

Секция «Политико-психологические особенности политических процессов в современной России и в мире»

**Коммуникативный образ женщин-политиков в российских и западных СМИ:
сравнительный анализ**

Научный руководитель – Палитай Иван Сергеевич

Полякова Дарья Владимировна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
политологии, Кафедра социологии и психологии политики, Москва, Россия

E-mail: polyakovadariadaria2003@gmail.com

Каждому политику соответствует тот или иной образ в сознании граждан. Образ отражает как субъективные личностные характеристики, например, потребности или ожидания, так и реальные. [3]

Говоря о том, что влияет на формирование образов, важно выделить коммуникативный фактор. На сегодняшний день он, безусловно, играет значимую роль, оказывая серьезное влияние на восприятие политических объектов. Связано это в первую очередь со значительной интенсивностью воздействия средств массовой информации на сознание граждан, что делает актуальными исследования, посвященные анализу коммуникативных образов. Не менее актуальной проблемой в настоящее время является и вопрос о гендерном неравенстве, который по-разному интерпретируется различными государствами через призму их политических особенностей.

Эта проблема не обходит стороной и политическую сферу, где процент женщин у власти в достаточной степени варьируется и зависит от рассматриваемой страны, как отличаются и образы женщин-политиков в средствах массовой информации и социальных сетях разных стран.

Основная цель исследования - сравнить коммуникативный образ женщин-политиков в российских СМИ с образом женщин-политиков в СМИ таких государств, как Великобритания, Франция и США и проанализировать результаты.

Работа нацелена на разносторонний анализ таких российских СМИ, как "РИА Новости", RT на русском и "ТАСС". Из британских СМИ проведена работа с "The Guardian" и "The Times". Также были проанализированы американские средства массовой информации - "The New York Times" и "Wall Street Journal" и французские: "Le Monde" и "Liberation". Как в российских, так и в западных СМИ, образ женщин-политиков имеет как женские, так и мужские черты. В российских СМИ четко прослеживается граница между образами женщин-политиков разных возрастов, отсюда выделяется некий "советский тип" женщины-политического деятеля. [1]

Более того, женщины во власти в России имеют более деловой и невозмутимый образ, в то время как на Западе женщины-политики в СМИ чаще всего имеют образ "борца за права".

Важно также упомянуть, что общий процент упоминания женщин-политиков в западных средствах массовой информации выше, чем в российских СМИ.

Источники и литература

- 1) Попова О. В. Российские женщины-политики: проблемы эффективности имиджа и формирования группы поддержки // Политический анализ. М, 2002. С. 68-80.

- 2) Селентьева Д.О. Формирование имиджа женщины-политика в современном политическом пространстве // Евразийский Союз Ученых. 2015. С. 1-4.
- 3) Шестопал Е.Б. Путин 3.0: общество и власть в новейшей истории России, М., 2015.