

Секция «Иностранные языки и регионоведение»

Феномен имиджа политического лидера

Вертлиб Ксения Андреевна

Аспирант

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет
иностранных языков и регионоведения, Москва, Россия*

E-mail: calvaria@list.ru

В настоящее время внимание многих исследователей приковано к исследованию такого явления, как политическое лидерство. Это обусловлено тем, что большинство людей связывают весь ход политических событий именно с фигурой политического лидера.

В этой связи особую значимость приобретает такой феномен, как имидж политического лидера. Зачастую задачей политика является привлечь как можно больше избирателей, а для этого ему нужно создать привлекательный для электората образ. Поэтому впечатление, которое политический лидер произведет на избирателя, может предопределить исход политической гонки.

На сегодняшний день никто не может недооценивать роль СМИ и их влияние на имидж ведущих политиков. Так как избиратель не имеет возможности познакомиться с политиком лично, он воспринимает тот имидж, который навязывается ему главным образом посредством СМИ.

В данном сообщении будет представлено мнение современных исследователей на проблему формирования имиджа политического лидера и его восприятия избирателями. Об имиджелогии как о науке заговорили сравнительно недавно. К известнейшим исследователям, занимающимся проблемами конструирования имиджа, его компонентами, анализом роли данного феномена в обществе относятся Е.Б. Шестопал, Е.В. Егорова-Гантман, Г.Г. Почепцов, В. Шепель.

При исследовании понятия «имидж», сталкиваясь с проблемой определения данного феномена. Виктор Шепель предлагает следующее определение: «имидж – это непосредственно или преднамеренно создаваемое визуальное впечатление о личности или социальной структуре, которое оказывает эмоционально-психологическое воздействие на определенную группу лиц». Из этого определения можно заключить, что имидж политического лидера предполагает создание положительного образа для привлечения внимания как можно большего количества избирателей.

Г.Г. Почепцов подчеркивает еще одну особенность имиджа политического лидера: политический имидж может включать в себя как индивидуальные характеристики, так и искусственно созданные компоненты.

Е.Б. Шестопал утверждает, что формирование политического имиджа может происходить как стихийно, так и целенаправленно. Поэтому для достижения наибольшего результата политический имидж следует выстраивать, учитывая социальные ожидания электората и его ценностные ориентиры.

Е.В. Егорова-Гантман обратила внимание исследователей на тот факт, что в структуре политического имиджа можно выделить следующие компоненты: персональные, социальные и символические характеристики.

К персональным характеристикам относят физические особенности политического лидера (например, возраст, внешность), психологические особенности (т.е. характер), а

также его профессиональные качества (политические ориентации, лидерские задатки). Именно персональные характеристики зачастую определяют популярность политика среди избирателей.

К социальным характеристикам относят статус политического лидера, его материальное положение и принадлежность к определенной социальной группе. Политик должен уметь лавировать между различными социальными группами, уметь грамотно взаимодействовать как с союзниками, так и с оппонентами. Поэтому, считается, что социальные характеристики являются достаточно гибкой частью политического имиджа и конструируются в соответствии с ожиданиями электората.

Не менее важную роль при формировании политического имиджа имеют символические характеристики. Политический лидер должен олицетворять тот политический курс, которого он придерживается, а также его поступки должны соответствовать выбранной им идеологии. Особую значимость символические характеристики приобретают во время кризисов и политических потрясений, когда политический лидер воплощает собой надежды на светлое будущее, которые связывают с ним избиратели.

Е.В. Егорова-Гантман отмечают, что символические характеристики являются наиболее устойчивыми и неизменными компонентами при формировании политического имиджа. А также они являются отражением социокультурных архетипов общества.

Е.Б. Шестопал замечает, что на восприятие имиджа политического лидера большое влияние оказывает политический контекст. Это связано с тем, что избирателю нужно иметь возможность сравнить данного претендента с другими и определить для себя, чей образ и политические установки (как часть этого образа) являются для него наиболее привлекательными. Так, во время проведения избирательных кампаний электорат получает возможность увидеть, как политический лидер «проявляет себя в действии», вступая в дискуссии со своими оппонентами и пытаясь отстоять свою точку зрения.

В заключении стоит сказать, что имидж политического лидера – это сложное явление, которое привлекает внимание многих современных исследователей. Данный феномен сочетает в себе как личные характеристики политика, так и конструируемые компоненты, на которые влияют социокультурные представления избирателей. При формировании имиджа политического лидера стоит учитывать, что для политического лидера большое значение имеют персональные, социальные и символические характеристики. Также стоит заметить, что восприятие образа политика зависит от ситуации, в которой он должен проводить свой политический курс, отстаивая свои политические взгляды. При этом нельзя недооценивать роль СМИ, которые, транслируя созданный имидж, являются посредником между избирателем и политическим лидером.

Литература

1. Имидж лидера // Под ред. Е. В. Егоровой-Гантман. М., 1994.
2. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. К., 2000.
3. Шепель В. Имиджелогия. Секреты личного обаяния. М., 2005.
4. Шестопал Е.Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования // Образы государств, наций и лидеров. М., 2008.