

Купцова І. І.

*Національний університет «Одеська юридична академія»,
аспірантка кафедри соціальних теорій*

СИМВОЛІЧНИЙ ВИМІР ІМІДЖУ В СУЧАСНІЙ ПОЛІТИЦІ

Феномен іміджу у сучасному політичному дискурсі розглядається в рамках різних за своїм змістом підходів. Принциповим у плані дослідження політичного іміджу є питання щодо природи іміджу в контексті співвідношення його форми та змісту. Незалежно від позиції з даного питання, взаємозалежність форми політичного іміджу та його змісту вимагає однаково ретельного аналізу кожної з цих категорій. У даній статті зупинимося на дослідженні символічного виміру іміджу, тобто на розгляді політичного іміджу з точки зору значення його форми.

Природа політичного іміджу обумовлює його існування у символічному просторі політики. Імідж представляє собою конструкцію, що відображає усталену знакову систему. Символ на ряду із знаком в рамках теорії комунікацій постає основною комунікативною одиницею. Тому дослідження політичного іміджу вимагає визначення позиції інтерпретації даних понять.

Однією із площин існування символів, безперечно, виступає політика. Політика як специфічна сфера життєдіяльності фіксує свій досвід за допомогою символів. Символи становлять духовну основу та засіб ідентифікації в політичному просторі. Вони опосередковують презентацію політичних акторів, впорядковуючи всі ідеальні компоненти політичного простору. Символи стають найлогічнішою формою вираження політичного.

Символ забезпечує збереження та функціонування значимої для соціуму інформації. Незамінність символів у виконанні низки важливих функцій у політичному процесі обумовлюється їх основними якостями. Серед яких – доступність, багатозначність, простота.

Символи спираються на стереотипи масової культури, які і повинні гарантувати легкість сприйняття інформації та її доступність. Взаємозалежність символів та певного культурного досвіду приводить до того, що зміна культурного підтексту може означати отримання символом нового значення. Багатозначність, гнучкість символів створює умови для їх комбінаторики. Часто панівна політична сила звертається до символіки протестних та опозиційних груп для укріплення власного авторитету.

Варто зазначити, що просте політичне повідомлення у вигляді символу сприймається набагато краще, ніж повідомлення, передане за допомогою більш складних форм. Вітчизняний вчений Почепцов Г. Г. вважає, що імідж як одиниця символічного світу виступає «результатом обробки величезного потоку інформації, що став невід'ємним атрибутом сучасного світу» (Почепцов Г. Г. *Имиджология* К.: «Ваклер», 2004., с. 342). Так адресат комунікації отримує інформацію у найзручнішій для сприйняття формі.

Високий рівень емоційності, що характеризує існування символів, сприяє посиленню значення групових цінностей. Для певної групи власні символи можуть набувати неабиякого значення.

Вивчення механізму формування суспільної думки викристалізовує категорію соціального стереотипу. Вперше термін було використано класиком американської журналістики У. Ліппманом. Спираючись на знамениту алегорію печери Платона, У. Ліппман наголошує на тому, що людина відділена від світу псевдосередотою, що складається із забобонів, стереотипів та спрощених моделей. Спрощений механізм сприйняття дійсності несе в собі захисну функцію, огороджуючи людину від стресів.

Отже, політичний імідж у даному контексті виступає в якості символічного образу. Політичний суб'єкт стає основою для народження його символічного образу – іміджу. Результат такої самопрезентації багато в чому залежить від досвіду символічної комунікації та культурної угоди, що склалася у певному комунікаційному просторі. Помилкова інтерпретація символічного значення, типічного для даної культури не тільки ускладнює комунікацію, але може стати причиною відчуження або навіть конфлікту.

Імідж політика може виступати символом певної групи. З цим, наприклад, пов'язують процес ідентифікації партій за іміджем її політичного лідера. Досвід передвибірної боротьби демонструє, що в Україні більшість партій у своїх програмах дотримуються схожих позицій щодо вирішення найважливіших соціально-економічних проблем. У такому випадку іміджі партійних лідерів набувають неабиякого значення у процесі ідентифікації партії.

Імідж політика стає символом, що допомагає індивіду визначити свою прихильність тій чи іншій політичній силі. Відомий політтехнолог Жак Сегела однією з аксіом передвибірної боротьби вважає принцип, згідно з яким «голосують за людину, а не за партію» (Сегела Жак. Национальные особенности охоты за голосами. Так делают президентов. – М.: «Вагриус», 1999, с.5).

І навпаки, часом політичні символи виконують функцію ідентифікації політика за партійною ідеологією. Наприклад, під час виборів до місцевих рад у 2010 р. кандидати, що обиралися за мажоритарною системою, активно використовували ім'я та символіку партії, яка їх висувала.

Символи, виступаючи інструментами позиціонування політичного суб'єкта в рамках певної політичної ролі, набувають важливого значення при створенні політичного іміджу.

Незважаючи на те, що символ справді є невід'ємним елементом політичного процесу, все ж не можна гіперболізувати його роль у ньому. Природа символу передбачає існування першооснови у політичній реальності. Символ виступає одночасно інструментом конструювання політичного іміджу та його формою. Символи виконують функцію заміщення різних комплексів першообразів. Символізація означає перехід явищ політичного процесу до більш високих ступенів абстракції. Цінність символічного знаходиться за його межами: у площині реального, яке виступає його змістовним елементом.