

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 формирования и актуализации политических имиджей
О.Н. Алимовой и З.М. Самсоновой**

АВТОРЕФЕРАТ ВКР БАКАЛАВРА

Студентки 5 курса 571 группы
направления (специальности) **41.03.04**

код и наименование направления (специальности)

юридического

наименование факультета, института, колледжа

Галактионова Наталия Николаевна

фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

Доцент по кафедре политических наук

должность, уч. степень, уч. звание

дата, подпись

А.А. Казаков

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

Профессор по кафедре политических наук

должность, уч. степень, уч. звание

дата, подпись

А.А. Вилков

инициалы, фамилия

Саратов 2018 г.

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена широким интересом научного сообщества к проблемам формирования имиджа, благодаря мультидисциплинарности данного направления, а так же изменениями в медиасреде, которые наблюдаются на протяжении последнего десятилетия с позиции политологов, связанных с прикладными исследованиями и практиками. Все это обуславливает безграничный интерес к имиджу в целом, и политическому имиджу в частности, при этом, позволяет говорить об очевидных в изучении столь сложной проблематики белых пятнах. Так, например, в научных работах практически не освещается политический имидж региональных политических деятелей, практика построения их имиджа и поддержка присутствия в медиаполе. Именно поэтому, в рамках данной работы была предпринята попытка анализа имиджа двух политических деятелей региона (на примере Саратовской области).

Объектом исследования выступает имидж политических деятелей.

Предметом исследования является формирование и актуализация имиджа политического актора.

Целью настоящего исследования, в соответствии с обозначенными объектом и предметом исследования, можно считать анализ формирования и актуализации политического имиджа политических акторов.

Задачи исследования:

- обозначить этапы развития представлений об имидже;
- выявить причины актуализации политического имиджа в современной политике;
- проанализировать развитие и актуализацию политического имиджа О.Н. Алимовой;
- выявить особенности формирования и поддержания имиджа З.М. Самсоновой.

Структурно работа состоит из двух глав, в состав которых входит по два параграфа, введения, заключения и списка использованных источников и литературы. Первая глава «Теоретическое измерение политического имиджа» посвящена анализу представлений о политическом имидже, преимущественно в работах отечественных политологов, социологов, психологов. Глава состоит из двух параграфов. В разделе 1.1 «Имидж как объект политологических исследований» представлена характеристика основных этапов развития в науке представлений об имидже. В разделе 1.2 «Специфика имиджа политического лидера» дается характеристика прикладного аспекта имиджа в современной политике, учитывая теории и наработки ведущих исследователей в данной сфере, описаны механизмы поддержки имиджа политического деятеля. Во второй главе «Особенности формирования и актуализации политического имиджа политических деятелей» описаны представление в публичной политике и имидж О.Н. Алимовой и З.М. Самсоновой. В параграфах 2.1 и 2.2, соответственно дается характеристика актуализации и особенности имиджа политических деятелей.

Основное содержание работы

Глава 1. Теоретическое измерение политического имиджа.

Политический имидж является имиджевой характеристикой, связанной с вопросами разделения и удержания власти. Опираясь на данное представление, можно говорить о некоторых видах имиджа, по объекту применения – это государство, политическая организация, политический лидер, имидж социальных слоев, имидж группы явлений. Вместе с этим, формирование политического имиджа – достаточно сложное и многогранное явление, оно может включать множество факторов, оказывающих влияние на представления о политическом акторе или событии.

Теоретическое измерение политического имиджа, с нашей точки зрения, еще более сложный объект изучения, поскольку теория политического имиджа, фактически начинает свой отсчет с начала XX века, хотя практика построения политического имиджа имеет гораздо больше проблемных мест в истории. Первым примером построения имиджа политика, по праву может считаться конструирование образа властителя, образа культа и носителя божественного слова на земле. Конструируемый имидж фараонов в Египте и царей средиземноморья и императоров Древнего Китая опирались на возвеличивание.

Проблематика политического имиджа становится более заметной с развитием философской мысли. Среди авторов наиболее выдающихся трудов, описывавших властные отношения и имидж правителя, способы его построения и сохранения, следует выделить Н. Макиавелли, М. Вебера, Т. Карлейля. Постановка вопроса политического имиджа была выдвинута в рамках предметного поля политической психологии и менеджмента в работах: Л. Брауна, Д. Доти, Дж. Джеймса, Дж. Фоли и иных исследователей американской и европейских школ политологии¹. Выделение политического

¹ См. напр.: *Браун Л.* Имидж - путь к успеху. СПб: Питер, 2001; *Джеймс Дж.* Эффективный самомаркетинг. Искусство создания положительного образа. М.: Филинь,

имиджа, как предметного поля политологии и смежных дисциплин, позволили внести корректировки в такие направления, как элитология, политический менеджмент, политическая культура, политическая психология и т.д.

Теоретическое измерение политического имиджа начинается с публикаций американского журналиста В. Липпмана, утверждавшего, что общественное мнение о политических акторах, политических событиях и экономической реальности – есть отражение «картин в нашей голове». Раскрывая содержание данного тезиса, В. Липпман обосновывал окружающую нас реальность как реконструкцию в нашем сознании элементарных событий и политических реалий². Являясь ментальным образом, отражением действительности, имидж считается инструментом как для индивида, использующего этот образ, так и для индивида его создающего.

Современное состояние изученности вопроса позволяет говорить о всестороннем прогрессе в изучении проблематики политического имиджа. Сосредоточившись на работах отечественных исследователей, на наш взгляд, можно наиболее детально изучить российскую специфику построения имиджа политического лидера. В отечественных исследованиях особо принято подчеркивать мультидисциплинарность исследований имиджа политического лидера, что обусловлено с точки зрения практики применения множеством приемов построения и сохранения политического имиджа (при разработке и создании имиджа политического деятеля приходится использовать социологические, экономические, психологические, правовые знания). Вместе с этим, существует множество научных направлений, изучающих политический имидж, следующих, зачастую за практикой. В рамках каждой, из упомянутых выше дисциплин, существует разработанная теория политического имиджа, раскрываемая в работах отечественных исследователей.

1998; *Dorothy F. Doty* Publicity and Public Relations. New York: Barrons Educational Series Inc, 1990; *Фолл Дж.* Энциклопедия знаков и символов. М.: Вече, АСТ, 1996.

² См.: *Lippmann W.* Public Opinion / W Lippmann. N.Y.: Macmillan, 1992.

Глава 2. Особенности формирования и актуализации политического имиджа политических деятелей. Результатом выстраивания имиджа Ольги Николаевны Алимовой стала третья позиция в рейтинге «железных леди» одного из саратовских изданий³. В целом, следует отметить, что подобное позиционирование «железной леди области № 3» в региональных средствах массовой информации значительно расходится с позиционированием собственной работы в законодательных органах и практике общения с потенциальными избирателями. Там Ольга Николаевна выступает в качестве образца женственности, проявляя себя в работе с социально незащищенными слоями населения в первую очередь.

Подобные противоположности в имидже Ольги Николаевны наталкивают на мысль о сложности процесса выстраивания имиджа оппозиционного политика. С одной стороны, публичная политика в стране положительно воспринимает сильных, мужественных женщин, средства массовой информации любят проявления мускулятивных черт характера политика – все это активно воплощает в жизнь как руководитель региональной ячейки КПРФ Ольга Николаевна Алимова. Определенный отпечаток на тип позиционирования Ольги Николаевны откладывает история взаимоотношений региональных властей и КПРФ.

С другой стороны, Ольга Николаевна, являясь представителем КПРФ, активно работает с социально незащищенными слоями населения, пенсионерами, инвалидами, ветеранами – что обусловлено электоральной базой партии. Но, работа с законодательством и личная помощь депутата законодательных собраний области и РФ, в отличие от участия в массовых мероприятиях, остается незамеченной, благодаря сложившемуся мнению относительно Ольги Николаевны у представителей СМИ и экспертов.

³ «Взгляд-инфо» - «Железные леди». URL: <http://www.vzsar.ru/special/2015/03/02/jeleznye-ledi.html> (Дата обращения 12.08.2017)

Конечно, наиболее важным инструментом в руках Ольги Николаевны можно считать речевые и лексические практики, в совокупности с позиционированием КПРФ в электоральном пространстве. В данной категории яркой особенностью Ольги Николаевны является непримиримая оппозиционность и принципиальность в вопросах проблем региона и города. В некотором роде, партийный руководитель является образцом женщины-политика для региона, что подтверждается особым вниманием именно к Ольге Николаевне со стороны средств массовой информации области.

Являясь исключительно партийным активистом, поддерживая имидж бизнес-леди, Зинаида Михайловна Самсонова удачно сочетает обе модели выстраивания имиджа и его актуализации. Особое значение в данном ракурсе имеет тот факт, что Зинаида Михайловна придерживается четкой линии в своих претензиях на политическом пространстве региона. Так, например, партия, возглавляемая Самсоновой, решила не выдвигать кандидатов на губернаторские выборы 2017 года, сосредоточившись на электоральной кампании ради мандатов депутатов законодательного собрания области⁴.

Очевидной проблемой в выстраивании имиджа Зинаиды Михайловны стали ее серьезные амбиции в коммерческой сфере. Одной из наиболее крупных проблем стало возведение на территории парка на 3-ей Дачной в городе Саратов крупного торгового центра⁵. Нарекания вызывало и финансирование проекта, и коммерческая оправданность нового торгового центра и множество иных вопросов. Однако торговый центр был возведен, рядом с уже имеющимся в активе Самсоновой торговым центром «Сиеста»⁶.

⁴ «Компромат Саратов» - ««СР» не будет выдвигать кандидата на выборы саратовского губернатора». URL: <http://compromatsaratov.ru/2017/07/07/sr-ne-budet-vydvigat-kandidata-na-vybory-saratovskogo-gubernatora/> (Дата обращения 25.11.2017)

⁵ «Веб-компромат» - «Саратов: депутат и бизнесвумен уничтожили зону отдыха». URL: <http://web-compromat.com/11204-samsonova-html/> (Дата обращения 12.09.2017)

⁶ «Сароблньюс» - «ТАУ-Китянские аппетиты Самсоновой». URL: <http://saroblnews.ru/vse-chto-zaslyjivaet-vnimaniia/32346-tay-kitianskie-appetity-samsonovoi> (Дата обращения 21.10.2017)

К проблемам экономического порядка были добавлены и политические проблемы, правда, в отличие от КПРФ – внутренние. Не шуточные проблемы с бывшим руководством региональной ячейки в лице В. Тюхтина, с его непонятной отставкой и дальнейшим угасанием значения на политической арене. На протяжении всего периода руководства партией в регионе, медиасреда полнится скандальными подробностями о деятельности Зинаиды Михайловны в партийном стане. Так, слухи о развале и распаде партии появляются в средствах массовой информации на протяжении последних 5 лет с завидной регулярностью – в каждый из избирательных циклов⁷.

Таким образом, в случае с Зинаидой Михайловной, можно говорить о выработанном подходе к построению и поддержанию имиджа политика-женщины. Опираясь на имидж бизнес-леди, и сформированную деловую репутацию, путем использования в полемике социальных проблем города и области, даме удалось достичь максимально положительного образа в средствах массовой информации и в общественном мнении региона, не используя в полной мере возможности партийной работы, позволяющие сохранять удачный имидж Зинаиды Михайловны. Акцентирование внимания на деловых качествах Зинаиды Михайловны и концентрация на социальных проблемах города и экономических проблемах области позволяет придерживаться умеренной оппозиционности, позволяющей поддерживать необходимый уровень электорального интереса к партии.

⁷ «Компромат Саратов» - ««Справедливой России» в Саратове пора заказывать панихиду». URL: <http://compromatsaratov.ru/2012/11/29/spravedljivoj-rossii-v-saratove-pora-zakazyvat-panixidu/> (Дата обращения 21.07.2017)

Заключение

Представление о политическом имидже в частности, и имидже в целом уходят корнями глубоко в историю. Основанный на экономическом благополучии, привилегированном положении в обществе или богоизбранности имидж, прежде всего политический, воспринимался как отличительная особенность богоизбранных. Не случайно именно на основании религиозных представлений и согласно принятым в обществе традициям сохранялись такие характеристики первых государств, как – преемственность власти, сакрализация властителей, вокруг которых создавался особый имидж. В той или иной мере имидж властителя или иного важного политического деятеля становится объектом пристального внимания первых философов, конструирующих образ идеального правителя.

Резкий рост интереса к политическому имиджу в конце 20 – начале 21 века принято связывать с усложнением социально-политических характеристик американского и европейских обществ, и резким увеличением междисциплинарных исследований в смежных сферах. Являясь конструированием образа, процесс создания имиджа включает в себя манипулятивный аспект и не исключает вероятности приспособления со стороны политического актора, подстраивающегося под социальные реалии сообщества. Таким образом, реализуется тесная взаимосвязь политического актора и сообщества. Интеракции поддержки или неодобрения со стороны граждан являются маркерами для изменения политического имиджа.

Несмотря на тот факт, что позиции научных школ относительно целей и задач формирования имиджа, а также процесса формирования имиджа в некоторой степени разнятся, следует пояснить, что в рамках изучения имиджа политических деятелей в одном, конкретном регионе нужно опираться в большей степени на единые правила и константы. Учитывая специфику региона, особенности социально-экономического положения населения и

политическую картину области, это позволяет проанализировать имидж двух политиков, действующих в едином публичном политическом поле.

Процесс формирования и актуализации имиджа Ольги Николаевны связан с несколькими важными аспектами. Во-первых, прослеживается четкая оппозиционная направленность в выстраивании политического дискурса лидера партии, что связано с идеологической составляющей партии и существующими проблемами региона. Во-вторых, в имидже Ольги Николаевны принято выделять две противоположенные тенденции: первая – связана с позиционированием самими политиком себя как сильного политического игрока, в некоторых аспектах наделяемого мужскими характеристиками, а вторая – партия и средства массовой информации представляют Ольгу Николаевну как борца за социальные права народа и потенциального избирателя. В-третьих, развиваясь под влиянием обозначенных тенденций, имидж Ольги Николаевны тесно связан с политическими успехами партийной ячейки в регионе, а, следовательно, не позволяет выходить первой за рамки партийной атрибутики и стилистики публичной риторики.

Зинаида Михайловна Самсонова несколько иначе подходит к процессу формирования и поддержания имиджа, нежели Ольга Николаевна, однако, результативность данного похода не вызывает сомнений. Являясь представителем оппозиционной силы, Зинаида Михайловна не связана с партийной атрибутикой и идеологией в той же степени, что и Ольга Николаевна, а поэтому имеет больше возможностей в самопрезентации. Однако, учитывая тот факт, что З.М. Самсонова в политику пришла из коммерческой сферы, она предпочитает не использовать медийные ресурсы для развития собственного имиджа, как и не использует практику публичных выступлений, свойственную Ольге Николаевне. Имидж успешной бизнес-леди как раз является сильной стороной оппозиционного политика, позволяющего поддерживать высокий уровень интереса к руководителю партии в регионе.