

УДК 324: 316.628: 32.019.51

Е.А.Смирнова (5курс, каф. ФДО), В.Н.Чигарев, к.п.н., ст. преп.

## ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА СОВРЕМЕННОГО ПОЛИТИКА

Голосование за кандидата далеко не всегда определяется присутствием в его образе отдельных характеристик, даже если на рациональном уровне они оцениваются в качестве присущих идеальному лидеру. В большинстве случаев образы политиков состоят из взаимоисключающих, на первый взгляд, компонентов: привлекательные характеристики смешаны с непривлекательными. Кроме того, при формировании таких образов существенную роль играют сообщения, восприятие которых происходит на бессознательном уровне.

Барьеры восприятия публичного образа политика бывают связаны с личностными особенностями самого политика, с его имиджем, с каналами передачи и спецификой аудиторий, а также с влиянием каких-либо неожиданных событий, ситуаций, действий других лиц.

Среди характеристик воспринимающего субъекта, определяющих представления о власти, выделяются социальные и психологические.

К социальным характеристикам относят: пол, возраст, уровень образования, общественный и материальный статус, индивидуальный и коллективный опыт, биографические особенности, окружение и специфику социокультурной среды.

Образ политиков у мужчин и женщин отличается, так как в основе его восприятия лежат неодинаковые системы ценностей. По данным некоторых психологов, для мужчин самые значимые ценности – интеллект, честолюбие, широта взглядов, а для женщин – логичность, независимость, чистота. Согласно другому исследованию, женщины более привержены традиционным правам и свободам, поэтому в меньшей степени разделяют демократические ценности.

Не менее важным является и возраст, который предопределяет отношение к политикам. В нашей стране левые взгляды, как правило, соотносятся со старшими возрастными группами. По некоторым данным, среди респондентов свыше 50 лет сторонники государственно-социалистических ценностей представлены в 2 раза чаще.

В развитых странах высокий уровень образования традиционно коррелирует с правыми политическими предпочтениями. Образование способно внушить или усилить приверженность к демократическим либеральным ценностям.

На формирование индивидуального образа власти воздействует множество факторов, классифицируемых по четырем группам:

1. Объектные, относящиеся к объекту восприятия, т.е. к власти.
2. Коммуникативные, обусловленные самим процессом понимания и оценки власти.
3. Ситуативные: социальный, экономический и политический контексты, в которых происходит восприятие.
4. Субъективные, связанные с социальными и психологическими особенностями воспринимающего индивида.

Среди объектных факторов важнее всего характер политической системы, в которой функционируют управители. Понятно, что тоталитарная власть будет восприниматься совсем иначе, нежели авторитарная или демократическая. Утверждают, что основной механизм восприятия тоталитарной власти – любовь со стороны населения, авторитарной – его отчуждение от правящих структур. Специфику отношения индивидов к демократическому правлению обуславливает наиболее рациональное восприятие и выбор конкретных носителей власти.

Еще один фактор, обусловленный объектом восприятия, – характер коммуникации власти с обществом (существует ли обратная связь, как часто и каким образом правящая элита общается с народом, насколько она открыта для этих интеракций и т.д.). Немаловажен и имидж политиков как “промежуточной” инстанции между реальными характеристиками и образом власти у граждан. Здесь можно выделить три группы: персональные (физические и психологические особенности, а также чисто политические, профессиональные и деловые качества политика); социальные (статус лидера — официальная позиция, принадлежность к конкретной социальной группе, материальное положение; происхождение и биография, в которой имеет значение не только сделанное политиком, но и то, чего он вообще не делал; характер взаимодействия со сторонниками и оппонентами); символические (политик как знак определенных идеологии и направления действий, того или иного возможного будущего).

Коммуникативные компоненты тоже важны для формирования образа власти у индивидов в процессе политического восприятия с его спецификой. В этом случае внимание субъекта сосредоточено не на моментах отражения физической реальности, а на смысловых и оценочных интерпретациях объекта восприятия, и характеризуется большей когерентностью познавательных и эмоциональных компонентов. Психологическое “прочтение” власть имущих опосредовано в основном СМИ, а также политическими установками, стереотипами, ценностями и традициями группы, к которой принадлежит воспринимающий субъект. Значима и ситуация, в которой складываются представления о правящей элите. Понятно, что они будут различными в условиях политической стабильности и кризиса. Ухудшение экономического положения, падение уровня жизни, изменения в социальной структуре с разрушением ее традиционных групп и созданием новых, культурные преобразования обязательно накладывают свой отпечаток на то, какой видят свою власть граждане.

В предвыборной кампании кандидаты обычно создают образ, который, по их мнению, должен быть привлекательным для граждан. Обычно для этого используются следующие приемы:

1. Определение необходимого имиджа, стратегического образа, который будет формироваться посредством кампании.
2. Корректировка предыдущего впечатления при помощи СМИ, выступлений и т. д.
3. Особенности речи: слова-маркеры, брутализмы, средства выразительности речи, делающие ее запоминающейся.
4. Стиль поведения по отношению к противникам: компрометация, обвинения (создается впечатление единственно возможной кандидатуры) или же, наоборот, защита (впечатление – сила личности, т. к. сильный человек не нуждается в принижении своих противников для создания себе выгодного фона).
5. Эмоции, лирические отступления (для создания образа “рубахи-парня”, “своего” человека – или же, напротив, подавление эмоций).

Итак, при формировании имиджа важны не только прямые средства – информация в прессе, интервью, – но и бессознательные ассоциации, возникающие у граждан, подчас связанные с эмоциональными предпочтениями, основанными на восприятии таких параметров образа политика, как его привлекательность, сила и активность. Это позволяет

им сделать если не рационально выверенный, то, во всяком случае, эмоционально приемлемый для них выбор кандидата.