

2. Чертова Л. Н. Феномен абсентеизма в политической культуре студенчества // Модернизация России: власть, общество, экономика : материалы Всерос. науч.-практ. конф. — Курган: Дамми, 2010. — С. 314.

3. Мотивация участвовать в выборах // «Левада-центр». URL: <https://www.levada.ru/2016/07/12/motivatsiya-uchastvovat-v-vyborah/> (дата обращения: 15.02.2020).

4. Образы власти, советской и нынешней // «Левада-центр». URL: <https://www.levada.ru/2019/08/05/obrazy-vlasti-sovetskoj-i-nyneshnej/> (дата обращения: 15.02.2020).

5. «НЕГРАЖДАНСТВО»: модели преодоления электорального абсентеизма // REGNUM — 2018. URL: <https://regnum.ru/news/2389852.html> (дата обращения: 16.02.2020).

УДК 321

Константинова Елена Евгеньевна,
*бакалавр 3-го курса
Уральского гуманитарного института
Уральского федерального университета*

РОЛЬ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ПОДХОДА В ИССЛЕДОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА

Аннотация. В статье рассматриваются ключевые положения теоретико-методологических подходов к исследованию политического имиджа. По мнению автора, наиболее актуальным является изучение политического имидже в контексте психологического подхода. Автором делается вывод о том, что несмотря на междисциплинарность подходов к изучению политического имиджа, именно психологический аспект данного феномена наиболее полно формирует представление избирателей о фигуре политического лидера.

Ключевые слова: политический имидж, политика, лидер, психологический подход.

Konstantinova Elena,
Undergraduate Student 3rd year
Ural Institute for Humanities
Ural Federal University

THE ROLE OF THE PSYCHOLOGICAL APPROACH IN THE STUDY OF POLITICAL IMAGE

Abstract. In the article are analyzed the key provisions of theoretical and methodological approaches to the study of political image. According to the author, the most relevant is the study of political image in the context of a psychological approach. The author concludes that despite the interdisciplinary approaches to the study of political image, only the psychological aspect of this phenomenon that most fully forms the voters' view of the figure of a political leader.

Keywords: political image, politics, leader, psychological approach.

Понятие «политический имидж» является одной из ключевых проблем современной публичной политики и основной формой коммуникации между политическими лидерами и обществом. Несмотря на то, что публичные выступления, выборы и дипломатические встречи политических лидеров уже давно стали привычным явлением для современного общества, вопросы, касающиеся определения политического имиджа, его внутренней структуры, технологий формирования до сих пор остаются актуальными. На мой взгляд, это обусловлено несколькими причинами. Во-первых, активным развитием демократических политических институтов. Во-вторых, исключительной ролью СМИ в современном политическом процессе, когда медиaprостранство используется как ключевой инструмент формирования политического лидера. В-третьих, междисциплинарностью самого понятия «имидж», в результате чего новые попытки осмысления данного термина не теряют научной востребованности.

На наш взгляд для того, чтобы исследовать процесс формирования имиджа политического лидера, проанализировать характер взаимодействий лидера и граждан, понять почему граждане испытывают симпатию и доверие к одним политикам и совершенно

противоположные эмоции к другим, нужно обратиться к теоретико-методологическим основам имиджологии.

Термин «имиджология» вошел в научный дискурс в 1990 году благодаря работам В. М. Шепеля. Профессор В. М. Шепель определил предмет, задачи «имиджологии». Согласно определению В. М. Шепеля, имиджология есть наука и искусство о том, как придать облику человека эффект личного обаяния, как овладеть умением «светиться людям». Имиджология как научное направление находится в процессе постоянного развития. Можно констатировать, что имиджология — это универсальная теоретическая и прикладная дисциплина, изучающая психологические закономерности возникновения положительного впечатления и доверительного, доброжелательного впечатления при взаимодействии субъектов.

Наиболее актуальным предметом исследования имиджологии является политический имидж. В современной науке существует несколько подходов к изучению данной категории.

Социологический подход (Брянцева Е. А., Буланова М. Б., Климова Т. В.) к изучению имиджа представляет значительный интерес, т. к. его методологический арсенал позволяет изучать целевую аудиторию публичных политиков, всесторонне исследовать процесс формирования общественного мнения к конкретным политическим лидерам. Современные социологические исследования имиджа позволили определить систему требований, предъявляемых к имиджу, его роль в процессе социального управления и диапазон его возможностей воздействия на социальное поведение как отдельных индивидов, так и общества в целом [1]. В целом современная социология рассматривает имидж как «социальный конструктор» и исследует собирательный имидж социальных, профессиональных групп, институтов. Таким образом, в рамках данного подхода имидж представляет собой явление современной общественной жизни и феномен индивидуального, группового или массового сознания. Политический имидж в рамках социологического подхода воспринимается скорее как проводник в разрешении противоречий между субъектом и социальной средой.

Крайне интересным нам представляется взгляд на феномен политического имиджа в рамках современной сравнительной неврологии

(Антонио Дамассио). В рамках данного направления понимание имиджа не ограничивается визуальным или аудиообразом. Это так называемый ментальный паттерн, выражающий отношение человека или масс к обладателю политического имиджа. Сравнительная неврология отслеживает и изучает восприятие политического имиджа не только с точки зрения общей визуальной концепции, но и внутренние процессы, происходящие в сознании и способные простимулировать человеческий организм на усиленное выделение определенных гормонов и секретов. «Процесс познания и восприятия является одной из областей деятельности центральной нервной системы человека, которая, в свою очередь, регулирует синтез различных веществ в организме» [2]. С одной стороны, данный подход можно отнести к особенностям психологического восприятия человека человеком, обществом, народом с помощью определенных социальных маркеров, которые стимулируют формирование образа. С другой — восприятие политического имиджа и окончательное наше впечатление от человека является законченным образом — результатом биохимии собственного организма. Однако данные утверждения по мнению экспертов требуют серьезных прикладных исследований, в том числе клинических испытаний.

На мой взгляд, наиболее оптимальным к рассмотрению политического имиджа является психологический подход (В. Парето, Ф. Кент).

С точки зрения психологического подхода, политический имидж — это, во-первых, не просто особый психологический образ, а психологическая деятельность по созданию качественного политического имиджа, во-вторых, оценочное суждение — мнение, формирующееся в процессе взаимодействия политического лидера и аудитории, на которую он стремится воздействовать. Отдельное место в понятии политического имиджа также играет такой феномен, как «общение».

Психологический подход неоднороден и подразделяется на целый ряд научных направлений исследования. Выделим наиболее значимые.

Во-первых, подход, который рассматривает имиджа через призму политического поведения (Ф. Кент, Р. Даль). Термин «политическое

поведение» впервые введено исследователем Ф. Кентом в 1928 году в его работе «Political behavior» [3]. Согласно данному подходу, исследование имиджа политика по линии поведения строится на двух основных принципах, взятых из неопозитивизма. С точки зрения верификации, необходимо учитывать индивидуальные психологические мотивы и эмоции людей. Это означает, что основную практическую значимость имеют не теоретические исследования, а эмпирические факты в процессе наблюдения. Принцип операционализма в данном подходе рассматривает поведенческое познание как совокупность «инструментальных операций», предназначенных для сбора, получения и измерения данных. Таким образом, основная задача этого подхода состоит в объяснении поведенческих реакций в разрезе имиджа политика, как проявление стремления к властным отношениям из природы человека.

Во-вторых, социально-психологический подход (консенсус социальной среды и психологических механизмов). С социальной стороны в данном случае политика воспринимают как товар, который продается максимальному проценту электората. При этом имидж выступает в качестве образа межличностного восприятия политической фигуры электоратом. В результате исследуются сами механизмы, которые вызывают положительное эмоциональное отношение. При этом важно учитывать, что «формирование имиджа происходит как стихийно, т. е. неосознанно, так и сознательно: тщательно отслеживаются особенности восприятия политика его избирателями, и каждый раз продумывается новая стратегия и тактика формирования благоприятного образа» [4].

В заключении хочется сказать о том, что, несмотря на междисциплинарность и неоднозначность подходов к изучению политического имиджа, именно психологический аспект этого феномена наиболее полно формирует представление избирателей о фигуре политического лидера. Механизмы психологии формируют положительное или отрицательное впечатление о выстроенном образе. Таким образом, роль данного подхода в современной политике велика и позволяет достичь качественного удержания внимания аудитории к определенной персоне не только на период предвыборной кампании, но и в течение всей политической карьеры.

Литература

1. *Симонова И. Ф.* Педагогика имиджа : монография. — СПб. : Ультра Принт, 2012. — 304 с.
2. *Kent F.R.* Political Behavior. — New York: William Morrow and Company, 1928. — P. x, 342.
3. *Толкалов А. С.* Сущность политического имиджа: отечественный и зарубежный опыт осмысления // Изв. Саратов. ун-та. — 2013. — Т. 13, № 2. — С. 72–75.
4. *Аржанова К. А.* Социально-психологический подход к определению персонального имиджа политического лидера // Вестн. ун-та. — 2015. — № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-psihologicheskij-podhod-k-opredeleniyu-personalnogo-imidzha-politicheskogo-lidera/viewer> (дата обращения: 18.02.2020).

УДК 327

Кузнецов Никита Андреевич,

бакалавр 4-го курса

Уральского гуманитарного института

Уральского федерального университета

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ И КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ В РАМКАХ ШОС

Аннотация. Исследование посвящено анализу российско-китайского сотрудничества в рамках Шанхайской организации сотрудничества (ШОС). Государства являются наиболее влиятельными в ШОС, поэтому именно от их сотрудничества зависит безопасность и развитие не только Центрально-Азиатского, но и Азиатско-Тихоокеанского региона и мира в целом. В рамках исследования выделяются и рассматриваются основные сферы сотрудничества государств, а также оценивается их уровень и важность.

Ключевые слова: Россия, Китай, сотрудничество, международные организации, российско-китайское сотрудничество, ШОС, Российская Федерация, Китайская Народная Республика.