

22.00.00

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 321

Механизмы формирования имиджа политического лидера

А.И. Левин, А.С. Чернов

В современных условиях проблема формирования имиджа политического лидера приобрела важное значение. В политике удачно сложившийся имидж политического лидера может определить победу на выборах. Именно поэтому на сегодняшний день важным аспектом при разработке политических стратегий является формирование имиджа российских политиков. В наше время трудно представить политика, который не пользуется услугами имиджмейкеров, специалистов в сфере PR. Для политиков важное значение имеет их имидж, ведь это важная составляющая их политического успеха.

Проблему имиджа политического лидера исследовали такие ученые как Королько В., Лесовской М.А., Кошелюк М.Е., Ольшанский Д.В., Поцепцов Г.И., Шашлов М.Н. и другие.

Феномен имиджа политического лидера привлек к себе внимание исследователей еще в XIX веке. В этот период особенно активно стали развиваться демократические институты, прежде всего, — институт всеобщих свободных выборов. Отсутствие возможности максимально реально соответствовать представлению граждан о том, какой должна быть власть, или попытки переубедить их в том, что данное соответствие существует, завершались, как правило, сменой правящих элит. В результате, проблема построения идеальных образов, имиджей политических лидеров и внедрение их в массовое сознание приобрела решающее общественное значение [1].

Формирование политического имиджа значимо как в теоретическом, так и в практическом аспектах. Удачно сложившийся имидж в политике определяет победу на выборах и является достижением политической власти. В связи с «персонификацией политики», предвыборные кампании превратились сегодня в настоящую войну имиджей, и побеждает тот лидер,

чей имидж становится для избирателей более привлекательным в данный момент, соответствует особенностям российских реалий, выступает адекватным отражением политического сознания и политической культуры граждан.

До конца XX века, понятие «имидж» не существовало, оно не было структурировано, но отдельные составляющие имиджа были известны всегда, в том числе и как описание внешних характеристик и их соответствия внутреннему миру человека.

Важным аспектом общего восприятия и оценки политика выступает впечатление, которое он оставляет, то есть его имидж, который является фактором, который играет большую роль в оценке какого-либо социального явления или процесса. Значение имиджа в достижении политического успеха чрезвычайно важно, потому что имидж — это один из механизмов воздействия на других людей, возможность психологического воздействия на массы. Именно психологическое воздействие на электорат занимает первоочередное место в методах стимулирования избирателей к выбору определенного кандидата.

Имидж политика — это образ, который специально формируется в глазах различных социальных групп. Он возникает не спонтанно, а благодаря целенаправленным усилиям как самого лидера, так и его команды. Во многом от результатов работы команды имиджмейкеров зависит восприятие имиджа политического лидера. А это, в свою очередь, один из главных элементов избирательной кампании, от которого в конечном итоге зависит успех кандидата на выборах.

Процесс формирования имиджа вышел на передний план с развитием демократических аспектов воспроизводства главных институтов государства. Политика стала ареной противостояния, борьбы между различными партиями, их объединениями,

политическими деятелями, группами интересов. Эта борьба обостряется во время выборов в связи с тем, что она касается достижения и удержания власти в своих руках. Для того, чтобы достичь конечной цели в избирательном процессе, необходимо получить максимальный уровень доверия населения, в чем и сможет помочь разработка оптимального имиджа политика. Имидж становится основной информацией об индивидууме в политике. Важной чертой имиджа является то, что он становится неотъемлемой частью политической реальности, с ее изменением формируется и новый образ, который является визитной карточкой политика [3].

Имидж, как политический феномен, существовал всегда, но его сущность и значение в последние десятилетия меняется. Это можно объяснить тем, что нас окружает большое количество информации, которая обновляется ежеминутно и человек не способен хранить этот массив полностью. В такой ситуации возникают и начинают использоваться ярлыки (так называемые «мемы»), среди которых самые удачные закрепляются в памяти. Имидж — это знаковые характеристики, в которых можно выделить форму и содержание.

В конце XX – начале XXI в. отечественные специалисты по имиджологии стремятся определить сущность имиджа как социально-политического явления. Однако следует заметить, что здесь нет и не может быть полного единства. Так, например, Г.Г. Почепцов считает имидж «искусственной имитацией или подъемом внешней формы какого-то объекта и, особенно, лица» [4]. В свою очередь, М.Н. Шашлов называет имиджем «специально создаваемый, намеренно формируемый политический образ для достижения поставленных целей» [5].

По нашему мнению, политический имидж — это совокупность факторов, целостно характеризующих политического лидера для населения. Имидж политика включает следующие характеристики: декларируемые личностные качества (честность, ответственность, принципиальность), организаторские, управленческие способности, риторические и ораторские навыки, способность находить общий язык с людьми, умение расставлять приоритеты, ставить задачи и вовремя их выполнять.

Для понимания механизма формирования имиджа политического лидера важно знать, что существует ряд различных типологий имиджа. Все эти типы зависят от множества факторов и характеризуют политического лидера во всех аспектах его деятельности.

В рамках нашего исследования, в соответствии со сферой функционирования выделим следующие типы имиджа:

- зеркальный — имидж, который характеризует мнение человека о самом себе;

- текущий — это имидж, восприятия политика его избирателями, населением, средствами массовой информации, политическими оппонентами;
- желанный — это такой тип имиджа, который характеризует то, к чему мы стремимся;
- множественный — это имидж, который создается при объединении политиков в политические партии, политические коалиции.

Формирование имиджа политического лидера актуализируется в контексте политической борьбы. Собственно говоря, эта борьба и делает необходимым формирование положительного имиджа политика. «Положительный» имидж зависит от множества факторов, выделим, на наш взгляд, основные.

- 1) Итак, хороший политик — крепкий семьянин, стабильная и крепкая личная жизнь политика создает имидж честного, надежного и постоянного лидера, формирует доверие к нему.
- 2) Взаимодействие с электоратом. Встречи с электоратом, публичные выступления, участие в благотворительных программах, концертах, взаимодействие с детьми и другими сферами общества формируют положительный имидж демократического лидера.
- 3) PR менеджмент. Для формирования положительного имиджа политика необходима команда профессионалов, которая будет не просто устанавливать контакты с избирателями, коллегами и оппонентами, а и сопутствовать, способствовать и сопровождать политика на пути к взаимодействию с электоратом и оппонентами.

Процесс формирования имиджа лидера является системой с обратной связью. С одной стороны, мы имеем лидера, а с другой — избирателей. Между ними существуют разного рода «посредники», главными из которых являются СМИ [2]. В этом контексте важно понимание роли избирателя в этом процессе, обусловленности его поведения, механизмов принятия решений, осведомленности и вовлеченности рядовых граждан в политику.

Таким образом, трудно переоценить роль лидера в политическом процессе, в избирательной борьбе, однако следует помнить, что результативность действий в борьбе за «звание» политического лидера, эффективное приближение победы возможны только в сочетании личности политического лидера, умело выстроенного имиджа, профессионализма команды политического лидера и, конечно, политической активности избирателей, сказывающейся на восприятии политического лидера в избирательной кампании.

Сегодня наблюдается новая тенденция в исследованиях и анализе феномена имиджа, суть которого заключается в нацеленности на результат деятельно-

сти субъекта политики. На практике это проявляется в том, что стратегии имиджа выстраиваются с учетом отражения действительности сильных, действующих аспектов субъекта, позиционирование и репрезентации его реальных достижений в политике и, как следствие, социально-экономической деятельности государства. Эти изменения в методологии исследования имиджа свидетельствуют о настроенности на раскрытие в нем содержательной стороны, находящей отражение в различных сферах социальной деятельности.

В связи с этим, формирование имиджа политического лидера выступает неотъемлемой частью его политической карьеры, успех которой зависит как от действий команды, так и от усилий и умений самого политика, что в совокупности должно привести к более высоким достижениям на политической арене. Однако не должно оставаться без внимания поведение избирателей, которые на основании имиджа политика выбирают того или иного лидера, от которого в некоторой мере и зависит благосостояние граждан и будущее страны.

Литература

1. Замская М.Д., Матвеева Л.В. Образ политического лидера как элемент рефлексии профессионального самосознания будущих политиков // Вестник МГУ. Сер. 14. Психология. 2006. № 1. С. 19–30.
2. Кошелев М.Е. Технологии политических выборов. СПб.: Питер, 2004. 240 с.
3. Ольшанский Д.В. Политический PR. СПб.: Питер, 2003. 544 с.
4. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. М.: Издательство: «Рефл-бук, Ваклер», 2006. 576 с.
5. Шашлов М.Н. Политический имидж как актуальный предмет исследования // Актуальные проблемы политологии: сборник научных работ студентов и аспирантов Российского университета дружбы народов / отв. ред. д.ф.н., проф. В.Д. Зотов. М.: МАКС-Пресс, 2001. С. 84–92.