

Секция «Государственная политика и государственное управление: проблемы и практики»

Структура имиджа государственной власти

Научный руководитель – Сивова Светлана Анатольевна

Дисенгалиева Сабрина Муратовна

Студент (бакалавр)

Саратовская государственная юридическая академия, Саратов, Россия

E-mail: sabrina10698@mail.ru

На современном этапе развития имидж становится неким символическим посредником между властью и общественностью, где он является одним из важных средств информационного и коммуникационного воздействия на разные социальные группы, формируя этим определенное политическое сознание. В связи с этим к имиджу проявляется большое внимание у гуманитарных наук, а особенно заинтересована в его изучении политология. Она исследует саму природу политического имиджа, выявляет его сущность и механизмы формирования.

В данной работе мы сосредоточили внимание именно на структуре и основных элементах политического имиджа государственной власти.

Однако, сначала нужно дать определение политического имиджа. Политический имидж - это искусственно создаваемый, устойчивый социально-психологический образ того или иного субъекта политики, влияющий на поведение личности в политической сфере общества, включающий в себя как общие характеристики, свойственные имиджу вообще, так и особенные признаки, свойственные конкретной разновидности политического имиджа [2].

В структуру политического имиджа государственной власти входят такие элементы как имидж политического деятеля, имидж правящей политической партии, также относят и политический имидж государства. Каждый названный элемент является целостным образованием со своими компонентами, а из этого следует, что структура политического имиджа власти многоуровневая. Рассмотрим каждый элемент по отдельности.

Одной из главных целей формирования имиджа политического деятеля является побуждение различного рода эмоций в сознании граждан, где имидж политика способен воздействовать на деятельность и поведение отдельного человека и даже групп населения. Получается, что имидж политического деятеля создается с определенной целью. Например, имидж, формирующийся во время предвыборной кампании устанавливается как строго обусловленный стратегический образ. При разработке имиджа, конечно же, нужно брать во внимание культурную специфику, уровень образования населения, проблемы сложившейся экономической ситуации и другие особенности избирательного округа [1].

Вторым элементом структуры имиджа власти является имидж правящей политической партии. Его можно представить как совокупность следующих составляющих: программно-идеологической, деятельностной, внешней [5].

Третьим элементом структуры политического имиджа власти является имидж государства. Имидж государства имеет взаимосвязанные характеристики политической системы (экономические, политико-правовые, географических, национальные и др.). Имидж государства имеет также свою структуру, которая включает в себя такие элементы как: условно-статичные, условно-динамичные и характеристики-константы [3,4]

В процессе формирования имиджа нужно учитывать отношение населения к своему государству и принятие данной страны на международной арене.

Благодаря рассмотренной структуре политического имиджа государственной власти мы определили ее базисные элементы.

Во-первых, это персональные, профессиональные, моральные, социальные характеристики политических деятелей государства (лидера государства, лидеров партии и др.).

Во-вторых, к базисным элементам стоит отнести программу и идеологию, деятельность и итоги деятельности отдельных политических деятелей или правящей политической партии.

В-третьих, это условно-динамичные характеристики имиджа государства.

Данные элементы взаимодополняют и взаимозависимы друг от друга.

Подводя итог, стоит отметить, что имидж государственной власти формируется как социально-психологический феномен в массовом и индивидуальном сознании. Имидж государственной власти объединяет в себе образы разных субъектов политики и отдельные характеристики имиджа государства (например, уровень благосостояния населения, обеспечение социальных гарантий и др.), которые, в свою очередь, очевидно, являются результатом деятельности тех или иных политических деятелей, лидеров, партий, объединений и т.п.

Изучение вопроса о структуре политического имиджа государственной власти необходимо, так как исследуя его составные элементы мы можем в процессе его формирования закрепить в сознании населения определенное отношение к политике, а если сформирован позитивный имидж, то он, в свою очередь, укрепит доверие к государственной власти.

Список использованных источников и литературы

1. Абашкина Е., Егорова-Гантман Е., Косолапова Ю., Разворотнева С., Сиверцев М. Политиками не рождаются: как стать и остаться эффективным политическим лидером. Психологическое пособие для политиков. М., 1993.
2. Мельникова Т. С. Политический имидж государственной власти как социально-психологический феномен массового сознания // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2015. №4. С.149-150.
3. Гринберг Т.Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/252> (дата обращения:28.02.2020).
4. Киселев И.Ю. Проблема образа государства в международных отношениях в рамках конструктивистской парадигмы. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.iascentr.ru/archive/public_detailsa5fc.htmlid=491.152 дата обращения:27.02.2020).
5. Ханов Г.Г., Чижов Д.В. Имидж политической партии: основные составляющие и методы продвижения. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.publicity.ru/ upravlenie/articles/9731/9733.html> (дата обращения:27.02.2020).

Источники и литература

- 1) Абашкина Е., Егорова-Гантман Е., Косолапова Ю., Разворотнева С., Сиверцев М. Политиками не рождаются: как стать и остаться эффективным политическим лидером. Психологическое пособие для политиков. М., 1993.
- 2) Мельникова Т. С. Политический имидж государственной власти как социально-психологический феномен массового сознания // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2015. №4. С.149-150.
- 3) Гринберг Т.Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/252> (дата обращения:28.02.2020).

- 4) Киселев И.Ю. Проблема образа государства в международных отношениях в рамках конструктивистской парадигмы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ia-centr.ru/archive/public_detailsa5fc.htmlid=491.152 дата обращения:27.02.2020).
- 5) Ханов Г.Г., Чижов Д.В. Имидж политической партии: основные составляющие и методы продвижения. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.publicity.ru/ upravlenie/articles/9731/9733.html> (дата обращения:27.02.2020).