

Секция «Политико-психологические особенности политических процессов в современной России и в мире»

**Персонализация как тенденция в коммуникативном пространстве:
современный взгляд на феномен политического лидерства**

Научный руководитель – Палитай Иван Сергеевич

Веснина Александра Андреевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет

политологии, Москва, Россия

E-mail: aleksa_vesnina@mail.ru

В настоящее время персонализация в социальном и политическом пространстве является центральной концепцией при обсуждении политических новостей. Политические лидеры находятся в центре властных отношений, и эти отношения, как и другие виды социального взаимодействия, неизбежно сопровождаются различными оценками и взглядами. Эти оценки и взгляды формируют в сознании людей субъективные образы общественных связей. Лидеры не только осуществляют власть, но и обновляют её формы, соотнося их как минимум с языком, понятным обеим сторонам, и формами культурного общения. В этом контексте современные аспекты лидерства связаны с пониманием информации и коммуникацией как теорией.

Под персонализацией стоит подразумевать смещение акцента с институциональных структур на индивидуальных политических лидеров, что меняет восприятие политического лидерства и влияет на динамику политических процессов. Нельзя обойти стороной теорию М. Вебера, который выделял три идеальных типа власти: индивидуализированную (персональную), институционализированную и персонифицированную (заключает власть институтов в конкретных лидерах). Так, например, процессе работы СМИ создают и транслируют общественно важные идеи, но из-за особенностей психологии аудитория склонна упрощать восприятие информации и связывать политические новости с конкретными политическими деятелями.

В медиаконтенте можно выделить две ключевые формы персонализации. Первая, известная как индивидуализация, характеризуется усиленным вниманием к политическим лидерам или политикам в целом. При индивидуализации отдельные политики занимают центральное место в освещении событий в СМИ, в то время как партии и государственные учреждения отходят на второй план. Политический процесс концентрируется вокруг кандидата, а не вокруг политической партии.

Второй подход является менее “телесно-ориентированным” и заключается в том, что акцент смещается с политических новостей на более личные аспекты жизни политиков. Их начинают изображать не только как представителей власти, но и как любящих родителей или ценителей музыки, то есть как частных лиц. Эта тенденция уже давно привлекает внимание учёных. Например, Р. Сеннетт в книге «Падение публичного человека», опубликованной в 1974 году, утверждает, что технологии разрушили границы между публичным и частным пространством.

Возрастание роли лидеров как ключевых фигур, вокруг которых строится коммуникация и взаимодействие с обществом, может быть обусловлено несколькими факторами:

1. Рост значимости личности лидера в глазах общественности.
2. Изменение медиасреды.
3. Потребность в простых и понятных образах.

Персонификация влияет на феномен политического лидерства, изменяя его восприятие и роль в обществе. Лидеры становятся не только представителями определённых политических партий или движений, но и самостоятельными фигурами, способными формировать общественное мнение и влиять на политические процессы.

Однако персонификация также может иметь негативные последствия. Смещение акцента на личность лидера может привести к снижению значимости институциональных структур и демократических процедур. Кроме того, персонификация может способствовать формированию культа личности и снижению критичности общества по отношению к действиям лидеров.

Таким образом, персонификация является характерной чертой современного политического лидерства и признаком его нормального и эффективного функционирования. Суть этой тенденции заключается в том, что политический продукт лидера воспринимается как необходимое решение общественных проблем, а его образ, политика и власть — как общее благо. Проблемная часть изучения персонификации лидерства связана с выявлением и оценкой альтернативных моделей требований системы и ожидания общественного мнения, где подлинный лидер всегда находится в центре события, несёт ответственность за их последствия. И у него, условно, есть все, включая власть, образ, имидж, что может, при скрываемом отсутствии воли, препятствовать проведению эффективной политики. При наличии воли и открытости власти — обеспечивать ее социальный успех.

Источники и литература

- 1) Ключевский Д.С. Особенности использования социальных сетей в президентских кампаниях 2016 и 2020 г. в США: сравнительный анализ // Журнал политических исследований. — 2021. - Т. 5. — №3. — С.172-180.
- 2) Никонов В.А. Код цивилизации. Что ждет Россию в мире будущего? М.: Издательство «Э», 2015. 672 с.
- 3) Пшизова С.Н. Спин-контроль в системе политических коммуникаций // Российские властные институты и элиты в трансформации: Материалы Восьмого Всероссийского семинара «Социологические проблемы институтов власти в условиях российской трансформации» / Отв. ред. А.В. Дука. СПб.: Интерсоцис, 2011. 326 с.
- 4) Соловьев А.И. Психология власти: противоречия переходных процессов // Власть многолика. Российское философское общество, 1992. 184 с.
- 5) Психология политического восприятия в современной России / Под ред. Е.Б.Шестопал. М.: РОССПЭН, 2012. 423 с.