

Секция «Политическая коммуникация в современном мире»

## **Имидж политического лидера**

**Научный руководитель – – –**

***Цкриалашвили Анна Давидовна***

*Студент (бакалавр)*

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте  
Российской Федерации, Москва, Россия  
*E-mail: atskry@gmail.com*

Политическая жизнь общества в восприятии рядового человека проходит через образ политического лидера. Он в свою очередь формируется благодаря имиджу, который представляет собой набор определенных качеств, которые люди ассоциируют с индивидуальностью, но в тоже время не являющийся осмысленным и строящийся на эмоциях и иррациональных моментах [1].

Политическое лидерство обладает рядом специфических особенностей. Одна из них заключается в том, что общение лидеров на федеральном или региональном масштабах редко осуществляется в рамках личных контактов. Таким образом, основной формой общения становится опосредованное, формируемое с помощью различных средств массовой информации. В этом случае исполнение лидерских функций возлагается на имидж политика, который служит источником возникновения определенных чувств и эмоций у народа.

В имидже политического лидера можно выделять ряд важных элементов: габаритные (одежда, обувь, прическа, аксессуары), вербальные (грамотная речь, экстралингвистические особенности), кинетические (мимика, жестикауляция), личностные (система ценностей и установок) [2].

Следует отметить, что в специализированной литературе выделяют три возможных подхода к имиджу политического лидера [3]:

1. Функциональный, в котором имиджи классифицируют по их функционированию;
2. Контекстуальный, базирующийся на зависимости имиджей от их контекста;
3. Сопоставительный, основанный на сравнении близких имиджей.

Также существует классификация, по которой выделяют идеальный, первичный и вторичный имиджи [4]. Идеальный имидж - усредненное представление об образе политического лидера, в реальности которого достичь невозможно. Первичный имидж - имидж первого впечатления, сложившийся на основе первичного знакомства с политиком. Вторичный имидж возникает в процессе конкурентной борьбы. Это отражение в сознании электоральной группы компромисса между стремлением обрести лидера, образ которого зеркально повторяет идеал, и желанием избежать лидера, образ которого в наибольшей степени противоречит идеальному представлению.

Таким образом, имидж политического лидера — это определенный образ, специально формируемый в глазах различных социальных групп. Его возникновение обязано как целенаправленным усилиям самого политика, его PR-команды, так и средствам СМИ. Строительство имиджа происходит на базе специальных элементов, от которых и зависит успех кампании, а, следовательно, и карьера политического лидера.

## **Источники и литература**

- 1) Егорова-Гантман Е.В. Имидж лидера. М.: Об-во «Знание» России, 1994
- 2) Бозаджиев В.Л. Политическая психология [Текст] : учебник для вузов / В. Л. Бозаджиев. — Москва: [Академии Естествознания], 2015.
- 3) Диплом по психологии: <http://psy-diplom.ru/primery-referatov-i-kontrolnyh/imidzh-politicheskogo-lidera-i-puti-ego/#p2>
- 4) Почепцов Г.Г., Имиджмейкер. СПб.: Алетейя, 2001