

Секция «Иностранные языки и регионоведение»

Имидж политического лидера как составная часть имиджа Российского региона.

Бабкина Ольга

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Москва, Россия

E-mail: olya. oa@gmail.com

Расширение межкультурных связей Российского государства в конце XX века, обусловленное во многом распадом СССР и падением «железного занавеса», привело к его активной политической, экономической и культурной интеграции в мировое сообщество. В рамках современных глобализационных процессов и с учетом развития СМИ, формирование имиджа России, как самостоятельного региона, становится одним из приоритетных задач, стоящих перед государством.

Имидж — «искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия, создаваемый с целью формирования в массовом сознании определённого отношения к объекту»[1]. Новизна исследуемой темы определяет необходимость уточнения используемых терминов. Представляется необходимым, на основании сопоставления и анализа научных теорий и исследований зарубежных и отечественных авторов разделять понятия «образ» и «имидж», так как они не тождественны, несмотря на близость значений. Понятие «образ» подразумевает обращение к имеющемуся опыту целевой аудитории, что исключает возможность его формирования. Напротив, имидж создается и формируется с определенной целью, с учетом особенностей данного товара или объекта, а также имеющейся целевой аудитории. [1]

Следует подчеркнуть, что в процессе формирования имиджа отдельного региона уместно выделить объективные и субъективные факторы. К объективным факторам относится экономико-географическое положение региона, к субъективным – его историческая и культурная составляющие. Картина мира индивида, состоящая из трех основных областей – «мира реального, мира информационного и мира символического» [3] – влияет на складывание его субъективных представлений о регионе, значительное влияние на которые оказывает то, как регион позиционирует себя в настоящий момент.

Наиболее ярким представителем политической культуры страны (региона) является ее политический лидер. [2] Имидж политика, создание и формирование его в сознании масс, продиктован законами политической коммуникации в целом и рекламы – в частности и направлен на поддержание или формирование имиджа представляемого региона. Определяющую роль в данном процессе играет тождественность имиджа политического лидера имиджу представляемого им региона в представлении большинства непрофессионалов в области политики [4].

На основании проведенного анализа был сделан вывод о том, что в сознании человека политическая культура неотделима от обычаев и традиций общества, в котором она сформировалась, принятых в нем норм поведения, имеющихся представлениях и стереотипах. Признание наличия в стране политического лидера тождественно признанию

наличия в ней гражданского общества, поделенного на социальные группы, представителем которых он и является.

Важным компонентом в создании имиджа региона является постоянная трансформация формируемого имиджа. В зависимости от внутригосударственных процессов и изменения внешнеполитических задач, имидж региона, в частности, Российского государства, изменялся с течением времени. Для его формирования используются средства массовой информации, реклама и пропаганда среди населения. Самым мощным является влияние СМИ, так как оно включает в себя Интернет, радио- и телекоммуникации, печатные издания, то есть в наибольшей степени формирует общественное мнение.

По статьям в иностранных СМИ, посвященных ряду российских политических лидеров, в ходе подготовки данного доклада было прослежено развитие имиджа Российского государства во второй половине XX-начале XXI вв. С точки зрения основных черт политического лидера в России, необходимо подчеркнуть немаловажное значение личностных характеристик: возраста, пола, темперамента, уверенности в себе, ораторских навыков.

В представленном исследовании предпринята попытка выявить взаимосвязь имиджа политического лидера и имиджа Российского региона, доказать многогранность и актуальность вопроса о создании имиджа России на международной арене, а также подтвердить значимость создания и формирования имиджа политического лидера. Результаты проведенного исследования позволяют четко дифференцировать понятия «имидж» и «образ» в культурном и политическом контексте, что может быть востребовано при подготовке как теоретической базы в данной области исследований, так и практических рекомендаций по процессу формирования имиджа данного региона.

Литература

1. Панасюк А. Ю. Имидж. Энциклопедический словарь. М., 2007.
2. Василик М.А. Политология: словарь-справочник. М., 2000.
3. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. СПб., 2001.
4. Шестопап Е. Б. Политическая психология. М., 2002.

Слова благодарности

Автор выражает признательность к.ф.н., доценту Медведевой Е.В. за помощь в подготовке тезисов