

Кравцова А.В. Политические имидж первых лиц власти в России // Академия педагогических идей «Новация». – 2019. – №6 (июнь). – АРТ 223-эл. – 0,3 п. л. – URL: <http://akademnova.ru/page/875548>

РУБРИКА: ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 328

Кравцова Александра Викторовна
студентка 1 курс, аграрного университета
ФБГОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»
Научный руководитель: Шейхова Марина Сергеевна
преподаватель кафедры экономики и менеджмента
ФБГОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»
п. Персиановский, Российская Федерация
shura.kravtsova.01@mail.ru

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИМИДЖ ПЕРВЫХ ЛИЦ ВЛАСТИ В РОССИИ

Аннотация: Лидерство индивида - групповое явление. Каждая выдающаяся личность имеет свою аудиторию, последователей, поклонников, оппонентов, врагов. Лидер обладает качествами, позволяющими ему влиять на общественное мнение и процессы, происходящие в обществе. Одним из таких качеств является имидж. От имиджа политического лидера может завить судьба целого государства. Актуальность темы данного исследования заключается в том, что имидж правящей верхушки играет колоссальную роль в политических процессах - как внутренних, так и внешних. Политик, заручившийся массовой поддержкой, успешно проводит реформы, ведет эффективный диалог с

народом, взаимодействует с другими субъектами политической жизни государства, популярен на мировой арене.

Ключевые слова: лидер, личность, имидж, политик, государство, электорат, управление, индивид, харизма, политический имидж, единая Россия, ЛДПР.

Kravtsova Alexander Viktorovna

The student of 1 course of the agrarian University
Federal State Budgetary Educational "Don state agrarian University»

Supervisor: Sheikhova M.S.

Lecturer at the Department of Economics and management
Federal State Budgetary Educational «Don state agrarian University»

p. Persianovsky, Russian Federation

shura.kravtsova.01@mail.ru

THE POLITICAL FIELD OF THE FIRST PERSONS OF POWER IN RUSSIA

Abstract: individual leadership is a group phenomenon. Each outstanding personality has its own audience, followers, fans, opponents, enemies. The leader has qualities that allow him to influence public opinion and the processes taking place in society. One of these qualities is the image. The image of a political leader can twist the fate of the entire state. The relevance of the topic of this study is that the image of the ruling elite plays a huge role in political processes - both internal and external. The politician who has secured mass support successfully carries out reforms, conducts effective dialogue with the people, interacts with other subjects of political life of the state, is popular in the world arena.

Keywords: leader, personality, image, politician, state, electorate, management, individual, charisma, political image, United Russia, LDPR.

Для политического лидера крайне важно сформировать позитивный имидж, отвечающий ожиданиям электората. В Российских реалиях сложились своеобразные представления о том, каким должен быть правитель: испокон веков нашей власти была присуща авторитарность, державность, объединение наций под одной эгидой - русского народа. Для большинства россиян это понятный и приемлемый стиль управления страной. И все же, конкретного набора характеристик для власти нет - у имиджа отсутствуют устойчивые шаблоны. Вопросами, связанными с формированием имиджа правящей верхушки занимаются многие исследователи-социологи и политологи. У политиков работает целый штат имиджмейкеров, которые создают «положительный образ» того или иного высокопоставленного чиновника.

Цели и задачи исследования состоят в изучении проблемы взаимодействия властей и народа, поскольку имидж напрямую указывает на степень доверия населения страны к правительственным институтам. Общество, неудовлетворенное государственной властью, будет ей всячески препятствовать: устраивать мятежи, выдвигать своих претендентов на управление страной, бойкотировать выборы и т.д. Чтобы избежать подобных явлений, нужно приложить значительные усилия для формирования положительного облика властей, который проникнет в сознание граждан. Поэтому так важно учитывать роль имиджа при управлении народными массами.

Имидж органа государственной власти

Семантика термина «имидж» довольно обширная. Наиболее конкретным толкованием этого слова является «образ», а так же «облик». В большинстве случаев, значение слова «имидж» сводится к внешнему лоску. На самом деле это и есть внешняя сторона всего сущего. Применительно к политике, культуре и другим социальным сферам, имидж - укоренившийся в массовом сознании стереотип, связанный с восприятием конкретной выдающейся личностью.

Имидж - сложная, многосоставная характеристика, которая формируется целенаправленно, посредством СМИ и носит манипулятивный характер. Из чего же он состоит? Структуру имиджа составляют следующие характеристики:

- организаторские способности лидера - он должен уметь генерировать идеи и нести их в массы, а также объединять людей для своей поддержки;
- связь с народом - у лидера должна быть почва, на которую он будет опираться, завоевывая симпатии граждан;
- известность, авторитет в определенных кругах;
- принадлежность к конкретной социальной группе [3,4].

Анализ научного обоснования такого явления как имидж позволяет выделить три его основных формы:

- габитарный имидж - одежда, обувь, аксессуары, прическа, то есть работает принцип «встречают по одежке»;
- вербальный имидж - определяется коммуникативными способностями личности и ее умением влиять на массовое сознание. Здесь следует отметить такие качества, как грамотная, поставленная речь,

красноречие, умение внушать и убеждать, политические убеждения должны быть понятными и близкими для большинства аудитории;

- личностный имидж - индивидуальность политика как личности, которая впрочем должна быть согласованной с социальными ожиданиями, иначе политик рискует прослыть сумасбродом и чудаком [7].

Имидж является мощным средством воздействия на разные социальные группы, побуждающим их к определенным действиям. Политический имидж правителя определяет имидж страны в целом в сфере международного взаимодействия. От того, насколько он выгодный, зависит успешность выполнения важных стратегических и тактических задач, место страны на мировом рынке, экономическое положение государства также определяется тем, как она выглядит на фоне других государств. Негативный имидж страны подрывает не только ее успех на мировом поприще, но и активно используется в интересах оппозиционных и реакционных сил внутри самой страны.

Сейчас внедрение России в мировой экономический диапазон происходит в условиях жесткой всеобъемлющей конкуренции. Борьба за место на мировом рынке, стремление расширить экспорт, получать больше иностранного капитала, привлекать туристов является извечным явлением для стран, занимающих главенствующие позиции в международной политике. Конкуренентоспособность страны отражается очень чувствительна ко влиянию СМИ. Информационно-коммуникационные технологии формируют современное общество и репутацию отдельных государств [4,6].

Процесс формирования имиджа

Процесс создания имиджа для политического лидера зависит от того, как на него будет работать информация, доступная широким массам. В

современном обществе обмен информацией чрезвычайно упрощен, поскольку мы живем в эпоху глобального информационного пространства. Это, несомненно, дает возможность свободно получать сведения любого содержания. Относиться к такому явлению однозначно нельзя: имидж, сформированный за счет СМИ, Интернета и других средств коммуникации легко поддается корректировке в любом направлении. Сейчас, в Интернете условно действует гласность, которой активно пользуются все, кто может так или иначе повлиять на репутацию конкретного политика. В то же время информация и знания являются одним из стратегически важных ресурсов государства. Это очень влиятельный фактор социально-экономического развития страны, благодаря которому происходит интеграция в глобальное информационное поле [6].

Предвыборная кампания - один из ключевых факторов политического успеха как отечественной, так и в мировой практике. Перед выборами органов государственной власти необходимо сформировать мнение электората, чтобы воздействовать на него в своих интересах и завладеть симпатиями большинства избирателей. Для выполнения этой непростой задачи активно привлекаются средства масс-медиа, пресса, реклама, социальные сети и т.д. Создается некий архетип, который впоследствии прочно закрепляется за партией и ее лидером. Это своеобразный миф, но именно в такой форме народ лучше воспринимает политические идеи и лозунги.

Для формирования устойчиво позитивного образа одной узнаваемости личности не достаточно. В персональном имидже политика важно сделать упор на положительные ассоциации, повышающие привлекательность этого образа в глазах аудитории. Эти цели успешно реализуются предвыборной кампанией, когда кандидат должен

предварительно завоевать как можно больше симпатий потенциальных избирателей. Уже исходя из результатов дебатов и статистических опросов можно делать выводы о том, кто более популярен у народа [3].

Профессиональные имиджмейкеры разрабатывают сценарий для предвыборных кампаний политиков, тщательно продумывают интервью, речь политика для дебатов и публичных выступлений. Это позволяет создать очень убедительный образ практичного, сильного, энергичного, решительного лидера.

Формированию положительной репутации кандидата сопутствуют различные общественные мероприятия: фестивали, благотворительные акции, форумы, концерты. Принцип преемственности тоже оказывает благоприятное влияние на имидж политического лидера: если его имя часто упоминается вместе именами более авторитетных и известных политиков, то это является дополнительным преимуществом для него. И конечно же политику никак не обойтись без молодежи - это самый массовый и влиятельный сегмент в медийном пространстве, а также люди, за которыми стоит будущее страны [9].

Имидж российских лидеров на мировой арене

Образ лидеров РФ в восприятии россиян и зарубежных граждан четко отождествляется с имиджем страны в целом. В качестве показательного примера можно привести события постперестроечной эпохи, когда любая информация, которая обнародовала существенные просчеты в политике Б. Н. Ельцина воспринималась как «информационная война против России». Зарубежная общественность категорично судила Россию из-за проступков отдельных лиц, которые очернили репутацию страны на долгие годы. Такое явление не редкость, поскольку между государствами существует мощнейшая конкуренция в сфере геополитики и экономики, поэтому СМИ

активно пользуются промахами политиков и на их основании выставляют страну в невыгодном свете перед всем миром.

Нельзя не отметить чрезмерное использование государственного имиджмейкерства в российских реалиях, когда дело касается формирования политического «мифа». Подобные мероприятия подразумевают колоссальные затраты средств, но не всегда отличаются дальновидностью и практичностью. Имидж политика может пострадать даже из-за незначительных просчетов такой рекламы [1].

В массовое сознание старательно внедряется образ справедливой и честной власти. Если посмотреть на это утверждение в историческом ракурсе, то можно заметить, что методы осуществления этой задачи зачастую неправомерны. Следует отметить, что политологи выделяют три типа политических строев в России - тоталитарный, авторитарный, демократический. Тем временем, в мире сложился стереотип о том, что Россия обречена на чередование первых двух, а третий чужд менталитету россиян, которые сами выбирают себе «вождя и тирана», а потом «трепещут перед ним». Но это весьма субъективная позиция.

Тоталитаризм не является исконно «русским» явлением. На Западе И. В. Сталин считается олицетворением русского варварства и классическим образом кровавого диктатора. В то же время нужно упомянуть Гитлера, Муссолини, Тито, Чаушеску и т.д. Если рассматривать историю России, то тоталитаризм в чистом виде был присущ эпохе Ивана Грозного. В поздние времена, когда монархия подходила к своему закату, власть частично переходила в руки либералов и демократов, и опиралась на закон - Конституцию. Это заметно возвысило Россию в глазах мировой общественности [5].

В 1917 году произошла смена власти, а закон уступил место партийному уставу коммунистов. Партия была своеобразным скелетом государства, она создавала имидж не только вождю, но и всему СССР. Иначе говоря, это есть авторитарная форма правления страной. Впрочем, такая власть являлась пережитком прошлого, и поменялся только «фасад», а содержание осталось прежним. В советское время страна была изолированной и придерживалась своей линии социально-экономического развития, у социологов не возникало необходимости рассматривать взаимосвязь имиджа страны и имиджа партии. Эти наблюдения стали актуальными в постсоветскую эпоху. Такое положение вещей сохраняется и сейчас - авторитарный стиль интегрирует имидж страны и ее правителя несмотря на демократические принципы, существующие на сегодняшний день. Перспектива развития по западному шаблону существует, но она противоречит мировоззрению российских граждан [1,8].

Имидж российских партий

Единая Россия возникла из общественно-политического движения начала 2000-х «Единство». До 2005 года эта партия даже не имела своей программы и ее не признавали как полноценное политическое объединение. Эволюция имиджа ЕР происходила стремительно и достигла своего пика, поскольку теперь эта партия воспринимается народом как главенствующая, «партия власти». Сейчас она прочно ассоциируется с президентом: действительно, во главе страны стояли два выходца из данной структуры - В.В. Путин и Д. А. Медведев.

Несмотря на громадные масштабы и влияние ЕР ее популярность каждый год падает. Во многом, это объясняется политическим застоем. Причиной тому является относительная бессменность власти, некоторые неудачные социальные реформы, слабая связь с региональными органами

самоуправления и т.д. Однако, данная партия имеет неоспоримый авторитет и поэтому пока находится вне конкуренции.

Главный оппонент ЕР - партия ЛДПР. Российская либерально-демократическая партия отличается своеобразным политическим подходом: довольно жестким, эксцентричным и прямолинейным. Лозунги ЛДПР поддерживают народные интересы, требуют защищать уязвимые слои населения. В массовой культуре данная партия ассоциируется с ее неизменным лидером В. В. Жириновским. Его имидж довольно неоднозначный - за резкую критику в адрес актуальной системы, реплики, содержащие ненормативную лексику и другие скандальные «выходки» на публику ЛДПР в народе прозвали «партией клоунов» и псевдоопозицией. Однако, В. В. Жириновский также является одним из авторитетнейших российских политиков. По данным ФОМ, большинство граждан России отзываются об ЛДПР негативно, хотя и признают, что ее лидер поднимает актуальные и злободневные проблемы страны и не избегает неудобных тем, что присуще большинству политиков [2,8].

Программная концепция партии является важнейшим идентификатором политических партий и позволяет сформировать предпочтения у избирателей. Важнейшей особенностью отношений между лидером государства и его гражданами является социальное влияние одного лица на общество. Любое влияние в политической сфере должно быть легитимным и иметь поддержку в обществе или среди его отдельных игроков. Связь между изменениями имиджа лидера и уровня легитимности политической власти очевидна.

Использование возможностей СМИ позволяет многократно менять образ политического лидера и влиять на электорат. То есть, имидж правителя страны задает определенный вектор народным массам. Сегодня

Россия постепенно выходит из масштабного кризиса, так как в сознании граждан изменяются представления о власти как об антагонистическом институте. Однако феномен отождествления личности Президента с общей репутацией государства пока еще до конца не изучен и требует детального рассмотрения, подкрепленного глубокими историческими, политологическими, социологическими и психологическими знаниями.

Список использованной литературы:

1. Галумов Э. Имидж страны и власть [Электронный источник] / psycho.ru, 2019. – Режим доступа: <https://psycho.ru/library/552>
2. Имидж власти в СМИ [Электронный источник] / Российский информационно-образовательный портал Veni Vidi Vici, 2019. – Режим доступа: <http://www.vevivi.ru/best/imidzh-vlasti-v-smi-ref227869.html>
3. Ларина О.С. Имидж институтов государственной власти в современной России: специфика и проблемы формирования [Текст] / О.С. Ларина // Огарёв-Online, 2016. – с. 1-5.
4. Мельникова Т. С. Формирование политического имиджа государственной власти современной России в электронных средствах массовой информации [Текст] / Т. С. Мельникова // автореферат диссертации по политологии, специальность ВАК РФ 23.00.02. – Саратов, 2011.
5. Политическая культура формирует имидж власти в глазах россиян [Электронный источник] / ООО «АПН-НН», 2019. – Режим доступа: <https://apn-nn.com/news/politicheskaya-kultura-formiruet-imidzh-vlasti-v-glazakh-rossiyan/>
6. <http://rodnaya-istoriya.ru/index.php/rossiya-v-mirovix-processax/status-i-gosudarstvenniie-imidj-rossii-v-mejdunarodnoie-srede/politicheskiie-imidj-rossii-teoreticheskie-i-prikladnie-aspekti.html>
7. Почепцов Г.Г. Понятие и типология имиджа [Электронный источник] / Научная электронная библиотека. Монографии, изданные в издательстве Российской Академии Естествознания, 2019. – Режим доступа: <https://monographies.ru/ru/book/section?id=8265>
8. <https://bookonline.ru/lecture/10-imidzh-politika-v-sovremennoy-rossii>
9. Чапаева П. О. Имидж политического лидера как фактор легитимности власти [Текст] / П. О. Чапский // Молодой ученый. - 2017. - №45. - С. 165-168.

Дата поступления в редакцию: 25.06.2019 г.

Опубликовано: 30.06.2019 г.

© Академия педагогических идей «Новация», электронный журнал, 2019

© Кравцова А.В., 2019