

Санкт-Петербургский государственный университет

Факультет политологии

Кафедра сравнительной политологии

Выпускная квалификационная бакалаврская работа

**НА ТЕМУ: «СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИМИДЖА СОВРЕМЕННЫХ
ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ: ГЕРМАНИИ, ФРАНЦИИ, США И
РОССИИ»**

По основной образовательной программе высшего образования бакалавриата
«Политология» по направлению 030200 «Политология»

Студента

Старостенковой Виктории Владимировны

Рецензент

Сафонова О. Д.

*к. п. н., доцент кафедры политических
институтов и прикладных политических
исследований ф-та политологии СПбГУ*

Научный руководитель

Радиков И. В.

*д. п. н., профессор кафедры
теории и философии политики
ф-та политологии СПбГУ*

наличие неправомерных заимствований (%) _____

Санкт-Петербург

2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИМИДЖ. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ.....	6
1.1. История развития концепции политического имиджа.....	6
1.2. Структура политического имиджа.....	11
1.3. Политический имидж как фактор политической коммуникации.....	15
ГЛАВА 2. ИМИДЖ СОВРЕМЕННЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ.....	18
2.1. Политический имидж лидера Франции.....	18
2.2. Политический имидж лидера Германии.....	21
2.3. Политический имидж лидера США.....	24
2.4. Политический имидж лидера России.....	28
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	32
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	37

ВВЕДЕНИЕ

XXI век - век изменений, прогресса, силы и независимости. Эта тенденция "движения вперед" захватывает все на своем пути и оставляет зримый след во всех областях жизни. Мир трансформируется, но есть то, что, по-прежнему, неизменно-главным действующим лицом остается человек. Человек, повелевающий временем и одновременно, неумолимо подчиняющийся ему. Многовековая история даровала нам истины, которые сложно оспорить, в частности о нерушимой силе и воле народа, и несмотря на то что, современным миром правит "свобода" и "независимость" - это общество нуждается в лидере.

Современный политический процесс предъявляет все больше требований к лидерам государств, партий и различных общественных движений. Усложнение структуры избирательного процесса, информатизация и постепенное улучшение политической культуры заставляет политических деятелей уделять больше внимания своему имиджу.

На протяжении всей истории политической мысли одной из главных тем для философов было представление об идеальном образе политика. Еще в Древней Греции мыслители пытались найти идеальный государственный строй и описать образ наилучшего лидера. Конкретные рекомендации по созданию политического образа начали создаваться только в XVI веке. Но только развитие социальной психологии в начале XX века побудило исследователей к более тщательному рассмотрению понятия политический имидж.

С развитием демократических институтов и повышением уровня политической культуры общества имидж политиков начал играть важную роль в политическом процессе. Влияние политической психологии, маркетинга и ряда других социальных наук позволило сформироваться такому направлению в исследовании как имиджелогия. Современные зарубежные и российские исследователи все больше внимания уделяют изучению политического имиджа. В России данное направление

представлено в работах О. А. Феофанова¹, В. М. Шепеля², Е. Б. Шестопаля³, Е. К. Дьячковой⁴, Г. Г. Почепцова⁵, А. К. Михальской⁶, О. С. Виханского⁷, П. С. Гуревича⁸, О. А. Жировского⁹, Ф. Н. Ильясова¹⁰, В. С. Мечина¹¹ и др. При этом многие исследователи рассматривают понятие имиджа с противоположных позиций. Так, В. М. Шепель и О. Феофанов описывают имидж в маркетинге как важнейший элемент для формирования интереса потребителей к рекламируемому товару. Е. Б. Шестопаля подробно рассматривает структуру политического имиджа. Г. Г. Почепцов делает акцент в своих работах на методах и техниках формирования имиджа политического лидера. Сравнительный анализ политических имиджей лидеров страны данных исследователей представлен значительно реже. Такие мировые процессы как глобализация и интернационализация во многом стирают грань между методами и способами по созданию имиджа политиков в развитых странах. Тем не менее, представляется интересным и полезным проследить некоторые различия и сходства имиджа политических деятелей ряда современных стран. Грамотное формирование имиджа политического лидера способствует поддержанию его конкурентоспособности на политической арене. Масштабное влияние, которое оказывают политики на общество и политический процесс, доказывает необходимость подробного исследования методик формирования и особенностей политических имиджей современных лидеров ведущих государств. Таким образом, актуальность данного исследования определяется наличием большого научного

¹ Феофанов О.А. США реклама и общество/ Москва. – 1974. – С. 266.

² Шепель. В.М. Имиджелогия/ Как нравиться людям// Москва// Изд-во: Народное образование. – 2002 – С. 635.

³ Шестопаля Е.Б. Политическая психология// Изд-во: Инфра. – 2002. – С. 448.

⁴ Дьячкова Э.К. Имиджелогия для руководителя// Мурманск// Изд-во: Прометей. –1998. – С. 165.

⁵ Почепцов Г.Г. Имидж от фараонов до президентов// Киев. – 1997 – С. 328.

⁶ Михальская А.К. О речевом поведении политиков. НГ-сценарии// – 1999. – №6. – С. 25-32.

⁷ Виханский О.С. Стратегическое управление// Москва// Изд-во: Гардарики. – 2002. – С. 161.

⁸ Гуревич П.С. Имидж России в процессе глобализации//Москва// Ж.: Век глобализации. – №2(4). – 2009. – С. 178-191.

⁹ Жировских О.А. Имидж и его составляющие// Мн.: Веды. – 2007. – С. 654.

¹⁰ Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах// Москва// Изд-во: ИМА-пресс. – 2000. – С. 200.

¹¹ Мечин В.С. Политический имидж// СПб// Изд-во: Питер. – 2002. – С. 242.

интереса к данной проблематике и усилением роли политического имиджа в ходе политического процесса.

Объектом исследования выступает политический имидж.

Предметом исследования являются процессы формирования политического имиджа современных лидеров Франции, Германии, США и России.

Цель работы – провести сравнительный анализ имиджа современных политических лидеров Франции, США, России и Германии.

На основании вышеизложенной цели, в работе ставятся следующие *задачи*:

1. Провести теоретико-методологический анализ понятия политический имидж;
2. Выявить характерные черты имиджа современных политических лидеров Франции, США, Германии и России;
3. Сравнить имидж политических лидеров в данных странах.

Гипотеза исследования базируется на представлении о возрастании роли изучения имиджей политиков в условиях современной мировой действительности.

Теоретическую основу исследования составляет анализ основных концепций власти и образа политика, а также современные работы политологов, социологов и маркетологов по политическому имиджу.

Методологически исследование основано на совокупности сравнительного биографического, исторического и институционального методов анализов.

Структура работы состоит из двух глав, которые разделены на два и четыре параграфа соответственно, введения, заключения и списка использованной литературы.

ГЛАВА 1. ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИМИДЖ. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

1.1 История развития концепции политического имиджа

Понятие политический имидж тесно связано с образом политического лидера. На протяжении истории политической науки можно проследить изменение трактовки понятия политического лидера. Одним из первых мыслителей, который затронул данную проблематику, был древнегреческий философ Платон. В своем труде «Государство» он изобразил лидера в форме мудреца, сильного волевого человека, который может показать простым людям подлинную истину. Особенно это проявилось в так называемом мифе о пещере, где на свет могут выйти только те люди, которые обладают стойкостью и уверенностью истинного лидера¹². Платон отмечает важность такого качества как способность убеждать других. Ведь не так сложно принять свет для себя, но еще сложнее заставить других поверить в то, что ты считаешь правильным. На это способен только настоящий глава государства. Важно отметить, что Платон в позиционировании политического лидера не ограничивается мифом о пещере. Он развивает свою идею о правителях-философах и подчеркивает, что только хорошо образованный и умудренный опытом человек может руководить страной¹³. Размышления Платона стали основой для всей западной традиции понимания роли политического лидера.

Интересный образ властителя изображает Никколо Макиавелли в своем произведении «Государь»¹⁴. Итальянский мыслитель рассматривает проблему сохранения власти для правителя. Он описывает практические способы, которые должен использовать настоящий властитель, чтобы поддерживать свой авторитет. Макиавелли отделяет политику от морали и указывает на то, что правитель может нарушать нравственные принципы для сохранения власти. Такое видение роли

¹² Платон. «Государство» Книга 7// Спб// Изд-во: Азбука. – 2015. – С. 225-256.

¹³ Платон. «Государство». Книга 5// Спб// Изд-во: Азбука. – 2015. – С. 152-191.

¹⁴ Макиавелли. «Государь»// Москва// Изд-во: Планета. – 1990. – Гл. 25. – С. 76-80.

государя сильно отличает флорентийского мыслителя от идей Платона. Вместо умудренного опытом философа, мы видим хладнокровного и расчетливого стратега, который в основание своей деятельности ставит задачу удержания власти.

Английский философ XVII века Томас Гоббс рассматривал политическую власть правителя как абсолют. В своем трактате «Левиафан» Гоббс изображает государство в форме своеобразного монстра, которому подчинены все стороны жизни общества. Воплощением данной власти является политический лидер¹⁵. Образ властителя по Гоббсу – это в некотором смысле совокупность идей Макиавелли и Платона. Правитель должен быть жестким и последовательным в плане навязывания собственной воли, но при этом, он действует во благо народа. Необходимо отметить, что Гоббс все же дает правителю неограниченную власть. Воля всего государства зависит от воли лидера. Это значительно отличает английского мыслителя от его предшественников. Власть не есть результат божественного проведения, как это было в средневековой традиции политической мысли. Теперь власть монарха становится результатом общественного договора между народом и сувереном.

Совершенно другой источник власти правителя усматривает Руссо в своем трактате «Общественный договор». Французский мыслитель рассматривает суверенитет народа как единственную возможную основу власти. Только воля народа без всяких посредников может по-настоящему определять политику государства¹⁶. В данном случае, образ лидера представляет собой некий утопичный суверен, который руководствуется в своих действиях общей волей народа. Такой сценарий взаимоотношений между обществом и правителем выглядит маловероятным, т. к. качество установленных народом правил должно быть очень высоким. Тем не менее, мы можем отметить, что традиция понимания роли и образа лидера меняется в сторону признания того факта, что настоящий правитель должен основываться в своей деятельности на воле общества.

¹⁵ Гоббс Т. Левиафан, или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского. Соч. в 2т.// Москва// Изд-во: Мысль. – 1991. – Т. 2. Гл. 30. – С. 260-276.

¹⁶ Руссо Ж.-Ж. Об общественном договоре. Трактаты / Пер. с фр.: Хаютина А.Д., Алексеева-Попова В.С.// Москва// Изд. гр.: КАНОН-пресс, Кучково поле. – 1998. – С. 257.

Альтернативная Руссо точка зрения представлена в произведении английского философа Эдмунда Берка «Размышления о революции во Франции». Берк видит основу власти в опоре на историю и традиции. Только тот монарх, который сможет сохранить устоявшиеся в обществе обычаи, будет способен сохранить власть. Правитель может проводить реформы, но они должны быть направлены на эволюционное развитие государства, на основе существующих традиций¹⁷.

Немецкий философ Фридрих Ницше в своей работе «Воля к власти»¹⁸ определял властвование как сущность природы человека¹⁹. В другом трактате «Так говорил Заратустра» Ницше выводит понятие сверхчеловека как существа, которое преодолело все негативные аспекты своего существования²⁰. Поскольку в современном философу мире таких людей нет, именно образ сверхчеловека — это образ лидера, способного превзойти свои низменные потребности ради блага всего человечества.

Все перечисленные философы и мыслители описывали определенный образ политического лидера, исходя из собственной концепции государственного устройства. Сама фигура правителя была второстепенной по сравнению с ключевой идеей о пути, по которому должно развиваться государство. С развитием политической науки и усложнением структуры общественных взаимодействий ситуация в области изучения роли и образа фигуры политического лидера начинает меняться. В 20 веке появляются исследования, которые конкретно направлены на изучение того, каким образом должен позиционировать себя политик для завоевания и сохранения власти. Так, знаменитый немецкий социолог Макс Вебер в своей работе «Политика как призвание и профессия» одним из первых выделил три типа политической власти: традиционный, харизматический и легальный²¹. Также, Вебер

¹⁷ Берк Э. Размышления о революции во Франции и заседаниях некоторых обществ в Лондоне, относящихся к этому событию// Москва// Изд-во: Рудомино. – 1993. – С. 100.

¹⁸ Ницше Ф. Воля к власти. Опытпереоценки всех ценностей/ Пер. с нем. Герцук Е. и др.// Москва// Изд-во: Культурная революция. – 2005.

¹⁹ Цендровский О.Ю. Система философии Ницше// Изд-во: Философия и культура. – 2015. – № 7. – С. 1001.

²⁰ Некрасова. Е. Н. Фридрих Ницше: поэт, мыслитель, пророк// Москва// Изд-во: МФТИ. – 2007. – С. 160.

²¹ Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем./Сост., общ. ред. и послесл. Давыдова Ю.Н.; Предисл. Гайденко П. П.// Москва// Изд-во: Прогресс. – 1990. – С. 646-647.

выделил пять видов профессиональных политиков: клирики, грамматики, придворная знать, джентри и юристы²².

Немецкий философ и юрист Карл Шмитт в своей работе «Понятие политического» разделял политическое пространство на противостояние друзей и врагов²³. Данное противостояние должно идти до победного конца. Единственный способ победить врага и добиться власти – полное его уничтожение. Такой подход требует жесткого волевого лидера с ярко выраженными авторитарными качествами.

Представитель франкфуртской школы политической мысли Теодор Адорно в своем исследовании «Авторитарная личность» описывает ключевые признаки, характерные для авторитарной личности. Основным признаком является предрасположенность следовать воли сильных лидеров²⁴. Можно сделать вывод о том, что в обществах, где данная предрасположенность выражается наиболее ярко, конструирование политического имиджа должно опираться на потребность населения к сильному лидеру.

Данные классификации являются одной из первых попыток полноценно ответить на вопрос каким должен быть политик и его образ в действительности. Естественно, они не рассматривали понятие политический имидж в современном контексте, но, можно сказать, что описание природы власти и способов ее достижения заложило основы для развития технологий создания политического имиджа.

На сегодняшний день под словом "имидж" принято понимать некий искусственный образ, иллюзию, которая создается в массовом или индивидуальном сознании путем психологического воздействия. Формируется под контролем пропаганды, пиара и рекламы. Образ, заложенный у "потребителя" не всегда соответствует реальности. В современном этапе развития понятия имиджа первыми начали активно работать американские экономисты. Популярный на весь мир экономист С. Болдуинг еще в шестидесятые года двадцатого столетия ввел в

²² Там же: С. 662-666.

²³ Шмитт К. Понятие политического. Вопросы социологии. – 1992. – № 1. – С. 35-67.

²⁴ Адорно Т. [Исследование авторитарной личности](#)// Москва// Изд-во: Серебряные нити. – 2001.

деловой оборот этот тезис.²⁵ Затем «имидж», как специфический феномен, был взят на вооружение зарождающаяся политологией. Специалисты увидели в нём одно из важных направлений своей работы.

Таким образом, в данном разделе мы попробовали рассмотреть, как различные политические мыслители определяли роль лидера в разные времена. Можно сделать вывод, что по ходу развития истории политической мысли понимание образа властителя становилось более рациональным и практичным. Также, необходимо отметить важность исторического контекста для определения роли правителя. Каждая эпоха предъявляет новые вызовы для руководителей, и каждый раз создается новый образ лидера, характерный для конкретного исторического промежутка.

Теперь мы можем перейти к рассмотрению структуры понятия политического имиджа и рассмотреть ключевые методологические основания нашего исследования.

²⁵ Boulding K. National images and international system // Comparative Foreign Policy. Ed. By W. Hanrieder// N.Y. – 1971. – p. 91-92.

1.2 Структура политического имиджа

Понятие политического имиджа относится к разделу политической науки под названием политическая психология. Данная дисциплина активно начала развиваться в начале XX века. С усилением процесса демократизации выборов и, как следствие, все возрастающего влияния избирательных технологий на политический процесс, политические исследователи стали уделять больше внимания на психологическую составляющую политики. Так, английский ученый и политический деятель начала XX века Грехэм Уоллес доказывал, что в основе поведения избирателей лежат не рациональные мотивы, а традиционные установки поведения, складывающиеся годами²⁶. Именно в трудах данного ученого впервые появляется термин политический имидж как свойство кандидата, которое объясняет причины выборы населения. Необходимо отметить, что Уоллес не был первым исследователем в данной области. Помимо упомянутых в первом разделе фундаментальных мыслителей, становление политической психологии было обусловлено вкладом социально-психологических трудов Г. Лебона²⁷, Э. Канетти²⁸, Э. Фромма²⁹. Данная дисциплина способствовала фокусировки исследователей на проблемах лидерства и его достижения.

Еще одной важной предпосылкой для развития и становления теории и практики политического имиджа является маркетинг. Идея о том, что политика на выборах нужно продавать и рекламировать, как продукт в магазине во многом стала ключевой для методов формирования политического имиджа. Данная проблематика освещена в работе социолога Д. Бурстина под названием «Имидж». Ученый показывает, как в нашем современном мире на смену героизации образов политиков пришла система прагматичных и взаимозаменяемых имиджей. Развитие средств массовой

²⁶ Wallas. G. Human nature in politics// The Project Gutenberg EBook of Human Nature in Politics. – 2004.

²⁷ Лебон Г. Психология народов и масс// Москва// Изд-во: Академический Проект. – 2011. – С. 240.

²⁸ Канетти Э. Массы и власть// СПб// Изд-во: Астрель. – 2012. – С. 576.

²⁹ Фромма Э. Бегство от свободы// Москва// Изд-во: Академический Проект. – 2008. – С. 256.

коммуникации и избирательных технологий приводит к все большей конъюнктурности образа политика, его зависимости от общественного мнения³⁰.

Политический имидж имеет также социальный характер. Образ политика формируется под определенные ожидания его электората. Специалисты по созданию имиджа должны всегда учитывать традиционные представления общества об эффективном лидере. Здесь, социальный элемент имиджа пересекается с психологическим. Используя неявные архетипы, которые существуют в обществе, можно создавать образ лидера, близкий большинству населения той или иной страны.

Для полноценного понимания понятия политического имиджа необходимо определить термин политическое лидерство. Существует множество толкований данного понятия. Ж. Блондель определяет «политическое лидерство, как власть, осуществляемую одним или несколькими индивидуумами с тем, чтобы побудить членов нации к действиям»³¹. В первом разделе мы уже упоминали классификацию политических лидеров М. Вебера. Е. Богардус выделял 4 типа лидера по степени влияния на группу (автократический, демократический, исполнительный и рефлексивно-интеллектуальный). Ф. Бартлетт выделил типологию лидерства по механизмам удержания власти (институциональный, доминирующий, убеждающий). М. Конвей классифицировал лидеров по степени влияния на толпу («вожак толпы», «представитель толпы», «толкователь мнений»). Г. Лассуэлл использовал функциональный подход для определения лидеров («агитатор», «администратор» и «теоретик»)³². Обобщая данные концепции, можно сказать, что политическое лидерство представляет собой постоянное влияние лидера на всю совокупность процессов, происходящих в обществе.

Несмотря на сравнительно небольшой период развития имиджелогии в нашей стране, понятия имиджа у разных исследователей имеет различные трактовки. Одним

³⁰ Boorstin D. The Image. – 1961. – p. 193.

³¹ Блондель Ж. Политическое лидерство: Путь к всеобъемлющему анализу// Москва// Изд-во: Российская академия управления. – 1992. – С. 135.

³² Авдеев П.С. Организационное лидерство: обзор теории черт [Электронный ресурс]// Гуманитарные научные исследования. – 2014. – № 10. – Режим доступа: <http://human.snauka.ru/2014/10/7824>. (дата обращения: 25.04.16).

из первых ученых, кто обратился к данному понятию еще в советский период был О. Феофанов³³. В работе «США: реклама и общество» исследователь определяет имидж как главный способ рекламщика побудить обычных людей к покупке товара³⁴. В данном направлении толкует понятие имиджа и Е. А. Блажнов, который определяет это понятие как образ потребности, создаваемый художественными средствами³⁵. Если обратиться к более ранним попыткам определить имидж, то, здесь В. М. Шепель выделяет таких знаменитых деятелей российской культуры как М. С. Щепкин, К. С. Станиславский и В. И. Немирович-Данченко, Е. Б. Вахтангов, А. Д. Попов, М. И. Кнебель. Ф.И. Шаляпин. Исследователь отмечает, что именно данные представители искусства стояли у истоков отечественной имиджологии³⁶. Сам В. М. Шепель пишет, что «имидж это индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания»³⁷. О.С. Виханский так определяет имидж: «Имидж явления – это устойчивое представление об особенностях, специфических качествах и чертах, характерных для данного явления»³⁸. Схожее понятие дает А. Б. Зверинцев: «имидж -относительно устойчивое представление о каком-либо объекте»³⁹. Объединяя данные определения, можно заметить, что все они указывают на представление о предмете как основную характеристику имиджа.

Схожие определения ученые дают и политическому имиджу. «Имидж политика — это совокупность ассоциаций и впечатлений, существующих в сознании избирателей»⁴⁰. Понятно, что эти ассоциации и впечатления не возникают сами по себе. Они формируются в результате воздействия политической рекламы, различных

³³ Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR// Москва// Изд-во: Глоссарий. – 1998. – С. 194-197.

³⁴ Феофанов О. США: реклама и общество// Москва. – 1974.

³⁵ Блажнов Е.А. Public Relations. Приглашение в мир цивилизованных рыночных и общественных отношений// Москва. – 1994. – С. 94.

³⁶ Шепель. В.М. Имиджология. Как нравиться людям// Москва// Изд-во: Народное образование. – 2002. – С. 17.

³⁷ Михальская А.К. О речевом поведении политиков. НГ- сценарии. – 1999. – №6. – С.25-32.

³⁸ Баранов А.Н. Словарь русских политических метафор/ Баранов А.Н., Караулов Ю.Н.// Москва// Изд-во: Помовский и партнеры. – 1994. – С. 38.

³⁹ Дьячкова Э.К. Имиджология для руководителя// Мурманск// Изд-во: Прометей. – 1998. – С. 42.

⁴⁰ Егорова-Гантман Е.В. Имидж лидера// Москва. – 1994. – С. 24.

избирательных технологий. Таким образом, мы можем определить политический имидж как совокупность представлений о политике, сложившихся в обществе под воздействием коммуникационных технологий и реальных действий политика.

Е. Б. Шестопап в своей работе по политической психологии выделяет три уровня личности политика: биологический, политический и социальный⁴¹. Под биологическими характеристиками понимается совокупность таких признаков как пол, возраст, темперамент и физические данные. Психологические признаки личности включают эмоции, волю, память, способности к мышлению и характер. Ценности, установки, цели и мировоззрение составляют социальные черты личности. Особенное место в структуре личности политика занимают его институциональные характеристики. Набор социальных ожиданий и паттернов поведения может значительно определить поведение и имидж политического деятеля.

Все, рассмотренные выше, структурные элементы определяют сущность деятельности и образа политика. Данные уровни личности положены в основу нашего сравнительного анализа. Основными критериями сравнения политических имиджей данного исследования будут биологические, психологические и социальные свойства политиков. Также, мы будем опираться на биографический анализ, который подразумевает описание жизненного пути политика как детерминанты его политической карьеры, и портретирование как совокупный анализ социально-психологических черт политического лидера.

⁴¹ Шестопап Е.Б. Политическая психология// Изд-во: Инфра. – 2002. – С. 176-178.

1.3 Политический имидж как фактор политической коммуникации

Политический имидж представляет собой реакцию населения на поведение политика. Имидж не существует сам по себе, он не может быть автономным качеством, принадлежащим политическому лидеру. Имидж является одним из механизмов коммуникации между социумом и его представителями. Образ политика можно рассматривать как определенный элемент политического дискурса общения между властью и обществом. Согласно коммуникативной теории действия Юргена Хабермаса дискурс и интеракция между различными членами социума могут стать базой для достижения консенсуса при столкновении различных мнений⁴². С этой точки зрения политический имидж как часть дискурса также может повлиять на распространение доверия между разными членами коммуникативной среды в обществе. Как мы уже отмечали понятие имидж имеет различные трактовки. Имидж – это и «набор определенных качеств, которые люди ассоциируют с определенной индивидуальностью»⁴³, и «образ, способный придавать явлению свойства и характеристики, ему не присущие, превращать эти свойства и характеристики в главные, радикально изменяя представления о нем»⁴⁴, и «восприятие вас другими людьми..., общая картина вашей личности в глазах окружающих»⁴⁵, и «обращенное вовне Я человека, так называемое его публичное Я»⁴⁶. Таким образом, политические образы, которые существуют в обществе формируют специфичную среду коммуникации. При этом, сам процесс создания и распространения имиджа политика в народе может рассматриваться в качестве коммуникационной технологии. Образ политика всегда строится на запросах его избирателей. То есть, когда государственные деятели формируют свой имидж, они реагируют на потребности населения. В этом и заключается двухсторонняя коммуникация.

⁴² Хабермас. Ю. «Теория коммуникативного действия»// Вопросы социальной теории. – 2007. – Т.1. – Вып. 1. – С. 229-245.

⁴³ Феофанов О.А. США реклама и общество// Москва. – 1974.

⁴⁴ Егорова-Гантман. Имидж лидера: Психологическое пособие для политиков// Москва. – 1994. – С. 117.

⁴⁵ Берд П. Продай себя! Тактика совершенствования вашего имиджа// Москва. – 1996. – С. 11.

⁴⁶ Почепцов Г.Г. Имидж & выборы// Киев. – 1997. – С. 5.

Плодотворное взаимодействие между властью и обществом должно всегда быть основано на взаимном доверии. Выстраивание политического имиджа подтверждает и обеспечивает данный тезис. Когда электорат голосует за того или иного кандидата он выражает доверие ему и его действиям. Это доверие строится на уважении и вере в лидера. Данные качества являются составной частью политического имиджа кандидата, который формируется на основе предпочтений избирателей. Возникает интересное взаимодействие. Образ политика формируется на основе потребностей населения, но именно этот образ формирует представления населения о политике. Вероятно, сложно однозначно сказать, что является первичным в данном процессе складывания имиджа: воля населения или влияние этого образа на население. В любом случае, возникает взаимодействие между государством и социумом, которое помогает развивать общество, объединяя различные точки зрения.

С другой стороны, все элементы политического имиджа могут быть направлены на манипуляцию общественным мнением. Так, биографические данные политика могут истолковываться как в пользу, так и в минус. Это зависит от субъекта оценки. Эмоциональность или инертность могут также сыграть разную роль в образе политика. Постоянно делая акцент на эмоциональность политика, можно потерять голоса избирателей, которым больше импонирует сдержанный тип характера. Качество, которое всегда вызывает положительный отклик у населения это уверенность в своих силах, умение достойно держать себя на публике⁴⁷. Даже не обладая достаточной компетенцией в некоторых вопросах, можно всегда выйти из положения с помощью уместной шутки или уверенной аргументации.

Социальные характеристики личности лидера, его роль и влияние в политическом процессе также играют существенную роль для обеспечения должного уровня коммуникации. Социальный контекст прихода к власти, обещания, которые дает политик на выборах, и мера их выполнения определяют доверие общества к данному человеку.

⁴⁷ Почепцов Г.Г. Имидж от фараонов до президентов// Киев. – 1997. – С. 163-164.

В данной главе мы попробовали выделить и систематизировать основные подходы к определению понятия «политический имидж». Также нами было рассмотрена сущность коммуникативной функции политического имиджа и подробно определена структура данного понятия. Обобщая выше сказанное, можем сделать вывод, что в условиях развития демократических институтов и повышения уровня политической культуры общества имидж политиков играет важную роль в политическом процессе. Существует множество исследований по данному направлению, однако изучение имиджа политиков остается актуальным и по сей день. Все это лишний раз демонстрирует значимость проводимого нами научного исследования.

ГЛАВА 2. ИМИДЖ СОВРЕМЕННЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ

2.1 Политический имидж лидера Франции

Франсуа Олланд – действующий президент Франции и одна из ключевых фигур в политической системе страны. Несмотря на то, что Франция является смешанной республикой и власть распределена между тремя традиционными ветвями, полномочия президента остаются масштабными. Он назначает премьер-министра, является главой вооруженных сил и может распустить Национальное собрание.

Франсуа Олланд стал президентом Франции в 2012 году, одержав победу на выборах над Николя Саркози, предыдущим президентом. Олланд получил хорошее разностороннее образование. Долгое время работал чиновником. Это наложило отпечаток на его образ. Сухой без эмоциональный имидж партийного функционера не привлекал французских избирателей⁴⁸. Поэтому Олланд предпринял ряд мер, чтобы изменить свой образ. К началу предвыборной кампании он сбросил вес, стал лучше одеваться и увереннее выступать на публике. Также, он очень активно подчеркивал свой имидж обычного простого человека, что было особенно важно для противопоставления себя Николя Саркози, который известен своим стремлением к роскошной жизни.

Олланд пришел к власти во Франции, когда страна переживала экономический кризис. Уровень безработицы повышался, экономический рост существенно замедлился. Поэтому приход нового президента из социалистов рассматривался как возможность повторения успешной политики Миттерана. «Перемены сейчас» - так звучал лозунг, с которым Олланд пришел на пост президента⁴⁹. Снижение бюджетного дефицита, пересмотр соглашений с Европейским союзом, создание рабочих мест для преодоления безработицы – такие идеи лежали в основе президентской программы Олланда. Естественно, данные обещания вызывали положительный отклик у

⁴⁸ Бирюков С.В. Франсуа Олланд: миссия (не) выполняема/ Бирюков С.В., Рябова Е.Л// Этносоциум. – 2015. – С. 141-148.

⁴⁹ Рубинский Ю. И. Франция на новом витке истории// Современная Европа. – 2012. – № 4. – С. 19-33.

большинства французов и на деле создавали образ политика, который работает во благо народа⁵⁰. Необходимо также отметить, что победа Олланда на выборах может объясняться усталостью французского общества от Саркози⁵¹. Франции нужны были новые люди в политике и Олланд подошел для этой роли.

С приходом к власти президент сделал несколько шагов для того, чтобы реализовать основные пункты своей предвыборной программы. Уверенная победа социалистов на парламентских выборах позволила президенту на время увеличить налогообложение для богатых. Тем не менее, Олланду не удалось снизить уровень безработицы и остановить экономический спад⁵². Естественно, неудачи во внутренней политике вызвали недоверие к президенту со стороны общества⁵³.

Олланд старается улучшить свой имидж с помощью внешней политики. В январе 2013 Франция начала интервенцию в Мали с целью защиты французских граждан⁵⁴. Военная операция закончилась в 2014 году. Основные повстанческие силы были разгромлены французско-малийской армией⁵⁵. Понятно, что данная «маленькая победоносная война» придает образу Олланда решительности и уверенности. Но все же ключевым моментом для политического имиджа действующего президента Франции должны стать изменения во внутренней политике страны.

Основываясь на вышесказанном, мы пришли к следующим выводам. Основными чертами политического образа Франсуа Олланда выступали его внешние характеристики, стремление показать себя, как политика нового времени. Как мы могли видеть, это помогло ему в дальнейшем одержать победы на выборах 2012. Президент Франции явно позиционирует себя как человек из народа. Данный факт в совокупности с удачной предвыборной программой и политической конъюнктурой во

⁵⁰ François Hollande. Le changement c'est maintenant// Paris. – 2012. – p. 4.

⁵¹ Jaxel-Truer P. Un referendum pour “sortir le sortant”. 07.05.2012. [Enligne]. [Site officiel “Le Monde”]. URL : http://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/05/07/un-referendum-pour-sortir-le-sortant_1697246_1471069.html (режим доступа: 22.04.2016)

⁵² Бирюков С. В., Рябова Е. Л. Франсуа Олланд: миссия (не) выполнима. Этносоциум. 2015. С. 141-148.

⁵³ Рейтинг Ф. Олланда обновил исторический минимум в 20%. 18.11.2013. <http://www.rbc.ru/politics/18/11/2013/889233.html> (режим доступа: 22.04.2016).

⁵⁴ Mali and France 'push back Islamists', the BBC, News Africa 12 January 2013 <http://www.bbc.com/news/world-africa-20991723> (режим доступа: 22.04.2016).

⁵⁵ Mali army retakes key towns from rebels. 2013 <http://www.aljazeera.com/news/africa/2013/01/2013118122039129487.html> (режим доступа: 22.04.2016).

Франции позволил Олланду победить на выборах в 2012 году. Но событийная часть имиджа, которая заключается в конкретных действиях политика, явно приобретает негативный фон. Это может отрицательно сказаться на будущем политика.

2.2 Политический имидж лидера Германии

С 2005 года основным действующим лицом политического процесса в Германии является ее канцлер – Ангела Меркель. Федеральный канцлер ФРГ обладает широким кругом полномочий: определяет политику государства, формирует правительство и председательствует в кабинете министров. Несмотря на наличие должности президента, именно канцлер считается основным руководителем государства.

Карьера и жизненный путь Ангелы Меркель отдаленно напоминает карьеру Франсуа Олланда. Меркель также долгое время была государственным чиновником, начало политической карьеры пришлось на 80-е годы 20 века и, как и действующий глава Франции, канцлер ФРГ была лидером оппозиции⁵⁶. Имидж Меркель значительно изменился после прихода к власти. Если до победы на выборах, канцлер воспринималась как обычный чиновник с мужскими чертами характера, то после нескольких лет пребывания у власти ситуация изменилась. Имидж канцлера претерпел изменения как внешние, так и внутренние. Меркель стала больше следить за своим внешним видом, приобрела определенную уверенность для выступления на публике⁵⁷. Она вызывает симпатию среди женского населения Германии, из-за своего простого образа. Она не выделяется роскошными нарядами и аксессуарами, но при этом остается примером того, как женщина может добиться больших успехов в политике с помощью труда и постоянной работы над собой.

Канцлер пришла к власти, возглавив коалиционное правительство. Чтобы претворять в жизнь свои замыслы, есть приходилось часто лавировать между социал-демократами и консерваторами⁵⁸. Это позволило канцлеру выработать гибкость в отношении со своими коллегами и завоевать их уважение. Политика Меркель отличается уверенным прагматизмом. Она не сторонник красивых речей и больших

⁵⁶ Погорельская С.В. Ангела Меркель. Политический портрет. Центр научно-информационных исследований глобальных и региональных проблем// Москва. – 2008. – С. 15-23.

⁵⁷ Там же: С. 85-94.

⁵⁸ Кухтин М.М. Политический портрет федерального канцлера Германии Ангелы Меркель// Гілея: науковий вісник. – 2014. – В. 88. – С. 384-387.

несбыточных планов. Ее решения и действия подчинены стремлению к постепенному развитию государства. Стабильность Германии при настоящем канцлере уверенное преодоление последствий мирового кризиса⁵⁹ добавили в образ Меркель черты солидности и успешности. Стремление руководителя государства избежать лишних подробностей о своей личной жизни⁶⁰, и определенная скромность в быту в совокупности с успешной политикой создали образ уверенного и последовательного лидера, который понимает потребности своего народа⁶¹.

Внешняя политика Меркель направлена на создание условий для стабильного развития Европейского союза и взаимодействию с США. При этом, Меркель старается занимать объективную позицию по вопросам нарушения прав человека в странах-партнерах. Взаимоотношения с Россией носят характер стратегического партнерства⁶². Здесь, она также старается сохранить свой прагматичный подход. Она избегает резких решений и заявлений, но, при этом, сохраняет независимую позицию.

В данном параграфе мы попробовали всесторонне проанализировать политический образ Ангелы Меркель. В результате, мы пришли к выводу, что основными характеристиками описывающими его будут являться сдержанность и последовательность, как в словах, так и в действиях. Также, это проявляется и во всех элементах ее имиджа, начиная от внешнего вида и заканчивая проводимой политикой. Стабильность и уверенность в себе обеспечивают ей, как канцлеру Германии, сдержанную популярность среди немецкого населения и в мировом сообществе⁶³. Перспективы и возможность сохранения положительного политического имиджа во многом зависят от того, как успешно, а вместе с тем и качественно представитель немецкой политики сможет справиться с новыми

⁵⁹ Heckel M. So regiert die Kanzlerin. Eine Reportage. M.Heckel// München: Piper Verlag. – 2009. – p. 256.

⁶⁰ Korn D. Wem dient Merkel wirklich?// München : FZ-Verlag, 2006. – 129 s

⁶¹ Крылов А.Н. «Матерь нации» . Имидж канцлера как феномен Германии// Время новостей. – № 117. – 28.09.2009. – С. 5.

⁶² Погорельская С.В. Ангела Меркель. Политический портрет. Центр научно-информационных исследований глобальных и региональных проблем// Москва – 2008. – С. 70-81.

⁶³ Person of The Year: Angela Merkel. time.com. 9 октября 2015 <http://time.com/time-person-of-the-year-2015-angela-merkel/>

политическими, экономическими и социокультурными вызовами, которые стоят перед Германией.

2.3 Политический имидж лидера США

Одну из важнейших ролей в политической системе США занимает президент. Он является главой исполнительной власти, командующим вооруженными силами страны, может накладывать вето на законы, принимаемые Конгрессом. Поэтому рассмотрение политического имиджа действующего президента США является актуальным и необходимым для нашего исследования.

В настоящее время пост президента Соединенных Штатов Америки занимает Барак Хуссейн Обама. Данная личность уникальна в целом ряде направлений. Во многом на его политический имидж влияет его биография и внешность. Б. Обама – первый чернокожий президент США. Можно предположить, что сам факт того, что он является афроамериканцем и поспособствовал его приходу к власти. Внешность действующего президента отодвинула на второй план политические вопросы во время первой предвыборной кампании и позволила завоевать голоса неопределившихся штатов и независимых избирателей. Важность прихода к власти в США чернокожего президента подчеркнул и Нобелевский комитет, вручивший Б. Обаме в 2009-м году премию мира «за экстраординарные усилия в укреплении международной дипломатии и сотрудничества между людьми»⁶⁴. Понятно, что под данным укреплением понимается значительное смягчение расового конфликта в США. Барак Обама стал президентом в 48 лет. В американском общественном мнении этот возраст понимается как идеальный для президента. К власти приходит опытный человек, еще не старик, но уже не молодой человек без понимания сути своей профессии. Образ, который создавался имиджмейкерами Б. Обамы во время первой избирательной гонки в значительной мере был построен на харизме кандидата от демократической партии. Его выступления на публике всегда с большим энтузиазмом воспринимались слушателями. Еще в 2004 году, когда он произнес основную речь на национальном съезде демократической партии, многие

⁶⁴ Нобелевская премия мира присуждена Бараку Обаме// Лента.ру. 9.10.2009 <https://lenta.ru/news/2009/10/09/nobelpeace/> (дата обращения: 25.04.2016).

американские СМИ отмечали ораторские способности молодого политика⁶⁵. Предвыборная гонка и два срока президентства только подтвердили тот факт, что Обама обладает блестящими ораторскими способностями. Так, одна из последних речей президента на ужине Ассоциации корреспондентов Белого дома была наполнена большим количеством шуток и вызвала явно позитивный отклик у слушателей. В этой же речи проявляется еще одна важная имиджевая особенность президента США. Он позиционирует себя как обычный человек, такой же как все. Чувство юмора и включенность в массовую культуру американского общества позволяет президенту находить общий язык с народом и помогает добиться расположения обычных людей.

Важным элементом имиджа Обамы является его эмоциональность. Этот инструмент коммуникации показывает народу как сильно президент переживает за свою деятельность.

Барак Обама стал президентом на волне мирового финансового кризиса. В такие времена новые личности в политике всегда рассматриваются как своего рода спасители. Его часто сравнивали с Франклином Делано Рузвельтом, который пришел к власти в США во время Великой депрессии. Новый курс Рузвельта помог стране выйти из тяжелой экономической ситуации. Такого же влияния ожидали от действий Обамы. В американской политической борьбе всегда важным элементом являлось наследие, которое несет с собой политик. Обаму считали своеобразным наследником Джона Фицджеральда Кеннеди⁶⁶. Они оба представляли демократическую партию, обладали притягательной харизмой и имели особенные качества, которые сильно отличали их от других президентов (Кеннеди был католиком, что почти не встречается среди американских президентов. Обама - первый чернокожий президент США). Для американского общества важным были и биографические сведения о новом президенте. Обама всегда свободно делится своими проблемами и

⁶⁵ Гринштейн Ф.И. Барак Обама: человек и президент// Личность. Культура. Общество. – Вып. 2 – № 55-56. – 2010. – С. 148-159.

⁶⁶ Там же: С. 148-159.

недостатками. Он открыто признает, что в молодости курил марихуану⁶⁷. Но этот момент позволяет ему выглядеть человеком, который преодолел себя⁶⁸.

Имидж политика зависит не только от его человеческих качеств, биографии, харизмы, но и от конкретных действий, которые он предпринимает. Обама на всем протяжении своих президентских сроков пытался реализовать свои предвыборные обещания. Одним из важнейших элементов его политики стала программа по изменению принципов медицинского страхования под названием «Obamacare». Данная программа подразумевала выделение дополнительных ассигнований из бюджета для улучшения системы медицинского страхования⁶⁹. Реформа была проведена, но вызвала ряд вопросов в отношении соответствия конституции США. Несмотря на это общество с энтузиазмом восприняло попытку решить старый вопрос с медицинским страхованием⁷⁰. Тем не менее, данная мера показала, что Обама собирается выполнить, по крайней мере, часть своих предвыборных обещаний. В сфере международной политики Обама добился вывода американских войск из Ирака⁷¹ и наладил отношения с Кубой.

Подводя итог, необходимо отметить, что на политический имидж Барака Обамы большое влияние оказали его внешние характеристики. Это особенно проявилось в период первой предвыборной кампании в президенты. В дальнейшем американское общество перестает уделять большое внимание происхождению и внешности президента США и начинает рассматривать его как любого другого человека на его должности. Харизма и уникальность Обамы привлекает сторонников со всего мира, но в то же время оттеняет его реальную политическую деятельность. Помимо физиологических характеристик имидж политика базируется на его вовлеченности в

⁶⁷ Obama B. Dreams from My Father: A Story of Race and Inheritance// New York: Crown Publishers. – 1995. – p. 85-86.

⁶⁸ Нуркенов К.К. Особенности имиджа политического лидера в мультикультурных государствах// Вестник КамГУ. – 2013. – С. 86-92.

⁶⁹ Козлов К. США: краткий обзор реформы здравоохранения. Обзор центра макроэкономических исследований сбербанка России. – 2010. – Режим доступа: http://www.sbrf.ru/common/img/uploaded/files/pdf/press_center/Review_us_health_reform.pdf (дата обращения: 02.05.16).

⁷⁰ Pear R. Obama Strategy on Health Care Legislation Appears to Be Paying off / Pear R., Stolberg S.G.// New York Times. – November 2. – 2009.

⁷¹ US flag ceremony marks formal end of Iraq war role. BBC. – 15.12.2011. <http://www.bbc.co.uk/news/world-us-canada-16192105> (дата обращения: 02.05.16).

проблемы американского общества. Необходимо отметить, что неуверенная внешняя политика значительно подрывает образ Обамы как лидера свободного демократического мира.

2.4 Политический имидж лидера России

Одним из основных политических акторов в современной России является президент. Функционирование институтов политической власти в современной России во многом зависит от конкретных персон, которые их представляют. Опираясь на данные социологических опросов о поддержке президента населением, мы можем говорить, что президент является ключевым элементом современной политической системы в РФ.

Владимир Владимирович Путин – второй президент в истории России, был впервые избран на свой пост в 2000-м году. Имидж главы государства складывался постепенно и во многом зависел от проводимой политики. Одним из ключевых элементов образа Путина является его военное прошлое. В российском обществе принято считать, что, если у власти военный, значит в стране будет порядок. Этот стереотип значительно укрепляет образ главы государства. К моменту прихода к власти В. Путину было 48 лет. Молодой возраст для политика в России, учитывая контраст с первым президентом Ельциным. Владимир Владимирович в начале своего первого срока был новым человеком для России, несвязанным с неудачными реформами 90-х годов XX века. Также, он имел возможность на деле доказать свою эффективность, полгода исполняя обязанности президента после ухода Ельцина. Поэтому неудивительно, что он уверенно победил на первых выборах.

Отсутствие выдающихся ораторских навыков в первый период нахождения у власти было нивелировано уверенным знанием предмета разговора. По мере увеличения опыта публичных выступлений, Путин начинает более раскованно держаться на публике и приобретать черты настоящего харизматического уверенного в себе лидера. Президент позиционирует себя как простой человек из народа. В своих речах он не редко делает ссылки на свое обычное петербургское детство⁷². Это позволяет выстраивать эффективную коммуникацию с населением и находить

⁷² Владимир Путин: «Если драка неизбежна – бить надо первым». – 22.10.2015. – Режим доступа: http://echo.msk.ru/blog/day_video/1645224-echo/. (дата обращения: 02.05.16).

расположение среди различных слоев общества. Частое упоминание в СМИ о том, что Путин находится в хорошей спортивной форме, вместе с его прошлым дзюдоиста подчеркивают мужественность и разносторонность президента. К тому же, хорошая спортивная форма главы государства позволяет обществу не сомневаться в трудоспособности и эффективности своего лидера.

В. В. Путин пришел к власти после тяжелых для страны 90-х годов XX века. Экономические трудности, дефолт, неэффективная политическая система, сепаратистские тенденции в регионах, война в Чечне, серьезное падение уровня жизни – вот основные проблемы, с которыми столкнулся президент в начале первого срока. Но несмотря на большой спектр проблем, Путину удалось с выгодой для своего имиджа выйти из трудной ситуации и серьезно повысить свою популярность среди населения. Решение чеченского вопроса показало бескомпромиссность президента в отношении террористических угроз. Повышение цен на нефть и серьезный экономический рост способствовали улучшению качества жизни людей и также повысило уровень доверия к президенту. Это проявилось на выборах в 2004 году, где Путин победил с подавляющим числом голосов.

Помимо личных качеств президента и проводимой им внутренней политики, большое влияние на имидж главы государства имеет внешняя политика. Ранний период правления Путина характеризовался попытками найти точки соприкосновения с ведущими западными странами для налаживания эффективного взаимодействия. Данная деятельность президента создавала образ прогрессивного политика, который желает, чтобы его страна полноценно развивалась и находилась на одном уровне с ведущими мировыми державами. В течение второго срока президентства ситуация сильно изменилась. Мюнхенская речь Владимира Владимировича показала его западным коллегам и российскому обществу, что наша страна не будет бездумно следовать политике какого-либо другого государства, но всегда будет стараться отстаивать свои интересы. Возможно, этот момент и стал переломным в имидже Путина как международного политика. Он перестает быть просто коллегой для западных партнеров и начинает претендовать на собственную

независимую роль в международной политике. События августа 2008 года в Грузии показали, что Россия на деле готова отстаивать свои интересы, пусть даже и с помощью военных сил. Несмотря на то, что тогда Владимир Владимирович был премьер-министром, он принимал непосредственное участие в происходящих событиях. Эти события еще раз утвердили образ Путина как человека, который держит свое слово. Президент не раз отмечал в своих интервью, что причисляет себя к политикам-прагматикам⁷³. Он не придерживается какой-либо единой идеологии, но действует согласно обстоятельствам. Данный факт проявился в недавних событиях на Украине. Присоединение Крыма в марте 2014 года серьезно улучшило рейтинг поддержки Путина и еще раз показало, что президент действует согласно требованиям конкретных обстоятельств. С расширением территории России произошло и серьезное изменение имиджа главы государства. Еще совсем недавно, на выборах 2012 года среди населения были популярны негативные отзывы о том, что Путин идет на третий срок. Социальное напряжение и недовольство ограничением некоторых прав граждан вылилось в масштабные митинги и пикеты, в которых выражалось открытое недовольство Путиным. Но после выборов протестная активность пошла на спад. После событий на Украине и присоединения Крыма он окончательно превратился для российского общества в своего рода спасителя-завоевателя, который охраняет моральное и физическое здоровье российского общества. Государственные СМИ провели масштабные пиар-кампанию президента. Были сняты и показаны по одному из федеральных каналов такие фильмы, как «Крым - дорога домой» и «Президент». Все это было направлено на формирование и поддержание образа эффективного президента, который полностью посвятил свою жизнь России и благополучию ее граждан.

Таким образом, мы приходим к выводу о том, что имидж ведущего политика России – во многом конъюнктурная вещь. Он достаточно часто меняется, исходя из конкретных обстоятельств. Но при этом, психологические и внешние характеристики образа всегда остаются стабильными. Отсутствие реальной конкуренции за власть и

⁷³ В.Путин: Я прагматик с консервативным уклоном [Электронный ресурс]. – 4.09.2013. – Режим доступа: <http://www.rbc.ru/rbcfreenews/20130904114725.shtml>. (дата обращения: 02.05.16).

ограниченность адекватной критики деятельности президента в публичном пространстве позволяют без лишних усилий трансформировать событийную часть имиджа президента по мере необходимости.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассмотрение различных особенностей политического имиджа ведущих государственных деятелей Франции, Германии, США и России позволяет выделить ряд схожих и различных черт.

Во-первых, необходимо отметить, что каждый глава государства имеет свою специфическую имиджевую характеристику, на которой базируется весь образ политика. Данные черты позволяют лидерам оставаться запоминающимися и неординарными личностями. Так, явная отличительная черта Барака Обамы — это его внешность. Она естественно не характеризует его в качестве политика, но делает его узнаваемым и популярным. Ангела Меркель политик-женщина. Поскольку данный факт остается по-прежнему редкостью в современном мире, особенно в передовых государствах, гендерная черта ее имиджа в первую очередь привлекает внимание общества. Владимир Путин и Франсуа Олланд не обладают какой-то одной характерной чертой имиджа, которая бы их серьезно выделяла. Но зато Путин известен последовательностью и бескомпромиссностью в международных делах. Олланд ассоциируется с социалистической партией Франции и высокими налогами для богатых людей.

Во-вторых, интересной схожей чертой образов данных лидеров является позитивный настрой общества к их персонам в момент прихода к власти. Олланд сменил Саркози, от которого уже устала большая часть французского общества. Путин имел возможность зарекомендовать себя на позиции премьер-министра и был сравнительно молодым и неизвестным политиком. Обама располагал своей харизмой и явной противоположностью Джорджу Бушу младшему. Меркель возглавила коалицию в правительстве в ситуации, когда никто этого особо не ожидал. Поэтому отношение к ней общества было достаточно ровным.

Из всех четырех лидеров только Обама был признанным оратором. Остальные политики были вынуждены преодолевать себя и приобретать уверенность в публичных выступлениях через конкретный опыт. Интересно отметить, что этот

элемент изменения коснулся не только ораторских способностей, но и общего имиджа трех политиков. Обама был известен долгое время как сенатор и уже имел определенный политический образ в глазах населения на момент старта первой предвыборной кампании. Европейские же лидеры формировали свой, по крайней мере, внешний образ на протяжении выборов и первых лет нахождения у власти.

Черта, которая объединяет Обаму, Олланда и Меркель – это их оппозиционность по отношению к прежнему руководству их стран. Все они состояли в оппозиционных партиях перед выборами. Владимир Владимирович Путин являлся сторонником политики Ельцина и даже был назначен исполняющим обязанности президента именно Ельциным. В этом можно увидеть определенную преемственность власти в России. Но важно отметить, что в нашей стране демократические институты не являются настолько хорошо развитыми как в других рассматриваемых странах. Поэтому одобрение предыдущего президента в России является своеобразным элементом легитимации власти для нынешнего главы государства, особенно в начале его правления. Для остальных трех стран оппозиционность политика скорее улучшает его имидж и увеличивает шансы на успех в выборах.

Общая характеристика, присущая Меркель и Путину – это прагматизм их политики. Мы уже отмечали, что оба не раз говорили о том, что действуют согласно требованиям обстоятельств чаще, чем согласно их программным заявлениям. Возможно, этим качеством объясняется политическое долголетие данных руководителей. Деятельность президентов США и Франции с некоторыми оговорками, но все же ограничена программой их партий.

Все из перечисленных лидеров стараются создать имидж человека из народа. Проявляется это по-разному. Обама использует свою открытость и демократичность. Олланд не любит роскоши. Меркель живет в том же доме, в котором жила до избрания на пост канцлера. Путин более остальных тяготеет к элитной жизни, но при этом за него играет его прошлое простого человека из Санкт-Петербурга.

В сфере внешней политики имидж руководителей выражается очень явно. Путин выступает против трех остальных лидеров, которые являются союзниками.

Для своей страны он представляется защитником и охранителем русского мира и моральных ценностей. Обама является гарантом демократических ценностей в мире. Меркель признают лидером Европы и одной из самых влиятельных женщин мира. Олланд старается воспользоваться удачными действиями французских войск в Мали для выстраивания имиджа политика, который стоит на страже интересов Франции.

Таким образом, мы провели сравнительный анализ политических имиджей современных политических лидеров и выявили основные сходства и различия в образах данных государственных деятелей.

В данном исследовании был проведен сравнительный анализ политического имиджа лидеров Германии, Франции, США и России. Были выделены основные отличительные черты каждого из политиков и отражены различные структурные особенности их политических образов.

В ходе работы были рассмотрены различные концепции, которые составляют теоретическую базу для понятия политический имидж. Формирование представлений об идеальном правителе уходит корнями в античную политическую философию и отражается на всем протяжении истории политической мысли.

Само понятие политический имидж основывается на результатах множества исследований в области социальной психологии, маркетинга, социологии и политологии и обозначает совокупность представлений о политике, сложившихся в обществе под воздействием коммуникационных технологий и реальных действий политика. Образ лидера включает в себя множество различных факторов: биографические данные и способ их презентации обществу, физиологические и психические особенности человека, социально-политический контекст прихода к власти. Но важнейшая составляющая политического имиджа определяется теми реальными действиями, которые осуществляет политик, находясь у власти или борясь за нее.

Образ политика является неотъемлемой частью взаимодействия внутри политической системы. Коммуникативная роль политического имиджа определяет его важность и необходимость в современном политическом процессе. Рассмотрение

имиджа как своего рода рефлексию общества на происходящие события, выраженную в делегировании власти лидеру позволяет понять сложность и взаимозависимость образа политика от ожиданий социума.

Рассмотрение политических имиджей современных лидеров Франции, Германии, США и России позволило выделить ряд базовых черт сходства и различия между этими образами. Так, для всех лидеров важным является сохранение своей уникальности, особых черт, которые отличают их от других политиков внутри и вне страны. При этом, данная особенность часто является личностной характеристикой лидера и не определяет его политику, но делает его узнаваемым и популярным в обществе. Еще одна схожая черта состоит в демократичности образов политиков. Главы государств стремятся оградить себя от излишне роскошной жизни и быть ближе к народу.

Отличия образов данных политических деятелей заключается в институциональном и культурном аспекте их власти. Лидеры строят свой имидж, исходя из требований и потребностей населения их стран. Также, большое влияние на образ политика играет наличие или отсутствие реальной конкуренции за власть. Необходимость борьбы за избирателей позволяет политикам разнообразить свой имидж и в полной мере представлять интересы различных слоев населения.

На основании проведенного исследования нами была продемонстрирована значимость роли изучения имиджей политиков, стоящих у власти в условиях современной мировой действительности. Нами был проведен сравнительный анализ имиджа современных политических лидеров стран: Франции, США, России и Германии. По итогу работы, были выполнены все поставленные задачи и подтверждена выносимая гипотеза. Полученные результаты говорят о том, что профессионально построенный политический имидж влияет на результат проводимой политики и одобрение ее, как среди мировой общественности, так и внутри самого государства.

Продолжение данного исследования предполагает включение большего количества политических акторов в процесс сравнения на основе рассмотрения различных вариантов структуры политического имиджа.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Книги и периодические печатные издания

1. Адорно Т. [Исследование авторитарной личности](#)// Москва// Изд-во: Серебряные нити. – 2001. – С. 416.
2. Баранов А.Н. Словарь русских политических метафор/ Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. // Москва// Изд-во: Помовский и партнеры. – 1994. – С. 396.
3. Берк Э. Размышления о революции во Франции и заседаниях некоторых обществ в Лондоне, относящихся к этому событию// Москва// Изд-во: Рудомино. – 1993. – С. 480.
4. Берд П. Продай себя! Тактика совершенствования вашего имиджа// Москва. – 1996. – С. 208.
5. Бирюков С.В. Франсуа Олланд: миссия (не) выполнима/ Бирюков С.В., Рябова Е.Л.// Этносоциум. – 2015. –С. 141-148.
6. Блажнов Е.А. Public Relations. Приглашение в мир цивилизованных рыночных и общественных отношений// Москва. – 1994. – С. 158.
7. Блондель Ж. Политическое лидерство: Путь к всеобъемлющему анализу// Москва// Изд-во: Российская академия управления. – 1992. – С. 135.
8. Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем./Сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; Предисл. П.П. Гайденко// Москва// Изд-во: Прогресс. – 1990. – С. 808.
9. Виханский О.С. Стратегическое управление// Москва// Изд-во: Гардарики. – 2002. – С. 161.
10. Гоббс Т. Левиафан, или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского. Соч. в 2т.// Москва// Изд-во: Мысль. – 1991. – Т. 2. – С. 545.
11. Гринстайн Ф.И. Барак Обама: человек и президент// Личность. Культура. Общество. –2010. – Вып. 2 № 55-56. – С. 148-159.
12. Гуревич П.С. Имидж России в процессе глобализации//Москва// Ж.: Век глобализации. – №2(4). – 2009. – С. 178-191.
13. Дьячкова Э.К. Имиджелогия для руководителя// Мурманск// Изд-во: Прометей – 1998. – С. 165.
14. Егорова-Гантман Е.В. Имидж лидера// Москва. – 1994. – С. 265.
15. Жировских О.А. Имидж и его составляющие// Мн.: Веды. – 2007. – С. 654.

16. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR// Москва// Изд-во: Глоссарий. – 1998. – С. 194-197.
17. Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах// Москва// Изд-во: ИМА-пресс. – 2000. – С. 200.
18. Канетти Э. Масса и власть// СПб// Изд-во: Астрель. – 2012. – С. 576.
19. Крылов А.Н. «Матерь нации». Имидж канцлера как феномен Германии// Время новостей – № 117. – 28.09.2009. – С. 5.
20. Кухтин М.М. Политический портрет федерального канцлера Германии Ангелы Меркель// Гілея: науковий вісник. – 2014. – Вип. 88. – С. 384-387.
21. Лебон Г. Психология народов и масс// Москва// Изд-во: Академический Проект. – 2011. – С. 240.
22. Макиавелли Н. Государь// Москва// Изд-во: Планета. – 1990. – С. 80.
23. Мечин В.С. Политический имидж// СПб// Изд-во: Питер. – 2002. – С. 242.
24. Михальская А.К. О речевом поведении политиков. НГ-сценарии. – 1999. – №6. – С. 25-32.
25. Некрасова. Е. Н. Фридрих Ницше: поэт, мыслитель, пророк// Москва// Изд-во: МФТИ. – 2007. – С. 160.
26. Ницше Ф. Воля к власти. Опыт переоценки всех ценностей/ Пер. с нем. Герцык Е. и др.// Москва// Изд-во: Культурная революция. – 2005 – С. 880.
27. Нуркенов К.К. Особенности имиджа политического лидера в мультикультурных государствах// Вестник КамГУ. – 2013. – № 3. – С. 86-92.
28. Платон Государство//СПб// Изд-во: Азбука. – 2015. – С. 350.
29. Погорельская С.В. Ангела Меркель. Политический портрет// Центр научно-информационных исследований глобальных и региональных проблем. – Москва. – 2008. – С. 104.
30. Почепцов Г.Г. Имидж & выборы// Киев. – 1997. – С. 140.
31. Почепцов Г.Г. Имидж от фараонов до президентов// Киев. – 1997. – С. 328.
32. Рубинский Ю.И. Франция на новом витке истории// Современная Европа. – 2012. – № 4. – С. 19-33.
33. Руссо Ж.–Ж. Об общественном договоре. Трактаты/ Пер. с фр.: Хаютина А.Д., Алексеева-Попова В.С.// Москва// Изд. гр.: КАНОН-пресс, Кучково поле. –1998. – С. 416.
34. Феофанов О.А. США реклама и общество// Москва. – 1974. – С. 266.
35. Фромма Э. Бегство от свободы// Москва// Изд-во: Академический Проект. – 2008. – С. 256.

36. Хабермас. Ю. Теория коммуникативного действия// Вопросы социальной теории. – 2007. – Т.1. – Вып. 1. – С. 229-245.
37. Цендровский О.Ю. Система философии Ницше// Изд-во: Философия и культура. – 2015. – № 7. – С. 997-1007.
38. Шепель. В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям// Москва// Изд-во: Народное образование. – 2002. – С. 635.
39. Шестопад Е.Б. Политическая психология// Изд-во: Инфра. –2002. – С. 448.
40. Шмитт К. Понятие политического// Вопросы социологии. –1992. – № 1. – С. 37-67.
41. Boorstin D. The Image. – 1961.
42. Boulding K. National images and international system // Comparative Foreign Policy. Ed. By W. Hanrieder// N.Y. – 1971. – p. 90-102.
43. Heckel M. So regiert die Kanzlerin. Eine Reportage. M.Heckel// München: Piper Verlag. – 2009.
44. Korn D. Wem dient Merkel wirklich?// München: FZ-Verlag. – 2006.
45. Obama B. Dreams from My Father: A Story of Race and Inheritance// NewYork: Crown Publishers. – 1995.
46. Pear R. Obama Strategy on Health Care Legislation Appears to Be Paying off/ Pear R., Stolberg S.G.// New York Times. – November 2. – 2009.
47. Wallas. G. Human nature in politics. The Project Gutenberg EBook of Human Nature in Politics. – 2004.

Источники на электронных носителях

48. Авдеев П.С. Организационное лидерство: обзор теории черт [Электронный ресурс]// Гуманитарные научные исследования. – 2014. – № 10. – Режим доступа: <http://human.snauka.ru/2014/10/7824>. (дата обращения: 25.04.16).
49. Козлов К. США: краткий обзор реформы здравоохранения. Обзор центра макроэкономических исследований Сбербанка России [Электронный ресурс]. – Март 2010. Режим доступа: http://www.sbrf.ru/common/img/uploaded/files/pdf/press_center/Review_us_health_reform.pdf (дата обращения: 02.05.16).
50. Нобелевская премия мира присуждена Бараку Обаме [Электронный ресурс]// Л е н т а . р у . – 9 . 1 0 . 2 0 0 9 . – Р е ж и м д о с т у п а : <https://lenta.ru/news/2009/10/09/nobelpeace/> (дата обращения: 02.05.16).

51. Путин В.: Я прагматик с консервативным уклоном [Электронный ресурс]. – 4.09.2013. – Режим доступа: <http://www.rbc.ru/rbcfreenews/20130904114725.html> (дата обращения: 02.05.16).
52. Путин В.: «Если драка неизбежна – бить надо первым». 22.10.2015. Режим доступа: http://echo.msk.ru/blog/day_video/1645224-echo/ (Дата обращения: 02.05.16).
53. François Hollande. Le changement c'est maintenant. Paris [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: http://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/01/03/francois-hollande-ecrit-aux-francais-le-changement-c-est-maintenant_1624952_1471069.html (дата обращения: 03.05.16).
54. Jaxel-Truer P. Un referendum pour “sortir le sortant” [Электронный ресурс]. – 07.05.2012. [Enligne]. [Site officiel “Le Monde”]. – Режим доступа: http://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/05/07/un-referendum-pour-sortir-le-sortant_1697246_1471069.html (дата обращения: 03.05.16).
55. Mali and France 'push back Islamists', the BBC, News Africa [Электронный ресурс]. – 12 January 2013. – Режим доступа: <http://www.bbc.com/news/world-africa-20991723> (дата обращения: 02.05.16).
56. Mali army retakes key towns from rebels [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://www.aljazeera.com/news/africa/2013/01/2013118122039129487.html> (дата обращения: 03.05.16).
57. Person of The Year: Angela Merkel. time.com. [Электронный ресурс]. – 09.10.2015. – Режим доступа: <http://time.com/time-person-of-the-year-2015-angela-merkel/> (дата обращения: 03.05.16).
58. US flag ceremony marks formal end of Iraq war role. BBC [Электронный ресурс]. – 15.12.2011. – Режим доступа: <http://www.bbc.co.uk/news/world-us-canada-16192105> (дата обращения: 03.05.16).

