

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра политических наук

Особенности имиджа П.Л.Ипатова и В.В.Радаева
АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса 421 группы

направления **41.03.04 «Политология»**

юридического факультета

Леонтьевой Ксении Ивановны

Научный руководитель

К.п.н., доцент

_____ А.Ю.Цаплин

Зав. кафедрой:

Д.п.н., профессор

_____ А.А.вилков

Саратов 2017 г.

Актуальность темы исследования

Свою актуальность проблематика, связанная с имиджем, приобрела в XIX веке, когда особенно активно стали развиваться демократические институты, прежде всего, институт всеобщих свободных выборов. Судьба правительства стала напрямую зависеть от того, как оно само и его деятельность воспринималось избирателями. Неспособность изменить реальность согласно представлениям граждан о том, какой она должна быть, либо убедить их, что происходящее есть лучший вариант развития событий из всех возможных, оканчивалось, как правило, сменой правящих элит. Поэтому естественно, что проблема построения идеальных образов (сложившейся ситуации, правительства и прочих элементов социальных отношений) и внедрения их в массовое сознание приобрела решающее значение. В связи с событиями, происходящими в современной мировой политике, стоит отметить, что имидж политического лидера в международных отношениях играет колоссальную роль. Успешность того или иного политического деятеля зависит от его грамотно проработанного образа.

Желание создать наиболее оптимальный и даже выигрышный имидж присутствует почти в каждом. Зачастую люди инстинктивно акцентируют те или иные характеристики своего образа, недаром в народе появилась поговорка «встречают по одежке, а провожают по уму». Имидж в умеренной форме показывает суть человека или вектор направления деятельности какой-либо организации. При первом «знакомстве» с политическим лидером, отталкиваясь от созданного ему образа, человек может строить дальнейшее отношение к этой персоне: отдать ему свой голос на выборах. Таким образом, избирают в первую очередь конкретный имидж, а не конкретного кандидата. Следовательно, имидж как идеализированная картинка подходит под возможность управления более продуктивно и результативно, чем сам кандидат. Работа над имиджем, с этой точки зрения, является ответом на желания и ожидания граждан, так как его основные составляющие должны отвечать этим желаниям и ожиданиям.

В работе предпринята попытка сравнения особенности имиджа Павла Леонидовича Ипатова и его преемника Валерия Васильевича Радаева. В качестве губернаторов эти личности сыграли важную роль в жизни Саратова и Саратовской области.

В современном мире в рамках огромной конкуренции создание правильного, грамотно проработанного имиджа играет колоссальную роль. Создание положительного образа в глазах окружающих стало особенно актуально сейчас – во время развития социальных сетей, где «встречают по одежке», а провожают действительно по уму... Время, в которое презентация своей внешности реально становится средством повышения авторитета и значимости среди своих друзей и знакомых, в коллективе в частности и в обществе в целом.

Прежде чем разбираться, каков же идеальный имидж политика, нужно всё-таки определить, что же представляет из себя само понятие «имидж», конечно же меня интересует в первую очередь понятие «имидж политика».

Понятие «имидж», как и большинство терминов и разного рода научных определений, можно трактовать как в узком, так и в широком смысле. В широком смысле слова, под имиджем понимается распространенное представление о совокупности естественных и специально сконструированных свойств объекта, в узком -- он трактуется

как сознательно сформированный образ объекта, наделяющий последнего дополнительными ценностями и дающий возможность продуцировать те впечатления об объекте, отношения к нему и его оценки, которые необходимы его создателю.¹

Также существует определение, согласно которому имидж – образ (image), репутация. Но, как по мне, так это просто общее понимание данного термина, а не его истинное понятие.

Итак, от правильно проработанного имиджа зависит многое. Над «образом» политика работают целые творческие группы :политконсультанты, PR-агентства (PublicRelations – публичные отношения, дословно). Данная работа посвящена анализу и сравнению политического имиджа экс-губернатора Саратовской области Павла Ипатова и имиджа ныне действующего губернатора Валерия Радаева.

Данная работа состоит из двух глав. Первая глава «политический имидж» посвящена теоретическим аспектам и структурным характеристикам имиджа. Первая часть раскрывает основные положения и понятия политического имиджа, его структурные особенности, виды и функции, а также роль имиджа политического лидера. Имидж в современном мире играет колоссальную роль в жизни не только любого публичного человека, но и в жизни государства в целом. На сегодняшний день именно имидж оказывает огромное влияние на создание и развитие межличностных и общественных отношений. Специфика таких отношений определяется тем, насколько положительно создан образ или имидж того или иного человека, организации, государства. Если рассматривать политическую систему и политические отношения, то нужно понимать, что немаловажной является специфика отношений между органами государственной или политической власти с обществом в целом, с гражданами, избирателями и так далее. Если государство не настраивает положительные отношения с населением, то взаимодействие между ними и налаживание обратной связи будут абсолютно неэффективными и не принесут никаких удачных результатов. Хороших результатов невозможно достичь, если общество не будет проявлять доверие к государству. Таким образом, можно сделать вывод о том, что положительный и правильно скомпонованный образ власти влияет на функционирование всего государства.

Вторая часть нацелена на раскрытие основных аспектов политического лидерства и поддержки и продвижения политического имиджа. Имидж политика – формируемый специальными инструментами образ этого самого политика для различных социальных групп. Несмотря на это иногда он возникает независимо от создаваемого имиджа, как результат деятельности оппонентов с помощью распространения контримиджа в средствах массовой информации. С технологической точки зрения имидж включает четыре компонента: исходный материал, модель имиджа, искажения при трансляции имиджа, результат обработки аудиторией транслируемого контента.

Вторая глава данной работы, «особенности политического имиджа П. Л. Ипатова и В. В. Радаева», позволяет рассмотреть имиджи данных политических деятелей Саратовской области. Первая часть посвящена изучению имиджа Ипатова, вторая часть позволяет рассмотреть политический имидж Радаева. К сожалению, имидж наших соотечественников проработан достаточно плачевно. За пределами нашего города о них мало известно, да и сами жители замечательного города Саратова не все осведомлены о том, кто же такие господин Ипатов и Радаев. Те же, кто всё-таки знает о деятельности этих губернаторов, имеет в большей массе не очень позитивную оценку их работы. В

третьей части происходит непосредственное изучение и анализ особенностей имиджа представленных политических деятелей и их сравнительный анализ.

Политический имидж - это сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, эмоционально окрашенный образ политического лидера. Формирование имиджа происходит как стихийно, неосознанно, так и сознательно, когда тщательно отслеживаются особенности восприятия политика, продумывается новая стратегия и тактика формирования благоприятного образа.

За счет чего формируется имидж, в том числе и имидж политика? Первое - это прямая имидж формирующая информация: манера одеваться, держаться, говорить, жестикулировать, профессиональная грамотность, эрудиция, деловитость, инициатива, политическая платформа, программа действий. Т.е. личностные и профессиональные качества политика, полученные непосредственным путем: в личных встречах, выступлениях по радио, телевидению и т.п. Эта информация может усваиваться как на сознательном, так и на подсознательном уровне.

Целенаправленное формирование политического имиджа - трудоемкий процесс, который под силу уже не одиночкам, а специализированным агентствам. Сейчас без помощи подобных специалистов не обходится ни один уважающий себя политик.

Целью исследования является изучение имиджа политического лидера на примере Павла Леонидовича Ипатова и Валерия Васильевича Радаева.

Объектом исследования выбран имидж политиков.

Предметом исследования является создание и поддержание имиджа политического лидера. Россияне, которые профессионально не занимаются политикой и созданием образов (имиджмейкинг) не имеют представления о том, как создается, формируется и поддерживается в дальнейшем имидж политика, в массовом сознании политический лидер воспринимается как человек, а не как выдуманный образ.

Задачи:

1. Рассмотреть подробно, как формируется имидж политического лидера;
2. Установить важные элементы формирования политического имиджа;
3. Проанализировать политический имидж Ипатова и Радаева;
4. Проанализировать и сделать вывод, выявить положительные и отрицательные качества политика, дать рекомендации для дальнейшего совершенствования.

Глава I. Политический имидж.

1.1. Политический имидж и лидерство: структура, функции и роль в политике

Политический имидж можно поделить на две категории:

1. Внешний – конечно же, это внешний облик «с головы до пят» (костюм, причёска, мимика, жесты, интонация и т.д.).
2. Внутренний – это образ мыслей, определённые ценности, даже хобби влияет. Для политика категория внутреннего имиджа – это, в первую очередь, политические идеи, потому что самый главный маркер, выделяющий политика, это его идеи.

Структура имиджа:

1. Одним из элементов политического имиджа является ораторское искусство. Не только политикам, но и людям далёким от публичных выступлений никогда не помешает обладать хорошей техникой речи. Это является одним из способов оказания влияния на окружающих, так как ораторское искусство не просто голосовые данные и литературная речь, это логика суждений, своеобразный дар убеждения, а также дыхание и

осанка. При этом можно делать акцент на важных словах, менять тон голоса и темп речи, делать «паузы в словах».

2. Манеры могут быть как хорошие, создающие положительный образ, так и плохие, действующие как контримидж.

3. Жесты открытости: «раскрытые руки», жест «растёгивание пиджака», жесты закрытости: потирание лба, висок, прикрывание лица руками и так далее.

4. Мимика.

5. Соблюдение делового этикета.

6. Харизма – врождённая черта характера с элементами лидерства, которая фактически позволяет манипулировать общественным мнением и вдохновлять на общее дело.

Функции политического имиджа:

1. Маскировка личности – фактически создаваемый имидж показывает не личность политика, а лишь его маску, о чём я упомянула ранее.

2. Отражение социальных установок – конечно же, конструируя имидж политика, разработчики в первую очередь ориентируются на современное общество.

3. Социальная стратификация – имидж политика должен быть построен таким образом, чтобы предотвратить социальное расслоение, или хотя бы убедить в этом свой электорат.

4. Поддержание оптимально общения/знакомства электората – чтобы сблизить граждан и регулировать поведение и волнения.

5. Манипуляции, внушение – думаю, данный пункт не нуждается в описании, все мы итак понимаем, что это необходимое условие создания политического имиджа.

Итак, на мой взгляд, политический имидж необходимо формировать, опираясь не только на некоторые личные качества, но и на социальные настроения здесь и сейчас. Нужно учитывать возможности убеждения, неких манипуляций, чтобы расположить к себе электорат. И, конечно же, необходимо немного приукрасить действительность в виде использования идеализированных особенностей политика.

1.2. Поддержка и продвижение политического имиджа

Подводя итоги первой главы, можно отметить, что имидж – это сочетание внешних и внутренних характеристик политического имиджа. Комбинируя картинки, звуки, формы, рано или поздно можно попасть «в точку», а для того, чтобы данный процесс не затягивался, и есть работа имиджмейкеров, пиарщиков и политконсультантов:

1. Политический имидж должен быть пластичным.

2. Создаваемый политический имидж обязан максимально соответствовать личности самого политика.

3. Легенда играет важную роль как в начале, так и на протяжении политической карьеры, важно «не подмочить» репутацию

4. Политическая реклама в современном мире играет важную роль, но не должна являться самоцелью.

5. Независимо от моды нужно учитывать хронологию, геометрологию и временны обстоятельства.

Глава II. Особенности имиджа П.Л.Ипатова и В.В.Радаева.

2.1. Имидж Павла Леонидовича Ипатова

Заключительный критерий оценки имиджа Павла Леонидовича Ипатова – социальный имидж. В сознании людей, судя по опросам различных средств массовой информации, личность Ипатова как политика является достаточно негативной. Примечательно то, что Павел Леонидович стал первым губернатором, назначенным президентом. Дело в том, что в России с 1991 года действовала процедура прямого, тайного и всеобщего голосования по выбору глав республик, краёв, областей, городов федерального значения и автономной области – субъектов Российской Федерации. Впервые выборы прошли 12 июня 1991 года в Москве и Санкт-Петербурге одновременно с выборами на тот момент президента РСФСР. С 2005 по 2011 год был экспериментальный «перерыв», когда глав субъектов назначал лично президент Российской Федерации (в 2012 году возобновили процедуру выбора глав субъектов, Саратовская область осталась одной из немногих, где выборы ещё не проводились, впервые с 2005 года пройдут в 2017 году в единый день голосования 10 сентября). Возвращаясь к личности Павла Леонидовича Ипатова, нужно отметить, что на него возлагались большие надежды, так как предполагалось, что «признание» данной кандидатуры президентом было не случайным и обдуманым. Хорошую оценку деятельности Павла Леонидовича Ипатова можно почерпнуть на сайте электронного журнала «Замполит. Главный ресурс политинформации». В данной заметке говорится о том, что экс-губернатор Саратовской области в принятии решений достаточно несамостоятелен и недостаточно смел, «предсказуемо бюрократичен, но не пунктуален». Зато прекрасно осведомлён всеми делами, которые находятся в рамках его компетенции. По мнению тех же экспертов, профессионализм, работоспособность и инициативность находятся на среднем уровне, скорее всего это связано с недостаточной упорностью.

2.2. Имидж Валерия Васильевича Радаева

Вербальный имидж Валерия Васильевича Радаева проанализирован на основе видео выступлений перед журналистами, перед народом и на основе рядовых отчётов о выездах губернатора на различные площадки. Губернатор на встречах с журналистами часто акцентирует внимание на том, что всё делается для народа, что он сам «из народа». В одном интервью, отвечая на вопрос, Радаев сказал: «Я не ставлю перед собой цель запомниться, я воспитан так, находясь на должности, нужно ставить цель и задачу исполнять задачу, которая связана с жизнедеятельностью территории.». Приоритетом всегда отмечает обустройство городского пространства, что реально доказывает на практике. Речь у губернатора всегда чёткая, он знает и понимает то, о чём говорит. Такое качество, к сожалению, присутствует далеко не у всех политиков. В своём обращении к жителям он чётко говорит о проблемах региона. Отмечает, что за год из области уехало около 170 тысяч человек, а это практически население города Балаково.¹ Адекватна оценка происходящего есть положительная характеристика для имиджа губернатора. Обращение к жителям происходило в филармонии, аналитики акцентировали на этом внимание, поговаривая о том, что Радаев «берёт пример с Владимира Владимировича Путина».

Кинетический или визуальный имидж Валерия Васильевича ориентирован на то, чтобы показать гражданам, что губернатор «из народа». Радаев в одежде использует

¹«Радаев выступил с обращением к жителям». Электронный источник, URL: <https://yandex.ru/video/pad/search?p=2&filmId=16162199532999475599&text=радаев%20видео&noreask=1&path=wizard> (дата обращения: 1.12.2016 год.)

спокойные тона, в основном серые или синие костюмы, классические рубашки и галстуки. Относительно неброский стиль в одежде говорит о спокойном и сдержанном характере. Достаточно вспомнить эпатажные и яркие образы Владимира Вольфовича Жириновского, которые полностью отражают характер личности политика. Хотя стоит отметить, что его знаменитый жёлтый пиджак «сделал своё дело» и заставил обратить всех на себя внимание, до сих пор оставляя в памяти те дебаты.

2.3. Преимущества и недостатки имиджа Павла Леонидовича Ипатова и Валерия Васильевича Радаева

Изучив особенности имиджа Павла Леонидовича Ипатова и Валерия Васильевича Радаева, можно сделать вывод о том, что продвижение и пиар политиков в Саратовской области остаётся на очень посредственном уровне. К сожалению, добрая половина жителей города Саратова не особо осведомлены, кто такие Павел Ипатов и Валерий Радаев. Хотя о втором знают гораздо больше, тем не менее статистика оставляет желать лучшего. Даже если прохожие могут ответить на вопрос, кто такие Ипатов и Радаев, то про их деятельность не знают практически ничего. Несомненно, этот вопрос касается не только хорошей работы политтехнологов/политконсультантов, пиарщиков и различных разработчиков. Это, в первую очередь, вопрос вовлечённости граждан в политические процессы. Проводя социологический опрос в ноябре 2015 года в ПГТ Базарный Карабулак мы столкнулись с проблемой того, что приходилось практически каждому респонденту рассказывать, о ком в пунктах опроса идёт речь. Более того, о некоторых политических деятелях мы, политологи, услышали в первый раз.