	,480**	,347**	,518**	,446**	,325**	,592**	,309**	,187	,228*	,217
24	энергичный	,503**	,531**	,333**	,591**	,455**	,456**	,344**	,278*	,578**	,353**
25	устремленный	,159	,411**	,007	,221	,190	,072	,386**	,373**	,675**	,274*
26	одержимый	,406**	,459**	,498**	,439**	,313**	,454**	,383**	,277*	,177	,279*
27	удачливый	,113	,462**	,091	,131	-,147	,193	,281*	,378**	,335**	,101
28	пробивной	,184	,357**	,240*	,312**	,175	,111	,144	,151	,430**	,133
29	цепкий	,135	,379**	,233*	,269*	,144	,203	,367**	,382**	,385**	,170
30	красноречивый	,220	,298**	,042	,182	,291*	,169	,060	,107	,499**	,356**
31	популярный	,310**	,426**	,128	,279*	,231*	,264*	,297**	,471**	,520**	,208
32	обаятельный	,254*	,365**	,058	,028	,338**	,149	,327**	,395**	,395**	,186
33	гибкий	,160	,350**	-,059	,177	,118	,202	,313**	,417**	,402**	,247*
34	с чувством юмора	,367**	,353**	,259*	,234*	,252*	,396**	,541**	,541**	,337**	,245*
35	привлекательный	,219	,382**	,081	,238*	,174	,157	,388**	,403**	,464**	,303**
36	сексуальный	,101	,415**	,223	,231*	,034	,152	,381**	,428**	,355**	,031
37	непокорный	,414**	,379**	,347**	,335**	,242*	,390**	,386**	,405**	,410**	,270*
38	независимый	,172	,368**	,220	,389**	,056	,267*	,176	,135	,369**	,233*
39	смелый	,102	,444**	,120	,347**	-,009	,224	,190	,252*	,400**	,181
40	импульсивный	,594**	,382**	,484**	,489**	,476**	,585**	,282*	,188	,355**	,292*
41	прямой	,258*	,325**	,290*	,312**	,345**	,304**	,075	,040	,263*	,320**
42	бескомпромиссный	,103	,369**	,066	,320**	-,056	,149	,268*	,271*	,385**	,337**
43	ворующий	-,261*	,046	,046	,042	-,301**	-,018	,261*	,279*	-,063	-,214
44	положительный	,059	,360**	,047	,178	-,031	,115	,248*	,255*	,394**	,344**
45	семейственный	,120	,180	,032	,066	,045	,171	,304**	,328**	,238*	,233*
46	трудолюбивый	,040	,430**	,011	,261*	-,066	,116	,316**	,349**	,466**	,139
47	приспосабливающийся	,126	,410**	,169	,182	-,092	,211	,337**	,442**	,251*	,044
48	серьезный	-,175	,206	-,165	-,013	-,058	-,270*	-,059	-,055	,306**	,125
49	надежный	,112	,311**	,081	,223	,001	,129	,096	,050	,258*	,248*
50	обаятельный	,185	,478**	,205	,310**	,061	,178	,338**	,393**	,433**	,150
51	осторожный	,014	,303**	,071	,097	-,162	,060	,416**	,443**	,154	-,088
52	практичный	-,022	,253*	-,074	,051	-,034	-,064	,269*	,296**	,432**	,335**
53	авторитетный	,157	,495**	,087	,324**	,110	,222	,247*	,309**	,530**	,290*
54	влиятельный	,152	,490**	,092	,383**	,094	,252*	,317**	,328**	,533**	,263*
55	внушительный	,226*	,457**	,033	,329**	,229*	,211	,192	,231*	,521**	,241*
56	заметный	,218	,331**	,318**	,419**	,349**	,384**	,079	,137	,327**	,278*
57	важный	,049	,387**	,054	,239*	,109	,073	,175	,224*	,403**	,179

№	Переменные	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	умный	,277*	,156	,287*	,292*	,431**	,142	,300**	,362**	,301**	,218
2	глубокий	,317**	,228*	,108	,243*	,531**	,275*	,210	,315**	,422**	,403**
3	проницательный	,337**	,301**	,253*	,219	,250*	,207	,177	,225*	,265*	,386**
4	компетентный	,400**	,092	,098	,133	,258*	,156	,115	,083	,043	,303**
5	опытный	,354**	,152	,030	,007	,270*	,144	,085	,293**	,257*	,201
6	зрелый	,422**	,304**	,095	,106	,369**	,255*	,208	,195	,280*	,230*
7	осмотрительный	,361**	,227*	-,030	,083	,237*	,295**	,323**	,382**	,394**	,206
8	дальновидный	,269*	,344**	,146	,093	,537**	,292*	,375**	,355**	,520**	,199
9	дипломатичный	,361**	,244*	-,040	,097	,257*	,230*	,242*	-,030	,111	,468**
10	компромиссный	,338**	,308**	,033	,031	,107	,255*	,324**	,090	,228*	,432**
11	эмоциональный	,257*	,089	,394**	,669**	,242*	,239*	,151	,362**	,302**	,332**
12	рискующий	,421**	,370**	,496**	,521**	,377**	,459**	,540**	,613**	,542**	,171
13	дерзкий	,227*	,149	,526**	,354**	,207	,409**	,311**	,510**	,430**	,091
14	резкий	,298**	,256*	,572**	,516**	,305**	,423**	,394**	,476**	,477**	,079
15	живой	,317**	,045	,346**	,471**	,362**	,320**	,123	,341**	,329**	,257*
16	кипучий	,166	,269*	,540**	,614**	,220	,341**	,257*	,344**	,347**	,272*
17	жизнерадостный	,444**	,441**	,359**	,323**	,222	,299**	,376**	,133	,271*	,129
18	жизнелюбивый	,289*	,435**	,391**	,457**	,359**	,363**	,502**	,231*	,312**	,196
19	коммуникабельный	,469**	,319**	,320**	,597**	,505**	,418**	,385**	,318**	,437**	,517**
20	естественный	,582**	,279*	,250*	,362**	,441**	,267*	,318**	,287*	,294**	,380**
21	легкий		,305**	,295**	,277*	,326**	,364**	,470**	,293**	,316**	,305**
22	честолюбивый	,277*		,244*	,238*	,238*	,157	,374**	,252*	,461**	,152
23	горячий	,289*	,326**		,539**	,301**	,519**	,327**	,353**	,393**	,184
24	энергичный	,319**	,316**	,502**		,443**	,454**	,251*	,350**	,371**	,430**
25	устремленный	,271*	,505**	,203	,523**		,494**	,286*	,404**	,479**	,307**
26	одержимый	,316**	,224	,485**	,421**	,232*		,336**	,336**	,430**	,325**
27	удачливый	,274*	,329**	,223	,134	,317**	,129		,455**	,422**	,178
28	пробивной	,070	,338**	,237*	,286*	,465**	,269*	,369**		,667**	,180
29	цепкий	,238*	,498**	,358**	,379**	,425**	,431**	,298**	,550**		,265*
30	красноречивый	,302**	,383**	,218	,470**	,523**	,185	,111	,389**	,437**	
31	популярный	,355**	,318**	,322**	,536**	,495**	,232*	,398**	,294**	,327**	,482**
32	обаятельный	,476**	,268*	,298**	,334**	,372**	,145	,160	,058	,247*	,413**
33	гибкий	,301**	,471**	,302**	,437**	,399**	,156	,254*	,237*	,382**	,382**
34	с чувством юмора	,541**	,363**	,464**	,339**	,285*	,271*	,438**	,144	,441**	,266*
35	привлекательный	,427**	,361**	,360**	,511**	,487**	,394**	,305**	,089	,207	,370**
36	сексуальный	,210	,264*	,284*	,272*	,327**	,361**	,454**	,237*	,340**	,083
37	непокорный	,496**	,383**	,418**	,439**	,385**	,449**	,223	,283*	,482**	,475**
38	независимый	,292*	,401**	,265*	,490**	,440**	,296**	,201	,377**	,437**	,636**
39	смелый	,221	,449**	,241*	,423**	,494**	,334**	,250*	,427**	,555**	,399**
40	импульсивный	,234*	,049	,517**	,536**	,294**	,581**	,043	,178	,209	,226*
41	прямой	-,001	,146	,203	,344**	,383**	,226*	,009	,243*	,162	,384**
42	бескомпромиссный	,188	,405**	,164	,357**	,336**	,396**	,205	,284*	,552**	,263*
43	ворующий	-,128	,143	,007	-,163	-,142	,138	,268*	,088	,104	-,116
44	положительный	,423**	,552**	,229*	,255*	,404**	,271*	,398**	,370**	,493**	,436**
45	семейственный	,409**	,470**	,170	,115	,212	,183	,258*	,085	,482**	,247*

№	Переменные	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
46	трудолюбивый	,253*	,558**	,233*	,369**	,541**	,379**	,363**	,481**	,602**	,298**
47	приспосабливающийся	,326**	,244*	,210	,227*	,189	,431**	,325**	,151	,203	,158
48	серьезный	,013	,192	-,166	,206	,378**	-,006	,042	,417**	,318**	,305**
49	надежный	,339**	,584**	,265*	,274*	,359**	,300**	,329**	,421**	,465**	,446**
50	обаятельный	,314**	,409**	,253*	,450**	,439**	,265*	,311**	,155	,234*	,306**
51	осторожный	,273*	,345**	,045	,039	,231*	,212	,391**	,148	,386**	-,059
52	практичный	,226*	,454**	,066	,258*	,584**	,131	,306**	,224	,435**	,515**
53	авторитетный	,344**	,436**	,336**	,524**	,581**	,385**	,385**	,497**	,498**	,513**
54	влиятельный	,219	,446**	,299**	,551**	,574**	,292*	,346**	,459**	,535**	,470**
55	внушительный	,159	,328**	,163	,505**	,535**	,221	,197	,350**	,334**	,444**
56	заметный	,022	,267*	,185	,412**	,284*	,110	,118	,272*	,240*	,344**
57	важный	,224	,322**	,133	,382**	,483**	,167	,129	,343**	,389**	,344**

Часть 4

№	Переменные	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	умный	,267*	,488**	,206	,090	,371**	,250*	,111	,304**	,357**	,145
2	глубокий	,228*	,401**	,310**	,025	,140	,229*	,250*	,449**	,529**	,244*
3	проницательный	-,019	,140	,131	,200	,180	,157	,310**	,429**	,264*	,299**
4	компетентный	,054	,308**	,063	,069	,274*	,103	,202	,235*	,198	,062
5	опытный	,009	,156	,061	-,012	-,010	,058	,067	,360**	,278*	-,015
6	зрелый	,151	,193	,120	,017	-,035	,016	,184	,484**	,302**	,123
7	осмотрительный	,098	,216	,167	,289*	,043	,197	,273*	,455**	,403**	,220
8	дальновидный	,001	,245*	,177	,180	,189	,385**	,125	,396**	,430**	,076
9	дипломатичный	,020	,096	,278*	,193	,155	,118	,335**	,436**	,186	,112
10	компромиссный	-,109	-,024	,238*	,366**	,013	,133	,223	,375**	,090	,028
11	эмоциональный	,345**	,373**	,138	,400**	,276*	,122	,221	,120	,205	,518**
12	рискующий	,366**	,391**	,186	,298**	,226*	,416**	,280*	,372**	,402**	,375**
13	дерзкий	,285*	,104	-,036	,246*	,196	,335**	,232*	,266*	,267*	,363**
14	резкий	,366**	,265*	,013	,187	,188	,261*	,287*	,291*	,322**	,506**
15	живой	,407**	,510**	,129	,181	,351**	,267*	,194	,226*	,278*	,330**
16	кипучий	,364**	,288*	,202	,363**	,251*	,276*	,300**	,180	,312**	,651**
17	жизнерадостный	,278*	,268*	,327**	,582**	,323**	,235*	,318**	,207	,207	,243*
18	жизнелюбивый	,463**	,401**	,548**	,515**	,384**	,331**	,346**	,232*	,314**	,332**
19	коммуникабельный	,495**	,449**	,323**	,425**	,388**	,240*	,459**	,440**	,431**	,547**
20	естественный	,309**	,358**	,210	,301**	,370**	,226*	,283*	,394**	,266*	,219
21	легкий	,340**	,318**	,171	,442**	,410**	,369**	,306**	,383**	,237*	,196
22	честолюбивый	,076	,074	,218	,389**	,155	,218	,288*	,332**	,184	,225*
23	горячий	,433**	,377**	,208	,258*	,396**	,479**	,240*	,273*	,369**	,504**
24	энергичный	,460**	,414**	,302**	,400**	,369**	,186	,388**	,281*	,454**	,649**
25	устремленный	,394**	,519**	,269*	,124	,313**	,223	,182	,316**	,542**	,293**
26	одержимый	,392**	,217	,188	,282*	,288*	,266*	,350**	,402**	,502**	,506**
27	удачливый	,399**	,346**	,240*	,367**	,326**	,523**	,389**	,426**	,331**	,140
28	пробивной	,322**	,310**	,182	,218	,255*	,402**	,263*	,259*	,488**	,285*
29	цепкий	,371**	,310**	,260*	,269*	,114	,376**	,354**	,437**	,552**	,332**
30	красноречивый	,364**	,262*	,328**	,307**	,134	,046	,515**	,471**	,316**	,348**
31	популярный		,545**	,311**	,255*	,293**	,197	,442**	,303**	,400**	,416**
32	обаятельный	,511**		,318**	,209	,462**	,371**	,010	,161	,272*	,162

№	Переменные	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
33	гибкий	,450**	,533**		,338**	,235*	,171	,217	,136	,226*	,119
34	с чувством юмора	,329**	,413**	,473**		,451**	,344**	,354**	,169	,125	,199
35	привлекательный	,549**	,543**	,437**	,512**		,562**	,178	,049	,197	,217
36	сексуальный	,461**	,326**	,285*	,382**	,432**		,206	,251*	,387**	,200
37	непокорный	,461**	,312**	,273*	,412**	,284*	,142		,526**	,515**	,411**
38	независимый	,390**	,128	,195	,155	,263*	,119	,599**		,651**	,389**
39	смелый	,397**	,162	,241*	,210	,253*	,221	,478**	,672**		,543**
40	импульсивный	,309**	,221	,083	,265*	,213	,198	,496**	,349**	,329**	
41	прямой	,301**	,042	-,008	-,037	,080	,011	,285*	,462**	,339**	,442**
42	бескомпромиссный	,285*	,089	,320**	,143	,263*	,256*	,441**	,544**	,648**	,328**
43	ворующий	,011	-,086	,067	,002	-,024	,169	,070	,082	,091	-,100
44	положительный	,365**	,268*	,342**	,322**	,453**	,323**	,466**	,632**	,594**	,158
45	семейственный	,273*	,207	,263*	,434**	,181	,022	,488**	,308**	,366**	,112
46	трудолюбивый	,372**	,168	,390**	,272*	,365**	,382**	,345**	,427**	,615**	,205
47	приспосабливающийся	,373**	,151	,147	,255*	,344**	,464**	,299**	,258*	,420**	,202
48	серьезный	,075	,137	,207	-,111	,115	,029	,127	,338**	,325**	-,115
49	надежный	,289*	,171	,347**	,280*	,352**	,245*	,383**	,604**	,591**	,105
50	обаятельный	,426**	,608**	,413**	,318**	,665**	,454**	,324**	,367**	,343**	,207
51	осторожный	,176	,231*	,140	,175	,186	,200	,272*	,189	,251*	-,015
52	практичный	,262*	,371**	,392**	,278*	,451**	,259*	,321**	,415**	,337**	,097
53	авторитетный	,599**	,379**	,454**	,205	,468**	,286*	,448**	,627**	,628**	,291*
54	влиятельный	,466**	,296**	,374**	,177	,363**	,230*	,446**	,595**	,641**	,244*
55	внушительный	,463**	,428**	,259*	,060	,412**	,223	,336**	,520**	,530**	,334**
56	заметный	,321**	,247*	,239*	,108	,224	,123	,204	,370**	,359**	,264*
57	важный	,417**	,365**	,386**	,140	,368**	,211	,307**	,449**	,571**	,081

Часть 5

№	Переменные	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
1	умный	,423**	,302**	-,251*	,322**	,152	,358**	-,067	,282*	,407**	,537**
2	глубокий	,491**	,409**	-,234*	,344**	,309**	,376**	,004	,166	,472**	,278*
3	проницательный	,294**	,251*	-,161	,329**	,145	,176	-,048	,048	,328**	,112
4	компетентный	,205	,088	-,225*	,249*	,137	,139	-,035	,273*	,340**	,403**
5	опытный	,341**	,229*	,067	,229*	,159	,116	,200	,268*	,219	,189
6	зрелый	,338**	,320**	,063	,212	,169	,166	,142	,227*	,296**	,198
7	осмотрительный	,403**	,437**	,100	,276*	,097	,341**	,189	,118	,327**	,141
8	дальновидный	,421**	,500**	,106	,409**	,074	,296**	,146	,312**	,351**	,234*
9	дипломатичный	,312**	,217	-,131	,222	,241*	,079	,098	-,021	,285*	,276*
10	компромиссный	,237*	,231*	,023	,413**	,288*	,178	,320**	-,123	,374**	,067
11	эмоциональный	,102	-,007	-,214	,103	-,090	,117	-,114	-,189	,137	,103
12	рискующий	,363**	,390**	,277*	,318**	,089	,413**	,316**	,240*	,297**	,385**
13	дерзкий	,166	,183	,397**	,118	-,186	,154	,177	,054	,155	,238*
14	резкий	,188	,318**	,239*	,116	-,041	,300**	,094	,112	,175	,267*
15	живой	,292**	,174	,014	,193	,035	,170	-,022	,053	,259*	,366**
16	кипучий	,215	,216	,031	,125	,041	,294**	,076	-,107	,117	,116
17	жизнерадостный	,155	,248*	,339**	,161	,266*	,217	,342**	-,307*	,164	,312**
18	жизнелюбивый	,290*	,377**	,299**	,222	,259*	,346**	,395**	-,157	,208	,353**
19	коммуникабельный	,425**	,407**	-,018	,367**	,390**	,405**	,166	,034	,369**	,432**

№	Переменные	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
20	естественный	,359**	,279*	-,018	,327**	,309**	,171	,033	,071	,320**	,385**
21	легкий	,158	,154	,039	,343**	,318**	,279*	,267*	-,098	,416**	,433**
22	честолюбивый	,089	,331**	,278*	,132	,292*	,307**	,145	,041	,195	,101
23	горячий	,190	,286*	,337**	,235*	,017	,382**	,243*	-,028	,226*	,366**
24	энергичный	,222	,196	-,042	,185	,134	,374**	,041	-,064	,189	,335**
25	устремленный	,506**	,432**	,007	,372**	,166	,522**	,173	,199	,338**	,409**
26	одержимый	,251*	,390**	,298**	,446**	,066	,526**	,487**	-,039	,411**	,328**
27	удачливый	,225*	,345**	,253*	,469**	,360**	,466**	,400**	,145	,551**	,402**
28	пробивной	,351**	,316**	,165	,381**	,000	,470**	,090	,323**	,483**	,258*
29	цепкий	,340**	,526**	,243*	,399**	,212	,510**	,204	,277*	,493**	,196
30	красноречивый	,306**	,099	-,140	,366**	,355**	,269*	,118	-,050	,341**	,193
31	популярный	,319**	,177	,115	,215	,266*	,407**	,219	-,022	,312**	,346**
32	обаятельный	,375**	,169	-,141	,239*	,237*	,371**	,131	,217	,291*	,525**
33	гибкий	,140	,329**	,146	,130	,289*	,277*	,195	-,054	,256*	,238*
34	с чувством юмора	,075	,080	,157	,170	,321**	,148	,224*	-,229*	,243*	,181
35	привлекательный	,170	,013	-,035	,284*	,209	,166	,020	-,065	,285*	,606**
36	сексуальный	,188	,265*	,268*	,408**	,218	,380**	,185	,170	,437**	,480**
37	непокорный	,225*	,312**	,150	,293**	,282*	,312**	,087	,074	,438**	,195
38	независимый	,424**	,498**	,199	,499**	,220	,401**	,245*	,139	,497**	,353**
39	смелый	,516**	,606**	,113	,520**	,129	,659**	,229*	,277*	,575**	,415**
40	импульсивный	,201	,317**	,088	,250*	-,001	,433**	,045	-,110	,216	,217
41	прямой		,452**	,011	,440**	,289*	,311**	,190	,372**	,333**	,453**
42	бескомпромиссный	,324**		,206	,404**	,239*	,559**	,203	,296**	,501**	,259*
43	ворующий	-,084	,152		,042	,011	,098	,478**	-,030	-,051	,136
44	положительный	,187	,585**	,068		,423**	,638**	,514**	,298**	,792**	,491**
45	семейственный	-,011	,347**	,093	,481**		,334**	,319**	,047	,393**	,323**
46	трудолюбивый	,083	,562**	,044	,692**	,410**		,409**	,262*	,688**	,436**
47	приспосабливающийся	,115	,287*	,432**	,298**	,190	,347**		,060	,336**	,247*
48	серьезный	,214	,289*	,029	,359**	,058	,427**	,050		,365**	,253*
49	надежный	,121	,454**	-,037	,812**	,392**	,653**	,214	,360**		,509**
50	обаятельный	,070	,309**	,129	,496**	,108	,381**	,336**	,257*	,368**	
51	осторожный	-,174	,224*	,225*	,370**	,405**	,424**	,210	,196	,296**	,308**
52	практичный	,204	,459**	-,004	,600**	,289*	,489**	,090	,391**	,518**	,472**
53	авторитетный	,324**	,533**	-,036	,570**	,269*	,668**	,306**	,483**	,577**	,535**
54	влиятельный	,356**	,556**	,026	,545**	,261*	,597**	,209	,481**	,529**	,572**
55	внушительный	,428**	,434**	-,079	,460**	,150	,469**	,191	,555**	,433**	,608**
56	заметный	,466**	,278*	-,107	,322**	,048	,204	-,036	,299**	,268*	,444**
57	важный	,319**	,445**	,040	,514**	,207	,453**	,307**	,541**	,477**	,496**

Часть 6

№	Переменные	51	52	53	54	55	56	57
1	умный	,072	,218	,441**	,515**	,458**	,468**	,326**
2	глубокий	,154	,418**	,529**	,484**	,302**	,417**	,314**
3	проницательный	,011	,340**	,180	,211	,182	,185	,149
4	компетентный	,022	,261*	,325**	,314**	,320**	,242*	,200
5	опытный	,053	,189	,289*	,344**	,403**	,348**	,306**
6	зрелый	,068	,192	,418**	,427**	,356**	,363**	,218

№	Переменные	51	52	53	54	55	56	57
7	осмотрительный	,196	,253*	,373**	,246*	,370**	,119	,213
8	дальновидный	,289*	,502**	,316**	,378**	,336**	,488**	,380**
9	дипломатичный	,042	,362**	,295**	,227*	,271*	,144	,110
10	компромиссный	,152	,413**	,095	,080	,039	-,009	-,042
11	эмоциональный	,123	,072	,110	,218	,143	,199	,202
12	рискующий	,395**	,250*	,452**	,482**	,376**	,392**	,376**
13	дерзкий	,192	,258*	,143	,247*	,070	,331**	,274*
14	резкий	,285*	,173	,324**	,423**	,309**	,378**	,315**
15	живой	,050	,103	,316**	,211	,209	,336**	,450**
16	кипучий	,357**	,220	,229*	,319**	,208	,333**	,281*
17	жизнерадостный	,540**	,420**	,235*	,183	,172	,193	,117
18	жизнелюбивый	,427**	,425**	,350**	,241*	,231*	,249*	,197
19	коммуникабельный	,368**	,396**	,427**	,462**	,430**	,362**	,445**
20	естественный	,212	,304**	,322**	,320**	,289*	,339**	,428**
21	легкий	,368**	,239*	,370**	,288*	,200	,249*	,191
22	честолюбивый	,225*	,286*	,318**	,328**	,141	,199	,135
23	горячий	,218	,280*	,260*	,324**	,118	,319**	,220
24	энергичный	,171	,119	,322**	,351**	,232*	,361**	,351**
25	устремленный	,292**	,417**	,428**	,482**	,361**	,503**	,448**
26	одержимый	,264*	,222	,370**	,311**	,118	,118	,252*
27	удачливый	,452**	,352**	,502**	,377**	,303**	,280*	,267*
28	пробивной	,265*	,218	,446**	,408**	,263*	,380**	,376**
29	цепкий	,284*	,290*	,528**	,574**	,369**	,452**	,419**
30	красноречивый	,049	,414**	,281*	,334**	,211	,224	,198
31	популярный	,268*	,192	,455**	,450**	,205	,347**	,338**
32	обаятельный	,250*	,293**	,476**	,434**	,496**	,505**	,412**
33	гибкий	,180	,333**	,385**	,236*	,164	,135	,144
34	с чувством юмора	,327**	,361**	,138	,119	,045	,078	,078
35	привлекательный	,403**	,303**	,205	,180	,074	,234*	,326**
36	сексуальный	,338**	,349**	,372**	,264*	,153	,364**	,423**
37	непокорный	,300**	,281*	,440**	,391**	,186	,132	,259*
38	независимый	,079	,282*	,520**	,529**	,364**	,351**	,398**
39	смелый	,312**	,304**	,610**	,622**	,423**	,482**	,613**
40	импульсивный	,186	,222	,272*	,365**	,202	,286*	,351**
41	прямой	,200	,395**	,376**	,511**	,552**	,470**	,437**
42	бескомпромиссный	,260*	,346**	,528**	,469**	,331**	,327**	,439**
43	ворующий	,134	,092	,089	,087	,026	,063	,079
44	положительный	,405**	,380**	,444**	,443**	,288*	,239*	,450**
45	семейственный	,388**	,371**	,348**	,372**	,238*	,151	,195
46	трудолюбивый	,414**	,322**	,617**	,530**	,350**	,351**	,506**
47	приспосабливающийся	,323**	,186	,239*	,177	,192	,001	,099
48	серьезный	,055	,108	,446**	,482**	,465**	,335**	,424**
49	надежный	,380**	,416**	,689**	,544**	,312**	,264*	,507**
50	обаятельный	,368**	,316**	,544**	,510**	,488**	,469**	,591**
51	осторожный		,468**	,379**	,397**	,275*	,288*	,361**
52	практичный	,381**		,309**	,409**	,311**	,297**	,288*
53	авторитетный	,359**	,464**		,795**	,624**	,520**	,590**

№	Переменные	51	52	53	54	55	56	57
54	влиятельный	,371**	,524**	,851**		,723**	,686**	,640**
55	внушительный	,243*	,429**	,768**	,815**		,617**	,529**
56	заметный	,104	,328**	,536**	,591**	,634**		,630**
57	важный	,236*	,348**	,668**	,650**	,674**	,481**	

Таблица ПЗ

Факторная структура образа политика-женщины

Переменная	Фактор			
	1	2	3	4
Ж_авторитетный	,762	,230	,185	,200
Ж_серьезный	,758	-,192	-,168	-,080
Ж_важный	,710	,312	,031	,093
Ж_смелый	,676	,359	,213	,114
Ж_заметный	,649	,328	-,043	,157
Ж_бескомпромиссный	,620	,087	,420	,028
Ж_прямой	,591	,122	,139	,302
Ж_трудолюбивый	,579	,274	,384	,020
Ж_надежный	,569	,106	,338	,294
Ж_пробивной	,561	,485	,243	,027
Ж_дальновидный	,553	,003	,327	,275
Ж_устремленный	,541	,328	,166	,262
Ж_опытный	,492	-,070	,096	,424
Ж_энергичный	,131	,868	,154	,137
Ж_эмоциональный	-,114	,789	-,153	,305
Ж_дерзкий	,259	,736	,107	-,161
Ж_рискующий	,392	,620	,307	-,082
Ж_популярный	,208	,600	,167	,081
Ж_одержимый	,242	,482	,405	,061
Ж_привлекательный	,220	,392	,301	,134
Ж_гибкий	,145	,102	,736	,003
Ж_жизнерадостный	-,010	,413	,713	,113
Ж_осмотрительный	,373	,202	,561	,145
Ж_с чувством юмора	-,219	,409	,558	,290
Ж_ворующий	,077	,119	,555	-,503
Ж_честолюбивый	,134	,146	,529	,153
Ж_семейственный	,143	-,114	,498	,344
Ж_практичный	,271	,081	,496	,378
Ж_проницательный	,142	,092	,118	,701
Ж_красноречивый	,063	,268	,183	,663
Ж_компромиссный	,040	-,147	,471	,651
Ж_компетентный	,440	,027	-,106	,611
Ж_естественный	,301	,283	,141	,547
Ж_коммуникабельный	,263	,494	,307	,521
Ж_независимый	,362	,307	,367	,369

Факторная структура образа политика-мужчины

Переменная	Фактор			
	1	2	3	4
М_авторитетный	,800	,179	,257	,242
М_важный	,760	,140	,094	,105
М_серьезный	,725	-,050	,204	-,310
М_смелый	,724	,278	,100	,255
М_трудолюбивый	,618	,520	,107	,024
М_бескомпромиссный	,594	,317	,087	,168
М_пробивной	,553	,390	,204	,172
М_надежный	,553	,339	,342	,113
М_заметный	,535	-,134	,177	,356
М_независимый	,494	,273	,310	,433
М_прямой	,452	-,265	,236	,449
М_дальновидный	,436	,411	,366	-,192
М_жизнерадостный	-,009	,763	,130	,223
М_гибкий	,309	,659	,011	,265
М_с чувством юмора	-,162	,605	,260	,402
М_осмотрительный	,337	,604	,197	-,112
М_честолюбивый	,356	,598	,347	,099
М_привлекательный	,176	,562	,189	,313
М_семейственный	,128	,519	,204	,088
М_ворующий	,108	,507	-,387	-,154
М_компетентный	,279	,146	,780	-,071
М_проницательный	,055	,231	,751	,103
М_дипломатичный	,075	,438	,675	-,081
М_опытный	,487	-,048	,642	-,088
М_естественный	,054	-,028	,630	,312
М_красноречивый	,401	,050	,615	,269
М_практичный	,396	,337	,590	-,122
М_устремленный	,491	,272	,505	,139
М_коммуникабельный	,352	,302	,479	,274
М_энергичный	,132	,180	,129	,867
М_эмоциональный	-,097	-,009	,118	,826
М_дерзкий	,135	,069	-,124	,787
М_одержимый	,152	,359	,014	,548
М_рискующий	,383	,349	,040	,538
М_популярный	,357	,312	,134	,448