Уральский государственный университет им. А.М. Горького

Факультет журналистики

Политик советского времени: особенности создания портрета в современных СМИ (на примере Горбачева М.С.)

Реферат

Выполнила: студентка 5 курса, 501 группы

Тимиргалеева Екатерина

Преподаватель: Стровский Д.Л.

Екатеринбург

2007

Содержание:

Введение…………………………………………………………………………...3

Глава 1. Истоки понятия «имидж»………………………………………………………................................6

Глава 2. Имидж Михаила Сергеевича Горбачева………………………………………......................................................9

Глава 3. Горбачев сквозь призму современных СМИ………………………………………………………………………………11

3.1. Имидж реформатора-демократа в «Независимой газете»…………………………………………………………………………….11

3.2. «Враг народа» №1 на страницах «Правды»…………………………………………………………………………13

Заключение……………………………………………………………………….17

Источники………………………………………………………………………..18

Введение

Проблема политического имиджа сегодня привлекает внимание ученых и практиков, абсолютно всех политиков, не оставляет безразличным любого человека, интересующегося развитием современного общества, политических процессов и отношений в нем. Формирования эффективного политического имиджа является одной из актуальных задач политологии, политического менеджмента, политической психологии и других наук, объектом которых выступает современная политика во всем ее многообразном понимании и проявлении.

Политический имидж изучается представителями разных дисциплин, но на прямое и центральное место все же претендует имиджелогия и ее новое направление — политическая имиджелогия. В силу растущих потребностей в развитии политической теории и практики политическая имиджелогия призвана дать систематизированные данные о феномене политического имиджа, раскрывая его сущность, особенности, механизмы и условия развития. Особое место в политической имиджелогии занимают прикладные аспекты, понимание которых позволяет эффективно воздействовать на политический имидж. Круг отмеченных и других аспектов анализируется в монографии, составляя ее основное содержание.

В наше время имидж стал ходовым товаром у всех, кто занимается предпринимательством и особенно политической деятельностью. На его приобретение при проведении избирательных мероприятий в стране затрачиваются огромные денежные средства, исчисляемые десятками тысяч долларов. Повышенным спросом имидж пользуется в эстраде и театре. Благодаря имиджу одной из развитых сервисных индустрий стала политическая и торговая реклама. Возрастающий спрос на имидж породил новую профессию – имиджмейкер. Это специалист по конструированию имиджа личности, деловых и политических структур (например, политической партии или общественной организации).

Проблемой имиджа и технологий его реализации занимается научно-прикладная отрасль человековедения под названием имиджелогия. Она создана у нас в стране, хотя некоторые авторы публикаций по имиджелогии стыдливо замалчивают этот факт, не придают должного значения русской интерпретации исходного понятия. Главное предназначение имиджелогии – научно обосновать, как создавать привлекательный имидж, как выстраивать модели достойного поведения, адекватные тем жизненным ситуациям, в которых мы оказываемся.

Имиджелогия – это обращённый к каждому призыв быть обаятельным и уметь нести свет людям. Она способствует внешнему проявлению глубинной потребности человека быть достойной личностью.

Имиджелогия – это мечта о благородном облике каждого гражданина, обладать которым – непременное условие создания демократичного и гуманного общества.

Имиджелогия – это теоретическое отражение специфики российского менталитета, в котором огромная роль принадлежит душевному складу людей. Россияне человеколюбивы. Не случайно в Своде законов Российской империи 1897 года в качестве духовных ценностей, составляющих главные критерии законотворчества и законопослушания, выделялись человеколюбие, усердие к общему добру, покровительство невинным и оскорблённым.

Имиджелогия – это технология воздействия. Блез Паскаль писал, что существуют два способа воздействия на людей: «способ убеждать» и «способ понравиться». Из них последний наиболее эффективный – утверждал он, сожалея, что не владеет им в должной мере.

Достойный имидж всегда волновал деловых людей и профессиональных руководителей. Вспомним русского предпринимателя Савву Морозова, Маршала Советского Союза И.С. Конева, американского менеджера Ли Якокку. Подбор приведённых имён не случаен. Это – энциклопедически образованные люди, талантливые организаторы, обладающие эффектом личного обаяния. Вот почему их личностное дарование и профессионализм, имея «товарный» вид, пользовались огромным признанием, что помогало им решать многие деловые проблемы.

Глава 1. Истоки понятия «имидж»

Понятие «имидж» давно на слуху. Как это ни покажется неожиданным, но первыми активно начали работать с ним экономисты, занимающиеся предпринимательством Известен такой факт американский экономист Болдуинг в 60-х годах XX века ввел в деловой оборот понятие «имидж» и обосновал его полезность для делового преуспевания

Затем «имидж», как специфический феномен, был взят на вооружение нарождающейся политологией, специалисты увидели в нем важное направление своей работы. Политологам известны работы Никколо Макиавелли «Государь» и Г. Лебона «Психология социализма», в которых дано научно-прикладное обоснование практической ценности этого феномена. Макиавелли убедительно показал, какое значение для государственного лица имеет обладание соответствующей «личиной» (маской), а Лебон интерпретировал смысл имиджирования как средство достичь политического успеха благодаря эффекту «личного обаяния».

Психологическое обоснование имиджирования стало объектом и предметом исследования социальных и политических психологов Владея знаниями законов процесса социальною восприятия и субъектного осознания внешнего образа, они придали этой проблеме теоретико-прикладное обоснование.

В 70-х годах имидж стал появляться в СССР в журнальных и реже в газетных публикациях как категория отрицательная. Его рассматривали в основном как манипулятивный приём буржуазной политики и средств массовой информации, используемый в целях идеологической обработки массового сознания людей. Подобное отношение к имиджу не способствовало объективному интересу к нему со стороны советских учёных. Одной из попыток преодолеть подобное отношение к имиджу были в те годы статьи в журнале «Вопросы философии» талантливого учёного профессора О. Феофанова.

Исходное понятие, отражающее сущность предмета научного исследования, выступает в качестве познавательной основы для выстраивания логики процесса исследования и критериев его оценки. К сожалению, нередко это методологическое требование не соблюдается. В итоге возникает познавательный конфуз: ход исследования и его результаты оказываются несовместимыми с предметом исследования, т.е. отрываются от предмета исследования. Вот почему при разработке идеологии имиджелогии как научно-практического направления и учебного предмета особое значение следует придавать обоснованию семантики понятия имиджа.

В переводе с английского имидж – это образ, изображение. В самом же деле – это непосредственно или преднамеренно создаваемое визуальное впечатление о личности или социальной структуре. Именно впечатление, а не оценка как рациональный факт деятельности сознания. Имидж чаще всего заканчивается такой предварительной операцией нашего познания, каковой признано представление. Имидж, как правило, «располагается» в низших этажах нашей психики – в подсознательной её сфере или в пластах обыденного сознания, в чём и состоит его необычайная доступность для восприятия людьми и цепкость присутствия в их сознании. Если об имидже говорить как о конкретной психологической продукции, то он выступает как социальная установка, как ценностный стереотип, как модный символ. Не исключена возможность его одновременного проявления во всех названных сферах психики человека.

Не будет серьёзной погрешностью утверждать, что не всегда толкование семантики какого-то переводного с иностранного языка понятия однозначно приемлемо для россиян. Например, в переводе с греческого языка слово школа обозначает «дом радости». Однако далеко не все учителя и ученики вкладывают в это слово подобный смысл. Это нужно иметь в виду и при объяснении семантики понятия имидж. Если обратиться к «Толковому словарю» Владимира Даля, то в нём наряду с понятием образ даётся и понятие облик: «оклад и черты лица, внешность вида и выражение лица, физиономия». Таким образом, в русском толковании понятие образа как облика более содержательно, чем его зарубежная интерпретация.

Глава 2. Имидж Михаила Сергеевича Горбачева

В своей книге «Имиджелогия. Как нравиться людям» В.М. Шепель вспоминает: «В 80-х годах я стал читать небольшой учебный курс по позитивному представлению проблемы имиджа в Академии общественных наук при ЦК КПСС. Слушатели академии, а таковыми были руководящие партийные и советские работники, проявляли большой интерес к нему, но этот курс неоднократно снимали. В 1989 году была издана моя монография «Управленческая этика». Перед подписанием вёрстки я обнаружил, что отсутствует первый параграф «Имидж современного руководителя», в котором аргументировалась этическая необходимость руководителю иметь привлекательный имидж. Лишь после категорического настояния параграф был восстановлен.

Вот почему не могу согласиться с высказыванием на телевизионном канале НТВ 05.01.2002 г. бывшего Президента СССР М.С. Горбачёва о том, что в его время «никто не занимался имиджем, мы даже такого слова не знали». О том, что это не так, свидетельствуют вышеприведённые факты. Кроме того, кабинеты М.С. Горбачёва и Председателя Верховного Совета А.И. Лукьянова находились в одном здании Кремля и на одном этаже. А я в это время был личным консультантом по имиджу у А.И. Лукьянова, который весьма внимательно прислушивался к моим рекомендациям».

В противовес этому комментарию Горбачева О.А. Феофанов в своей книге «Реклама: новые технологии в России» относит бывшего генсека к одному из политиков, ведущих (или ведших) борьбу за популярность, в которой подчеркивается тезис: *«Я такой же, как вы».* Он считает, что такая борьба должна быть тщательно взвешена. Здесь легко впасть в крайность, ведущую к «просительному заглядыванию в глаза избирателю». Многие помнят «моржовые купания» Г. Попова и Ю. Лужкова, а также футбольные матчи между командами «России» и «Москвы». Эти явно популистские приемы завоевания симпатий народа были восприняты в стране далеко не однозначно. Известный политолог Леонид Баткин назвал этот матч «пошлым политическим зрелищем». Можно соглашаться или не соглашаться с таким мнением, но стоит выслушать аргументацию Л. Баткина: «Я понимаю — и полагаю, все телезрители понимали... что на телеэкране власть попыталась грубо польстить народу своей доступностью, обыкновенностью, демократизмом». Л. Баткин напоминает: «Началось же с того, что Горбачев выходил из машины на улице, запросто толковал, ну с совершенно случайно встретившимися трудящимися... заходил по дороге в какой-нибудь, ну совершенно первый же попавшийся продмаг, озирая очень скромное и опрятное изобилие, пока не могущее удовлетворить нас... ничего, будет лучше, процессы пойдут и пр.».

Небольшой опрос, проведенный мною среди представителей старшего поколения, показал, в каком свете в период перестройки и постперестроечное время отечественные СМИ представляли тогдашнего Генсека.

В начале его деятельности прямой критики не было, но ходило много слухов о его жене. До Горбачева ни один политик XX века не представлял общественности свою вторую половину. Многие судачили именно об этом, называя Раису Максимовну «серым кардиналом». А она свое время отдавала благотворительности. Можно вспомнить дом-музей Чайковского, где по тем временам была собрана небывалая коллекция музыкальных инструментов, а об интерьере и речь вести не стоит. К тому же, политической деятельности Михаила Сергеевича и близости жены было посвящено огромное количество анекдотов. Многие из опрошенных мною вспоминали его впечатляющие выступления на радио. Конечно, после отставки Горбачева его портрет в прессе того времени значительно, если не сказать разительно изменился. Что же говорят о бывшем Генсеке теперь?

Глава 3. Горбачев сквозь призму современных СМИ

Мнения о Горбачеве можно разделить на две группы: про- и анти-. Для того, чтобы проиллюстрировать это противоположное отношение к фигуре бывшего генсека мною были взяты публикации двух газет «Независимой газеты» и «Правды»за последние 3 года (2005-2007гг.)

3.1. Имидж реформатора-демократа в «Независимой газете»

Среди публикаций, посвященных персоне Михаила Сергеевича, или тех, в которых он упоминается, мне хотелось бы проанализировать несколько наиболее ярких: Дмитрий Фурман «Генсек, которого могло не быть» и Александр Самарин «Сегодня разговоры о демократии оскорбительны» и статья Майкла Макфола, профессора политологии Стенфордского университета и Кэтрин Стоунер-Вайсс, заместителя директора Центра демократии, развития и верховенства закона Стенфордского университета, опубликованной в журнале «Foreign affairs» О мифе авторитарной модели или тормозящей роли путинского зажима. Какую модель развития выберет Россия.

Дмитрий Фурман, автор статьи «Генсек, которого могло не быть», - явный приверженец теории пассионариев Л. Гумилева, к коим кстати абсолютно не относится О. Феофанов.

Фурман открыто заявляет о своем уважении к Горбачеву:

«Исходя из критериев современного демократического мира, России почти нечем гордиться в своей политической истории. Деспотов, строивших из человеческого песка распадавшиеся затем империи, было много, а борцов за свободу – мало, и все какие-то сомнительные, путавшие народную свободу со своей властью. Но у нас есть одна несомненная фигура, «оправдывающая» русскую политическую историю и русскую политическую культуру, фигура, которой мы можем гордиться сейчас и которой обязательно будут гордиться наши потомки. Это – Горбачев.

Горбачев и подаренные им шесть лет движения ко все большей свободе были крупным российским и советским выигрышем в лотерею истории. Вообще-то мы знаем, что выигрыши бывают, и даже крупные, но они маловероятны, и рассчитывать на них глупо. И уж совсем маловероятно, что такой выигрыш в одной и той же стране может произойти в обозримое время дважды. Главы государства, который, как Горбачев, хотел бы свободы для людей больше, чем власти для себя, больше не будет».

Александр Самарин громких заявлений не делает, его жанр – интервью. Но сам факт выбора интервьюируемого и тема их беседы уже наводит на определенные выводы:

«– Сейчас идет странное оживление прежних установок, замшелых лозунгов… Что все это значит?

– Я тоже обратил на это внимание. Разве это нормально, что председатель Думы вдруг стал Сталина превозносить. Я поражен. Потом, к вечеру уже, Грызлов стал оправдываться. Утром сморозил, а вечером… Нет, это не сталинизм – это смесь какая-то. Заговорили о чекизме. Это, знаете, изобретение чисто российское. Надо идти нормальным путем: свободы, демократии, уважения, открытости страны, свободы прессы и мнений. А они как будто всего боятся. А чего боятся? Самое большее – они могут власть потерять. Ну и что? Я ведь когда начинал реформы – говорил, что работаю два срока, и не больше. Потому что такой застой был в кадрах на всех уровнях, что это страну буквально сковало, и надо было ситуацию взорвать – но как взорвать? Не репрессиями сталинскими, а – демократией. Сегодня многие думают, что людям не до демократии. Да и в мире появился большой спрос на политиков авторитарного типа. Но у нас всегда крайности. Или левое радикальное крыло берет власть, или правое – тоже радикальное. Сумасшедшие… Я часто подчеркиваю – надо не впасть в новый застой и в новый суперконтроль. И в суперцентрализацию. А еще надо освобождать людей от страха перед государством – без этого не может быть демократии. Этот страх еще не успел уйти и вот теперь снова появляется…».

Что касается статьи зарубежных исследователей, перепечатанную «Независимой газетой», то и здесь упоминается имя Михаила Сергеевича связанное с реформаторской демократической деятельностью. Конечно, многие приверженцы демократического строя на Западе к Горбачеву относятся дружелюбно и уважительно, эту тенденцию можно проследить и в данной статье:

«Процесс демократизации начался еще до независимости России. В годы, предшествовавшие распаду Советского Союза, Михаил Горбачев начал вводить важные реформы, включая альтернативные выборы в местные и общенациональные органы власти, плюрализм в СМИ (даже когда они были государственными), свободу создания политических организаций и групп гражданского общества».

Таким образом, мы можем пронаблюдать, как в прессе на примере публикаций «Независимой газеты» создается имидж Горбачева как политического деятеля, чей курс был направлен на демократизацию существующего строя в СССР.

3.2. «Враг народа» №1 на страницах «Правды»

Главным моментом, который обязательно стоит упомянуть, прежде чем начать анализ публикаций этой газеты, является тот факт, что «Правда» - орган КПРФ. Поэтому даже без глубинного анализа уже можно предположить, что на страницах данной газеты Горбачев выступает как отрицательный герой, как человек, повинный в развале «самого могущественного и процветающего государства в мире – Советского Союза».

Среди статей, опубликованных в «Правде» за последние 3 года особо привлекли мое внимание следующие: «На грани бреда» Юрия Емельянова, «Телебоссам придется раскошелиться?» Владимира Вишнякова, «Полвека очернения советской истории» Юрия Емельянова и «Как истребить зверя» Ивана Савельева.

Помимо этих информационно и эмоционально нагруженных материалов, в «Правде» многие материалы не обходятся без упоминания о Горбачеве. Нужно отдать должное журналистам этой газеты за изобретение столь ярких эпитетов, поток которых не иссякает с течением времени. «Истинный оскал горбачевских преобразований», «горбачевская «катасройка», «демократы» горбачевско-ельцинского розлива установили буржуазную воровскую власть, превратили всех нас в живой товар на капиталистическом базаре с его волчьими законами» - это лишь немногие лишь немногие тропы, используемые сотрудниками «Правды» для создания отрицательного имиджа бывшего генсека.

В данной газете поднимаются достаточно интересные темы и воспоминания о Горбачеве, примером такой темы может служить отрывок из статьи Юрия Емельянова «На грани бреда»:

«Сталинская, вернее — антисталинская тема развивается и в документальном фильме “Последняя дача генсека”, где речь вроде бы идет о недостроенной в Абхазии даче Горбачёва. В фильме правдиво рассказано о барстве последнего генсека ЦК КПСС, надумавшего сооружать роскошные дачи для себя, любимого, о спесивой капризности Раисы Горбачевой, не раз заставлявшей всё переделывать, затрачивая на это огромные государственные деньги.

Неподалеку от абхазской дачи Горбачёва находилась сталинская. В ходе телеэкскурсии по ней постоянно говорилось о “подозрительности” хозяина и о его “низком росте” — Сталин, дескать, подгонял обстановку на даче под свой якобы чуть ли не карликовый рост. Известно, однако, что при посмертном измерении тела Сталина было установлено: его рост составлял 170 сантиметров. Небольшие кроватки на самом деле предназначались для детей, часто живших здесь вместе с отцом».

Противопоставление Горбачева со Сталиным можно даже счесть лейтмотивом публикаций «Правды». Примером этому может послужить статья Юрия Емельянова «Полвека очернения советской истории», где фигура и деятельность Горбачева сравнивается с фигурой и деятельностью Никиты Хрущева:

«К этому времени стало ясно, что горбачевская “перестройка” зашла в тупик и Горбачев пытался скрыть провал своей политики, а также укрепить свои пошатнувшиеся политические позиции. Подобно Хрущеву, который воспользовался сочинением учителя математики для того, чтобы обвинить своих коллег по Президиуму в сталинизме и преодолеть их сопротивление его организационным реформам, Горбачев и Яковлев воспользовались письмом преподавательницы химии Нины Андреевой, опубликованным в газете “Советская Россия”, для того, чтобы обвинить на заседании Политбюро ЦК 24—25 марта 1988 года ряд своих коллег, особенно Е.К. Лигачева, в сталинизме и противодействии перестройке.

Вступив в союз с силами, давно готовившими удар по нашей стране, Горбачев, Яковлев и другие развязали кампанию за “очищение социализма” от “сталинизма”, под аккомпанемент которой осуществлялось уничтожение советского общества. Размах антисталинской кампании конца 80-х годов намного превосходил хрущевские атаки на Сталина. А потому и последствия ее оказались значительно более разрушительными. Заявления о “нерентабельности” “сталинской затратной экономики”, о том, что все данные о достижениях советской экономики зиждутся на “лукавых цифрах”, служили основанием для развала промышленности, сельского хозяйства, науки. Слова об “антигуманности” сталинского строя помогали уничтожать систему социального обеспечения, здравоохранение, образование, культуру. Под вопли о “произволе” карательных органов СССР разрушались органы правопорядка, разведка и контрразведка. Под крики о “советской агрессии” уничтожались Вооруженные Силы страны. Истерия о “сталинской тюрьме народов” прикрывала захват власти в советских республиках национал-сепаратистами и распад великой Советской державы».

Товарищ Вишняков, по-видимому, незнакомый с цифрой прироста советской экономики на 1989 год (а эта цифра составляла -4,5) все экономические проблемы, а точнее всю экономическую катастрофу взваливает на плечи Михаила Сергеевича в своей статье «Телебоссам придется раскошелиться?»:

«Горбачёвская “катастройка” и последовавший за нею развал всего и вся, обернувшийся массовой безработицей, отбросили на грань нищеты не только рабочих и колхозников, учителей, врачей и ученых, но и большинство творческих работников, заслуги которых перед советским народом оказались полностью обесцененными».

Очень эмоциональна статья Ивана Савельева «Как истребить зверя». От нее прямо-таки разит духом коммунистической прессы, какой она была в те моменты, когда стыдила или перевоспитывала своего сбившегося с пути сына:

«Ужас без конца, о коем предупреждал великий Ленин, пришел в растерзанную Страну Советов с врагом коммунизма номер один неким Горбачёвым; подобрав в ЦК и его Политбюро как можно больше себе подобных, он начал хладнокровно, цинично и с геббельсовской изворотливостью уничтожать всё советское, разваливая великую страну, не им построенную. Она после злобных усилий еще одного ренегата раздробилась на малые каганаты, в коих воссели на престол новые баи и ханы — бывшие члены ЦК КПСС и его Политбюро горбачёвского розлива.

Мы заболели давно, и, чтобы вылечить наше общество, нужен был не Горбачёв с его “перестройкой”, а некто другой, тот же Романов (не путать с никчемным Николаем Романовым) или Машеров, но первого оболгали, а второй погиб в катастрофе».

Заключение

Какие можно сделать выводы?

Мое мнение таково: фигура Горбачева востребована в прессе и по сей день. Несомненно, что его имидж, созданный его поступками, настолько эффектен и эффективен, что продолжает работать на хозяина до сих пор, хотя с момента, когда Горбачев покинул свой пост, минуло уже шестнадцать лет.

Два диаметрально противоположных мнения о Горбачеве характеризуют его, как активного политического деятеля, новатора (сравним с Петром I, по поводу политического курса которого до сих пор не сложилось у общественности одного общего мнения). Ну кто в наш век европоцентризма пойдет поперек мнения всего запада только для того, чтобы выразить обиду Горбачеву за развал Советского Союза, если на лицо факт: жить-то действительно стали лучше. Пожалуй, только остатки развалившейся коммунистической общины. В их арсенале создания отрицательного имиджа бывшего генсека – практически полное отсутствие фактов, заменяемое громкими эмоциональными эпитетами.

В копилке «Независимой газеты» - фактическая сторона дела: например, продолжающаяся демократическая деятельность Горбачева. Вообще популярность Горбачева в нашей стране, несмотря на двоякость отношения, видна невооруженным глазом. Преимущественно, конечно, русские Горбачева без преувеличения любят и уважают. Для таких чувств существует множество причин.

Возможно, свою роль сыграла природная мягкость Михаила Сергеевича, неагрессивного человека хочется послушать, его не надо бояться, да и стыдно всей стране за него вроде бы не бывало так, как за того же Ельцина, который мог напившись ринуться дирижировать оркестром и свалиться, не постесняюсь этого слова, в оркестровую яму.

Источники:

1. Политическая имиджелогия (коллективная монография)/ Под общ. науч. ред. Л.Г.Лаптева, Е.А.Петровой – М.: РИЦ АИМ, 2006. - 276 с.

2. Феофанов О. А. Реклама: новые технологии в России/ СПб.: Питер, 2001. - 384 с.

3. Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям/ М.: Народное образование, 2002.

4. Дмитрий Фурман Генсек, которого могло не быть/ «Независимая газета», 04.03.2006.

5. Александр Самарин Сегодня разговоры о демократии оскорбительны/ «Независимая газета», 28.02.2005.

6. Майкл Макфол, Кэтрин Стоунер-Вайсс О мифе авторитарной модели или тормозящей роли путинского зажима. Какую модель развития выберет Россия/ «Независимая газета», 25 декабря 2007.

7. Юрий Емельянов На грани бреда/ «Правда», №127, 16-19 ноября 2007.

8. Владимир Вишняков Телебоссам придётся раскошелиться?/ «Правда», №136, 7-10 декабря 2007.

9. Юрий Емельянов Полвека очернения советской истории/ «Правда», № 17, 17 - 20 февраля 2006.

10. Иван Савельев Как истребить зверя / «Правда», № 41, 21 - 24 апреля 2006.