СОДЕРЖАНИЕ

Вступление

1. Сущность и характерные особенности политического лидера

2. Имидж политического лидера

Заключение

Список использованной литературы

Вступление

Политическое лидерство возникает только при наличии определенных политических условий и политических свобод. Ее непременными предпосылками являются: политический плюрализм, многопартийность, а так же внутрипартийная и внутрипарламентская деятельность (фракционная). Когда идет интеллектуальная непрерывная политическая борьба людей, принадлежащих к тем или иным партиям и фракциям, отражающим те или иные социальные интересы и устремления, тех или иных групп людей. Отсутствие условий необходимых для появления проблемы политического лидерства, исключает появление новых политических лидеров демократическим путем. Ярким примером этому являются Тоталитаризм и Авторитаризм. В условиях Тоталитаризма и Авторитаризма политических лидеров как таковых не существует, есть только диктаторы и номенклатура. Прорывающаяся к власти не по законам лидерства, а по своим номенклатурным законам. В этих условиях нет явной оппозиции, поэтому конкуренция за лидерство существует только внутри номенклатуры.

Именно поэтому политическое лидерство как теоретический и практический феномен оказалось в центре нашего внимания лишь в конце 80-х годов, когда начались альтернативные выборы в Советы союзного, республиканского и местного уровней.

В настоящее время особое внимание обращается на лидерство на различных уровнях государства, общества, различных коллективах, а так же коллективное лидерство. Без глубокого знания проблем уровня жизни, интересов различных общностей людей, общественного мнения трудно претендовать на роль политика даже местного масштаба.

Положение лидера вынуждает его быть очень аккуратным в повседневной и политической жизни, ибо его дела, поступки, поведение, качества постоянно на виду и все это более строго оценивается людьми, и от этого во многом зависят успех или неудача той партии, того курса, того направления которому он служит. Таким образом, для политического лидера очень важно правильно сформировать свой политический имидж.

Структура работы будет выглядеть следующим образом: сначала мы рассмотрим понятие лидерства, в общем, существующие типы лидеров; далее мы перейдем к рассмотрению политического лидерства, а затем к проблемам формирования имиджа политического лидера.

1. Понятие политического лидерства

История изучения политического лидерства представляет собой пример обширного многообразия подходов. Одни исследователи определяют политическое лидерство - как "влияние", другие - как "управление", третьи - как "принятие решений", а четвертые признают лидерами только "новаторов", тех, кто "ведет вперед", а руководителей, управляющих продолжают называть чиновниками, бюрократами. Но политический лидер должен сочетать в себе все эти качества.

В политологии начиная с М. Вебера, политических руководителей делили на три типа: традиционных, легальных и харизматических в зависимости от того на чем основываются их претензии на власть (авторитет).

1. Традиционные лидеры (вожди) - опираются на вековые традиции ни у кого не вызывающие сомнений. (Хонейни - Иран)

2. Легальные лидеры - должны получить власть законным путем. (Буш, Миттеран, Ельцин)

3. Харизматические лидеры - они стоят особняком, их власть (скорее - авторитет) опираются не на внешнюю силу, а на некое необычное личное качество, которое М. Вебер называет "Харизмой" (в раннехристианской литературе этот термин обозначает "боговдохновленность"). Это качество не имеет четко выраженного содержания, но оно достаточно для того, чтобы у харизматического лидера были последователи, желающие вручить ему политическую власть. (Томиньский - Польша, Лафонтен - Германия, Жириновский)

Существуют четыре собирательных образа лидеров: "знаменосец", "служитель", "торговец", "пожарник".

1. Лидер - знаменосец - отличается собственным видением действительности, имеет цель, увлекает за собой людей, определяет характер происходящего, его темп, формирует политическую проблематику.

2. Лидер - служитель - выражает интересы своих приверженцев. Он действует от их имени, и задачи приверженцев являются для такого лидера центральными.

3. Лидер - торговец - основывает свои отношения с избирателями на способности убедить избирателей в своей стратегии, пойти на какие-то уступки, тем самым добиться поддержания своей политики.

4. Лидер - пожарник - реагирует на требования масс, вызванные конкретной ситуацией, что и определяет его действия по тушению пожаров.

Согласно самой распространенной в современной науке концепции политического лидерства, поведение лидера представляет собой результат взаимодействия двух начал: его действий (проявляемых в них свойств его личности) и объективной обстановки. Значение обстановки определяется тремя факторами:

1. Она оказывает влияние на формирование личности лидера.

2. Она ставит пред ним проблемы.

3. Она ставит условия, в которых лидеру придется эти проблемы решать, в частности круг его потенциальных противников и сторонников.

Политическое лидерство представляет собой политическое руководство, управление, движение во главе процессов, событий. В большинстве случаев эту миссию выполняют люди с набором особых качеств, несвойственных среднему уровню населения страны, политических, личностных, деловых, можно сказать, качеств лидерских. Таким образом, политический лидер – это глава государства, руководитель политической партии, общественной организации, движения.

Прежде чем перейти к рассмотрению вопроса о формировании имиджа политического лидера необходимо рассмотреть какие качества и способности необходимы современному политическому лидеру.

Первым и необходимым качеством политического лидера является его способность квалифицированно аккумулировать и адекватно выражать в своей деятельности интересы широких масс. Так, например, большевики победили мелкобуржуазную демократию не личным превосходством вождей, а новым сочетанием социальных сил: пролетариату, в соответствии с теорией Ленина, удалось, наконец, повести за собой неудовлетворенных крестьян против буржуазии.

Второй решающей способностью лидера, отличающей его от вожака, является его инновационность, то есть способность постоянно выдвигать новые идеи, или комбинировать и совершенствовать их. От политического лидера требуется не просто сбор и инвентаризация интересов масс, и потакание этим интересам, а именно их новаторское осмысление, развитие и коррекция.

Инновационность, конструктивность мышления политика рельефнее всего проявляются в его политическом кредо, выраженном в программе, платформе. Все знаменитые политические лидеры вошли в историю, благодаря новшеству, оригинальности своих политических программ (Рузвельт, Кеннеди, Шескар, Д' Эстен, Ленин и др.). Абсолютно необходима четко обозначенная цель, способная оптимально объединить интересы самых различных групп и общественных объединений. Политическая программа лидера должна быть сильна мотивационно, она должна давать четкий ответ избирателю: какие преимущества, экономические, социальные и духовные блага обретает он лично, его семья, коллектив в случае успешного осуществления платформы лидера.

Третьим важнейшим качеством должна быть политическая информированность лидера. Политическая информация описывает прежде всего состояние и ожидания различных социальных групп и институтов, по которым можно судить о тенденциях развития их взаимоотношений между собой, с государством и различными общественными институтами. Поэтому ни "мелкая", дробная информация, характеризующая случайные факты жизни, ни "сверх - крупная", валовая, описывающая общество в целом и по регионам, ни есть политическая информация. Политическая информация должна служить прежде всего тому, что бы не проглядеть стыки интересов социальных групп, регионов, наций и государств в целом.

Четвертое важнейшее качество - лексикон политического лидера. Нынешний профессиональный лексикон политических лидеров очень густо окрашен современными терминами, без глубокого их понимания. К тому же большинство людей не понимает его (лексикон). Много еще в политическом лексиконе слов призванных заклеймить противника, выявить врага, размежеваться с оппонентом. За рубежом быстро развивается герменевтика с помощью которой анализируется язык, политические тезисы, терминологический багаж политических лидеров. У нас это пока еще в самом начале развития.

Пятое качество - чувство политического времени. В прошлом веке у теоретиков политики весьма важной чертой лидера считалось его способность чувствовать политическое время. Выражалось это простой формулой: "Быть политиком - значит своевременно принимать меры". Опыт девятнадцатого века показал, что компромисс - царь политики - весьма капризное существо. Лидер, идущий на компромисс раньше определенного времени, теряет авторитет. Лидер идущий на компромисс с опозданием теряет инициативу и может потерпеть поражение (Горбачев и Прибалтика).

Поэтому, в выигрыше те лидеры, которые остро чувствуют ход политического времени и все делают вовремя. Стоит политическому лидеру не почувствовать изменения политических условий, конъюнктуры, к которой он уже не в состоянии приспособиться, и он становиться либо посмешищем, либо бедствием для своей партии, страны.

1. Имидж политического лидера

политический лидерство диктатор оппозиция имидж

Имидж политика, по определению "Энциклопедии Этикета" — это специально формируемый образ в глазах различных социальных групп, который возникает не спонтанно, а благодаря целенаправленным усилиям как самого политика, так и его команды, но иногда может возникать и вопреки их воле и желаниям как результат деятельности других недружественных политиков с помощью различных средств и прежде всего средств массовой информации (СМИ).

На имидж политика, надо сказать, влияют очень многие факторы: и его репутация, и внешний вид, и политическая программа, и его соответствие ожиданиям людей. Репутация политика отражена в слухах и историях про него, передаваемых устно и через СМИ. В них подчеркиваются его различные человеческие и деловые качества, способность быть лидером и его моральные установки. Такие качества, как честность и порядочность, надежность и справедливость особенно важны для репутации политика. Отсутствие этих черт пагубно влияет на его имидж.

Деловые качества политика самым непосредственным образом влияют на его имидж. Естественно, ценятся также компетентность, ум, решительность, образованность. Знание своего дела выдвигается в числе важнейших требований к политику.

Не каждый политик — прирожденный лидер. Однако он должен обладать такими качествами, как смелость в принятии решений, способность убедительно и ярко выступить перед людьми, уметь предвидеть ситуацию. От политика ожидают заинтересованного отношения к проблемам людей, желания помочь им. Он должен обладать искренностью и доступностью.

Внешне политик обязан выглядеть подтянутым, аккуратным, уверенным в своих силах. При этом он своим внешним видом не должен слишком отличаться от людей, с которыми сталкивается по служебным и общественным делам.

Согласно общим представлениям он должен быть лучше тех, кто за него голосует, но не настолько, чтобы они на его фоне чувствовали себя приниженно и дискомфортно.

Рекламные ролики кандидата во время предвыборной кампании — это мощное средство по созданию имиджа политиков. В создании рекламных роликов, соответствующих общей избирательной стратегии кандидата, необходимо участие аналитика (человека, который, основываясь на данных социологических исследований, может сформулировать концепцию ролика), а также автора сценария, режиссера, психолога. Помните, что сегодня в России даже очень хорошие, но излишне дорогие ролики могут вызывать раздражение избирателей, так как людям неприятно видеть, куда уходят их деньги.

Нужен набор кадров, сменяющих друг друга, где кандидат показан во время его работы. 30-40 секунд, где кандидат показан в самые кульминационные моменты своей работы для того, чтобы напомнить избирателям, что он уже сделал и подсознательно внушить мысль о том, что он еще может сделать. Важно использовать кадры, где кандидат находится среди людей, общается с ними. Необходимо использовать такие яркие эмоциональные моменты, как привлекательная улыбка, мимика кандидата, удачная шутка и пр.

Биография кандидата

Стандартный ход в ролике-биографии — рассказ кандидата о себе самом. В кадре необходимо использовать старые семейные фотографии, архивные съемки. Кадры, текст, голос кандидата — все должно работать на позитивный имидж кандидата. После просмотра ролика каждый может убедиться в том, что он такой же, как и все, но чуть-чуть лучше.

Возможен вариант, когда текст за кадром читает диктор. В этом случае необходимо солидаризироваться с избирателями, используя выражения: "Наш кандидат", "Мы", "Голосуем за" и пр.

Ролик, состоящий из выступлений людей в поддержку кандидата

Для создания роликов обычно используется мнения не менее трех человек, которые объясняют, почему они будут голосовать именно за этого человека. При подготовке кандидатур для данного выступления необходимо учитывать, что более действенным будет апелляция к социальной сфере, которая всем понятна и для всех актуальна. Например, может быть использовано интервью учительницы, врача или библиотекаря, которые говорят, что отдадут свои голоса за этого кандидата, потому что он сделал то-то и то-то. Можно использовать интервью молодой мамы на фоне недавно построенной детской поликлиники, интервью с учителем местной школы, где недавно оборудовали компьютерный класс, интервью с ветераном и т.п.

Взаимодействие со средствами массовой информации (СМИ)

Имидж политика формируется главным образом с помощью средств массовой информации (СМИ). Правильно построенные отношения со СМИ помогут сформировать привлекательный имидж политика. Это прежде всего полноценное сотрудничество, выгодное обеим сторонам, в результате которого мнение политика по какому-либо вопросу освещается СМИ. Для политика прежде всего важно, чтобы его мнение донесли до читателей и зрителей, для журналиста — чтобы у читателей и зрителей была самая оперативная информация. Специалисты по связям с общественностью, которые работают в команде политиков, учитывают этот взаимный интерес и на этой основе формируют отношения с прессой и общественностью. Форма общения журналистами обычно планируется заранее.

Если вы хотите, чтобы как можно больше СМИ рассказали о каком-то особом взгляде на определенную проблему данного политика, выступление которого в то же время может заинтересовать многих журналистов, то необходимо устроить пресс-конференцию. Пресс-конференция ускоряет поступление информации в редакции, отличаясь авторитетностью источников новостей, достоверностью сведений; при этом всегда возможна многократная проверка и уточнение изложенных на пресс-конференции версий, получение дополнительного пакета новостей (в развитии, в связи с другими событиями). Важно помнить, что день и время проведения встречи с журналистами должны учитывать существующий график выпуска в свет большинства газет, а также новостных программ на TV и радио.

Если вам необходимо коротко проинформировать журналистов или дать оценку какому-то событию, которое произошло совсем недавно, но при этом вы не хотели бы отвечать на многочисленные вопросы и дать подробный анализ, то устраивается брифинг. Информация имеет односторонний характер: официальный представитель (на переговорах, конференции, встрече) зачитывает ожидаемый документ, сообщает о факте принятия соглашения или излагает саму суть позиции, занятой в ходе переговоров одной из сторон. Обычно брифинг проводится как по итогам завершившейся работы (события), так и по ходу самого процесса выработки решения, позиции, оценки. Важно помнить, что информация "без комментариев!" в оптимальной форме моделирует ситуацию брифинга. Журналисты получают из первых рук информацию, все достоинство которой состоит в том, что заявлена официальная точка зрения. Отсутствие комментария для журналистов объясняется необходимостью спешно сообщить новость.

Если нужно познакомить с более развернутым мнением политика по определенному вопросу, то прибегают к форме интервью. Для журналиста лучше заранее ознакомиться с биографией политика, основными этапами его работы. Эту информацию обычно журналисты дают непосредственно перед интервью. В свою очередь от журналиста также заранее необходимо узнать о теме интервью и списке основных вопросов. Перед началом интервью желательно оговорить время беседы. Если интервью берется в вашем рабочем кабинете, то не стоит отзываться на звонки — вы можете потерять нить разговора.

Влияние процесса самопрезентации на имидж политика

Политику по роду своей деятельности приходится общаться с большим количеством людей как в личных беседах, так и во время публичных встреч. Естественно, немаловажным фактором успешной деятельности является то, как воспринимают его окружающие. Восприятие, в свою очередь, во многом зависит от самопрезентации — от того, как человек сам себя преподносит. Недостаточно, однажды войдя в комнату, доброжелательно улыбнуться и подумать, что вам обеспечен имидж обаятельного человека. Самопрезентация — величина нестатичная, она поддается корректировке и подвержена изменениям как в положительную, так и в отрицательную сторону. Чем же располагает человек при общении с людьми, от чего зависит впечатление, которое он производит? Это — взгляд, жест, мимика, улыбка, движения тела (атрибуты невербального поведения); интонация, темп речи (атрибуты вербального поведения); одежда. Основой позитивной самопрезентации является гармония этих трех величин в контексте уверенности и доброжелательности. Психологами установлено, что именно у людей с положительной самопрезентацией окружающие предполагают наличие разнообразных достоинств; они более привлекательны как в профессиональной карьере, так и в личной жизни.

Роль невербального поведения в формировании имиджа политика

К невербальному поведению относятся взгляд, улыбка, мимика, жесты, поза, движения тела. Для формирования привлекательного имиджа необходим доброжелательный, открытый, прямой взгляд на собеседника или в аудиторию. Необходимо учитывать, что взгляд "глаза в глаза" более половины времени беседы может расцениваться как агрессия; чем ближе находится собеседник, тем меньше нужно смотреть ему прямо в глаза, чтобы не вызвать у него неприятного чувства; пристальный взгляд в ситуациях соперничества может быть понят как выражение враждебности.

Взгляд всегда бывает подкреплен улыбкой или ее отсутствием. Совершенно справедливо утверждение в детской песне о том, что "дружба начинается с улыбки". Это действительно кратчайший путь к установлению доверительного контакта. Спокойные, открытые жесты рук, обращенные к собеседникам, демонстрируют готовность к взвешенному диалогу, совещательную позицию. Никогда не прячьте руки в карманы, за спиной, под стол это вызывает у собеседника ощущение вашей скрытой недоброжелательности. Не потирайте руки, не вертите в руках ручку, карандаш и т. д. , не поправляйте во время беседы одежду, волосы, бумаги на столе — все это свидетельствует о вашей неуверенности, неготовности или даже боязни разговора.

Не менее важны положение и движения головы, движения тела, положение ног, походка (так называемый пластический рисунок). Пластический рисунок бизнесмена, политика должен отражать чувство "хозяина положения":

1. положение головы прямое, подбородок параллелен полу, движения головой в горизонтальной плоскости;
2. спина прямая, плечи расправлены;
3. ноги в положении стоя слегка расставлены так, чтобы между ними проходила ваша ступня;
4. при посадке колени смотрят в стороны, раздвинуты нешироко;
5. походка прямая, свободная, слегка расслабленная.

Старайтесь, чтобы ваше невербальное поведение было естественным и убедительным.

Роль вербального поведения в формировании положительного имиджа политика

Вербальное поведение играет важную роль в процессе общения, придает речи эмоционально-личностную окраску. Оно включает в себя интонацию, темп речи, сочетание силы и тембра голоса, ключевые фразы. Так обычный комплимент, как бы это ни казалось на первый взгляд парадоксальным, может выглядеть как оскорбление, двусмысленный намек, и как выражение нежности или признание в любви. Интонация должна быть спокойная, доброжелательная, уверенная, с понижением голоса к концу предложения. Очень важно исключить вопросительный оттенок в конце фразы.

Темп речи должен быть умеренным, но не заторможенным. Слова и фразы не сливаются, но и "рубить" их искусственно не следует. Это создает впечатление "напора" и вызывает желание возражать или оспаривать сказанное вами. Ускоренный темп речи обусловливает ощущение формального отношения к собеседнику (собеседникам).

Сила и тембр голоса придают значительность и вес фразе, особенно заключительной.

Ключевые фразы направлены на привлечение внимания собеседников к сути вашего высказывания. Это ключ к тому, чтобы вас поняли именно так, как вы хотите. Например: заботливый руководитель вербально (словесно) обозначает свою заботу такими фразами: "Мне близка ваша боль", "Я знаю о ваших проблемах", "Ваша просьба меня не оставила равнодушным" и т. д. Работа над ключевыми фразами должна идти постоянно. Перед выступлением, совещанием, переговорами выделите в тексте ключевые фразы. Если у Вас нет текста выступления, заготовьте шпаргалку с ключевыми фразами и держите ее перед глазами. Со временем необходимость в таких шпаргалках отпадет, но это приучит вас использовать ключевые фразы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современные лидеры должны жить в гуще трудящихся, знать их жизнь вдоль и поперек, уметь безошибочно определять по любому поводу и в любой момент их настроения, их реальные потребности, стремления, мысли, степень сознательности и силу влияния тех или иных предрассудков, уметь завоевать себе безграничное доверие тысяч людей товарищеским отношением к ним, заботливым удовлетворением их интересов.

Если этих политических качеств нет, то не может быть и партийного лидера. Когда на работе встречается человек, не понимающий настроения масс, неспособный увидеть сильные и слабые стороны текущего дня, не разбирающийся в истоках конкретного доверия и недоверия избирателей, то это, безусловно, не лидер, а, как уничижительно таких людей называл В.И. Ленин, какой-то "политический кустарь". Политический портрет такой личности хорошо известен: нерешительный консерватор, непоследовательный и шаткий в вопросах теории, с узким кругозором. Такой "горе-политик" для оправдания своей вялости обычно ссылается на стихийность и некомпетентность масс, на стечение обстоятельств, либо оправдывает её приверженностью новым модным разновидностям политического мышления. Но, наверно, самый большой недостаток подобных политических кустарей состоит в том, что они не привыкли оценивать свои шаги беспощадным вопросом: кому это выгодно и кому невыгодно?

Лидеры это, безусловно, выдвиженцы масс. Это своеобразные ядра потенциальной энергии народа. Но чтобы эта энергия возможностей стала энергией действия, требуется её направленность, её упорядоченность. Значит, лидерам нужна партийная нацеленность и устремленность. Партия - это тот импульс, тот стимул, та движущая сила, которая призвана из возможностей в действительность политическую заряженность лидеров. Но партии не должны превращаться в изолирующий слой, отделяющий лидеров от масс.

Успеха можно достичь лишь тогда, когда в обществе есть признанные политические лидеры. И тысячи ярких лидеров признавались трудящимися в качестве своих вождей. Здесь стоит заметить, что слово "вождь" в единственном лице стало употребляться в политическом языке лишь в пору сталинщины, тогда как до культа личности это слово использовалось обычно во множественном числе. Это и понятно: чтобы привлечь на свою сторону многомиллионные массы, нужны были не один-два лидера, а десятки опытных вожаков, популярных среди трудящихся, хорошо известных им каждым своим поступком, каждым нюансом своей позиции. Лидер должен быть не над массами, а впереди них.

Феномен лидерства это исторически сложившаяся потребность людей в организации своей деятельности. Оно фиксирует нравственно-политические отношения между субъектом и объектом политики, суть которых в сознательном и добровольном подчинении лидеру всех за ним идущих. Потребность в авторитете связана со сложностью социальной действительности ограничивающей возможность объекта самому квалифицировано оценивать многие возникшие перед ним проблемы. Поэтому он просто вынужден доверяться носителю авторитета, т.е. лидеру, что позволяет в короткие сроки решать стоящие перед ним задачи, не тратя времени на убеждения в их необходимости. Более того, авторитет сплачивает самые разнородные социальные силы на выполнение принятых планов и программ. Субъект политики, пользующийся авторитетом, так располагает к себе людей, что в обществе создается атмосфера полного к нему доверия (причем искреннего!), обеспечивающая возможность воздействия на объект без всякого принуждения. Все решения такого субъекта воспринимаются как единственно правильные, направленные на удовлетворение самых насущных потребностей человека. Это доверие тем больше, чем больше в нем веры, и, значит, тем больше опасность субъективизма, шире возможности для безответственности.