

Взаимосвязь архетипичного и ситуационного в имидже политического лидера

Чикиндин М.А.

*Учреждение образования «Витебский государственный университет
имени П.М. Машиерова», Витебск*

Важную роль для устойчивого развития демократического государства играют выборы политического лидера. Наибольшие шансы на политический успех имеет тот претендент, создаваемый образ которого вселяет в электорат уверенность в способности избранника реализовать их социальные ожидания в сложившейся политической и экономической ситуации.

Цель статьи – выявить механизмы архетипичного и ситуационного элементов в процессе формирования положительного имиджа политического деятеля.

Материал и методы. *Материалом исследования служат программы предвыборных кампаний кандидатов на высшие государственные посты и приемы построения их позитивного политического имиджа. Основными методами выступают анализ, синтез, интерпретация, сравнение, типологизация.*

Результаты и их обсуждение. *Эффективными инструментами построения имиджа политика являются позиционирование, мифологизация, эмоционализация. Большое воздействие на предпосылки выбора оказывают экспектации избирателей, обусловленные социальными обстоятельствами. Избиратели ориентированы в большей степени на эмоционально-образное, а не рациональное восприятие программных заявлений. Если люди не хотят жить по-старому, то необходимо создать архетипичную основу лозунга, призывающего к новым целям и свершениям. Архетипичное всегда ситуационно окрашено, оно принимает форму, соответствующую социокультурным и политическим реалиям конкретного исторического времени.*

Заключение. *При формировании имиджа следует учитывать гибкую диалектику взаимосвязи архетипичного и ситуационного. Актуализация архетипа, который коррелируется со сложившимися социально-экономическими и политическими условиями, позволяет с помощью современных информационных технологий активно воздействовать на символические основы коллективного бессознательного. Важно, чтобы предлагаемые архетипичные стандарты, упакованные в эффективные знаково-символические формы, не оказались обыкновенным политико-популистским симулякром.*

Ключевые слова: *имидж, архетип, экспектация, стереотипизация, ситуативность.*

Interconnection of the Archetypal and the Situational in the Political Leader's Image

Chikindin M.A.

Educational Establishment "Vitebsk State P.M. Masherov University", Vitebsk

An important role in the sustainable development of the democratic state belongs to political leader elections. Most politically successful is the candidate the created image of whom makes the electorate sure of the abilities of the chosen nominee to implement their social expectations in the given political and economic situation.

The purpose of the research is to find out mechanisms of archetypal and situational elements in the process of shaping a positive image of the politician.

Material and methods. *The research materials are election campaign programs of higher state positions candidates as well as techniques of shaping their political images. The basic methods are analysis, synthesis, interpretation, comparison, typologization.*

Findings and their discussion. *Efficient instruments for shaping a politician's image are: positioning, mythologization, emotionalization. The preconditions of the choice are greatly influenced by expectations of the electorate under social circumstances. The voters are aimed at the emotional and image rather than at the rational perception of the program statements. If people don't want to live the old way of life it is necessary to shape an archetypal basis of the slogan which calls to new accomplishments and aims.*

The archetypical is always situation colored, it takes the shape, which corresponds the social and cultural and political reality of a definite historic time.

Conclusion. *While shaping the image it is necessary to take into account flexible dialectics of the interconnection of the archetypical and the situational. Actualization of the archetype which correlates with the given social and economic as well as political conditions makes it possible to actively influence the symbolic and mythological bases of the collective unconscious with the help of the contemporary information technologies. It is important that the suggested archetype standards, which are packed into efficient sign and symbol forms, should not be usual political and populist simulacra.*

Key words: *image, archetype, expectation, stereotypization, situationality.*