

## Actual problems of political imagology in modern Kyrgyzstan

Bokoshova I.

## Актуальные задачи политической имиджологии в современном Кыргызстане

Бокошова И. Ж.

*Бокошова Илима Жамгырбековна / Bokoshova Ilima Jamgyrbekovna – соискатель,  
кафедра культурологии и политических технологий,  
Кыргызский национальный университет им. Жусупа Баласагына,  
г. Бишкек, Кыргызская Республика*

**Аннотация:** в данной работе обсуждаются актуальные задачи политической имиджологии в современном Кыргызстане. Обосновывается необходимость обращения к результатам теоретических исследований имиджевой проблематики в зарубежной политологии в становлении и развитии нового направления изучения политической жизни Кыргызстана. При этом подчеркивается, что главным и важным остается для научного анализа описание и объяснение конкретных черт, характеристик формирования и утверждения имиджей кыргызских политических деятелей.

**Abstract:** this paper discusses the current challenges of the political imagology in modern Kyrgyzstan. It justifies the necessity of referring to the results of theoretical research of image problems in the foreign political science in the formation and development of new directions in the study of the political life of Kyrgyzstan. It emphasizes that the main and important for scientific analysis is the description and explanation of specific features, characteristics of the formation and approval of images of Kyrgyz politicians.

**Ключевые слова:** политическая имиджология, имиджевая проблематика, имидж политического деятеля, кыргызские политики, политическая жизнь Кыргызстана, задачи политической имиджологии, политические технологии.

**Keywords:** political imagology, problems of images, image of political figure, Kyrgyz politicians, political life of Kyrgyzstan, challenges of political imagology, political technologies.

Методология политической имиджологии настоятельно требует возврата к вопросу о соотношении теоретического и практического в осмыслении феноменов современной политической жизни. Несмотря на свежесть и чужеродное происхождение термина «имидж политика», несмотря на отсутствие глубокой теоретической разработки имиджевой проблематики в политологии Кыргызстана бесспорным является то обстоятельство, что кыргызская политическая практика реально всегда имела дело с проблемами того вопроса, который обозначается теперь данным выражением: политически грамотные граждане имели определенные представления о том, кем является тот или иной политический деятель страны и соответственно определяли свое отношение к ним; политические органы и деятели различными способами «показывали» себя народу с желаемой, положительной стороны и т.п. Естественно, реальность и ее образ притом могли сильно расходиться.

Актуальные задачи политической имиджологии, в конечном счете, определяются современной политической практикой. Одним из важных результатов демократического развития суверенного Кыргызстана за последние годы является становление основных институтов новой политической системы. В пространстве новой политической реальности достаточно остро осознается потребность в новых имиджевых конструкциях, в разработке имиджевых стратегий основных политических акторов, в системном анализе и методической оценке результатов решения имиджевых проблем. При этом исходным условием эффективной политической имиджологии, естественно, является концептуальное определение и упорядочение основных понятий, используемых в теоретическом осмыслении и практическом решении проблем политического имиджа.

Российские исследователи отмечают «методологическую беспомощность» имиджевого подхода [1]. Методологические трудности исследования политического имиджа подчеркиваются и западными специалистами [2]. А как обстоят дела в этой области у нас? Во-первых, «методологическая слабость» характерна для любой научной дисциплины на этапе ее становления. Поэтому такое состояние должно быть воспринято как «детская болезнь» и для кыргызской политической имиджологии. Во-вторых, методологическое состояние науки существенным образом зависит от «зрелости», от уровня развитости самого предмета исследования. Поскольку практика формирования и утверждения имиджа политических деятелей Кыргызстана пока далека от совершенства и полноты, постольку ее методологическая оснащенность будет оставаться на шатком и изменчивом положении. Тем не менее, тщательная и всесторонняя разработка методологических вопросов остается важной и исходной задачей политологических наук.

«Исходным материалом» для формирования политического имиджа и «генеральным архитектором» имиджевой конструкции, конечно, является сам политик. Кто считает себя серьезным «политиком», тот

проявляет постоянную заботу о своем имидже - его биография, личные и нравственные качества, социальные и политические позиции, публичные поступки и выступления должны быть основой создания положительного его образа. Он должен стать собственным «имиджмейкером». Например, известный российский политик Борис Немцов считал, что «Лучшим политтехнологом для себя является сам политик... Конечно, настоящие профессионалы могут посоветовать дельные вещи, к которым порой стоит присмотреться, и если эти рекомендации органичны для имиджа политика, то их надо использовать в нужное время и в нужном месте» [3]. Разумеется, этим не отрицается значимость деятельности профессиональных имиджмейкеров. Здесь подчеркиваются лишь роль и место деятельности самого политика в формировании собственного имиджа. Поэтому важной задачей политической имиджологии является теоретическое осмысление «личностного фактора» в формировании и манифестации, в создании и поддержке имиджа реальных политических деятелей. Ярким примером «самотворчества» политического имиджа представляется опыт известного кыргызского государственного и политического деятеля Омурбека Текебаева, который каждый свой шаг, каждое свое слово рассчитывает как бы с точки зрения имиджевого эффекта. Важным обстоятельством является, на наш взгляд, и то, что определение личностных основ формирования имиджа предохраняет политическую имиджологию от превращения ее в псевдонауку [4].

Другим важным фактором формирования имиджа политического деятеля являются ожидания сознательных граждан страны, ожидания избирателей [5]. Политически активные граждане отличаются информированностью о текущей политической жизни страны, они более или менее знают о деятельности известных политиков, в своих референтных группах постоянно обсуждают поступки и решения тех или иных представителей государственной власти. Их предпочтения, ожидания, нормативные ориентации, ценностные приоритеты оказываются существенными условиями сознательного конструирования политического имиджа. Следовательно, исследователи проблем политической имиджологии должны проявить особый интерес к схемам, фигурам, содержательным элементам, ценностным структурам, стереотипам социально-политического сознания граждан, к политической культуре населения. При этом имиджевая проблематика должна быть изучена с учетом возрастных, профессиональных, гендерных, национальных и т.п. особенностей политически активного населения страны. Типологический анализ социально-политических ожиданий электората представляет как теоретический, так и практический интерес.

В результате демократических преобразований, модернизации институтов власти, развития структур гражданского общества политическая ситуация в республике в корне изменилась, и в обществе возникла потребность в профессиональной деятельности людей, которые непосредственно занимаются решением проблем политического имиджа тех или иных деятелей, партий, органов государственной власти. На наших глазах происходит становление сообществ специалистов в этой сфере - политологов, политтехнологов, экспертов, специалистов по «связи с общественностью», имиджмейкеров и т.д. Вне всякого сомнения, данная сфера деятельности должна стать одним из важных предметов изучения политической имиджологии. Тот пока недостаточно богатый опыт решения имиджевой проблематики, накопленный в этом плане, и перспективные задачи политического развития Кыргызстана делают необходимым целенаправленный теоретический анализ данного измерения политической жизни. Каков вклад «профессионалов» в структурировании и упорядочении имиджевого пространства политики в республике, каковы теоретико-методологические основы их деятельности, какова инструментально-методическая оснащенность построения имиджа в политике, насколько эффективны и продуктивны такие усилия специалистов - эти и другие вопросы ждут своего содержательного ответа от политической имиджологии. В этом отношении особого внимания заслуживают опыт и результаты экспертного анализа рейтингов представителей политической элиты Кыргызстана, осуществляемого в течение ряда лет под руководством известного ученого-социолога Кусеина Исаева [6].

Определяющим направлением исследований в области политической имиджологии должны стать выявление внутренних компонентов, структурных элементов имиджа, этапов его формирования и продвижения. Имидж политического деятеля имеет многослойную структуру и сложную динамику. По утверждению В. Г. Горчаковой в имиджологии особый интерес представляет собой технология конструирования образа человека публичной профессии как художественного и информационного целого, обеспечивающего усиление воздействия на аудиторию [7]. Такое целое состоит из частей, и очень важно то, на каких основаниях мы его расчленим, каковы критерии классификации и типологии политического имиджа. Одним из возможных вариантов классификационного подхода может быть следующий, предлагаемый Е. Е. Шикаревой: [8].

- по социально-статусному критерию: человек власти (государственник), аграрий, технократ, бизнесмен, представитель культуры, военный и пр.;

- по поведенческому критерию: рыцарь, генерал, хозяин, молодое дарование, аксакал, лидер-вождь, обиженный политик, эпатажный политик, бунтарь-одиночка, «свой парень», политик-интеллектуал,

меценат, «душечка» (вежливый политик), «денежный мешок», романтик, закрытый политик, аскет, правительственный чиновник, прагматик, идеолог, аполитичный лидер, фанатик, хамелеон;

- по речевому поведению: экспрессивный, сопереживающий, убеждающий/убедительный, чуткий, информативный политик [8].

В современной политологической мысли принято выделять три уровня исследований политической имиджологии: общая теория, разработка исследований прикладного характера и методики имиджмейкинга. Современное состояние политических наук Кыргызстана свидетельствует о том, что, несмотря на накопленный положительный опыт теоретико-методологического характера и интересные результаты прикладных исследований, в рассматриваемой области еще много нерешенных проблем на всех вышеуказанных уровнях политической имиджологии. В рамках политической имиджологии изучаются вопросы когнитивного контекста формирования имиджа, этапы становления имиджа политического деятеля, основные факторы трансформации имиджа и многое другое. Все это требует точного определения исходных принципов исследования, упорядочивания категориального аппарата, структур коммуникативного пространства и т.д.

### *Литература*

1. *Трубецкой А. Ю.* Категория репутации в социально- политической коммуникации. Автореф. дис. доктора психологических наук. М., 2006.
2. *Chiara Botticcia.* Imaginal politics: images beyond imagination and the imaginary. Columbia, 2014.
3. *Поляков Л. В.* Основы политического консультирования: теория и практика. М., 2004.
4. *Горчакова В. Г.* Имиджология: теория и практика. М., 2010.
5. *Егорова-Гантман Е., Плещаков К.* Политическая реклама. М., 2002.
6. *Исаев К., Сейитбаев Б.* Политическая элита: общественный рейтинг, социология. Бишкек, 2014.
7. Рейтинг национальной политической элиты: экспертная оценка, 2015. Бишкек.
8. *Шикарева Е. Е.* Имидж политического деятеля: основные характеристики, классификации, этапы формирования (интернет- ресурс), 2008.