

Секция «Политические науки»

Некоторые теоретические подходы к образу лидера

Виноградова Надежда Сергеевна

Кандидат наук

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, политологии,
Москва, Россия*

E-mail: demian.niv@gmail.com

Образ лидера является компонентом образа России [4]. Образ лидера носит персонифицированный характер [8]. Действия политического лидера социальны по своему характеру и имеют значительные последствия для множества людей — в данном исследовании политика политических лидеров России влияет на образ страны в целом на мировой арене. А.И. Соловьев отмечает, что политический лидер — это институт, связанный отношениями ответственности перед населением [9]. По его мнению, политическое лидерство характеризует не только персональные качества осуществляющих эти функции лица (или группы лиц), но главным образом их отношения с основной частью населения, которые находят свое отражение в СМИ.

Образ политического лидера — это представление о политике государства, которое сформировалось у населения и мирового сообщества в результате внешнего воздействия, например, англо-американских печатных СМИ, и которое обладает высокой устойчивостью и сопротивляемостью внешним воздействиям [10].

Е. Егорова-Гантман выделяет три составляющие образа политического лидера: персональные, социальные и символические характеристики [5].

Персональные характеристики. К ним относятся его физические особенности (внешность, пол, возраст), психологические особенности (характер, личностные черты, манера речи, политика) и чисто политические, профессиональные и деловые качества (политические ориентации, организаторские способности, лидерский потенциал).

Социальные характеристики: статус лидера — официальная позиция, принадлежность к определенной социальной группе, материальное положение; происхождение и биография, в которой имеет значение не только то, что политик сделал, но также и то, чего он не делал; характер взаимодействия с различными социальными группами — сторонниками и оппонентами.

Символические характеристики, которыми нагружен образ политика, также являются его неотъемлемым компонентом. Лидеры становятся знаками определенных идеологий, того или иного возможного будущего, определенного курса действий. В подобное время «лидер персонифицирует сферу страхов и надежд» [1], но в мирное время символическая нагрузка имиджа лидера становится менее всеобъемлющей и носит не такой драматический характер.

Данные характеристики учитываются корреспондентами англо-американских печатных СМИ в процессе трансляции образа страны. Именно персональные, социальные и символические характеристики образа лидера так же, как и проводимая лидером политика, наиболее ярко представляют образ России на международной арене.

В отечественной и зарубежной политической и психологической науке существует множество различных концепций лидерства, образа политика, его структуры, факторов влияния и т.п. Теоретическим базисом для нашей работы является теория д.ф.н. Е.Б.

Шестопал [11]. При анализе образов политиков она использует три измерения личности: параметры привлекательности, силы и активности. Показатели привлекательности затрагивают следующие аспекты: внешность и телесные характеристики, психологические особенности (характер, отдельные черты, речевые обороты) и морально-этические оценки политика, чисто политические, профессиональные и деловые качества (опыт, политические взгляды, лидерские качества, навыки политической деятельности, компетентность). В параметр силы входят такие компоненты, как здоровье, возраст, физические и интеллектуальные ресурсы, психологическая устойчивость, способность защищать интересы страны и многое другое. Активность как личностная характеристика политика имеет отношение к исполнению властных полномочий. Все эти параметры используются СМИ, в том числе и печатными, в процессе создания сообщения, что напрямую влияет на образ страны.

В образе политического лидера, как и в любом психологическом образе, всегда присутствуют рациональные и бессознательные компоненты. Д. Шмидтчен [2] отмечает, что образ не является совокупностью рациональных суждений; это преимущественно иррациональное отражение представлений, оценок, ощущений, ассоциаций в широком смысле, которое, подобно ауре, обволакивает все предметы сознания и несет на себе яркий отпечаток субъективности.

В результате эмпирических исследований были сделаны следующие выводы. Восприятие образов политиков происходит на двух психологических уровнях: рациональном (вербализированные оценки) и бессознательном, или иррациональном. Соответственно, образ лидера включает в себя три элемента: рациональные оценки (сообщения в англо-американских печатных СМИ), бессознательные оценки (например, окраска сообщений), а также характеристики политического лидера: персональные, социальные и символические. Параметры привлекательности, силы и активности учитываются в практической части данного исследования.

Литература

1. Edelman M. Constructing the Political Spectacle. Univ. Of Chicago Press, 1988. P. 37
2. Schmidtchen G. Die Befragete Nation. Frankfurt, 1965.
3. Winter, David G., Hermann, Margaret G., Weintraub, Walter and Walker, Stephen G. The Personalities of Bush and Gorbachev Measured at a Distance: Procedures, Portraits, and Policy. – "Political Psychology forthcoming 1991
4. Данная работа является частью большого проекта кафедры социологии и психологии политики «Образ России в стране и в мире» (рук. доцент Пищева Т.Н.). Грант РГНФ «Образ России в стране и в мире» (грант No. 09-03-00865 г/р).
5. Егорова-Гантман Е. Игры в солдатики. Политическая психология президентов. – М.: группа компаний «Никколо М», 2003.
6. Зорин В.А. Проблема восприятия образа политика в контексте изучения его личности // Политико-психологические проблемы исследования массового сознания / Под ред. Е.Б. Шестопал. – М.: Аспект Пресс, 2002

7. Имидж лидера. Под ред. Е.В.Егоровой-Гантман. М.,1994. с. 118-135
8. Кантор В. Личность и власть в России: сотворение катастрофы //Личность и власть: интеркультурный диалог. М., 1998;
9. Соловьев А.И. Политология. Политическая теория и политические технологии. М.: Аспект-Пресс, 2000. с. 143.
10. Цуладзе А. Формирование имиджа политика в России. М., 1999.
11. Шестопад Е.Б. Образы российской власти. От Ельцина до Путина. М.: Росспэн, 2008.