

УДК 316.6

М.А. Пибаетва

M.A. Pibaeva

Пермский национальный исследовательский политехнический университет
Perm National Research Polytechnic University

**ФОРМИРОВАНИЕ ИДЕАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ИМИДЖА
ПРЕЗИДЕНТА В МАССОВОМ СОЗНАНИИ
ЭЛЕКТОРАТА ПЕРМСКОГО КРАЯ**

**FORMATION OF THE IDEAL MODEL OF THE IMAGE
OF THE PRESIDENT IN THE MASS CONSCIOUSNESS
OF THE PERM KRAI ELECTORATE**

Рассматривается имидж политического лидера, формируемый в общественном сознании. Определяется набор характеристик, соответствующий пониманию идеальной модели имиджа президента страны, с опорой на мнение электората Пермского края.

Ключевые слова: имидж, политический лидер, свойства имиджа политического лидера, имидж президента, модель имиджа президента.

The image of a political leader, formed in the public consciousness, is examined. A set of characteristics is determined that corresponds to the understanding of the ideal image model of the president of the country, relying on the opinion of the electorate of the Perm region.

Keywords: image, political leader, image properties of a political leader, image of the president, model of the image of the president.

В марте 2018 г. в России состоялось одно из важнейших политических событий, которое имеет серьезное значение не только для всего населения нашей страны, но и для большинства зарубежных государств – выборы президента. По итогам голосования победу с результатом 76,69 %, при явке избирателей 67,54 %, одержал действующий глава Российской Федерации – Владимир Владимирович Путин, для которого данный президентский срок стал четвертым в карьере.

В связи с описанными политическими событиями возник исследовательский интерес, в рамках которого было важно изучить имидж политического лидера и элементы, его составляющие, а также определить идеальную модель имиджа президента для электората Пермского края, а именно набор характеристик, наиболее важный для становления успешного образа политического

лидера в данном регионе. Проведем обзор теоретических работ для определения основных понятий, касающихся имиджа президента как политического лидера.

Так, В.М. Шепель – создатель имиджологии, определяет имидж как «индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания» [1, с. 79]. И.А. Федоров под категорией «имидж» понимает «один из атрибутов социального поведения, суть которого заключается в целенаправленной организации символической стороны духовной жизни и ориентации поведения субъектов на эталон желаемого впечатления» [2].

Е.А. Петрова определяет имидж в качестве категории, универсально применимой, которая становится предметом социального познания, в том числе социальной позиции, т.е. можно говорить об имидже политического деятеля [3, с. 36]. Можно сказать, что имидж представляет собой индивидуальный образ, который создает объект или его окружение с целью воспроизводства определенного впечатления.

«Имидж политика специально создается, конструируется на основе запросов избирателей, для которых, как показывают опросы общественного мнения, главное значение имеет не столько политика кандидата, сколько впечатление о нем как о человеке» [4, с. 7].

В.М. Шепель утверждает, что существует несколько базовых составляющих имиджа политического лидера: морально-этические черты; деловые и профессиональные качества, компетентность; «пробивные» свойства; внешние данные и коммуникативные характеристики [1, с. 227].

Структура имиджа показывает, что он является условным «социальным компасом» в общении с другими. Элементарными «молекулами» структуры выступают фиксированные символические аспекты одежды, речи, интонации, паузы, мимики, позы, походки, организации пространства вокруг себя, запаха и другого, что опосредовано ситуацией и образами тех, для кого строится имидж [2].

Изучив и обобщив различные теоретические подходы к определению имиджа политического лидера и его составляющим, для дальнейшего исследования определили следующие блоки характеристик: отношение к работе; общий стиль поведения и деятельности; знания; качества ума; организационные умения; административные и организаторские умения; отношение к людям; качества, характеризующие отношение к себе; оформление внешнего вида; коммуникативные характеристики; деловые и профессиональные качества; «пробивные» свойства; морально-этические черты; кинесика.

Исследованием имиджа президента, как и кандидатов на пост главы государства, занимались многие организации, среди которых следует упомянуть РАНХиГС и РОМИР.

Экспертно-аналитический центр РАНХиГС проводил исследование образа идеального политического лидера. Было выявлено, что политик в России не должен обладать широким спектром характеристик. Так, наличие таких качеств, как целеустремленность, сила воли, порядочность, честность, патриотизм и умение ставить общественные интересы на первое место, приближает имидж политического лидера к идеалу.

Россияне считают, что идеальный политик должен быть открытым (27 %), решительным (24 %), ответственным (19 %), активным и энергичным (15 %), гуманным (15 %). Относительно убеждений лидера большинство опрошенных назвали патриотизм (49 %), деятельность во благо общества (35 %), твердость личных убеждений (19 %), толерантность (18 %) и религиозность (11 %).

При оценке предпосылок формирования успешного политика наиболее значимым для женщин оказалось наличие организаторских способностей (60 %), наличие сторонников (63 %) и высокий уровень образования (56 %).

Что касается мужского пола, то для представителей данной группы отмечается важность владения ораторским искусством (76,9 %), эффективность выполнения поставленных задач (63,2 %) и наличие мотивации (65,4 %) [5].

Исследовательский центр РОМИР в рамках проекта «Президент-2000» определил особенности восприятия населением кандидатов в президенты РФ. Рассматривались имиджи отдельных кандидатов и образ идеальной власти, модель идеального лидерства.

По полученным результатам было определено, что на выбор качеств идеального президента влияют политические предпочтения респондентов, т.е. планирующие голосовать за некоего кандидата наделяют образ идеала характеристиками, по их мнению, присущими этому политику.

Наиболее важными качествами идеального президента оказались: порядочность, здоровье и дееспособность, патриотизм и забота об интересах народа, компетентность и профессионализм, ум и образованность [6].

Исключительность проводимого нами исследования в данном случае заключается в том, что изучается не определенный кандидат, а идеальная модель имиджа президента, т.е. эталон, который отвечает всем, даже самым высоким канонам, по мнению респондентов. Стоит отметить и то, что исследование проходило в поствыборный период, т.е. данные, полученные в ходе опроса населения, являются недавними и с большей долей вероятности показывают реальное общественное мнение.

Данная тема исследования является актуальной, так как от имиджа, который складывается в массовом сознании электората, зависят результаты политика в избирательной гонке, а также его положение на политической арене в целом.

В рамках проделанной работы предполагается рассмотреть идеальную модель имиджа президента, сложившуюся в массовом сознании электората Пермского края. Объектом пилотажного исследования служит электорат (граждане от 18 лет), предметом – имидж политического лидера. Методом исследования является анкетный опрос. Составление анкеты осуществляется с опорой на свойства имиджа политического лидера. Для проведения анкетного опроса были отобраны 60 человек, представляющие избирателей региона. Электорат Пермского края представлен основными социальными группами: по 30 представителей женского и мужского пола, из них по 10 человек от каждой возрастной группы: 18–35 лет, 36–54 года, 55 и более лет. Таким образом, подразумевается обеспечение репрезентативности выборки.

В ходе проведения анкетного опроса респондентам предлагалось выбрать наиболее значимые для идеала президента, по их мнению, качества из 88 характеристик имиджа политического лидера, выделенных в ходе анализа теоретических работ, посвященных указанной тематике. Проанализируем полученные данные и раскроем подробнее, какие качества составляют идеальную модель имиджа политического лидера, а какие делают образ несовершенным и наименее предпочтительным, по мнению опрошенных.

Так, наиболее важными блоками характеристик, которые должны входить в идеальную модель имиджа, оказались: народность, деловые и профессиональные качества, общие социальные характеристики, общий стиль поведения и деятельности, а также ум.

Вследствие этого можно судить о том, что для электората значима народная принадлежность политического лидера, так как глава государства должен знать и понимать особенности менталитета населения страны. Помимо этого, отмечается важность блока деловых и профессиональных характеристик. Президент должен разбираться в вопросах, касающихся его основной деятельности, быть компетентным. Респонденты указывают и на значимость общих социальных характеристик в идеальной модели имиджа, т.е. социальный портрет политика, который будет занимать пост главы государства, также является немаловажным для избирателей. Общий стиль поведения и деятельности политического лидера важен для электората, так как действия человека характеризуют его личность, раскрывают его перед обществом. Стоит отметить такое качество, как ум, которое, по мнению опрошенных, у президента должно быть значительно развитым.

Самыми важными характеристиками для идеальной модели имиджа президента оказались: национальная принадлежность к русской этнической общности, компетентность в профессиональной сфере, наличие высшего образования, широкий общий кругозор, исполнительность и верность слову.

Следовательно, для электората Пермского края наиболее желателен политический лидер, принадлежащий к этнической группе «русские». Скорее

всего, проявление данной тенденции связано с тем, что на территории субъекта преобладает население, относящееся к национальной группе «русские». Что касается образования политика, как и широкого общего кругозора, это может свидетельствовать о потребности избирателей в грамотном и знающем руководителе, решения которого будут рациональными и оптимальными, а также нацеленными на благополучие населения. Кроме того, респонденты указывают важность исполнительности и верности слову, т.е. качеств имиджа президента, которые характеризуют его как надежного человека, которому можно довериться и доверить правление страной.

Среди наименее популярных блоков качеств имиджа политического лидера опрошенными были указаны: период профессиональной деятельности, кинесика (совокупность телодвижений в процессе взаимодействия), коммуникативные характеристики и оформление внешнего вида.

Из этого следует, что отмеченные блоки не являются важными для избирателей в имидже президента, так как число выборов здесь минимально. Соответственно, можно судить о том, что указанные группы качеств не оказывают значительного влияния на формирование успешной модели имиджа политического лидера.

Что касается конкретных качеств, то наименее существенными для идеальной модели имиджа президента, по мнению респондентов, являются: походка, организация пространства вокруг себя, оригинальность, самостоятельность, самолюбие.

Из указанного распределения следует, что внешние признаки в идеальной модели имиджа главы государства не играют важной роли, вероятно, по этой причине такая характеристика, как походка, попала в категорию наименее существенных. Организация пространства вокруг себя также не особенно значима для имиджа, по мнению электората. Возможно, респонденты при выражении мнения относительно идеальной модели руководствовались, прежде всего, основными вопросами деятельности главы государства, которые должны касаться внутренней и внешней политики страны. Помимо указанных качеств была отмечена оригинальность, которая также попала в число наименее важных для имиджа президента. Вероятно, данная тенденция связана с тем, что президент должен следовать действующим законам, а также в соответствии с мнением граждан страны. Следовательно, оригинальность здесь, скорее всего, воспринимается как отклонение от указанных норм, что может вести к непредсказуемым последствиям. Незначимость самостоятельности, вероятно, связана с тем, что деятельность президента затрагивает все сферы общества, в связи с этим часть обязанностей подразумевает исполнение посредством помощников. Относительно самолюбия можно предположить, что респонденты не принимают такой имидж президента, где имеет

место проявление некоего эгоизма или нарциссизма, так как глава государства, по мнению электората, должен действовать прежде всего в интересах страны и ее граждан.

В результате проведенного исследования удалось определить характеристики, которые определяют идеальную модель имиджа президента для жителей Пермского края. По наибольшему числу выборов респондентов такими характеристиками оказались: национальная принадлежность к русской этнической общности, компетентность в профессиональной сфере, наличие высшего образования, широкий общий кругозор, исполнительность и верность слову.

Следовательно, при наличии указанных качеств имидж политического лидера имеет возможности на приближение к эталону, идеальной модели. Помимо этого, политический лидер – кандидат имеет больше шансов на победу в ходе избирательной кампании при корректировке образа в соответствии с описанными результатами.

Список литературы

1. Шепель В.М. Имиджелогия: учеб. пособие. – М.: Народное образование, 2002. – 576 с.

2. Гузенина С.В., Федоров И.А., Логвинова Т.В. Имидж как атрибут социального поведения [Электронный ресурс] // Ученые записки Тамбовского отделения РoCMY. – 2014. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-kak-atribut-sotsialnogo-povedeniya> (дата обращения: 29.07.2018).

3. Сборник материалов симпозиумов по проблемам смысла жизни и акме / А.А. Бодалев, Г.А. Вайзер, Н.А. Карпова, В.Э. Чуковский. – М.: Смысл, 2004. – 328 с.

4. Березкина О.П. Политический имидж в современной политической культуре: автореф. дис. ... д-ра полит. наук. – СПб., 1999. – 178 с.

5. Панов П. Ученые определили портрет идеального политика для россиян [Электронный ресурс] // Известия. – 2015. – URL: <https://iz.ru/news/591144> (дата обращения: 14.04.2017).

6. Имидж идеального президента – исследование РОМИР [Электронный ресурс] // Россия выбирает. – 2000. – URL: http://businesspress.ru/newspaper/article_mId_40_aId_19125.html (дата обращения: 20.11.2018).

Получено 9.09.2019

Пибаева Мария Александровна – магистрант кафедры социологии и политологии, гуманитарный факультет, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: marypib.ru@mail.ru.

Научный руководитель – **Левченко Валерий Витальевич**, д-р психол. наук, доцент, заведующий кафедры социологии и политологии, гуманитарный факультет, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: levv66@mail.ru.