

Студ. Д.В. Протасеня, М.С. Мохор
Науч. рук. Доц. В.М. Острога
(кафедра истории Беларуси и политологии, БГТУ)

ИМИДЖ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА

Имидж политического лидера – это сформировавшийся у окружающих устойчивый преимущественно эмоциональный образ политика, имеющий характер стереотипа. Он является сплавом представлений о внешности, личных качествах, должности, профессии и программе кандидата, его биографии, убеждениях и т.д. [1, с. 170].

При создании имиджа политика необходимо учитывать особенности времени, места, актуальные проблемы избирателей. Созданием имиджа занимаются специалисты по формированию общественного мнения – имиджмейкеры. Обладая большими финансовыми и информационными ресурсами, современные организаторы избирательных компаний могут создавать у избирателей далекие от реальности имиджи лидеров, предопределяя успех одних и поражение других. Современные женщины политики придерживаются имиджа «железной леди». Они не выставляют напоказ свою женственность и привлекательность, а стремятся привлечь внимание к своим аналитическим способностям. Например, Маргарет Тэтчер, для нее характерно построение имиджа на тотальном консерватизме, который подтверждался успешной политической деятельностью, в обыденной жизни, перераставшей в жесткие требования к себе и окружающим. Имидж британского премьер-министра во многом схож с имиджем мужчины-лидера. Ее политика характеризуется крайним консерватизмом, жесткостью, целеустремленностью и дисциплинированностью. Это проявляется не только в речи, но и в стиле одежды – строгом деловом костюме, классических тонах, строгой прическе.

Имидж Ангелы Меркель деловой и скромный. Ее часто сравнивают с Маргарет Тэтчер: расчетливость, серьезность, ироничность. Одно из отличий: Тэтчер придавала много значения своему внешнему виду, а Меркель, напротив, демонстрировала абсолютное равнодушие к этому вопросу. Ее типичный комплект: жакет на трех пуговицах, прямые брюки, туфли или ботинки на плоской подошве. Своими бесконечными костюмами она показывала, что она не хуже мужчины разбирается в политике и транслировала идею: «У меня есть занятия поважнее».

Политик – лицо публичное, и поэтому его речь должна быть культурной и не отклоняться от норм русского языка. Политик должен говорить убедительно. Ему следует основывать свои высказывания на четких фактах, чтобы доказать правильность своей точки зрения аудитории. Одна из самых важных задач – это привлечение внимания. Нужно заин-

тересовать аудиторию поставленной темой, дать понять, что этот вопрос касается каждого, тогда аудитория будет заинтересована в речи.

К успеху в избирательной компании может привести умение сделать правильный выбор приоритетных адресных групп избирателей и уделить внимание их большим местам, например: обеспечить молодые семьи жильем, выпускников средних и высших учебных заведений – работой и так далее. Очень важно для политического лидера привлечь публику, быть поближе к народу, заработать бонусы. Например, Дональд Трамп при вступлении в должность отказался от зарплаты президента, Борис Джонсон, премьер-министр Великобритании, чаще всего передвигается по мегаполису на велосипеде, знаменитая «молодёжная» причёска и «спортивная» внешность Кеннеди, почти детская улыбка Рейгана. Многие политики публично занимаются благотворительностью.

Или, скажем, за кого проголосовали почти три четверти украинцев? За известного шоумена и новичка в политике Владимира Зеленского или за Василия Голобородько, главного героя комедийного сериала «Слуга народа»? В нем актер Зеленский сыграл учителя истории, ставшего президентом. Точный ответ на этот вопрос еще предстоит дать социологам. Факт заключается в том, что Зеленский активно использовал имидж своего героя в ходе кампании, как бы говоря избирателям: «Голобородько – это я».

Средства массовой информации становятся транслятором имиджа политика. СМИ не только оказывают влияние на формирование политического имиджа, но также во много определяют выбор избирателя. Формируемый имидж может быть результатом не только труда самого политического деятеля, который вместе со своей командой стремится построить положительный образ, и его работы со средствами массовой информации, но и результатом усилий конкурентов, которые при помощи СМИ будут стремиться создать оппоненту негативный имидж, сформировать к нему отрицательное отношение граждан. Поэтому образ политического деятеля, который мы видим в телевизоре, о котором читаем в интернете, не всегда соответствует реальному человеку.

Таким образом, сложившийся у избирателей имидж лидера прямо влияет на их электоральный выбор и тем самым определяет его политическую карьеру.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пугачев В.П. Введение в политологию: Учебник для студентов вузов / В.П. Пугачев, А.И. Соловьев. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 477 с.