

ИМИДЖ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ РОССИИ В СМИ.

И.В. Волкова; В.В. Клименко ; Л.Т. Сафразьян;
(по материалам социологического проекта)

Одним из решающих факторов в карьере современного политического лидера России является его популярность в социуме. Данное условие ставит перед политиком задачу создания своего целостного образа, включающего набор представлений о политических взглядах, практике, личных качествах, который в целом был бы способен вызвать симпатии определенной части населения. В целях преодоления субъективного, "романтического" подхода к имиджу, неприемлемого для формирования долгосрочной коммуникационной политики, необходимо придать самому понятию имиджа функциональное значение, структурировать его на составляющие элементы. Настоящая статья является обобщением материалов социологического проекта "Имидж политических лидеров России в СМИ", основанного на функциональном подходе к имиджу. Проект представляет собой систематический мониторинг информации, осуществляемый по 100 ведущим политическим лидерам на базе контент-анализа 10 наиболее влиятельных периодических изданий и трех каналов телевидения. В итоге открывается возможность "измерить" информационный поток, воздействующий на массовое сознание по каждому из выделенных компонентов имиджа отслеживаемых лидеров. При помощи специальной системы коэффициентов полученные результаты обобщаются в свободном показателе - рейтинговом индексе. Результаты работы позволяют, таким образом, точно определить соотношение сил лидеров в разных аспектах политической борьбы, представить уникальные сведения о стратегии и тактике "информационной войны", а также на основе выявленных тенденций и закономерностей дать прогностические выкладки в отношении той или иной группы деятелей, либо персоналий. Выводы и прогнозы, сделанные на основе исследования процессов в СМИ, сопоставимы с данными опросов общественного мнения. Взятые в совокупности, информационные рейтинговые и опросные рейтинговые показатели, результирующие деятельность политика на ее разных стадиях, служат валидации аналитических и прогностических выводов в отношении фундаментальных процессов в сфере политики.

Укрепление в России демократических институтов принципиально изменило характер политической борьбы в стране. Введение института выборов привело к тому, что решающим фактором в карьере современного политического лидера стала его популярность в социуме. Борьба за избирателя, как неоднократно отмечалось в политологической

ВОЛКОВА И.В. КЛИМЕНКО В.В. САФРАЗЬЯН Л.Т.
Имидж политических лидеров России в СМИ

литературе, представляет из себя своеобразный политический маркетинг. В демократическом обществе политический лидер это "товар", который следует как можно выгоднее "продать". Под процессом "продажи" понимается привлечение голосов избирателей к тому или иному кандидату, претендующему на ту или иную должность в органах законодательной и исполнительной власти.

При этом процесс борьбы за избирателя становится как бы аналогом классического маркетинга. Политик определённым образом "позиционирует" себя, показывая в рекламной компании привлекательные стороны своих политических позиций, доказывая, что его политическая практика реально подтверждает его способность претворить обещания в жизнь, наконец, просто демонстрируя себя как интересную и симпатичную для избирателей личность. Уже на этапе "позиционирования" начинается жёсткая конкурентная борьба. Каждый политический лидер должен выгодно оттенить себя от других и найти свою нишу, т.е. создать некий целостный образ, включающий набор представлений о политических взглядах, практике, личных качествах лидера, который мог бы вызвать симпатии определённой части населения. Здесь можно говорить о другой части политического маркетинга - точном слежке с классического сегментирования рынка потребителей. Политик не может нравиться всем, он должен найти "своего" избирателя, вычислить "свой" сегмент в общей массе избирателей.

Штаб любого серьёзного политического лидера более или менее квалифицированно решает эти задачи прежде чем приступить к развёртыванию рекламной кампании, которая является основным практическим инструментом политического маркетинга. Роль прямой, и, в значительно большей мере, косвенной рекламы в формировании имиджа политического лидера огромна. Это общеизвестный факт. Однако основная проблема состоит в том, чтобы точно вычислить эту роль. Помимо чисто научного значения, ответ на этот вопрос имеет и очень серьёзные политические и моральные аспекты. Каков уровень манипуляции общественным сознанием? Достаточно ли завоевать информационное пространство, для того чтобы получить реальную политическую власть?

Все более-менее известные службы по изучению общественного мнения проводят социологические исследования, ставящие своей целью измерить отношение социума или отдельных его слоёв к тем или иным политическим лидерам. Таким образом, раскрывается реакция как на реальные изменения в социуме, так и на информационное воздействие, оказываемое на общество по каналам СМИ. Однако исследование самого информационного потока, генерируемого СМИ, на систематическом уровне не проводилось.

Начиная с 1 апреля 1996 г. началась реализация проекта "Имидж политических лидеров в СМИ". Проект представляет собой систематический мониторинг информации по 100 политическим лидерам России. Мониторинг осуществлялся на базе контент-анализа 9-ти ведущих периодических изданий ("Аргументы и Факты", "Известия", "Московский комсомолец", "Сегодня", "Советская Россия", "Правда", "Труд", "Комсомольская правда", "Коммерсант-Дейли" и с 1 апреля 1997 г. "Независимая газета") и

трёх каналов телевидения (ОРТ, РТВ и НТВ с 18.00 до 0.00 в будни и с 15.00 до 0.00 часов в воскресные дни).

В итоге исследования открывается возможность "измерить" информационный поток, воздействующий на массовое сознание по каждому из отслеживаемых лидеров. В расчёт принимается большое количество параметров - темы высказываний лидеров и о лидерах; количество высказываний; положительный, нейтральный или негативный характер высказываний; жанр материала, в котором прошло высказывание; количество эфирного времени и др.

Результаты исследования ежемесячно оформляются в виде специального аналитического продукта, содержащего большое количество таблиц с обработанными данными контент-анализа и аналитический отчёт, поясняющий их. Таким образом, данное исследование ранжирует политических лидеров, но не отношение социума к ним, а по силе и качеству информационного потока, генерируемого по каждому из 100 исследуемых лидеров в ведущих СМИ. На основе проведённого исследования разработан рейтинг имиджа политических лидеров, дающий сводную картину информационного воздействия на общество по 100 политическим лидерам России. Рейтинг уникален, аналогов в политической сфере в России нет. Точность и достоверность сведений обеспечивается тем, что при обработке информационного массива выборка не производится, полностью обрабатывается весь массив, в результате чего погрешности много меньше допустимых пределов.

Какое теоретическое и прикладное значение имеет данное исследование?

а) Выведены базовые теоретические постулаты, на основе которых появилась возможность выработать методику позволяющую, с одной стороны, осуществлять детальную обработку информационного массива по лидерам и представить выводы в виде огромного цифрового материала, распределённого по темам, изданиям, каналам, жанрам, объёмам публикаций и т.д.; с другой обобщить этот материал при помощи специальной системы коэффициентов в сводном показателе - рейтинговом индексе.

б) Полученный совокупный рейтинг может быть использован как самостоятельный показатель, иллюстрирующий важные процессы, происходящие в сфере средств массовой информации. Представляет интерес сравнение этого рейтинга с опросными рейтингами, так как по его результатам можно судить об эффективности воздействия через СМИ на общество и ответной реакции последнего. Возможность рассмотреть данные процессы в динамике повышает ценность проекта.

в) На основе данного исследования можно определить количество и качество информации, проходящей по лидеру в ведущих изданиях и на основных каналах телевидения. Имидж политиков в СМИ очень динамичен и изменчив. Причём изменения носят скрытый характер. Наша работа выявляет их и позволяет пользователю иметь существенное преимущество в знаниях о важнейших процессах в политической сфере.

г) Поскольку результаты исследования приведены в цифровой форме, имеется возможность определить, как ведётся конкурентная борьба в сфере имиджа среди политиков по многочисленным параметрам. Результаты работы представляются таким образом, что открывается возможность точно

ВОЛКОВА И.В. КЛИМЕНКО В.В. САФРАЗЬЯН Л.Т.
Имидж политических лидеров России в СМИ

определить соотношение сил лидеров в разных аспектах политической борьбы. Пользователь получает уникальные сведения об информационной "войне" в политической сфере.

д) Результаты исследования дают крайне необходимую исходную информацию для организации рекламных компаний и разработке долговременной коммуникационной политики.

Теоретические и методические основы исследования имиджа политических лидеров в СМИ.

Имидж политического лидера - это тот образ, который возникает в общественном сознании в результате воздействия личности лидера на социум, главным образом, через СМИ. Средства массовой информации, с одной стороны, отражают образ, создаваемый самим лидером и его имиджмейкерами, а с другой стороны сами формируют этот образ, иногда спонтанно, а, как правило, целенаправленно. Возникает информационная война, у которой есть одна коварная особенность - успехи и поражения лидеров оценивают "на глазок". А это очень опасно. "Видны", как правило, информационные пики - всплеск скандалов вокруг лидеров или попадание лидера в эпицентр каких-либо важных событий. Кумулятивный же эффект мелких и не очень броских сообщений, оценок, отзывов о лидере невиден. По сути же дела, именно постоянный информационный поток - главное оружие в конкурентной борьбе в сфере информации. Цель исследования - изучить и измерить информационные потоки по 100 политическим лидерам России.

Выборка предусматривала наличие, во-первых, информационных лидеров - политиков, по которым идет больше всего информации, во-вторых включены многие известные, пользующиеся общественным интересом фигуры и, в-третьих, политики, которые более-менее типично представляют информационное пространство* На формирование лидера оказывают влияние буквально все факты, события, обстоятельства, имеющие отношение к лидеру. У имиджмейкеров и специалистов в сфере политической рекламы существует тенденция придавать большее или меньшее значение тем аспектам имиджа, которые в большей или меньшей степени отвечают их личным вкусам. Для того, чтобы, с одной стороны, отразить всё многообразие феноменов, из которых складывается имидж политических лидеров, а с другой - преодолеть субъективизм, понятие имиджа политических лидеров необходимо структуризировать.

Последнее возможно лишь в рамках функционального подхода к имиджу как таковому. Странники "романтического" -подхода воспринимают имидж целостно и описывают его категориями, носящими сугубо субъективный характер. По отношению к политическому лидеру это будут такие категории как сильный, волевой, красивый и т.д. Моделировать имидж лишь на основе романтического подхода опасно именно в силу возможного отклонения формируемого образа как от ожиданий и настроений в социу-

* В течение года список лидеров менялся в зависимости от изменения ситуации в информационном пространстве и в политической сфере.

ме, так и от реальной ситуации в СМИ, воздействующей на формирование имиджа лидера.

С точки зрения функционального подхода, целесообразно разделить имидж лидера на компоненты. Специфика нашего разделения на компоненты будет определена тем обстоятельством, что исследованию подвергается тот информационный импульс, который возникает в СМИ по каждому из "отслеживаемых" политических лидеров.

Первый компонент - политические позиции лидера.

Второй компонент - практическая политика лидера.

Третий компонент - личные качества лидера.

Четвёртый компонент - визуальный имидж лидера.

Именно этот компонент напрямую связан со спецификой проводимого исследования.

Каждый компонент имиджа был разбит на категории, отражающие содержание компонента. Категории служат темами, по которым проводится тематический контент-анализ. Любое упоминание о лидере в связи с какой-либо темой регистрируется. При этом отмечается жанр публикации (информация, очерк, интервью, аналитика) и характер высказывания (положительный отзыв о лидере, нейтральный или отрицательный). Для компонента визуальный имидж регистрируется площадь публикации в прессе и эфирное время на телевидении.

В самом общем виде результаты могут быть представлены в виде рейтингов. В зависимости от тиража, влиятельности и некоторых других обстоятельств каждому изданию присваивается определённый коэффициент. Точно также присваиваются коэффициенты характеру отзыва о лидере (положительный, отрицательный или нейтральный), жанру и площади публикации (если речь идёт об индивидуальном материале, целиком посвящённом одному лидеру). Каждый информационный сигнал (упоминание о лидере) "прогоняется" через систему коэффициентов и, в итоге, получается суммарный числовой показатель - рейтинговый индекс.

Для телевизионных информационных сигналов вводятся коэффициенты эфирного времени и эффективности влияния восприятия (информация зрительная и звуковая усваивается намного быстрее и эффективней, чем текст).

Ценность систематического мониторинга, осуществляемого в течение года заключается в том, что накапливая от месяца к месяцу информацию о ведущих политиках, мы получаем возможность изучить долговременные тенденции в сфере информационной борьбы и установить закономерности воздействия масс-медиа на имидж того или иного лидера. В качестве точек отсчёта, облегчающих систематизацию огромного статистического материала, выделим наиболее острые в политическом процессе минувшего года период июня, прошедший под знаком избирательной компании за президентские полномочия, период ноября, отмеченный активизацией политической борьбы в связи с временной нетрудоспособностью президента, а также период мая 1997 г., завершающий первое полугодие.

Общая характеристика информации

Обратимся к решающей в выборе дальнейших путей развития страны ситуации июня 1996 г.: именно в это время количество и качество подаваемой через СМИ информации превращается в основной приводной ремень "управления" избирателями и в конечном счёте победы альтернативы, связанной с именем Ельцина. Используя prerogatives действующего президента, он сумел обеспечить себе абсолютное первенство по информационному валу, оставив далеко позади наиболее конкурентоспособного соперника Г. А. Зюганова (общая сумма сигналов, прошедших в СМИ по Ельцину - 1823, по Зюганову - 1050). Существенно возрос объём информации по Лебедю (923 сигнала), что выдвинуло его на третье место в предвыборном марафоне. Важнейшим фактором в формировании имиджа политического лидера в СМИ и в особенности на решающем этапе борьбы является удельный вес телевизионных сигналов в общем объёме информации по лидеру. Он обеспечивает кратковременное, но вместе с тем наиболее мощное воздействие на массовое сознание, ценность которого возрастает по мере приближения даты волеизъявления избирателей. У основных конкурентов - Ельцина, Лебеда, Явлинского удельный вес телевизионных сигналов составил около 30%. При этом существенно выросли абсолютные величины телевизионных сигналов. Следует отметить, что именно на данном участке избирательных гонок в полной мере выявились преимущества стартовых позиций Ельцина, подтверждающие обоснованность обвинений сторонников Зюганова в несправедливой политике руководства телевидения по отношению к их кандидату. Объём информации, посвящённой Ельцину, по 1-му и 2-му каналам ТВ в два раза превосходил объём информации по Зюганову (251 и 211 сигналов соответственно против 106 и 104) и только на 4-ом канале (НТВ) разрыв оказался не так велик (122 против 94). Очевидно, что позиция руководителей канала НТВ в освещении избирательной кампании имела существенные отличия от позиций их коллег по другим каналам.

Данные исследования показывают, что имидж политических лидеров в основном формирует нейтральная информация. В связи с этим особую значимость приобретает соотношение положительной и отрицательной информации, способное в случае возникновения дисбаланса вызвать серьёзные сдвиги в общественном мнении в отношении той или иной фигуры. На протяжении трёх предвыборных месяцев и у Зюганова, и у Ельцина наблюдалась тенденция сокращения потока негативной информации. Разница состояла лишь в том, что у Зюганова этот процесс происходил плавно, в то время как у Ельцина - скачкообразно, что наводит на мысль о присутствии негласного директивизма в избирательной кампании со стороны влиятельных политических структур. Так, если у Зюганова в апреле было зафиксировано 66 отрицательных сигналов, в мае - 57 и 41 в июне, то у Ельцина - 162 в апреле, 153 в мае и 90 в июне. Учитывая, что в июне у Зюганова было 6 отрицательных телевизионных сигналов, в то время как у Ельцина ни одного, следует признать, что имиджу Зюганова в СМИ был нанесён существенный ущерб. (Даже такое сравнительно небольшое по абсолютному значению число отрицательных телевизионных сигналов в силу своей специфики может рассматриваться как индикатор ухудшения публичных позиций лидера, ибо за каждым негатив-

ным сигналом стоит множество сигналов с отрицательными полутонами - по правилам кодирования они уходят в "нейтралку").

Основной массив негативной информации в отношении лидеров создаётся прессой. Наиболее тенденциозные позиции занимают "Московский комсомолец" и "Известия" - именно они внесли наиболее существенный вклад в наращивание позитивного потенциала Ельцина, Лебеда и Явлинского, и негативного - Зюганова. Соответственно "Советская Россия" и "Правда" "вложились" в создание положительной репутации Зюганова и негативной - его оппонентов.

Важнейшим параметром исследования информационного потока является его распределение по жанрам. В июне здесь наблюдалась интересная картина: жанр аналитического обзора, по сути представляющий из себя опыт научного осмысления позиций лидера в популярном массовом издании, был задействован достаточно широко (251 информационных сигналов в аналитике у Ельцина, 143 у Лебеда, 124 у Зюганова), а жанры "очерк" и "интервью", предоставляющие оптимальные шансы для лидеров установить тесный контакт с читателем и набрать дополнительные очки в борьбе за свой электорат, из традиционной зоны разреженной информации превратились вообще в пустующие ниши. Так, если в апреле у Ельцина по категории очерк прошло 126 сигналов, в мае - 128, то в июне - всего 11. У Зюганова в апреле было 49, в мае - 56, а в июне - 7. Схожая ситуация наблюдалась и у других кандидатов в президенты.

Таким образом, структуризация информационного потока по каждому из отслеживаемых лидеров позволяет сделать вывод об отсутствии чёткой и продуманной стратегии воздействия на массовое сознание даже у наиболее влиятельных и "раскрученных" политиков. В разгар избирательной кампании, когда самое время использовать эффект разряженного информационного пространства - возможность за счёт небольших усилий получить мощное давление на социум, все кандидаты дружно покинули выгодные поля.

Политические позиции лидеров. Самый большой и чрезвычайно важный для политика компонент имиджа - "политические позиции". Он отражает всю информацию, которая проходит в прессе и на телевидении относительно социально-экономической и политической платформы лидера и стоящих за ним сил. Иными словами, данный компонент отражает информацию о том "товаре", который предлагает политический лидер обществу. Несмотря на то, что информация, проходящая по данному компоненту, регистрируется при помощи большого количества категорий, следует иметь в виду, что категориальная сетка не предназначена для сущностного анализа политических позиций лидера. Система категорий построена таким образом, чтобы было возможно в самом общем виде оценить содержание информационного потока по лидеру. Для анализа имиджа этого более чем достаточно, а для изучения политических позиций, разумеется, мало.

С учётом широты компонента он был разделён в свою очередь на подкомпоненты, причём по каждому из них был выведен отдельный рейтинговый индекс. Каждый из подкомпонентов имеет определённое самостоятельное значение в качестве отдельного весомого канала воздействия на социум. Так, подкомпонент "цели" отражает информацию о кардинальных

ВОЛКОВА И.В. КЛИМЕНКО В.В. САФРАЗЬЯН Л.Т.
Имидж политических лидеров России в СМИ

задачах, которые выдвигает политик. Подкомпонент "методы достижения политических целей" фиксирует всю информацию о способах и средствах решения поставленных задач. Наконец, подкомпонент "оценки" учитывает отзывы, попадающие в СМИ в связи с тем или иным лидером. Рассмотрим состояние дел на выделенных подкомпонентах в июне. Как и можно было ожидать, произошло существенное наращивание информационного вала на подкомпоненте "цели". По сравнению с маем рейтинговый индекс Ельцина на данном секторе возрос с 665,628 до 705,423. На второе место вышел Лебедь, резко подняв свои ставки в борьбе за президентский "мандат" (от 209,682 в мае до 344,874 в июне). На третьем месте оказался не имевший отношения к президентской кампании, но баллотировавшийся на пост мэра столицы Ю.М.Лужков (268,321), а на четвёртом - Зюганов (214,1293). Особенность распределения информации по спектру "целей" показывает педалирование кандидатами в президенты двух проблем: государственная поддержка населения и борьба с преступностью. Указывая на акцентированный популистский уклон, этот факт одновременно свидетельствует о содержательной бедности предвыборных программ конкурирующих лидеров.

На подкомпоненте "методы" определилась следующая расстановка сил: вновь в ранг абсолютного чемпиона по рейтинговому индексу вышел Ельцин, а второе и третье места заняли В.А. Михайлов и А.А. Масхадов - политики не участвовавшие в избирательной кампании, но оказавшиеся в фокусе общественного внимания в силу своей непосредственной причастности к урегулированию обострившегося военного конфликта в Чечне. За счёт выдвижения этих фигур между Ельциным и остальными соперниками образовался существенный отрыв. Наглядное выражение он получил в сгущении информации по трём категориям: "административные методы решения внутренних проблем", "договоренность с политическими оппонентами", "альянс сил своего направления". Максимальное уплотнение данных категорий, в большой степени подконтрольных Ельцину как официальному главе государства, с одной стороны, выявило обострение конкуренции в сфере имиджа, с другой, продемонстрировало явный недостаток собственной инициативы и политической воли у остальных кандидатов, так и не вышедших за пределы маркированного президентом пространства методов политической деятельности.

Положение дел на подкомпоненте "оценки", строго ранжируя лидеров по рейтинговому индексу (на первом месте - Ельцин, на втором - Зюганов, на третьем - Явлинский, на четвёртом - Жириновский, на пятом - Лебедь), одновременно обозначило контуры некоторых новых политических комбинаций, реализовавшихся на последующем этапе кампании. Наряду с наибольшей концентрацией информации по категориям "негативная оценка деятельности исполнительной власти" и "негативная оценка политических оппонентов", отразившей накал информационного противостояния, здесь обращала на себя внимание близость показателей Ельцина и Лебеда по всей сумме категорий. На фоне больших расхождений в основных показателях между Ельциным и прочими кандидатами этот факт давал определённые основания для того, чтобы спрогнозировать оформление блока двух лидеров и дальнейшего развития избирательной кампании на базе перегруппировки сил.

Политическая практика лидеров. Данный компонент имиджа политических лидеров отражает ту информацию, которая освещает реальные действия лидера. Являясь равнозначным компоненту "политические позиции", он тем не менее несёт более важную нагрузку как функциональный инструмент политической борьбы. Уровень требований к активно действующему политику на этом направлении особенно высок: информация о провалах в сфере реальной политики, взятая в разработку СМИ, превращается в мощный дискредитирующий фактор, способный в некоторых случаях перечеркнуть перспективы карьерного роста и независимой политической деятельности. В июне на этом компоненте выделилась лидирующая группа - Ельцин, Зюганов, Лебедь, соответственно получившие рейтинговые индексы 4123,404; 2488,983; 1953,457. Зоны повышенной информационной плотности, определившиеся ещё в предшествующие месяцы - "участие в массовых акциях", "контакты со СМИ", "деятельность в органах исполнительной власти" - показывают, что устоявшиеся принципы коммуникационной политики лидеров не претерпели сколько-нибудь существенных изменений. Медиа-планирование у всех претендентов на президентский пост свелось лишь к количественному наращиванию информационного вала на уже освоенных участках деятельности.

Личные качества лидера. Этот компонент достаточно дистанцирован от двух предыдущих. Информация, касающаяся личности лидера, оказывает глубокое воздействие на массовое сознание и в определённых случаях может оказаться решающим фактором, обеспечивающим симпатии или антипатии широких слоёв населения. Данный компонент представляет собой очень выгодную позицию для ведения боя в конкурентной борьбе политических лидеров.

Итоги июня показали резкое повышение роли данного компонента: абсолютные значения рейтинговых индексов возросли вдвое по сравнению с маем. Безусловным лидером здесь остался Ельцин (индекс 2093,442), а Зюганова потеснили Лебедь (второе место с индексом 708,460) и Явлинский (индекс 657,592). К традиционно насыщенным на данном компоненте категориям "влияние на массы", "нравственность" добавилась ещё одна - "события в частной жизни лидера". Устойчивым признаком всей информации, скапливающейся в этой нише, является высокий удельный вес положительных и негативных сигналов. Их баланс в июне оказался явно проигрышным для целого ряда кандидатов (Жириновский, Брынцалов, Горбачёв, Шаккум). Смещение центра тяжести предвыборной полемики в сторону личных качеств стало серьёзным испытанием способности лидера "держать удар" на данном направлении, а также компетентного обеспечения избирательной кампании со стороны имиджмейкерских служб. Результаты июня вскрыли недостаточную подготовленность ряда кандидатов в этом виде политического многоборья.

Визуальный имидж лидеров. Результаты исследования по этому компоненту позволяют оценить силу визуального воздействия информации, проходящей по лидерам в прессе и на телевидении. Появление имени лидера в заголовки статьи, отведение ему больших газетных площадей, публикация фотографических и иных изображений, постоянное присутствие на экране телевизора - создает отдельный мощный канал воздействия на социум. В

ВОЛКОВА И.В. КЛИМЕНКО В.В. САФРАЗЬЯН Л.Т.
Имидж политических лидеров России в СМИ

данном случае речь идёт преимущественно о подспудном воздействии, затрагивающим не столько общественное сознание, сколько подсознание, а это в свою очередь означает снижение порогов критического отношения к лидеру в данной части спектра слагаемых имиджа. В том случае, если ставится задача преодолеть предубеждённое отношение к политику или в короткий срок значительно усилить его воздействие на сознание и психологию масс, необходимо планомерно увеличивать информационное давление именно на этом компоненте. В изучении данного аспекта имиджа применяется особый вид контент-анализа, учитывающий появление имени лидера в названии статьи (категория "лидер в названии"), отведённый ему материал (категория "индивидуальный материал"), его собственные выступления в печати и на телевидении (категория "собственный индивидуальный материал"), а также посвящённый ему изобразительный ряд (фотографии, карикатуры, рисунки). При выведении рейтинговых индексов принимаются во внимание площади публикаций и размер эфирного времени на телевидении. Опираясь на предоставленные в ходе избирательной кампании возможности открытой рекламы своей позиции и себя лично, кандидаты в президенты в июне "на полную катушку" использовали форму прямого обращения к избирателям, очевидно, рассчитывая по этой линии компенсировать потери и недочёты в других сферах. Рекорд в размещении собственных индивидуальных материалов установил Лебедь (23 материала). Зюганов, хотя и не сумел здесь сравнять счёт с Лебедем, вырвался, однако, вперёд Ельцина (19 у Зюганова, 13 у Ельцина). Вместе с тем общий итог всё равно сложился в пользу главного фаворита президентских гонок: рейтинговый индекс Ельцина (720,603), достигнутый за счёт всемерного использования преимуществ в позициях: "лидер в названии", "индивидуальное изображение", "изображение в группе", "прямая реклама", - обеспечил существенный отрыв (порядка 200,000) от любого другого претендента. Лебедь и на этом компоненте переместился с 5-го на 2-е место (522,662), однако, следующие за ним Явлинский, Зюганов и Жириновский, фигурально выражаясь, "дышат в затылок" (их рейтинговые индексы колеблются в районе 500,000).

Анализ суммарного рейтинга имиджа политических лидеров показывает, что в июне 1996 г. определились три лидера, информационные потоки по которым в несколько раз больше, чем у большинства других политиков. Это Ельцин (9228,517), Зюганов (4690,611) и Лебедь (4299,503). Принципиально важным моментом явилось то, что остальные кандидаты в президенты отстали на 1000,000 очков. Это означало фактическое поражение в информационной войне. Проведенное исследование позволяет внести квантификационный критерий в подведение итогов избирательной кампании. Калькуляция затратной ёмкости информационной войны, обобщённая в суммарном рейтинговом индексе, позволяет вывести величину оптимальных вложений на этом поприще состязаний, обеспечивающую эффект недостижимости ведущего претендента. В июне, на решающем отрезке предвыборной борьбы, она измерялась силой давления на социум через СМИ, двоекратно превосходящей прессинг со стороны наиболее конкурентоспособного соперника. Вместе с тем массированное наступление по всему фронту СМИ, организованное посредством мобилизации всех резервов власти действующего президента, чётко отразило стратегию действия

"числом", а не "умением", последнее предполагает концептуально проработанное медиа-планирование. На основе данного подхода была разыграна и "карта" Лебеда: назначение одной из ключевых фигур избирательных гонок на пост секретаря Совета безопасности не только вывело его из игры, но и превентивно отсекло возможность блока двух наиболее популярных политиков, способных в коалиции противостоять влиянию Ельцина. Этот манёвр позволил президенту закрепиться на рубежах конца июня и предотвратить разделение электората между тремя претендентами.

Теперь обратимся к информационной ситуации в сфере имиджа политических лидеров в следующий период пикового обострения политического процесса, выпавший на ноябрь 1996 г.. Это время, связанное с отстранением от дел утратившего трудоспособность Ельцина, отмечено заметными колебаниями политических весов и перегруппировками в составе политической элиты. Некоторые оппозиционные президенту лидеры почти не скрывали того, что делают ставку на его уход с политической сцены. С другой стороны, ближайшее окружение президента делало всё возможное, чтобы в обществе сохранилось впечатление о президенте как о лице, по-прежнему способном принимать важнейшие политические решения. Эти усилия принесли плоды: несмотря на снижение реальной политической активности, президент сохранил лидирующие позиции в рейтинге имиджа в СМИ. Вместе с тем перенесённая им в начале ноября операция на открытом сердце и затянувшийся период послеоперационной реабилитации серьёзно отразились на политической конъюнктуре и дали толчок оформлению некоторых новых композиций в высших эшелонах власти. В радиусе обозрения СМИ оказались фигуры, ранее известные своим большим закулисным влиянием: Б.Березовский и Т.Дьяченко. Фактическое управление страной и принятие важнейших политических решений перешло к наиболее полномочным членам правительственной команды - В. Черномырдину и А.Чубайсу.

Общая характеристика информации. В фокусе внимания СМИ в ноябре оказался В. Черномырдин. Он не только опередил Ельцина по количеству информационных сигналов (500 против 406), но и занял лидирующие позиции на телевидении. Причём, если на 1-м канале его перевес достиг 9 сигналов, на 2-м - 15, то на 4-м канале - 42 сигналов. Здесь у Черномырдина сложилось почти двойное преимущество перед Ельциным. В этих фактах отразилась перестройка политики СМИ по отношению к главе государства: если в сентябре-октябре (месяцы, критические для состояния здоровья президента) ведущие СМИ привычно резервировали за ним первое место в массе сообщений и таким образом успешно содействовали созданию камуфляжа направляющей президентской "руки", то в ноябре, скорее всего не без подачи правящей группировки, начинает отрабатываться иная модель освещения ситуации на вершинах власти. В этом плане чрезвычайно показательна 3-я позиция, занятая Б. Березовским. До ноября в числе первых пяти лидеров находились либо лица, занимающие важнейшие государственные посты, либо крупные публичные политики. Березовский в то время не относился ни к тем, ни к другим. Помимо скандальных аспектов его биографии, всплеск интереса к нему был связан с исключительно сильным неформальным влиянием на принятие ключевых полити-

ВОЛКОВА И.В. КЛИМЕНКО В.В. САФРАЗЬЯН Л.Т.

Имидж политических лидеров России в СМИ

ческих решений. Изменилось положение Чубайса: в ноябре, повторно после октября заняв четвертое место по общей сумме сигналов, он заявил о своём прочном вхождении в состав правящей элиты. Итак, в информационном пространстве в ноябре определились четыре доминирующие фигуры: Черномырдин, Ельцин, Березовский и Чубайс. В то же время Лебедь, удерживавший с августа по октябрь включительно 2-ю позицию, в ноябре отодвинулся на 9-ю позицию. В целом произошло общее сокращение объёма информационных сигналов у всех политиков, а также снижение удельного веса негативной и положительной информации. Имидж основной массы политиков окрасился в нейтральные тона. На этом фоне заметно выделились лишь две фигуры - Березовский и Чубайс, набравшие большое количество отрицательных сигналов (соответственно 53 и 41). Трудность сопротивления данной тенденции обусловлена тем обстоятельством, что отрицательные сигналы сравнительно равномерно распределились по изданиям, а в жанровой локации сосредоточились в основном в аналитических обзорах, пользующихся повышенным вниманием в образованных кругах населения. Таким образом негативный поток информации по этим лидерам объективно приобрел целевую направленность на наиболее подкованную в политическом отношении социальную среду. Вместе с тем максимальные величины аналитических откликов, даже если в них заметно проступает критический уклон, могут рассматриваться как косвенный признак, указывающий на признание за конкретным лицам перспектив политического роста.

Политические позиции лидеров. Ноябрь принёс принципиальные изменения в ранжировку лидеров на подкомпоненте "цели": окончательно определилась ведущая роль Черномырдина. Его рейтинговый индекс 304,641 более чем в два раза превзошёл рейтинговый индекс следующего за ним И.Рыбкина (141,456), а Ельцин отошёл на 3-ю позицию с индексом 123,975. Резко поднялся вверх, заняв 5 место в рейтинге подкомпонента Березовский. Несмотря на сравнительно невысокую по абсолютному значению величину рейтингового индекса (77,406), общая структура информационного потока по Березовскому, равномерно покрывшего всё табельное поле элементов, создала благоприятные предпосылки для формирования хорошего имиджа, даже невзирая на старт с перевесом негативной информации.

Схожая ситуация прослеживалась и на подкомпоненте "методы". Несмотря на второе место, занятое здесь Черномырдиным, его приоритет остался бесспорным. На первое и третье места вышли Рыбкин и Масхадов, что связано с ситуативно большим удельным весом телевизионных сигналов у этих лидеров - такой итог, разумеется, можно рассматривать только через призму конъюнктурных колебаний вокруг проблем урегулирования конфликта в Чечне, но не под углом зрения устойчивого лидирующего положения по подкомпоненте. Четвёртое, пятое и шестое места, распределившиеся между Ельциным, Чубайсом и Березовским, отразили стабилизирующееся соотношение сил в информационном пространстве, очевидно тяготеющее к превращению в долгосрочную динамическую закономерность.

На подкомпоненте "оценки", являющимся традиционной вотчиной политической оппозиции, в наиболее сильной позиции оказался Зюганов с

рейтинговым индексом 286,931. В первую десятку также попали видные публичные политики Жириновский, Явлинский, Руцкой, Говорухин. По-прежнему наиболее "работающими" категориями, позволившими достигнуть перевеса на этом участке, остались "негативная оценка деятельности исполнительной власти" и "негативная оценка политики оппонентов".

Обобщая произошедшие в целом на компоненте изменения, следует подчеркнуть активизацию неформального и формального президентского окружения. А. Лебедь, снятый с должности секретаря Совета безопасности, оказался "задвинутым" и в сфере информационных процессов. Существенно потесниться пришлось политической оппозиции, сохранившей за собой лишь небольшой плацдарм для наступления в виде подкомпонента "оценки".

Политическая практика лидеров. Резким броском вперед на компоненте вырвался Черномырдин, обставив по счёту устоявшегося информационного лидера Ельцина более чем в два раза. Его рейтинговый индекс в ноябре составил 3792,184, в то время как у Ельцина - 1385,796. Таким образом результат премьера перекрыл даже рекорд по отрыву от соперников, установленный Ельциным в разгар избирательной кампании. На информационном экране произошла рокировка самых репрезентативных фигур политического истеблишмента. Этот итог создал опасный прецедент для президента: сойдя со спутниковой орбиты, в зоне действия гравитационных сил информационный фантом премьера переключался на режим неуправляемой динамики и траектории движения.

Двигаясь с равномерным ускорением с конца лета в ноябре на девятую ступень рейтинга поднялся А. Чубайс. Итак, данные ноябрьского мониторинга в разделе "политическая практика" подводят к выводу о структурной перестройке информационного потока, связанной прежде всего с выходом на передовые рубежи Черномырдина и Чубайса.

Личные качества лидера. Данный компонент можно сравнить с высокочувствительным сейсмографом, реагирующим на малейшие подземные толчки в политической жизни. Проходящий по нему информационный поток динамичен и непрямолинеен, а высокие рейтинговые индексы зачастую складываются за счёт журналистских сенсаций. Не случайно начиная с сентября в лидирующей десятке здесь обосновался А.Коржаков, а также активные участники текущих политических событий, особенно волнующих общественность - Яндарбиев, Масхадов, Рыбкин, Руцкой. Максимальный рейтинговый индекс Ельцина на этом компоненте (2380,634) опять-таки объясняется тем, что в ноябре мощную информационную волну гнали перипетии болезни президента: по категории "здоровье" зарегистрировано 96 информационных сигналов. В этом отношении второй по значимости, но несоизмеримо более скромный по абсолютной величине рейтинговый индекс Черномырдина (311,606) можно рассматривать как бесспорное достижение. Березовский и Чубайс в ноябре заняли невысокие 18 и 21 места. Однако большое количество сигналов, в том числе телевизионных, захватывающих разные категории, выступило непреложным доказательством пристального внимания к их личным качествам со стороны СМИ. Низкие значения рейтинговых индексов образовались вследствие очень значительного для компонента количества отрицательных информационных сигнала-

ВОЛКОВА И.В. КЛИМЕНКО В.В. САФРАЗЬЯН Л.Т.
Имидж политических лидеров России в СМИ

лов - именно они ввели в действие понижающие значение индекса коэффициенты. Примечательно, что основная часть отрицательных сигналов - 35 у Березовского и 16 у Чубайса - пришлась на категорию "нравственность". Учитывая, что данная категория вообще относится к зонам разреженной информационной плотности, можно сказать, что подобные негативные "пики" легли тяжёлым балластом на имиджевую политику этих лидеров.

Визуальный имидж лидеров. Уровень контроля над информационными потоками на данном компоненте достаточно велик: те лидеры, которые здесь занимают ведущие позиции, как правило, успешно ведут коммуникационную политику. Исключение могут составлять фигуры, к которым возникает спонтанный интерес в силу их причастности к острым событиям текущего дня. С августа по октябрь на данной площадке верховодила тройка политиков - Ельцин, Лебедь и Черномырдин с небольшими различиями друг от друга. В ноябре её вытеснила другая тройка - Рыбкин, Зюганов и Черномырдин. Ельцин оказался отброшенным на 4-ю позицию. Весьма внушительные результаты обнаружил Чубайс: он занял 6 место, преодолев со спринтерской скоростью в интервале август-ноябрь дистанцию от 24 позиции до середины первой десятки в рейтинге. В той же остросюжетной модальности развился и Березовский. Он занял 18 место, однако, если учесть, что по категориям "индивидуальный материал" и "собственный материал" у него отложилось 5 отрицательных сигналов (что является беспримерным случаем), информационный поток Березовского, без включения понижающих коэффициентов, можно уверенно сравнить с потоками лидеров, занявших первые строки.

Подводя итог ноябрьскому мониторингу, в первую очередь следует подчеркнуть, что именно в это время силовые линии информационного поля разворачиваются в сторону трех лидеров: Черномырдина, Чубайса и Березовского. Черномырдин вышел победителем во всех номинациях, а его суммарный рейтинг составил 5534,452 (у Ельцина только 4610,427). Однако, принимая во внимание, что не менее 2000 единиц дала одна лишь категория "здоровье", разрыв между президентом и премьером можно оценить как беспримерный.

В то время, как фаворит предшествующих месяцев Лебедь откатился на 22 позицию, растворившись в информационном пространстве, не слишком популярные политики Чубайс и Березовский, напротив, развили успех, заняв, вопреки воздвигнутым препятствиям, по суммарному рейтинговому индексу 6 и 9 места. Кроме Черномырдина, Ельцина и Рыбкина ни один государственный чиновник не добился столь высоких показателей.

И в заключение о президенте. Обратившись к радикальным методам лечения затянувшейся болезни, в ноябре президент поставил себя и перед необходимостью применения радикальных средств в перспективе возвращения к активной политической деятельности: во-первых, по расчистке завалов в области собственного имиджа, а, во-вторых, по нейтрализации крайне неблагоприятных для него последствий премьерского бенефиса.

Наконец, обратимся к майской ситуации, в разрезе аналитики ценной тем, что в преддверии летнего замирания политической жизни она знаменует собой важный промежуточный итог процессов, последовавших за включением президента в реальную политику с начала 1997 г.. На май

пришлись серьёзные изменения в кадровом составе правительства, свидетельствующие о маневрировании президента под давлением общественного мнения и груза его персональной ответственности за ряд провалов. Усиление правительства А.Чубайсом и Б.Немцовым дало ожидаемый эффект в виде падения влияния Черномырдина и укрепления личного контроля Ельцина над деятельностью правительства. Первоначальное намерение оставить только один пост первого вице-премьера с тем, чтобы ратировать сюда из руководства президентской администрации А.Чубайса, раскрывает политический смысл принятых решений. Однако введение в правительство Б.Немцова представляется не просто уступкой общественному мнению, для которого личность Чубайса стала чем-то вроде сильного аллергена, или желанием "вырастить" потенциального преемника. По-видимому, на произведённые перестановки можно посмотреть шире - под углом зрения процесса реструктуризации политической элиты. Этот процесс нацелен на решение кардинальной задачи - обеспечить определённому кругу политических лидеров преимущественное влияние в будущем раскладе политических сил. На сегодняшний день в составе политической элиты можно выделить три большие группы. Это, во-первых, общественно-политические организации и их представители в парламенте. Во-вторых, выборные мэры и губернаторы. В-третьих, это представители органов исполнительной власти. Именно на перспективу этой последней части политической элиты и ориентированы происходящие перемены.

Основные рычаги аппаратного влияния перешли к А.Чубайсу и Б.Немцову и соответственно к их креатурам в составе правительства и администрации президента. В противовес этой тенденции отеснённый на должность "свадебного генерала" премьер настойчиво пытается наладить контакты в независимой от исполнительной власти сфере (блок с А.Шумейко и С.Филатовым), очевидно, предусматривая для себя запасной путь в случае столкновения с молодой элитой, укрепившейся в окружении президента. Данный майского мониторинга позволяют установить, как реализовываются эти комбинации в информационном пространстве и дать прогноз тенденций среднесрочного масштаба.

Общая характеристика информации. В целом, в мае наблюдается спад общей суммы сигналов по всем лидерам, что связано с начинающимся затуханием политической активности в канун отпускного периода. В числе главных тенденций информационных процессов следует выделить определившееся начиная с марта подавляющее доминирование Ельцина. Президент в полной мере возместил потери, понесённые в период болезни, установив в марте соотношение с Черномырдиным по общей сумме сигналов 1475 к 632, а в мае 1090 к 493.

С марта начинается стремительное падение "веса" Черномырдина в информационной среде, а в мае он практически сравнивается с четырьмя политиками - Немцовым, Лужковым, Чубайсом и Примаковым, что означает фактическую утрату исключительного статуса в сфере СМИ. Зато постоянно набирает обороты Немцов: в мае он переместился с 4 позиции (марта и апреля) на 3-ю позицию с отрывом почти в 100 сигналов за следующим за ним Лужковым. Последний является, по-видимому, единственным политиком, не входящим непосредственно в президентское окружение, кото-

ВОЛКОВА И.В. КЛИМЕНКО В.В. САФРАЗЬЯН Л.Т.
Имидж политических лидеров России в СМИ

рый значительно улучшил свое положение. По сравнению с апрелем он поднялся с 7-го на 4-е место, оттеснив А.Чубайса с 3-го (март, апрель) на 5-е место.

В целом май сложился неблагоприятно для публичных политиков: из зоны заметной информационной видимости выпадают Зюганов, Жириновский, Явлинский, Лебедь, Селезнёв. Зато заполняют информационное пространство, поддерживая тем самым всю исполнительную вертикаль, А.Куликов, И.Рыбкин, Е.Примаков, Б.Березовский. Материалы мая дают все основания для вывода о резко возросшем доминировании этой вертикали по сравнению с предшествующим периодом. Сделанный вывод подтверждается и распределением информационных сигналов по жанрам. Из 8 лидеров, набравших свыше 25 аналитических сигналов (по масштабам жанра - это элитные результаты), лишь Зюганов, Масхадов и Лужков не относятся к представителям органов исполнительной власти: в фокусе внимания аналитиков находятся государственные деятели первого ранга - Ельцин, Чубайс, Черномырдин и Немцов (последние двое идут почти вровень).

Политические позиции лидеров. Примечательной особенностью мая является превращение подкомпонента "цели" в зону разреженного информационного пространства. В условиях, когда большинству участников политической гонки становится понятным, что лидеров не догнать и не достичь реального участия в принятии важных политических решений, заявления о целях в значительной степени утрачивают для них смысл, а журналисты и аналитики теряют интерес к обсуждению их целей. Во многом именно по этой причине на подкомпоненте устанавливается безраздельная власть супер-звёзд российской политики: Ельцина, Черномырдина, Лужкова, Немцова и Зюганова. Причём характерно, что лишь первая тройка инициирует господствующие информационные потоки. Их рейтинговые индексы составляют соответственно 595,483; 333,509; 319,531.

Подкомпонент "методы" притягивает к себе большой объём информации. По-прежнему в напряжённом режиме "работают" категории "борьба с преступностью", "бюрократические методы решения внутренних проблем". Необычно другое: натиск представителей структур исполнительной власти и их размещение на девяти лидирующих позициях. Это - Ельцин, Масхадов, Черномырдин, Рыбкин, Немцов, Куликов, Березовский, Ковалёв Н.Д., Примаков. Замыкающим первой десятки оказался представитель законодательной власти Г.Селезнёв, который ещё в марте числился по рейтинговому показателю на третьем месте. Таким образом, публичные политики, депортированные с места их прежней постоянной прописки, потерпели сокрушительное поражение. На периферии информационного пространства уцелели только Селезнёв (10 место) и В.Шумейко (11 место). Зато снизу на них буквально "напирают" Чубайс, Дубинин и Скуратов. Всё это позволяет сделать вполне обоснованный вывод о фактически полном захвате выдвиженцами от исполнительной власти информационного пространства компонента.

Подкомпонент "оценки" в мае дал тяжёлую взвесь в виде отрицательных рейтинговых индексов. Здесь произошла поляризация ферзей и пешек политической игры: в то время, как первых "прибило" к полосе негативной части рейтинга, вторых "вынесло" на участок позитивного рейтинга.

Примечательно, что в благоприятной зоне из правительственной команды задержался только Черномырдин с очень почётным 8 местом в рейтинге, в то время как Ельцин, Чубайс, а также Зюганов, Явлинский и Лебедь попали в последний арьергардный отряд.

Политическая практика лидеров. Как и в предшествующие весенние месяцы, на данном компоненте правит бал четвёрка в составе Ельцина, Черномырдина, Немцова и Чубайса. Новый нюанс в сравнении с предшествующими двумя месяцами, когда Чубайс абонировал третье место, состоит в замещении его на этой позиции сверхэнергичным Немцовым. В целом эта четвёрка оказывает столь сильное давление на информационное пространство, что в общественном сознании не может не сложиться искажённого представления о политической практике, ограничивающейся деятельностью этих лиц. Несколько корректируют положение дел шестое и седьмое место, принадлежащие Селезнёву и Зюганову, а также 9 место, доставшееся Лужкову. Вместе с тем становится всё более очевидным, что "старлетки" правительственной команды, следующие в коридоре зелёного света, всё более основательно оттирают на обочину ветеранов политической борьбы.

Личные качества лидера. Данный компонент традиционно является зоной разреженной информации, поэтому динамика лидеров здесь особенно высока, и лидеры часто меняются. Стабильные результаты показывают лишь Ельцин и Черномырдин, главным образом, вследствие устойчиво-значительного общего объёма информации. В мае (так же, как и в апреле) здесь выделилась ведущая четвёрка - Ельцин, Черномырдин, Жириновский и Лужков. Особо следует отметить тот факт, что неуклонно преодолевая сопротивление неблагоприятного для них информационного материала, на этом компоненте "подтягиваются" Немцов и Чубайс, взявшие в мая 7-ю и 12-ю строки в рейтинге. Из крупных политиков неожиданный и серьёзный прорыв осуществил только Лужков: передвинувшись ещё в апреле с 13-й позиции на 4-ю, в мае он не только её удержал, но и увеличил свой рейтинговый индекс.

Визуальный имидж политика. Итоги мая на данном компоненте не принесли неожиданностей. Поскольку ситуация на компоненте поддается гибкому контролю (заказ индивидуальных материалов в прессе, резервирование эфирного времени на телевидении и т.п.) абсолютное превосходство корифеев исполнительной власти - Ельцина, Черномырдина, Чубайса и Немцова - не нуждается в комментариях. Единственное отклоняющееся явление в этой диспозиции можно усмотреть в 4-й позиции, занятой Зюгановым. Учитывая, однако, что здесь Зюганов находится во "враждебном окружении", его положение навряд ли следует считать устойчивым. В "хорошей спортивной" форме на данном компоненте снова показал себя Лужков: его шестое место, чуть отстающее по сумме баллов рейтингового индекса от пятого места Немцова, даёт основания для прогнозирования дальнейшего успеха.

Результаты исследования имиджа политических лидеров в информационном пространстве мая подводят к однозначному выводу о безусловном приоритете четырёх наиболее репрезентативных фигур исполнительной вертикали: Ельцина, Черномырдина, Немцова и Чубайса. Весенние меся-

ВОЛКОВА И.В. КЛИМЕНКО В.В. САФРАЗЬЯН Л.Т.
Имидж политических лидеров России в СМИ

цы и особенно май показали огромные потенции роста молодых политиков, давших фору опытному премьеру. Одновременно наиболее мощную динамику обнаружил Немцов, в мае обогнавший Чубайса по величине суммарного рейтинга (2642,234 против 1959,581). Поскольку за каждым из этих политиков стоит определённая команда, обосновавшаяся в высших эшелонах власти, финансово-промышленных кругах, общественно-политических движениях, средствах массовой информации, то внезапное выдвижение этих лиц, а самое главное, стабильное закрепление их лидирующих позиций не может не являться свидетельством внутривнутриполитической экспансии молодых прагматически настроенных лидеров. Они уверенно прокладывают дорогу к долгосрочному успеху, в то время как их соперники из числа независимых политиков постепенно сдают позиции. Так в мае лидер коммунистов Зюганов оказался отброшенным на 11-е место по суммарному индексу, регрессировав ещё больше по сравнению с предшествующими месяцами (в марте он значился на 5-м месте, в апреле на 8-м).

Однако в расстановку сил на информационном пространстве может вмешаться и "третья сила". Вряд ли её появление следует ожидать со стороны Явлинского, Жириновского и Лебеда. Все они с разными темпами, в разном размере, но по общей тенденции одинаково несут потери в области своего имиджа и влияния на текущие политические процессы. Положительную динамику из крупных политиков показывает лишь Лужков (в марте он занял 15-е место с рейтингом 713,990 в апреле - 11-е с рейтинговым индексом 695,414, а в мае - 8-е с индексом 1279,961).

При условии применения современных методов формирования коммуникационной политики лидеров возможно перегруппировка сил в информационном пространстве. Однако судя по последним тенденциям спонтанных и случайных успехов в реализации имиджа лидеров будет всё меньше. Лишь жёсткая, заранее спланированная борьба за влияние в прессе и на телевидении может в качестве отдачи принести реальные политические дивиденды.

Как можно убедиться даже из нашего выборочного обзора, информационное пространство обладает не только способностью отражать диспозиции, складывающиеся на политической сцене, но и активно воздействовать на них, выступая в некотором роде аналогом контрольно-пропускного пункта для участников политического марафона. Коммуникационная политика в сфере СМИ является ключевым звеном, с помощью которого политик может добиться эффекта трамплина в карьере, либо в худшем варианте - сойти с дистанции. При этом основополагающие характеристики информационного потока: непрерывность - дискретность, равномерная - колеблющаяся сила напора на охваченном пространстве, стабильная - меняющаяся динамика прироста на ведущих направлениях - могут служить надёжными ориентирами для прогностических выкладок.

Концептуализированная разработка и реализация коммуникационной политики даёт большой бонус в исправлении имиджа даже тем из политиков, которые не могут предъявить достижений в области конкретной практической деятельности, разумеется, в тех случаях, когда речь не идёт о катастрофических провалах или Геростратовой славе. Феномен "скачка" Лебеда, Чубайса и Немцова позволяет не без оснований предположить, что на определённых оборотах форсированной коммуникационной политики

вступает в действие мощный механизм аберрации общественного восприятия политика, позволяющий нейтрализовать негативную реакцию на те или иные аспекты политического курса.

Выводы и прогнозы, сделанные на основе исследования процессов в СМИ, сопоставимы с данными опросов общественного мнения. Не углубляясь в эту тему, отметим только конструктивное начало, заложенное во взаимодополняемости информационных и опросных способов изучения эффективности деятельности политиков. Наиболее ценный момент здесь видится в возможности сравнения результирующих показателей деятельности политика в её разных циклических стадиях: в то время как информационные рейтинги представляют эту деятельность в плане активного воздействия по каналам СМИ на потенциальных избирателей, то опросные фиксируют её конечный выход.

По данным опроса ВЦИОМа от 16-22, мая в случае возможных выборов в мае 1997 г. столкновение пары Зюганов-Немцов дало бы следующие результаты: за Зюганова проголосовало бы 24% избирателей, а за Немцова 45%. Сопоставим рейтинги их имиджа в СМИ за май - 892,819 у Зюганова и 2642,234 у Немцова. Столкновение пары Лебедь-Немцов также привело бы к победе Немцова - 38% за него и 27% за Лебеда. Имиджевый рейтинг Лебеда в мае - 379,747. В случае борьбы с Ю.Лужковым Немцов также победил бы - 23% за Ю.Лужкова и 35% за Немцова. Имиджевый рейтинг Лужкова 1279,961.

Как видим автоматической взаимосвязи между имиджевым рейтингом лидера и его реальной популярностью в массах нет. Однако данные приведённого опроса, как и других, дают основание для вывода, что есть определённый предел информационного давления на общественное сознание, когда "ломаются" механизмы критического отношения к политическому лидеру. Как в период выборов Б.Ельцин, так и в мае Б.Немцов вышли за рамки указанной грани. Своевременно увидеть, кто из политических лидеров, или даже какая команда получает потенциальный перевес над соперниками, перевес, который в большинстве случаев невозможно определить традиционным логико-интуитивным анализом, позволяет предлагаемый вниманию читателей проект.

Далее в приложении мы приводим таблицы суммарного рейтинга 25-и ведущих политических лидеров, позволяющие читателю составить представление о динамике изменений в имидже политической элиты России в СМИ.

МИР РОССИИ. 1997. N3

Приложения

СУММАРНЫЙ РЕЙТИНГ ИМИДЖА ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ

Апрель 1996 года

	Фамилия	ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОЗИЦИИ ЛИДЕРА			ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА ЛИДЕРА	ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА ЛИДЕРА	ВИЗУАЛЬНЫЙ ИМИДЖ ЛИДЕРА	РЕЙТИНГ
		ЦЕЛИ	МЕТОДЫ	ОЦЕНКИ				
1	Ельцин Б.Н.	1443.098	737.861	295.197	3013.681	530.632	254.949	6275.419
2	Зюганов Г.А.	62.297	298.995	152.205	1731.049	253.725	376.072	2874.343
3	Черномырдин В.С.	259.320	370.271	122.005	958.785	67.005	238.803	2016.189
4	Лившиц А.Я.	621.244	0.464	121.635	316.364		148.501	1208.208
5	Лебедь А.И.	42.485	128.485	117.156	353.231	54.974	192.847	889.177
6	Горбачев М.С.	43.036	24.100	56.164	444.737	10.367	219.820	798.225
7	Явлинский Г.А.		112.566	77.116	339.996	38.245	190.891	758.813
8	Жириновский В.В.	0.041	41.429	83.102	342.693	120.838	164.647	752.750
9	Завгаев Д.Г.	0.517	136.962	28.881	385.291	-0.036	121.500	673.115
10	Грачев П.С.	0.151	165.958	41.020	265.256	-0.969	162.545	633.961
11	Михайлов В.А.	13.500	191.819	13.536	208.008		148.500	575.363
12	Брынцалов В.А.	47.983	1.255	83.934	160.529	78.221	190.155	562.077
13	Селезнев Г.Н.	14.412	69.329	40.837	206.625	15.296	94.704	441.203
14	Федоров С.Н.	0.701	69.326	3.084	196.744	43.489	108.471	421.816
15	Скуратов Ю.И.	84.121	0.041	56.804	112.478	64.800	94.683	412.927
16	Пансков В.Г.	203.044	0.041	81.940	17.078	16.200	81.000	399.304
17	Строев Е.С.	13.662	82.109	12.758	194.073	0.726	95.029	398.357
18	Каданников В.В.	27.536	41.682	13.536	195.263		81.125	359.142
19	Примаков Е.М.	11.959	0.621	0.509	237.857		81.622	332.568
20	Лужков Ю.М.	29.629	0.786	14.534	185.462	1.621	98.685	330.717
21	Филатов С.А.	0.054	0.879	0.513	152.465	27.405	121.501	302.817
22	Ковалев В.А.	13.500	72.900		113.400		94.500	294.300
23	Масхадов А.А.	13.500	141.751		41.098		94.500	290.850
24	Шаймиев М.Ш.	20.250	-34.197	2.638	145.474	61.187	81.121	276.474
25	Шахкум М.Л.	48.600	-13.455	124.200	27.437	16.785	40.543	244.110

ВОЛКОВА И.В. КЛИМЕНКО В.В. САФРАЗЬЯН Л.Т.
Имидж политических лидеров России в СМИ

Июнь 1996 года

	Фамилия	ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОЗИЦИИ ЛИДЕРА			политическая практика лидера	личные качества лидера	визуальный имидж лидера	рейтинг
		ЦЕЛИ	МЕТОДЫ	ОЦЕНКИ				
1	Ельцин Б.Н.	05.423	887.205	698.441	4123.404	2093.442	720.603	9228.517
2	Зюганов Г.А.	214.129	347.480	528.472	2488.983	608.730	502.817	4690.611
3	Лебедь А.И.	344.874	382.265	387.795	1953.457	708.460	522.652	4299.503
4	Явлинский Г.А.	120.894	250.291	432.945	896.899	657.592	511.665	2870.286
5	Черномырдин В.С.	83.827	207.198	86.997	1828.331	124.117	373.161	2703.631
6	Жириновский В.В.	99.019	229.555	414.671	1115.526	336.536	459.350	2654.657
7	Лужков Ю.М.	268.321	34.251	268.022	735.194	204.521	365.422	1875.732
8	Михайлов В.А.		469.872		575.228		229.500	1274.600
9	Федоров С.Н.	68.507	109.439	83.105	280.004	180.587	358.749	1080.391
10	Брыцалов В.А.	124.402	43.402	47.329	349.939	186.731	279.454	1031.257
11	Тулеев А.М.	94.500	56.271	112.306	449.346	14.398	275.899	1002.721
12	Горбачев М.С.	27.877	54.877	82.723	332.708	115.046	366.030	979.260
13	Масхадов А.А.		435.389	13.500	325.029		202.503	976.421
14	Шаккум М.Л.	197.265	72.252	62.286	275.965	56.945	292.145	956.857
15	Рябов Н.Т.			0.526	681.120	0.036	258.577	940.258
16	Лившиц А.Я.	149.201	27.437	27.000	207.593	276.750	243.002	930.984
17	Завгаев Д. Г.		135.581	5.636	527.172	0.945	149.469	888.803
18	Анпилов В.И.	16.200	29.997	97.236	14.089	.587	310.874	875.982
19	Илюхин В.И.	40.500		98.907	383.468	27.000	202.572	752.446
20	Лобов О.И.	16.551	3.579	13.500	406.833	27.346	163.442	641.251
21	Грачев П.С.		0.495	75.184	243.220	26.990	287.657	633.546
22	Куликов А.С.	102.636	32.400		249.462	12.895	229.508	626.901
23	Строев Е.С.	0.473	54.585	70.864	274.658		189.160	589.740
24	Сатаров Г.А.		13.536	89.986	219.937	-0.135	203.263	526.587
25	Примаков Е.М.	1.573	14.725	27.503	317.384		164.147	525.331

МИР РОССИИ. 1997. N3

Июль 1996 года

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОЗИЦИИ ЛИДЕРА								
	Фамилия	ЦЕЛИ	МЕТОДЫ	ОЦЕНКИ	ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА ЛИДЕРА	ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА ЛИДЕРА	ВИЗУАЛЬНЫЙ ИМИДЖ ЛИДЕРА	РЕЙТИНГ
1	Ельцин Б.Н.	388.990	511.327	295.407	3103.048	1195.551	539.855	6034.178
2	Черномырдин В.С.	340.834	420.481	275.022	2669.494	154.919	342.415	4203.164
3	Лебедь А.И.	726.789	266.520	178.062	1860.027	148.114	467.724	3647.235
4	Зюганов Г.А.	90.191	106.506	216.254	1206.514	381.305	411.050	2411.821
5	Лужков Ю.М.	297.978	71.340	15.168	745.148	142.151	315.497	1587.283
6	Завгаев Д.Г.	0.018	179.064	113.400	708.413	13.460	229.579	1243.934
7	Куликов А.С.	198.635	118.836	0.913	589.544	3.618	256.690	1168.237
8	Чубайс А.Б.	13.671	15.802	106.657	536.385	115.223	273.714	1061.451
9	Селезнев Г.Н.	0.300	84.542	128.208	474.593	26.881	282.678	997.201
10	Родионов И.Н.	42.852	33.865	84.659	452.394	95.593	259.822	969.184
11	Явлинский Г.А.	79.352	68.310	79.649	374.792	84.145	244.545	930.794
12	Лившиц А.Я.	141.685	29.407	42.367	347.557	75.107	217.099	853.221
13	Примаков Е.М.	41.102	0.909	0.585	613.293	2.093	148.627	806.609
14	Жириновский В.В.	0.043	27.054	121.500	417.559	10.287	216.876	793.319
15	Михайлов В.А.	13.543	178.272	20.250	324.367	13.500	229.543	779.476
16	Рыбкин И.П.	13.500	96.451	135.266	189.093	13.554	243.051	690.915
17	Анпилов В.И.	32.400	13.841	105.408	249.200	42.659	218.483	661.991
18	Шохин А.Н.	0.386	16.845	120.055	316.883	27.090	175.979	657.237
19	Рябов Н.Т.		0.036	0.036	367.846	13.554	202.573	584.045
20	Илюшин В.В.		2.484	14.453	317.514	55.569	189.292	579.314
21	Скурагов Ю.И.	105.884	16.200	56.772	181.281	16.236	202.500	578.874
22	Масхадов А.А.		123.396		209.291	94.986	148.578	576.251
23	Лобов О.И.	0.036	42.621		305.248	1.075	189.018	537.997
24	Рыжков Н.И.		41.332	16.485	270.234	2.006	148.510	478.567
25	Ковалев Н.Д.	70.324	13.536		222.561	28.902	135.554	470.876

ВОЛКОВА И.В. КЛИМЕНКО В.В. САФРАЗЬЯН Л.Т.
Имидж политических лидеров России в СМИ

Август 1996 года

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОЗИЦИИ ЛИДЕРА								
Фамилия	ЦЕЛИ	МЕТОДЫ	ОЦЕНКИ	ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА ЛИДЕРА	ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА ЛИДЕРА	ВИЗУАЛЬНЫЙ ИМИДЖ ЛИДЕРА	РЕЙТИНГ	
1.	Ельцин Б.Н.	158.972	454.776	21.776	2125.929	984.357	464.395	4210.204
2.	Лебедь А.И.	16.927	976.883	157.683	2258.602	140.477	384.210	3934.782
3.	Черномырдин В.С.	205.442	579.041	102.188	1791.929	179.440	316.689	3174.729
4.	Масхадов А.А.		689.283	0.091	665.929	40.500	271.557	1667.360
5.	Завгаев Д.Г.	0.085	231.193	61.112	708.124		271.478	1271.992
6.	Зюганов Г.А.	2.003	142.577	184.820	510.911	21.384	290.888	1152.585
7.	Куликов А.С.	29.554	84.901	-8.087	614.802	15.836	284.206	1021.211
8.	Родионов И.Н.	29.160	218.766	2.132	425.123	33.646	204.830	913.658
9.	Михайлов В.А.		205.380	0.036	479.696		175.500	860.612
10.	Лившиц А.Я.	47.333	15.049	43.830	353.622	81.987	272.304	814.125
11.	Жириновский В.В.	30.254	63.450	193.679	163.136	88.480	219.792	758.792
12.	Лужков Ю.М.	56.551	69.639		246.963	17.055	180.678	571.326
13.	Тулеев А.М.	1.828	68.129	32.400	234.623	20.004	162.855	519.839
14.	Чубайс А.Б.	1.095	14.819	64.321	241.996	20.291	141.266	483.788
15.	Большаков А.А.	1.349	0.132	0.536	248.840	69.436	162.776	483.070
16.	Шэфранник Ю.К.	70.739	1.110	0.041	192.154	0.367	162.475	426.887
17.	Скуратов Ю.И.	76.023		0.043	183.205		148.540	407.810
18.	Наздратенко Е.И.	57.286	0.186	124.475	55.927	15.995	148.656	402.525
19.	Каданников В.В.	27.527	0.090	13.419	183.804	27.338	148.634	400.812
20.	Примаков Е.М.	15.139	0.478	0.036	247.431	14.042	108.430	385.555
21.	Лобов О.И.	0.091	53.217	2.053	149.699	53.165	122.444	380.669
22.	Туманов В.А.			16.200	169.403	15.458	174.256	375.318
23.	Селезнев Г.Н.	0.171		14.033	219.053	0.072	135.072	368.401
24.	Шаймиев М.Ш.	0.083		27.000	190.505		121.906	339.494
25.	Ясин Е.Г.	0.688	13.730	0.133	156.363	13.982	148.975	333.872

МИР РОССИИ. 1997. №3

Сентябрь 1996 года

	Фамилия	ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОЗИЦИИ ЛИДЕРА			ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА ЛИДЕРА	ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА ЛИДЕРА	ВИЗУАЛЬНЫЙ ИМИДЖ ЛИДЕРА	РЕЙТИНГ
		ЦЕЛИ	МЕТОДЫ	ОЦЕНКИ				
1	Лебедь А.И.	191.396	857.654	376.048	2260.637	65.819	412.957	4164.511
2	Черномырдин В.С.	179.509	587.990	94.719	1842.428	160.805	332.048	3197.498
3	Ельцин Б.Н.	53.904	154.690	189.304	1518.908	659.541	429.684	3006.032
4	Масхадов А.А.	27.230	397.080	105.300	710.745	54.536	260.586	1555.477
5	Зюганов Г.А.	55.922	38.357	206.840	693.474	33.697	302.174	1330.465
6	Завгаев Д.Г.	29.950	267.848	82.350	612.507	-2.420	257.100	1247.336
7	Наздратенко Е.И.	70.862	43.725	139.660	394.214	158.975	272.225	1079.660
8	Примаков Е.М.	0.210	27.760	14.137	786.629		190.939	1019.674
9	Яндарбиев З.	27.000	289.504		428.429	81.649	176.405	1002.988
10	Лужков Ю.М.	57.540	56.962	78.733	372.465	89.168	319.561	974.428
11	Жириновский В.В.		3.478	108.935	433.017	69.190	271.870	886.490
12	Лившиц А.Я.	56.820	71.055	18.257	374.251	41.652	284.679	846.715
13	Чубайс А.Б.	29.769	63.133	67.967	394.218	2.274	137.402	694.763
14	Хакамада И.М.		81.000	13.500	337.500	-0.135	135.000	566.865
15	Родионов И.Н.	28.907	15.020	0.054	302.600	0.648	177.848	525.076
16	Лукин В.П.	0.079	81.122	29.736	199.491	0.421	189.075	499.924
17	Глазьев С.Ю.	0.579	46.452	48.491	120.160	0.119	243.665	459.466
18	Потанин В.О.	0.220	13.671	0.191	247.970	43.578	148.758	454.387
19	Илошин В.В.	13.500	13.500		150.344	13.500	162.000	352.844
20	Куликов А.С.	1.247	16.657		157.341	27.054	150.472	352.770
21	Селезнев Г.Н.	13.574	13.651	17.028	180.931		121.656	346.839
22	Гайдар Е.Т.	1.681	110.938	14.908	42.765	-1.650	175.592	344.233
23	Ясин Е.Г.	1.532	1.823	0.473	169.330	0.090	162.741	335.988
24	Ковалев В.А.		81.000	74.709	30.546		148.591	334.846
25	Стров Е.С.	4.720	27.238	1.391	152.539	2.884	133.498	322.269

ВОЛКОВА И.В. КЛИМЕНКО В.В. САФРАЗЬЯН Л.Т.
Имидж политических лидеров России в СМИ

Октябрь 1996 года

	Фамилия	ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОЗИЦИИ ЛИДЕРА			ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА ЛИДЕРА	ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА ЛИДЕРА	ВИЗУАЛЬНЫЙ ИМИДЖ ЛИДЕРА	РЕЙТИНГ
		ЦЕЛИ	МЕТОДЫ	ОЦЕНКИ				
1	Ельцин Б.Н.	300.230	184.202	210.714	2495.609	952.721	466.961	4610.436
2	Лебедь А.И.	37.433	582.568	530.772	2260.173	333.661	395.352	4139.958
3	Черномырдин В.С.	363.305	337.418	178.690	2670.543	100.800	393.688	4044.443
4	Куликов А.С.	16.228	178.820	286.420	1012.043	25.609	313.622	1832.742
5	Селезнева Г.Н.	113.982	124.081	142.502	1118.587	13.655	285.543	1798.350
6	Зюганов Г.А.	37.135	89.861	252.245	1041.354	26.411	299.871	1746.878
7	Лившиц А.Я.	68.633	146.146	35.847	953.581	-0.695	352.337	1555.849
8	Рыбкин И.П.		193.053	16.200	935.205	125.855	230.454	1500.766
9	Чубайс А.Б.	0.738	53.414	81.376	863.122	56.997	247.440	1303.088
10	Родионов И.Н.	68.915	16.406	98.105	802.302	11.922	231.770	1229.420
11	Коржаков А.В.	0.111	112.575	162.241	442.901	149.269	316.494	1183.591
12	Масхадов А.А.	13.604	253.478	32.400	483.969	74.812	257.597	1115.859
13	Яндарбиев З.	1.031	306.787	16.200	462.909	41.431	286.651	1115.010
14	Примаков Е.М.	70.313	0.562	89.100	716.189		189.128	1065.292
15	Жириновский В.В.	13.511	47.957	197.998	509.443	44.078	243.460	1056.446
16	Явлинский Г.А.	17.307	73.080	129.832	416.901	1.177	270.253	908.550
17	Лужков Ю.М.	22.438	6.944	51.593	470.652	51.381	233.727	836.737
18	Рущкой А.В.	13.824	15.258	33.234	370.133	155.392	217.697	805.538
19	Беляев С.Г.	1.493	16.973	90.548	420.341		216.055	745.410
20	Лукин В.П.	16.110	143.100	129.690	263.250	13.500	148.500	714.150
21	Илюшин В.В.	1.789	14.134	0.968	400.883	15.659	203.224	636.658
22	Батурин Ю.М.	16.254	15.572	32.436	231.349	13.500	216.013	525.123
23	Илюхин В.И.		47.474	78.354	229.265	-0.123	162.077	517.047
24	Строев Е.С.	18.243	47.641	0.036	292.353		148.577	506.850
25	Большаков А.А.		0.457		313.200	-0.421	189.000	502.236

МИР РОССИИ. 1997. N3

Ноябрь 1996 года

	Фамилия	ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОЗИЦИИ ЛИДЕРА			ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА ЛИДЕРА	ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА ЛИДЕРА	ВИЗУАЛЬНЫЙ ИМИДЖ ЛИДЕРА	РЕЙТИНГ
		ЦЕЛИ	МЕТОДЫ	ОЦЕНКИ				
1	Черномырдин В.С.	304.641	579.391	214.460	3792.184	311.606	332.170	5534.452
2	Ельцин Б.Н.	123.975	320.934	72.952	1385.796	2380.634	326.135	4610.427
3	Рыбкин И.П.	141.456	698.385	78.508	769.755	64.339	351.490	2103.933
4	Селезнев Г.Н.	55.964	105.677	143.319	1089.690	13.464	297.958	1706.072
5	Зюганов Г.А.	35.369	69.692	286.931	751.305	187.363	341.824	1672.484
6	Чубайс А.Б.	26.602	129.139	124.627	816.240	16.769	271.752	1385.128
7	Масхадов А.А.		336.405	16.200	544.210	114.750	256.581	1268.146
8	Жириновский В.В.	78.300	64.242	138.735	643.001	53.688	203.830	1181.796
9	Березовский Б.Г.	77.406	115.386	78.140	569.853	25.698	172.202	1038.684
10	Строев Е.С.	70.510	74.293	29.700	610.418	0.041	216.141	1001.103
11	Куликов А.С.	27.041	40.500	0.135	535.772	26.649	270.373	900.471
12	Илюхин В.И.	40.680	40.930	266.189	270.036	26.597	189.005	833.436
13	Явлинский Г.А.	0.089	41.337	114.865	318.665	4.076	216.463	695.494
14	Примаков Е.М.	1.199	1.719	0.585	494.855	0.079	176.935	675.371
15	Лужков Ю.М.	48.532	85.837	13.500	287.295	32.066	193.773	661.002
16	Яндарбиев З.	29.810	28.084		256.646	121.500	202.647	638.687
17	Лившиц А.Я.	21.137	0.115	1.277	413.302	19.280	162.657	617.768
18	Родионов И.Н.	0.819	0.108	1.761	432.421	0.351	162.947	598.407
19	Руцкой А.В.	0.663	3.301	95.165	179.626	78.514	206.846	564.116
20	Илюшин В.В.	17.171	16.122	70.241	295.944	-26.662	189.932	562.747
21	Беляев С.Г.		81.504	129.600	155.250		108.402	474.755
22	Лебедь А.И.	0.054	42.275	4.553	198.827	45.544	154.124	445.377
23	Бабурин С.Н.	13.500		54.122	235.251		122.564	425.437
24	Лукин В.П.	20.250	47.286	56.349	155.358	0.133	136.311	415.688
25	Батурин Ю.М.	-0.089		1.569	224.839	5.686	162.131	394.136

Имидж политических лидеров в СМИ

журнал "Бизнес и политика"

ВОЛКОВА И.В. КЛИМЕНКО В.В. САФРАЗЬЯН Л.Т.
Имидж политических лидеров России в СМИ

Декабрь 1996 года

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОЗИЦИИ								
Фамилия	ЛИДЕРА			ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА	ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА	ВИЗУАЛЬНЫЙ ИМИДЖ	РЕЙТИНГ	
	ЦЕЛИ	МЕТОДЫ	ОЦЕНКИ					
1	Черномырдин В.С.	204.375	124.053	54.561	2814.732	135.351	422.659	3755.730
2	Ельцин Б.Н.	244.493	3.404	30.229	2100.220	964.598	393.911	3736.855
3	Зюганов Г.А.	0.662	20.853	110.220	911.125	115.406	271.750	1430.015
4	Родионов И.Н.			95.397	917.333	155.196	256.855	1424.782
5	Рыбкин И.П.	47.250	182.132	14.029	896.436	13.738	257.108	1410.692
6	Лужков Ю.М.	7.392	2.444	67.970	934.085	81.189	275.708	1368.788
7	Масхадов А.А.		83.098		486.000	533.250	229.558	1331.906
8	Лившиц А.Я.	0.401	1.662	40.500	899.215	0.637	283.628	1226.043
9	Селезнев Г.Н.	61.617	0.526	16.243	720.900	137.700	203.322	1140.308
10	Жириновский В.В.		13.500	28.983	684.450	54.437	270.969	1052.339
11	Примаков Е.М.	0.454	0.072	0.635	783.000		216.412	1000.573
12	Строев Е.С.	36.450	16.200	16.200	664.236	32.400	189.000	954.486
13	Яндарбиев З.	13.500	20.250		209.250	452.131	189.000	884.131
14	Потанин В.О.	0.079	75.600	54.000	522.450	13.500	175.594	841.223
15	Задорнов М.М.	40.500	48.600	81.000	402.300	16.200	243.000	831.600
16	Березовский Б.А.	14.609	45.818	19.624	405.224	26.721	204.137	716.133
17	Чубайс А.Б.	1.904		20.293	387.195	87.714	216.660	713.766
18	Беляев С.Г.			46.099	474.551		175.503	696.153
19	Явлинский Г.А.	1.318	0.437	75.679	247.093	64.728	257.013	646.263
20	Немцов Б.Е.	54.000		70.200	234.900	67.500	189.000	615.690
21	Рохлин Л.Я.	1.473	16.200	152.743	190.403	42.849	190.960	594.629
22	Лебедь А.И.	1.049	114.854	13.500	117.168	108.000	205.139	559.709
23	Аушев Р.С.	49.057	0.072	48.672	180.900	59.400	151.279	489.379
24	Батурин Ю.М.			0.043	297.108		189.098	486.250
25	Лукин В.П.			78.300	248.400	13.500	108.000	448.200

МИР РОССИИ. 1997. N3

Январь 1997 года

	Фамилия	ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОЗИЦИИ ЛИДЕРА			ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА ЛИДЕРА	ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА ЛИДЕРА	ВИЗУАЛЬНЫЙ ИМИДЖ ЛИДЕРА	РЕЙТИНГ
		ЦЕЛИ	МЕТОДЫ	ОЦЕНКИ				
1	Ельцин Б.Н.	277.940	162.975	53.032	1988.422	1696.986	344.154	4523.509
2	Черномырдин В.С.	148.973	259.388	112.960	1828.000	206.597	373.338	2929.257
3	Масхадов А.А.	84.208	51.992	65.535	780.689	655.843	234.205	1872.473
4	Яндарбиев З.	93.150	27.000	50.794	638.446	499.459	270.002	1578.850
5	Лебедь А.И.	21.812	97.597	148.774	624.482	228.862	352.830	1474.358
6	Лужков Ю.М.	101.687	0.202	75.055	744.932	186.536	348.512	1456.923
7	Рыбкин И.П.	0.036	253.125	0.888	771.410	77.715	262.806	1365.981
8	Примаков Е.М.	140.436	1.431	32.990	883.279	27.935	271.750	1357.821
9	Селезнев Г.Н.	67.500	160.240	64.556	690.077	41.840	271.596	1295.809
10	Строев Е.С.	214.592	87.750	17.651	637.700	15.528	273.873	1247.094
11	Илюхин В.И.	99.549	77.218	216.390	547.052	-0.041	255.352	1195.520
12	Зюганов Г.А.	67.260	20.291	121.596	576.563	68.383	311.238	1165.331
13	Чубайс А.Б.	0.526	102.278	33.569	570.484	27.480	320.187	1054.525
14	Жириновский В.В.	48.992	0.462	121.441	406.351	51.261	257.487	885.994
15	Куликов А.С.	80.228	40.500	16.134	354.051	67.459	257.216	815.588
16	Скуратов Ю.И.	77.121	16.205	0.005	278.100	98.550	270.013	739.995
17	Шохин А.Н.		-0.135	81.830	453.893	-0.041	183.593	719.140
18	Лившиц А.Я.	16.200	60.791	0.196	257.850	124.296	248.876	708.210
19	Явлинский Г.А.	32.400	0.824	49.287	283.188		251.926	617.625
20	Родионов И.Н.		0.351	30.268	384.214	0.871	192.107	607.810
21	Большаков А.А.	0.041	0.041	0.737	378.834		175.546	555.200
22	Беляев С.Г.		16.200	62.100	259.241	16.200	197.100	550.841
23	Ясин Е.Г.	0.351	61.183	0.193	273.008	0.041	189.162	523.938
24	Аушев Р.С.	40.500	81.000	20.250	137.700	54.000	189.000	522.450
25	Березовский Б.А.	16.383	17.583	41.238	195.354	15.631	219.371	505.559

ВОЛКОВА И.В. КЛИМЕНКО В.В. САФРАЗЬЯН Л.Т.
Имидж политических лидеров России в СМИ

Февраль 1997 года

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОЗИЦИИ								
	Фамилия	ЛИДЕРА			ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА	ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА ЛИДЕРА	ВИЗУАЛЬНЫЙ ИМИДЖ ЛИДЕРА	РЕЙТИНГ
		ЦЕЛИ	МЕТОДЫ	ОЦЕНКИ				
1	Ельцин Б.Н.	277.940	162.975	53.032	1988.422	1696.986	344.154	4523.509
2	Черномырдин В.С.	148.973	259.388	112.960	1828.000	206.597	373.338	2929.257
3	Масхадов А.А.	84.208	51.992	65.535	780.689	655.843	234.205	1872.473
4	Яндарбиев З.	93.150	27.000	50.794	638.446	499.459	270.002	1578.850
5	Лебедь А.И.	21.812	97.597	148.774	624.482	228.862	352.830	1474.358
6	Лужков Ю.М.	101.687	0.202	75.055	744.932	186.536	348.512	1456.923
7	Рыбкин И.П.	0.036	253.125	0.888	771.410	77.715	262.806	1365.981
8	Примаков Е.М.	140.436	1.431	32.990	883.279	27.935	271.750	1357.821
9	Селезнев Г.Н.	67.500	160.240	64.556	690.077	41.840	271.596	1295.809
10	Строев Е.С.	214.592	87.750	17.651	637.700	15.528	273.873	1247.094
11	Илюхин В.И.	99.549	77.218	216.390	547.052	-0.041	255.352	1195.520
12	Зюганов Г.А.	67.260	20.291	121.596	576.563	68.383	311.238	1165.331
13	Чубайс А.Б.	0.526	102.278	33.569	570.484	27.480	320.187	1054.525
14	Жириновский В.В.	48.992	0.462	121.441	406.351	51.261	257.487	885.994
15	Куликов А.С.	80.228	40.500	16.134	354.051	67.459	257.216	815.588
16	Скуратов Ю.И.	77.121	16.205	0.005	278.100	98.550	270.013	739.995
17	Шохин А.Н.		-0.135	81.830	453.893	-0.041	183.593	719.140
18	Лившиц А.Я.	16.200	60.791	0.196	257.850	124.296	248.876	708.210
19	Явлинский Г.А.	32.400	0.824	49.287	283.188		251.926	617.625
20	Родионов И.Н.		0.351	30.268	384.214	0.871	192.107	607.810
21	Большаков А.А.	0.041	0.041	0.737	378.834		175.546	555.200
22	Беляев С.Г.		16.200	62.100	259.241	16.200	197.100	550.841
23	Ясин Е.Г.	0.351	61.183	0.193	273.008	0.041	189.162	523.938
24	Аушев Р.С.	40.500	81.000	20.250	137.700	54.000	189.000	522.450
25	Березовский Б.А.	16.383	17.583	41.238	195.354	15.631	219.371	505.559

МИР РОССИИ. 1997. N3

Март 1997 года

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОЗИЦИИ ЛИДЕРА								
Фамилия	ЦЕЛИ	МЕТОДЫ	ОЦЕНКИ	ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА ЛИДЕРА	ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА ЛИДЕРА	ВИЗУАЛЬНЫЙ ИМИДЖ ЛИДЕРА	РЕЙТИНГ	
1	Ельцин Б.Н.	277.940	162.975	53.032	1988.422	1696.986	344.154	4523.509
2	Черномырдин В.С.	148.973	259.388	112.960	1828.000	206.597	373.338	2929.257
3	Масхадов А.А.	84.208	51.992	65.535	780.689	655.843	234.205	1872.473
4	Яндарбиев З.	93.150	27.000	50.794	638.446	499.459	270.002	1578.850
5	Лебедь А.И.	21.812	97.597	148.774	624.482	228.862	352.830	1474.358
6	Лужков Ю.М.	101.687	0.202	75.055	744.932	186.536	348.512	1456.923
7	Рыбкин И.П.	0.036	253.125	0.888	771.410	77.715	262.806	1365.981
8	Примаков Е.М.	140.436	1.431	32.990	883.279	27.935	271.750	1357.821
9	Селезнев Г.Н.	67.500	160.240	64.556	690.077	41.840	271.596	1295.809
10	Строев Е.С.	214.592	87.750	17.651	637.700	15.528	273.873	1247.094
11	Илюхин В.И.	99.549	77.218	216.390	547.052	-0.041	255.352	1195.520
12	Зюганов Г.А.	67.260	20.291	121.596	576.563	68.383	311.238	1165.331
13	Чубайс А.Б.	0.526	102.278	33.569	570.484	27.480	320.187	1054.525
14	Жириновский В.В.	48.992	0.462	121.441	406.351	51.261	257.487	885.994
15	Куликов А.С.	80.228	40.500	16.134	354.051	67.459	257.216	815.588
16	Скуратов Ю.И.	77.121	16.205	0.005	278.100	98.550	270.013	739.995
17	Шохин А.Н.		-0.135	81.830	453.893	-0.041	183.593	719.140
18	Лившиц А.Я.	16.200	60.791	0.196	257.850	124.296	248.876	708.210
19	Явлинский Г.А.	32.400	0.824	49.287	283.188		251.926	617.625
20	Родионов И.Н.		0.351	30.268	384.214	0.871	192.107	607.810
21	Большаков А.А.	0.041	0.041	0.737	378.834		175.546	555.200
22	Беляев С.Г.		16.200	62.100	259.241	16.200	197.100	550.841
23	Ясин Е.Г.	0.351	61.183	0.193	273.008	0.041	189.162	523.938
24	Аушев Р.С.	40.500	81.000	20.250	137.700	54.000	189.000	522.450
25	БерезовскийБ.А	16.383	17.583	41.238	195.354	15.631	219.37V	505.559

Имидж политических лидеров в СМИ
журнал "Бизнес и политика"

ВОЛКОВА И.В. КЛИМЕНКО В.В. САФРАЗЬЯН Л.Т.
Имидж политических лидеров России в СМИ

Май 1997 года

	Фамилия	ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОЗИЦИИ ЛИДЕРА			ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА ЛИДЕРА	ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА ЛИДЕРА	ВИЗУАЛЬНЫЙ ИМИДЖ ЛИДЕРА	РЕЙТИНГ
		ЦЕЛИ	МЕТОДЫ	ОЦЕНКИ				
1	Ельцин Б.Н.	277.940	162.975	53.032	1988.422	1696.986	344.154	4523.509
2	Черномырдин В.С.	148.973	259.388	112.960	1828.000	206.597	373.338	2929.257
3	Масхадов А.А.	84.208	51.992	65.535	780.689	655.843	234.205	1872.473
4	Яндарбиев З.	93.150	27.000	50.794	638.446	499.459	270.002	1578.850
5	Лебедь А.И.	21.812	97.597	148.774	624.482	228.862	352.830	1474.358
6	Лужков Ю.М.	101.687	0.202	75.055	744.932	186.536	348.512	1456.923
7	Рыбкин И.П.	0.036	253.125	0.888	771.410	77.715	262.806	1365.981
8	Примаков Е.М.	140.436	1.431	32.990	883.279	27.935	271.750	1357.821
9	Селезнев Г.Н.	67.500	160.240	64.556	690.077	41.840	271.596	1295.809
10	Строев Е.С.	214.592	87.750	17.651	637.700	15.528	273.873	1247.094
11	Илюхин В.И.	99.549	77.218	216.390	547.052	-0.041	255.352	1195.520
12	Зюганов Г.А.	67.260	20.291	121.596	576.563	68.383	311.238	1165.331
13	Чубайс А.Б.	0.526	102.278	33.569	570.484	27.480	320.187	1054.525
14	Жириновский В.В.	48.992	0.462	121.441	406.351	51.261	257.487	885.994
15	Куликов А.С.	80.228	40.500	16.134	354.051	67.459	257.216	815.588
16	Скуратов Ю.И.	77.121	16.205	0.005	278.100	98.550	270.013	739.995
17	Шохин А.Н.		-0.135	81.830	453.893	-0.041	183.593	719.140
18	Лившиц А.Я.	16.200	60.791	0.196	257.850	124.296	248.876	708.210
19	Явлинский Г.А.	32.400	0.824	49.287	283.188		251.926	617.625
20	Родионов И.Н.		0.351	30.268	384.214	0.871	192.107	607.810
21	Большаков А.А.	0.041	0.041	0.737	378.834		175.546	555.200
22	Беляев С.Г.		16.200	62.100	259.241	16.200	197.100	550.841
23	Ясин Е.Г.	0.351	61.183	0.193	273.008	0.041	189.162	523.938
24	Аушев Р.С.	40.500	81.000	20.250	137.700	54.000	189.000	522.450
25	Березовский Б.А.	16.383	17.583	41.238	195.354	15.631	219.371	505.559

МИР РОССИИ. 1997. N3

Июнь 1997 года

	Фамилия	ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОЗИЦИИ ЛИДЕРА			ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА	ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА	ВИЗУАЛЬНЫЙ ИМИДЖ	РЕЙТИНГ
		ЦЕЛИ	МЕТОДЫ	ОЦЕНКИ				
1	Ельцин Б.Н.	277.940	162.975	53.032	1988.422	1696.986	344.154	4523.509
2	Черномырдин В.С.	148.973	259.388	112.960	1828.000	206.597	373.338	2929.257
3	Масхадов А.А.	84.208	51.992	65.535	780.689	655.843	234.205	1872.473
4	Яндарбиев З.	93.150	27.000	50.794	638.446	499.459	270.002	1578.850
5	Лебедь А.И.	21.812	97.597	148.774	624.482	228.862	352.830	1474.358
6	Лужков ЮМ.	101.687	0.202	75.055	744.932	186.536	348.512	1456.923
7	Рыбкин И.П.	0.036	253.125	0.888	771.410	77.715	262.806	1365.981
8	Примаков Е.М.	140.436	1.431	32.990	883.279	27.935	271.750	1357.821
9	Селезнев Г.Н.	67.500	160.240	64.556	690.077	41.840	271.596	1295.809
10	Строев Е.С.	214.592	87.750	17.651	637.700	15.528	273.873	1247.094
11	Илюхин В.И.	99.549	77.218	216.390	547.052	-0.041	255.352	1195.520
12	Зюганов Г.А.	67.260	20.291	121.596	576.563	68.383	311.238	1165.331
13	Чубайс А.Б.	0.526	102.278	33.569	570.484	27.480	320.187	1054.525
14	Жириновский В.В.	48.992	0.462	121.441	406.351	51.261	257.487	885.994
15	Куликов А.С.	80.228	40.500	16.134	354.051	67.459	257.216	815.588
16	Скуратов Ю.И.	77.121	16.205	0.005	278.100	98.550	270.013	739.995
17	Шохин А.Н.		-0.135	81.830	453.893	-0.041	183.593	719.140
18	Лившиц А.Я.	16.200	60.791	0.196	257.850	124.296	248.876	708.210
19	Явлинский Г.А.	32.400	0.824	49.287	283.188		251.926	617.625
20	Родионов И.Н.		0.351	30.268	384.214	0.871	192.107	607.810
21	Большаков А.А.	0.041	0.041	0.737	378.834		175.546	555.200
22	Беляев С.Г.		16.200	62.100	259.241	16.200	197.100	550.841
23	Ясин Е.Г.	0.351	61.183	0.193	273.008	0.041	189.162	523.938
24	Аушев Р.С.	40.500	81.000	20.250	137.700	54.000	189.000	522.450
25	Березовский Б.А.	16.383	17.583	41.238	195.354	15.631	219.371.	505.559