

Томский государственный университет

Кафедра связей с общественностью



МАТЕРИАЛЫ  
научно-практической  
конференции

8—11 декабря 2004

Томский государственный университет  
Кафедра связей с общественностью

I межрегиональная  
научно-практическая конференция  
**«PR-Универсум 2004»**  
Сборник материалов

Томск  
2004

Под общей редакцией зав. кафедрой связей с общественностью  
Томского государственного университета  
**И. П. Кужелевой-Саган**

I межрегиональная научно-практическая конференция «PR-Универсум 2004»: Сб. мат-лов / Под общ. ред. И. П. Кужелевой-Саган. – Томск: Дельтаплан, 2004. – 152 с.

В сборнике представлены материалы 1-й межрегиональной научно-практической конференции «PR-Универсум 2004», проходившей 8–10 декабря 2004 года в Томском государственном университете.

Для специалистов в области PR и рекламы, студентов гуманитарных факультетов, а также всех, интересующихся специальными и философскими проблемами социальных коммуникаций.

**Примечание редакции:** К сожалению, не все авторы приняли во внимание общие требования к оформлению ссылок. В связи с ограниченными сроками подготовки сборника к публикации редакция оставила сноски и примечания в авторской редакции.

© Томский государственный университет, 2004  
© Оформление. ООО «Дельтаплан», 2004  
Все права защищены.

## Кто ты, лидер? или Психологическая игра сознания

*К. И. Яцен, А. А. Стагис  
Томский государственный университет*

Понятие лидер и лидерство мы привыкли видеть в устойчивых словосочетаниях: политический лидер, лидер нации, религиозный лидер. Вместе с тем, лидерство – это не руководство, как часто понимают этот термин, хотя лидер может быть и руководителем. Лидерство это и не менеджмент. Хотя в связи с этим понятием можно даже говорить о смене век: некоторые говорят о наступлении эры TQL (Total Quality Leadership) – всеобщего лидерства на основе качества [23, с. 3]. Лидерство – многоаспектное социальное явление. Феномен лидерства проявляется в любых более или менее организованных группах, стремящихся к какой-либо цели. Скорее всего, оно обозначает существенный параметр процесса структуризации социальных групп и страт общества. В тоже время, данный феномен выступает как один из базовых механизмов дифференциации социальной деятельности и предполагает достижение особого (лидирующего) положения определенным лицом (индивидуальное лидерство) или определенной частью группы (групповое лидерство) по отношению к остальным членам социума.

Феномен лидерства в истории философии рассматривался, как правило, в аспекте политического или духовно-религиозного лидерства. По мысли Платона, у идеального правителя власть соединяется «с разумением и рассудительностью» [20]. Для Конфуция благородный правитель «в доброте не расточителен; принуждая к труду, не вызывает гнева; в желании не алчен; в величии не горд; вызывает почтение, не жесток» [23, с. 361].

Интересную типологию лидерства предложил Лао-цзы, по мнению которого лучший вождь – тот, которого «народ не замечает», на втором месте – тот, которого «народ обожает», на третьем месте – тот, которого «народ боится» и на последнем – тот, кого «ненавидят» [11]. Н. Макиавелли рисовал образ государя, для которого его личная власть – не благо само по себе, а средство достижения определенной политической цели [12].

В соответствии с философией истории Гегеля в деяниях великих лидеров «субстанционально содержится историческая необходимость; они – «доверенные лица мирового духа» [5, с. 69]. По Ф. Ницше стремление к лидерству – естественное стремление человека, помехой которому видится мораль, это «оружие слабых», истинный лидер вправе ее третиговать, чтобы она «она не висела у него гирей на ногах» [15].

У З. Фрейда «вытесненное» может сублимироваться в стремление к лидерству, в «отцеподобии»

тайна лидерства [25]. А по А. Адлеру, стремление к лидерству – компенсация «чувства неполноценности», а позже «комплекса различия» личности [1]. Многие современные исследователи феномена лидерства опираются на идею харизматического господства, возникающего, по идее М. Вебера, на изломах истории [3].

Но никто по прежнему не знает, откуда берутся лидеры. Зато хорошо известно, что когда у организации появляется лидер (индивидуальный или коллективный), ее дела начинают заметно идти вверх. Сейчас уже нет сомнений в том, что лидерство – ключевой элемент бизнеса.

Но самый главный парадокс состоит в том, что о сформированной личности лидера говорится довольно мало. Данная проблема не достаточно изучена, чтобы говорить о каких-то критериях и аспектах лидера как субъекта социально-психологических общностей.

Чаще мы сталкиваемся с набором социально-психологических или сугубо личностных факторов, условий, которые формируют будущий потенциал и возможности проявления лидерских способностей. При этом потенциал лидерства, с психологической точки зрения, представляет собой совокупность качеств, которые указывают на способность личности (или, реже, группы) побуждать других действовать, воодушевляя и уверяя людей в том, что избранный курс действий является правильным [2, с. 236]. Соответственно, для политической психологии лидерство – это совокупность правил и процедур, в рамках которых осуществляется лидерская деятельность и которые могут носить либо рутинный характер (в стабильных политических системах) или отличаться спонтанностью в нестабильных ситуациях. Это еще и особая деятельность, требующая наличия определенных психологических свойств, характеризующих человека как лидера.

Парадокс состоит в том, что настоящий лидер обязан совмещать несовместимое. С точки зрения эмоционального одобрения людей, он не должен ломать ничего привычного: ведь любые перемены оборачиваются утратой чего-то, а люди не любят утрат. Лидер обязан быть консерватором и «охранителем», достойным порождением своей политической системы, группы, общества. Но, с другой стороны, для развития того же общества, для достижения нового уровня жизни он обязан быть инноватором, должен уметь ставить и достигать необычные, новые цели. А это значит, неизбежно разрушать что-то привычное. Чтобы стать лидером, надо

быть идеальным детищем политической социализации. Но чтобы оставаться им, надо уметь вступить в своеобразный конфликт «отцов и детей» и победить в нём.

Г. Холландер прямо указывал, что лидер обладает у членов группы «кредитом идиосинкразии» («что можно Юпитеру, то нельзя быку»), однако этот кредит не безграничен, как у вождя [17, с. 148]. Согласно Дж. Джонсону и Х. Джерарду, одна из обязанностей лидера – инновация, проверка новых способов взаимодействия с внешним миром, установление новых стандартов жизни. Для этого лидер и имеет кредит доверия – он не должен быть конформистом, иначе следует потеря статуса. Однако – ещё один парадокс – право на этот неконформизм вырастает из всего предыдущего конформистского поведения этого человека. Согласно Дж. Картрайту, члены группы приобретают статус конформностью, а статус позволяет быть неконформистом [17, с. 148].

Проблема в том, что это трудно совместить. Поэтому и не бывает «вечных» лидеров: рано или поздно любой из них нарушает баланс между эмоциональной привязанностью людей к старому и рациональным пониманием неизбежности нового, склоняется в какую-то одну сторону и, в результате, неизбежно умножает число своих недоброжелателей. У всех перед глазами ещё недавние примеры М. Горбачёва, с одной стороны, и Б. Ельцина – с другой.

Многие исследователи затрагивают не менее значимый феномен в общей проблеме лидерства, говоря о социокультурных факторах социализации лидера. В частности, Д. Я. Райгородский (1999) закономерно полагает, что лидером не рождаются, а становятся, и выделяет несколько уровней процесса политической социализации который, приводит к своеобразному расслоению индивидов. Часть из них становится активными гражданами, часть предпочитают более пассивное существование. На активных – держится государство, существует и развивается политическая система, строится политическая организация общества. Самые активные становятся её руководителями – лидерами [4, с. 118].

По сути, и по форме лидерство – это феномен власть, потому что оно состоит в способности одного лица или нескольких лиц, находящихся «на вершине», заставлять других делать то позитивное или негативное, что они не делали бы или, в конечном счёте, могли бы не делать вообще. Но, разумеется, лидерством является не всякий род власти. Лидерством является власть, которая не нуждается в применении силы, хотя и обладает ею. Пожалуй, можно бы сказать так: лидер – это тот, кто в силу тех или иных обстоятельств оказывается «над» нацией в случае общенационального политического лидера и может отдавать приказы остальным гражданам.

Результаты деятельности лидеров могут быть различными: хорошими или плохими, отличными или ужасающими. Но именно потому, что амплитуда результатов столь велика, они должны быть проанализированы во всей своей целостности. Нужно исследовать, в каком мире, и при каких условиях лидерство является благом. Именно поэтому все типы лидерства нуждаются в классификации и разбивке по категориям, в привязке к ситуациям, в которых они возникают, и вытекающим из них потребностям социума.

Скажем, значимость политического лидера во многом определяется величиной его политического капитала, большую часть которого составляет поддержка избирателей. Чтобы заручиться этой поддержкой, лидеру необходимо наладить с ними постоянную связь и активно на них воздействовать. Избиратель воспринимает не самого лидера, а его имидж. Ещё Н. Макиавелли обращал внимание на то, как важно государю, в современной терминологии политику, «являться в глазах людей сострадательным, верным слову, милостивым, искренним, благочестивым» [12, с. 53]. С тех пор представление об идеальном государе, вожде, президенте и т. д. претерпели множество изменений в зависимости от эпохи, страны, политического режима, культуры и т. д. Сегодня мы говорим об имидже политического лидера, о технологиях его создания, коррекции, актуализации и т. д. В известном смысле имидж является «способом аккумуляции накопленного политического капитала, без которого политик не в состоянии осуществить необходимые взаимодействия» [2, с. 7]. Правда, это определение носит чересчур линейный характер – сначала политический капитал, потом имидж. На практике же бывает наоборот – удачно созданный имидж позволяет политику обзавестись политическим капиталом (т. е. доверием избирателей). Таким образом имидж позволяет не только аккумулировать (т. е. сохранять), но наращивать и приобретать политический капитал.

В самом общем виде имидж лидера можно определить как «набор определенных качеств, которые люди ассоциируют с определенной индивидуальностью» [30, с. 56]. Имидж политика складывается на базе его поступков или, используя принятых в политологии терминов, событий. Событием, например, становится высказывания политиков по тем или иным животрепещущим проблемам, которые громким эхом отзываются через средства массовой информации в умах людей. «События» рождаются именно из взаимоотношений между полем прессы и различными социальными полями... журналистское событие – в соответствии с относительно автономной логикой журналистского поля – выступают превращенной формой экономического, институционального, культурного или символического капитала, которым располагают социальные

группы» [27, с. 244], а также представляющие их интересы лидеры.

Отсюда же следует, что очевидным результатом информационного воздействия является появление образа лидера как политического, государственного символа, выполняющего мобилизационную функцию. [1, с. 23] В массовом сознании существует разделение и противопоставление индивидуального образа вождя, с одной стороны, и партии, власти, государства, корпорации – с другой. Противопоставление идеальной власти в лице вождя vs президента vs главы корпорации и повседневной реальности в виде злоупотреблений местных властей, непрофессионализма гос. аппарата или отсутствием набора необходимых компетенций управленцев среднего звена – постоянный мотив либо борьбы, с повышением градуса массовой нонтолерантности либо наоборот – роста уровня апатии и безразличия. Однако и в одном и в другом случае результат один – потеря идентичности будь то национальной корпоративной или даже личной. Сегодня мы порой можем наблюдать, то, что различия между образом лидера и его реальным содержанием не есть одно и то же. Одним словом, то, что мы видим, не всегда является тем, что есть. Ведь так называемые «жмейкеры» [19] не перестают трудиться на ниве повышения общественной безсвязности, разрушая тонкий мир знакоткани и приводя нас часто к самым неожиданным и непредсказуемым по последствиям результатам.

Именно поэтому подобное социально-психологическое исследование, а также полученные результаты могут быть в дальнейшем использованы для диагностики профессионально важных качеств при приёме на руководящую или требующую организационных способностей должность (лидерство предполагает способность индивида таким образом организовать среду, чтобы она способствовала достижению общей цели). Это позволит сузить спектр применяемых методик для диагностики личностных качеств кандидата. Кроме того, данные предлагаемого исследования помогут понять, куда направить основные усилия коуч-тренера, гуманитарного технолога или консультанта при формировании стратегии развития и / или саморазвития клиента как потенциального лидера в своей сфере деятельности.

Целью данного исследования явилось выявление таких социально – психологических характеристик реального и идеального лидера, которые непосредственно влияют на индивидуальную стратегию поведения в процессе межличностной и межгрупповой коммуникации при конструировании социального.

Мы исходили из предположения, что, во-первых, существуют различия между реальными личностными характеристиками лидера и субъективным восприятием лидера вследствие различных эк-

зогенных социально- психологических факторов; а во-вторых, на восприятие образа идеального лидера влияют лидерские характеристики самого испытуемого.

В данном исследовании были задействованы двенадцатифакторный личностный опросник Р. Кэттелла, индивидуальное шкалирование, а также применены методы математической обработки полученных данных на основе корреляционного анализа и непараметрической Гаммы – корреляции.

Выборку составили 45 студентов психологического, химического, геолого-географического, юридического и экономического факультетов Томского государственного университета. Средний возраст испытуемых составил  $\pm 16-23$  года. В исследовании приняло участие 22 женщины и 23 мужчины.

Уровень достоверности полученных результатов, базирующийся на достаточно валидных методиках, является высоким ( $p < 0,05$ ), а собственные значения корреляций составляют не меньше 0,31.

Во всех приведённых выше определениях и основных составляющих феномена лидерства, для уточнения характера отношений, способов реализации лидерских функций используются понятия «доминирование» и «подчинение» [5, с. 119]. Доминирование представляет собой прежде всего отношения неравенства, навязываемого лидером. Важно, что это – отношения очевидного неравенства, которые навязывает лидер, причем не всегда это только отрицательное явление, скажем особой психологической формой доминирования является авторитет. Подчинение также является отношением очевидного неравенства, однако главным субъектом этих отношений выступают ведомые. Таким образом, подчинение- это отношения очевидного неравенства, в которых ведомые принимают или требуют доминирования от лидера.

Именно поэтому на первом этапе обработки, при помощи корреляционного анализа, были получены данные о взаимосвязи такой черты личности, как «доминирование», с другими личностными характеристиками (Р. Кэттелл) реального лидера. Выделилась одна достоверная прямая корреляция «доминантности» со «смелостью» ( $k = 0,57$ ,  $p < 0,05$ ). Это говорит о том, что чем выше показатели по шкале «доминантности», тем выше показатели по шкале «смелости». Тем не менее, нельзя с большой достоверностью сказать, изменение какой величины влечёт за собой изменение другой. Причины такой взаимосвязи можно найти в интерпретации самого Р. Кэттелла. Он считал, что «доминантность» предполагает властность, стремление к самостоятельности, неуступчивость, своенравие и напористость. В то же время смелость влечёт за собой «непробиваемость», склонность к риску, умение не теряться при столкновении с неожиданными

обстоятельствами. Лидер – человек, который управляет обществом, но в то же время уже не является среднестатистическим его членом, он уже отделился от него. А для того, чтобы отделиться от общества, чтобы в некоторой степени ему противостоять, нужна определённая доля смелости и решительности [7, 8].

При анализе образа идеального лидера «доминантность» коррелировала со следующими характеристиками: «высокий интеллект» (прямая связь, равная 0,67), «высокой совестью» и «обязательностью» (0,45), «смелостью» (0,39), «проницательностью» (0,58), «высокий самоконтроль» и «организованность» (0,40).

Следует заметить, что связь «доминантности» со «смелостью» гораздо сильнее у реального лидера, чем при анализе образа лидера. Возможно, это связано с тем, что под смелостью обычно понимается все то, что в большей степени относится к физическому риску, а не к морально – психологическим особенностям личности.

Если объяснять причину связи «доминантности» с «высоким интеллектом», а это самая сильная корреляция в анализе образа реального лидера, то здесь высокий интеллект скорее социально одобряемое качество, именно поэтому лидеру приписывают подобную характеристику.

То же самое можно сказать и о таких высоких параметрах связи как «совестливость» и «обязательность», где эти образы являются привлекательными и социально – желательными качествами, приписываемые рациональному портрету лидера. В то же время под лидером часто понимают именно формального лидера (официальное, должностное лицо, политика), который не добился бы успеха, если бы был равнодушен к социальным ценностям и нормам.

Также студенты выделяют у идеального лидера такие социально-психологические характеристики как «самоконтроль» и «организованность». Возможно потому, что это вызывает когнитивные ассоциации с честностью и порядочностью лидера. Данный семантический ряд подкрепляется следующим высказыванием: «...если у человека, стоящего во главе общества, порядок в голове, то, скорее всего, будет порядок и в его обществе».

«Проницательность» тесно связана с такими понятиями, как «умение себя вести», «корректность», «умение видеть за аффектом логику», «умение не поддаваться эмоциональным порывам» (интерпретация по Р. Кэттеллу – авт.). Здесь социально-психологический образ лидера дополнен таким характерным семантическим рядом как: «не хотелось бы, чтобы идеального лидера кто-нибудь обманывал», «конечно, желательно, чтобы наши лидеры-политики видели реальное положение вещей, а не то, что им самим хочется увидеть» и т. д.

Вполне вероятно, что такой набор характеристик при описании образа идеального лидера связан как с нестабильной политико-экономической ситуацией в нашей стране, так и с глубинными интенциями ментального пространства испытуемых («он поведёт нас в «светлое будущее», «я возлагаю на него большие надежды»).

Это автоматически влечёт за собой повышенные требования к лидеру как к руководителю и управленцу, что в свою очередь повышает ответственность при выработке нормативных стандартов в дальнейшей профессионализации корпоративных PR-специалистов и HR-менеджеров.

При помощи непараметрической Гамма – корреляции помимо связи «доминантность – смелость» выявлялась еще одна взаимосвязь «доминантности» с «эмоциональной устойчивостью», или «силой „Я“» ( $Y = 0,31$ ,  $p - level = 0,05$ ). Данная характеристика, по Р. Кэттеллу, влечёт за собой постоянство интересов, мнений и склонностей, спокойствие, реалистичность, умение держать себя в руках, склонность к рационализации, адекватное восприятие требований действительности, настойчивость, стремление довести начатое дело до конца, высокий порог по отношению к фрустрациям.

Именно «способность быстро ориентироваться в конкретной ситуации», учитывая все её «плюсы» и «минусы», «самоконтроль», создают реальную базу для стремлений и желаний лидера. Этот набор характеристик был описан еще в начале XX века американскими психологами, которые представили функции лидера как мобилизацию, определение направления действий и непосредственное вовлечение живой силы в этот процесс [6, с. 62]. То есть, при таком подходе, сила «Я» является основным фундаментом для реализации лидерских функций личности.

Также при помощи непараметрической Гамма – корреляции выявлялись особенности образа идеального лидера в зависимости от уровня развитости лидерских качеств. В данном анализе обнаружилась одна прямая связь «доминантности» с «чувствительностью» ( $k = 0,396$ ,  $p = 0,14$ ) и две обратных связи «доминантности» с «тревожностью» ( $k = 0,315$ ,  $p = 0,043$ ) и с «самодостаточностью» ( $k = 0,345$ ,  $p = 0,029$ ). То есть чем выше уровень «доминантности» у испытуемого, тем большую «чувствительность, спокойную самоуверенность» и «зависимость от группы»<sup>1</sup> он причисляет образу идеального лидера.

И наоборот, чем меньше уровень «доминантности», тем большая «самодостаточность» причисляется идеальному лидеру. В случае высокого уровня развитости лидерских качеств, возможно, идёт сравнение собственной личности, собственных желаний и устремлений с собственным же уровнем

самодостаточности. Самодостаточность предполагает удовлетворение или компенсацию большинства потребностей личности. Если опираться на пирамиду потребностей А. Маслоу, то самодостаточность будет находиться на самом верхнем уровне этой пирамиды, а потребность в лидерстве идёт скорее как компенсация собственной неполноценности [13]. Таким образом, проецируя собственное состояние на образ идеального лидера, большинство студентов с высоким уровнем доминантности оценили идеального лидера как зависимого от группы, что, в принципе, довольно закономерный результат, так как лидер – отделился от общества, но все его действие именно на него и направлены.

Также интересна связь «доминантности» с «чувствительностью». По Р. Кэттеллу «чувствительность» предполагает ожидание поддержки от других, интуитивность, потребность во внимании окружающих, требовательность, сентиментальность. Сказать точно о причинах такой взаимосвязи сложно. Можно предположить, что сами лидеры считают такое качество важным при описании образа лидера, так как им самим не хватает чувствительности.

Связь «доминантности» со «спокойной самоуверенностью», возможно, связана с социальными стереотипами восприятия «тревожности». Синонимами «тревожности» обычно называют нервозность, неуверенность, беспокойство, взволнованность и так далее. Такие характеристики, как правило, оцениваются достаточно отрицательно. Вполне вероятно, что «спокойную самоуверенность», как противоположность «тревожности»; испытуемые с выявленными чертами реального лидерства предпочитают использовать при описании и оценке образа идеального лидера, имплицитно тем самым собственные установки и ожидания в отношении образа идеального.

На основе проведённого исследования можно сделать следующие выводы:

1. Исходя из полученных данных выявилась взаимосвязь между уровнем «доминантности» у студентов и их личностными характеристиками, получилось, что реальные лидеры, выявленные среди испытуемых, должны быть прежде всего «смелыми» и «эмоционально устойчивыми». Другие социально – психологические характеристики не обязательны.

### Литература

1. Адлер А. Практика и теория индивидуальной психологии. М., 1993. 428 с.
2. Амелин В. Н., Левчик Д. А., Устищенко С. В. Воют надписи. Имидж кандидата и способы его актуализации. М., 1995. С. 7.
3. Вебер М. Избранные произведения. М., 1990. 213 с.

2. Сконструированный же образ идеального лидера студенты описывают через приписывание ему (лидеру) «высокого уровня интеллекта», «обязательности», «проницательности», «высокого самоконтроля» и «смелости». Отдельно стоит заметить, что как раз «смелость» как базовая характеристика реального лидера среди испытуемых, стоит на последнем месте в списке выделенных ими же характеристик образа идеального лидера.

3. Особенность восприятия образа идеального лидера находится в зависимости от собственной «доминантности» обследованного. Выяснилось, что реальные лидеры среди испытуемых обязательно характеризуют идеального лидера, как «чувствительного», «спокойного», «самоуверенного» (чем выше «доминантность» студента, тем меньшую «тревожность» они приписывают идеальному лидеру) и «зависимого от группы».

В целом необходимость подобного рода исследований в контексте изучения проблемы лидерства становится все более значимой, особенно в сфере формирования корпоративной культуры, поиска корпоративной идентичности, в области PR-менеджмента и коучинга. Зная, какие качества реально важны для решения определенного рода задач или выполнения какого-либо конкретного вида деятельности, (будь то работа топ-менеджмента, банкира или продюсера), ориентируясь на научные эмпирические данные, а не на собственные субъективные представления, определение лидерского потенциала и силы внутренней мотивации личности-кандидата будет в несколько раз точнее и надежнее. Это, в свою очередь, автоматически повышает уровень профессионализации в той или иной сфере деятельности, увеличивая набор необходимых компетенций, и качество результата деятельности от подобного рода стандартов и, как следствие, конкурентоспособность человеческого капитала на постсоветском пространстве.

Очевидно, наращивание дальнейших знаний и исследований помогут нам избавиться от иллюзий, открывая глаза на психологическую природу и сущность феномена лидерства, а также дадут возможность выстроить тонкое пространство знакомости в мире общественной связности и диалога в высшем его проявлении [18].

<sup>1</sup> Мы пишем «спокойную самоуверенность» вместо «тревожности» и «зависимость от группы» вместо «самодостаточности», так как эти понятия являются полярными в таблице шкал при индивидуальном шкалировании. То есть при росте значения по какому-то одному понятию из этой пары автоматически уменьшаются значения по другому. Поэтому мы считаем, что такая замена правомерна и не изменит смысла дальнейшей интерпретации.

4. Великанова О. В. Функции образа лидера в массовом сознании. Гитлеровская Германия и советская Россия. М., 1996. 352 с.
  5. Гегель Г. В. Ф. Политические произведения. М., 1990. С. 69.
  6. Гозман Л. Я., Шестопап Е. Б. Политическая психология. Ростов н/Д, 1996. 448 с.
  7. Егорова Е. Психологические методики исследования личности политических лидеров. М., 1988. 175 с.
  8. Егорова-Гантман Е., Минтусов И. Имидж лидера // Политическое консультирование. М., 1999. 471 с.
  9. Карделл Фрэнк Дэвид. Психотерапия и лидерство. СПб., 2000. 234 с.
  10. Кох-Хиллбрехт М. Номо Гитлер: психограмма диктатора: Пер. с нем. А. Н. Гордиенко. Минск., 2003. 416 с.
  11. Лао Цзы. Произведения. М., 1992. 231 с.
  12. Макиавелли Н. Государь. М., 1990. 279 с.
  13. Маслоу А. Дальние пределы человеческой психики. СПб., 1997. 348 с.
  14. Мисюров Д. А. Политика и символы. М., 1999. 124 с.
  15. Ницше Ф. Воля к власти: опыт переоценки всех ценностей. М., 1994. 346 с.
  16. Общество и политика: Современные исследования, поиск концепций / Под ред. В. Ю. Большакова. СПб., 2000. 512 с.
  17. Ольшанский Д. В. Основы политической психологии. Екатеринбург, 2001. 496 с.
  18. Островский Е. В. Возрождение связности. Обретение радости // Сообщение. 1999. № 1.
  19. Островский Е. В. О предназначении политических консультантов // Сообщение. 2003. № 4.
  20. Панасюк А. Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж. М., 1998. 240 с.
  21. Платон. Собрание сочинений в 4 т. М., 1994. 221 с.
  22. Политическое консультирование. М., 1999. 471 с.
  23. Почепцов Г. Г. Как становятся президентами. Избирательные технологии 20 века. Киев, 1999. 380 с.
  24. Психология лидерства: Хрестоматия / Сост. К. В. Сельченко. Минск, 2004. 368 с.
  25. Райгородский Д. Я. Психология и психоанализ власти: Хрестоматия. Т. 1. Самара, 1999. 608 с.
  26. Фрейд З. Психология бессознательного. М., 1989. 448 с.
  27. Цуладзе А. Формирование имиджа политика в России. М., 1999. 144 с.
  28. Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. М., 1998. С. 244.
  29. Шестопап Е. Б. Личность и политика: Критический очерк современных западных концепций политической социализации. М., 1998. 203 с.
  30. Щедровицкий П. Г. Томские лекции об управлении 1998–2000 гг. Томск, 112 с.
  31. Denton R. E., Woodward G. C. Political Communication in America. N. Y., 1985. P. 56.
-