

Анненкова А.Е., Трофимова Н.В., Лебедева В.А.
г. Екатеринбург, Российский государственный
профессионально-педагогический университет

Изучение особенностей имиджа политика регионального уровня

В современных социально – экономических и психологических условиях, когда большинство избирателей находится в состоянии политической апатии, состязаются в основном не политические программы и политические структуры, а личности, точнее, умело созданные имиджи кандидатов. Потребность населения в определенном типе политического лидера, как показывают исследования социологической науки, в каждый исторический период изменялась и во многом детерминировалась особенностями субъекта Российской Федерации. Поэтому публичный политик постоянно сталкивается с необходимостью формирования собственного имиджа в соответствии с динамикой ценностных ориентаций, установок и ожиданий электората, а также уровнем и характером политической культуры общества, особенностями данного региона, стереотипов массового сознания и т.д. На наш взгляд актуальность исследования обусловлена условиями сложившейся политической ситуации в данном регионе.

В данной работе мы рассмотрели, каким именно видят жители Свердловской области и города Екатеринбурга политика местного уровня и его идеальный образ.

Цель: выявить особенности имиджа политика регионального уровня.

Объект исследования: представления жителей г. Екатеринбурга и Свердловской области об имидже политика регионального уровня.

Предмет исследования: реальный и идеальный образ регионального политика.

Изучением феномена имиджа занимались такие авторы, как Г.Г. Почепцов, В.В. Бойко, В.М. Шепель, Ф.А. Кузин, И.Д. Ладанов, Б.Г. Ушаков, П.С. Гуревич, И.А. Федоров, А.Ю. Панасюк, И.В. Венидиктова, Л. Браун, М. Спиллейн и др.

В качестве методологического основания была использована теория Г.Г. Почепцова. Под имиджем политика он понимал публичное «Я» человека или образ, который специально формируется в массовом сознании различных социальных групп, и возникающий благодаря целенаправленным усилиям самого лидера и его команды, с целью достижения определенной власти. Удачно созданный имидж является одним из механизмов воздействия на других людей, а так же выступает как возможность психологического влияния на толпу.

Технология формирования имиджа политика в самом общем виде представляет собой формулирование мессиджа (программы). Способ создания мессиджа стандартный: выявить потребности, желания, ожидания, установки, идеалы той социальной группы, для которой разрабатывается имидж, на основе предварительного так называемого базового или пристрелочного исследования среды, где идут выборы. А затем необходимо сформулировать политическую программу в связи с учетом полученной информации. Так же, наряду с этим, проходит персональная работа с политиком, включающая в себя диагностику личностных особенностей, обучение профессиональному общению со СМИ, развитие коммуникативных, актерских умений и навыков самопрезентации, определение стратегии построения внешнего вида и поведения, то есть происходит имиджевая индивидуализация – создание яркого, неповторимого и запоминающегося образа, отличного от других кандидатов, но схожего с предпочтениями народа.

Таким образом, имиджирование – сложная работа и каждая команда специалистов (социологов, психологов, стилистов, спичрайтеров и др.), определяя те или иные цели и задачи, выстраивает индивидуальную стратегию построения имиджа.

Изучение представлений и предпочтений избирателей осуществлялось при помощи специально разработанной нами анкеты. Выборка составила 50 человек в возрасте от 25 до 55 лет (политически активная часть населения) различных профессий проживающих в г. Екатеринбурге и Свердловской области.

Результаты исследования идеального политика показали, что этот человек должен быть в возрасте 30-60 лет, спортивного телосложения, вы-

сокого роста, физически привлекательным (52%). Желательно, чтобы он происходил из рабочей среды и имел техническое (52%) или гуманитарное (32%) образование. Для него предпочтительны следующие профессии: экономист (44%), предприниматель (36%), юрист (20%); при этом 24% опрошенных отметили, что профессия не имеет значения.

Идеальный политик должен обладать следующими качествами: активность (78%), высокий интеллект (76%), самокритичность (70%), надежность (68%), рациональность (66%), харизма (64%), железная воля (52%), уверенность (52%), организаторские способности (82%), профессиональная компетентность (80%), целеустремленность (68%), ответственность за свои действия (64%), чувство такта (56%), конкурентоспособность (54%), инициативность (48%), честность (84%), мудрость (78%), патриотизм (72%), справедливость (54%), гуманизм (54%), милосердие (36%).

Чтобы получить наибольшее количество голосов избирателей региональному политику следует иметь реалистичную программу практической направленности (40%), он должен быть «из народа» (18%), понимать заботы людей и быть человеком дела (по 30%), также ему необходимо обладать стратегическим мышлением и ясными целями (16%). При этом политик должен быть лидером – хозяйственником (96%) или лидером – менеджером (4%).

В результате проведенного анкетирования нам удалось определить реальный образ регионального политика. Это человек среднего возраста (54% опрошенных), одетый со вкусом (32%), имеющий хорошую физическую форму (18%).

Ему присущи такие характеристики, как уверенность (60%), активность (48%), рациональность (48%), жизнерадостность (42%), высокий интеллект (38%), способность переживать (36%), сила (32%), бестактность (30%), нерешительность (30%), целеустремленность (60%), инициативность (52%), профессиональная компетентность (48%), организаторские способности (44%), конкурентоспособность (40%), ораторское искусство (32%), патриотизм (48%), справедливость (44%), гуманизм (46%).

Анализируя реальные и идеальные представления людей о политике, мы обнаружили сходства и различия между ними. Так, во внешности реальные политики не отличаются от своего идеального образа. По личностным характеристикам наблюдается существенный разрыв в отношении та-

ких положительных качеств, как харизма, активность, железная воля, самокритичность, надежность, высокий интеллект. Также реальные политики более нерешительные, бестактные, легкомысленные, чем хотел бы их видеть электорат. Относительно же таких психологических особенностей, как способности сопереживать, смелости, рациональности, уверенности разрыва между действительным и идеальным политиком почти не существует. Но реальный политик не обладает достаточной профессиональной компетентностью, развитыми организаторскими способностями, чувством такта и ответственностью за свои действия.

Респонденты считают, что у реальных политиков наблюдается дефицит честности, мудрости, патриотизма, милосердия. Однако при этом его оценивают достаточно справедливым.

Среди других значимых качеств идеального политика опрошенные выделили человечность, доброту, решительность, дальновидность, стрессоустойчивость, порядочность, коммуникабельность, отзывчивость, трудолюбие, креативность, терпимость, чувство юмора, независимость.

В речи же политика, по мнению большинства опрошенного населения, не хватает грамотности, логичности, выразительности, также ему следует избавляться от стереотипности, стандартности и несколько уменьшить эмоциональный окрас.

Исследование показало, что образ регионального политика в представлении населения значительно отличается от его идеального образа в отношении морально-нравственных качеств.

Сегодня является востребованным рациональный политик, ориентированный на решение практических социально-экономических, хозяйственных проблем, занимающийся развитием и благоустройством своего региона.

Работа с имиджем – это ответ на желания и потребности населения и его основные составляющие должны соответствовать идеализациям, свойственным на этот период аудитории.

Результаты данного исследования можно применять в работе современных избирательных кампаний, но следуют учитывать, что полученная информация имеет ситуативный характер и представления электората со временем меняются. И тогда необходимо вновь провести пилотажные исследования перед каждыми выборами, с помощью подобной анкеты.