

Секция «Политические науки»

Влияние коммуникативных факторов на восприятие отечественных политиков в России

Папуш Анна Александровна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет политологии, Москва, Россия

E-mail: se280@yandex.ru

- Во время политических коммуникаций у избирателя формируется образ политика, на основании которого у граждан происходит становление их электорального поведения.

- Образ политика формируется на основании ряда факторов, в том числе коммуникативных.

- Коммуникативные факторы могут анализироваться по принципу формирования образов политиков (разработанным Е.Б. Шестопап), по трем категориям: сила-слабость, активность-пассивность, привлекательность-непривлекательность.

- Между такими коммуникативными факторами, как передача сообщения от политика к избирателям с помощью вербальной и невербальной коммуникации посредством средств массовой информации, формированием образа политика и электоральным поведением граждан существует взаимосвязь, которая подтверждается проведенным нами исследованием выступлений кандидатов в президенты в 2012 году.

Литература

1. Абашкина Е., Егорова -Гантман Е., Косолапова Ю., Разворотнева С.,
2. Андреева Г.М. Социальная психология, Аспект пресс, М., 2010
3. Дубов И.Г., Пантелеев С.Р. Восприятие личности политического лидера//, Психологический журнал. Том 13. № 6,1992.
4. Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. Спецкурс по политической психологии: Курс лекций. – М.: Питер, 2007
5. Егорова-Гантман Е., Абашкина Е., Косолапова Ю., Разворотнева С., Сиверцев М. Политиками не рождаются: как стать и остаться эффективным политическим лидером. - М, 1993
6. Макаренко Б. Феномен политического лидерства в восприятии общественного мнения//, Вестник РОПЦБ. № 26, 1996
7. НДИ (США), Формы политических заявлений в ходе предвыборных кампаний// Полис №5, 1994, С. 125-137
8. Пиз А. Новый язык телодвижений. Расширенная версия., Эксмо, 2006

9. Пищева Т.Н., Шелекасова Н.П. Образ идеального политического лидера в массовом сознании // Вестник МГУ. Серия 12 («Политические науки»), №4, 2004
10. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер.- К.: ИМСО МО Украины, НВФ «Студцентр», 1999;
11. Соловьев А.И. Политические коммуникации – М. Аспект - Пресс, 2004
12. Фоломеева Т.В. Социальная психология, М.: Аспект пресс, 2009. С. 134
13. Черепанова И.Ю. Заговор народа Как создать сильный политический текст,- М.: КСП+. 2002. С.178
14. Шестопап Е.Б. Образы власти в постсоветской России. - М: Алетейа, 2004.
15. Шестопап Е.Б. Психология восприятия власти. - М.: Ино-центр, 2002.
16. Шестопап Е.Б., Новикова-Грунд М. Психологический и лингвистический анализ восприятия образов 12 ведущих российских политиков//, Полис, №5, 1996.
17. Lasswell Н. Propaganda technique in the world war. – London. 1927
18. Интернет-источники:
19. Официальный сайт Центральной избирательной комиссии <http://www.cikrf.ru/news/releva>
20. Пресс-выпуск №1968. В преддверии выборов: Что тревожит Россиян? 02.03.2012 <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112568>
21. Шестопап Е.Б. Прицел на кандидатов. Независимая газета, приложение 21-02-2012,http://www.ng.ru/ng_politics/2012-02-21/9_pricel.html