

Особенности формирования образа Олафа Шольца в контексте выборов в Бундестаг 2021.

Научный руководитель – Евгеньева Татьяна Васильевна

Лазарев Алексей Андреевич

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра социологии и психологии политики, Москва, Россия

E-mail: zaitarsugar@gmail.com

В докладе рассмотрены современные концепции формирования образа политических лидеров в сети Интернет на примере лидера СДПГ и нынешнего бундесканцлера Олафа Шольца. Образу, как единице политического восприятия, посвящены работы как зарубежных, так и отечественных политических психологов. Однако стоит отметить, что исследование образов политических обычно носит прикладной характер и обусловлено электоральными запросами, либо текущей политической повесткой дня. Так исследования, касающиеся социальной перцепции и массового сознания, большей частью посвящены изучению способов и механизмов формирования имиджей политических лидеров. Здесь нужно обязательно учитывать принципиальные различия между имиджем лидера и его образом в массовом сознании. Так имидж - это целенаправленно и сознательно конструируемое представление о политическом объекте, в то время как образ формируется спонтанно. Исследования образов политических лидеров представлены в работах российских и зарубежных авторов¹.

Формирование образа лидера как структурного элемента образа политической партии играет ключевую роль успешной партий стратегии во время избирательных кампаний. Проблема заключается в выявлении и анализе образов и символов, используемых для самопозиционирования бундесканцлера Олафа Шольца, а также его позиционирования командой сторонников.

Теоретико-методологической базой эмпирического исследования стал метод качественного контент-анализа, применяемого к исследованию текстовых и видео публикаций в социальных сетях политической партии СДПГ, и личной страницы канцлера Олафа Шольца, а так же политический дебатов с его участием за период января 2020 по сентябрь 2021.

Для понимания политико-психологических особенностей конструирования образа политика были проанализированы наиболее влиятельные характеристики личности, влияющие на формирование образа: представление политического лидера о себе самом; потребности и мотивы, оказывающие влияние на его политическое поведение; стиль принятия управленческих (политических) решений; стиль межличностных отношений; стрессоустойчивость.

Особый интерес представляет образ, сконструированный сторонниками Бундесканцлера Шольца, а именно его однопартийцами. Олаф Шольц был первым политиком, объявившим о намерении выставить свою кандидатуру в качестве кандидата на пост канцлера. Это произошло еще в январе 2019 г. и вызвало неоднозначную реакцию. По умолчанию на роль кандидата на пост канцлера претендовала руководитель СДПГ Андреа Налес, и высказывание Шольца нарушало внутрипартийную дисциплину. «Это неправильное время, неправильный человек и неправильный метод», - так была воспринята инициатива

Шольца многими однопартийцами. Однако, после череды скандалов с кандидатами-канцлерами от ХДС/ХСС и «Зелёных», ударивших по их репутации, рейтинг СДПГ начал расти. На этом фоне кандидат Олаф Шольц оказался воплощением компетентности и профессионализма. Впервые это проявилось во время его первых дебатов с сопредседателем «Зелёных» Аннеленой Бербок, чья нервозность и неопытность контрастировали с примерившим образ «крепкого хозяйственника» социал-демократом. Конструируемый образ лидера-администратора является показателем силы политика, его сильной волей и стрессоустойчивостью. Личный рейтинг Олафа Шольца за это период показывает прирост в 10-15%.

В завершение предлагается вывод о том, что использование тех или иных символов и механизмов при создании образа политика может быть обусловлено целями, которые ставят перед собой политические субъекты, социальными предпосылками, которые определяют особенности разных социальных групп, для которых формируется образ, а также объективными условиями, в которых происходит внедрение образа политика в массовое сознание.

Источники и литература

- 1) McAllister I. The Personalization of Politics // Oxford Handbook of Political Behavior. – Ed. by Russell J. Dalton and Hans-Dieter Klingemann. – New York: Oxford University Press. – 2007. – P. 571-591
- 2) Blondel, J. Party Government, Patronage, and Party Decline in Western Europe // Political Parties: Old Concepts and New Challenges / Oxford: Oxford University Press, 2002
- 3) Bobba, J., Seddone, A. Personal and personalized party: Notes on theoretical framework // 61st political studies association Annual Conference, April 2011. – 15 p. 11. Brasher, H. Capitalizing on contention: issue agendas in U.S. Senate campaigns // Political communication. – 20(4). – P.453–471
- 4) Егорова-Гантман, Е.В. Политическое консультирование. – М., 2007.
- 5) Зорин, В.А. Проблема восприятия образа политика в контексте изучения его личности // Политическая психология: Хрестоматия/ сост. Е.Б. Шестопап. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – С. 300-310.
- 6) Пищева, Т.Н. Политические образы: проблемы исследования и интерпретации // Полис. – 2011. – №2.
- 7) URL: <https://www.spd.de/> (Дата обращения: 24.01.2022).
- 8) URL: <https://olaf-scholz.spd.de/> (Дата обращения: 24.01.2022).
- 9) URL: <https://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen/bundesweit/sonntagsfrage/> (Дата обращения: 03.12.2021).