SOCIAL PHENOMENA AND PROCESSES

https://socph.ru **2023 - 1**(4) **ISSN** 2782-5205

Научная статья

УДК 323.2

ОБРАЗ ИДЕАЛЬНОГО КАНДИДАТА В ГЛАЗАХ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Ю.А. Давыдова, К.Е. Дронова

Давыдова Юлия Александровна
к.и.н., доцент,
доцент кафедры политического анализа и социально-психологических процессов
Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова,
Москва, Россия
РИНЦ SPIN-код: 2967-8794
ylkadav@mail.ru

Дронова Кристина Евгеньевна
студентка 4 курса Высшей школы социально-гуманитарных наук
Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова,
Москва, Россия
kristi_yes206@mail.ru

Аннотация. *В статье, по результатам социологического опроса, рассматривается мнение студенческой молодежи о параметрах идеального кандидата в депутаты. Отмечается, что немаловажным фактором для молодых людей являются внешние характеристики кандидата, такие как внешность, грамотная речь,, способность вызывать симпатию и уверенность в себе. Также авторы делают вывод о том, что одним из самых важных факторов, интересующих студенческую молодежь, выступают ярко выраженные лидерские качества кандидата. Анализ результатов показал, что взгляды кандидата и его политическая позиция выступают второстепенными параметрами имиджа. В то же время организаторские способности и гражданскую активность выделила определенная часть респондентов. Маловажными качествами идеального кандидата считаются коммуникабельность, чувство юмора и сила воли. Констатируется, что наиболее важными профессиональными качествами выступают знание закона, порядка работы государственных органов, добросовестность, умение выступать и генерировать свои идеи перед людьми. Авторы делают вывод о том, что студенческая молодежь имеет достаточно четкое представление о том, каким должен быть кандидат на выборную должность и предъявляет к нему достаточно высокие требования.*

Ключевые слова*: имидж кандидата, избирательная кампания, политические партии*

Для цитирования: *Давыдова Ю.А., Дронова К.Е., Образ идеального кандидата в глазах студенческой молодежи // SOCIAL PHENOMENA AND PROCESSES. 2023. № 1(4). С.65-77*

Scientific article
UDC 323.2

THE IMAGE OF THE IDEAL CANDIDATE IN THE EYES OF STUDENTS

Yu.A. Davydova, K. E. Dronova

Yulia A. Davydova
Ph.D., Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Political Science and Sociology
Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia
RSCI SPIN code: 2967-8794
ylkadav@mail.ru

Kristina E. Dronova ,
4th year student of the Higher School of Social Sciences and Humanities
Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia
kristi_yes206@mail.ru

Abstract. *The article, based on the results of a sociological survey, examines the opinion of students about the parameters of an ideal candidate for deputies. It is noted that an important factor for young people are the external characteristics of the candidate, such as appearance, competent speech, the ability to evoke sympathy and self-confidence. The authors also conclude that one of the most important factors of interest to students is the pronounced leadership qualities of the candidate. The analysis of the results showed that the candidate's views and his political position are secondary parameters of the image. At the same time, organizational skills and civic engagement were highlighted by a certain part of respondents. Communication skills, a sense of humor and willpower are considered unimportant qualities of an ideal candidate. It is stated that the most important professional qualities are knowledge of the law, the order of work of state bodies, integrity, the ability to speak and generate their ideas in front of people. The authors conclude that the student youth has a fairly clear idea of what a candidate for an elected position should be and makes rather high demands on him.*

Keywords: *candidate's image, election campaign, political parties*

For citation: *Davydova Yu.A., Dronova K.E., The image of an ideal candidate in the eyes of students // SOCIAL PHENOMENA AND PROCESSES. 2023. No. 1(4). pp.65-77*

Введение. Конструкция имиджа кандидата используется при изучении политической коммуникации, чтобы объяснить, как предвыборные послания влияют на восприятие кандидатов избирателями. Предполагается, что изменения в образах кандидатов приводят к изменениям в оценках кандидатов и выборе на выборах. Это предположение согласуется с обширной литературой по поведению при голосовании, которая указывает на то, что существует множество долгосрочных и краткосрочных факторов, определяющих выбор при голосовании [9, с.204]. Имидж кандидата - это один из видов краткосрочного фактора, определяющего голосование. Хотя существуют конкурирующие определения образа кандидата, большинство применений конструкции предполагают, что образы кандидатов являются когнитивными репрезентациями кандидатов [3, с.528].

Общая теоретическая перспектива для современного исследования имиджа кандидата - это взгляд избирателей и граждан на обработку информации. Некоторые ученые утверждают, что избиратели следуют модели рационального выбора и выбирают кандидатов, сопоставляющих идеальный имидж или руководствующихся собственными интересами [1, с.127]. Другие ученые полагают, что избиратели сводят множество предвыборных сообщений и претензий, с которыми они сталкиваются, к упрощенным моделям кандидатов.[5, с.230; 2,

с.11] Согласно последнему мнению, избиратели формируют образы кандидатов, чтобы судить о том, как кандидаты позиционируются по отношению к наиболее важным для них проблемам Теоретико-методологические основы представлений о природе политического имиджа были представлены разными мыслителями, с разных позиций, но, в первую очередь, следует выделить представителей социально-психологической школы Н. Макиавелли, Г. Лебона, Г. Тарда, К.Г. Юнга, З. Фрейда, Э. Дюркгейма, Г. Лассуэлла, М. Вебера, Н.К. Михайловского [11, с.12].

Методология исследования. Для того, чтобы узнать, как выглядит идеальный политический кандидат в глазах студенческой молодежи, в феврале-марте 2023 г. был проведен социологический опрос в формате онлайн-анкетирования. В опросе приняло участие 30 респондентов, в возрасте от 18 до 25 лет, мужчин 26,7%, а женщин 73,3%. Опрос проходил в период с 17.02.2023 по 02.03.2023 г.

Авторские концептуальные подходы к решению проблемы и их анализ. Первоначально термин «имидж» использовался в коммерческой рекламе для дифференциации однородных товаров. Однако в начале 60-х годов XX века в США в связи с разработкой новых методов организации избирательных кампаний это понятие стали широко применять и для дифференциации общественных лидеров.

Имидж - это определенный образ, мы очень редко общаемся напрямую с политиками. Мы можем видеть их по телевизору, читать о них в газетах, и таким образом у нас есть представление о человеке. То есть для того, чтобы понять, какой имидж у политика, нужно смотреть не на его внешность, а на то, что думают о нем его избиратели [7, с.169].

В политике образ лидера объединяет в общественном мнении его восприятие как личности и впечатление от его программных документов, заявлений, решений [4, с.96]. Являясь посредником между избирателем и определенной политической силой, личность кандидата не может предстать перед общественностью во всей полноте своих человеческих проявлений. От него абстрагируется, отчуждается определенный образ, включая идеальные качества и проекцию качеств, присущих электорату [2, с.230].

Составляющие образа кандидата делятся на пять уровней (рис. 1):

Рис. 1. Уровни составляющих образа кандидата

Как правило, кандидат имеет образ, отражающий его достижения, но обычно его создают специально и подстраивают под определенные критерии, а далее распространяют с помощью средств массовой информации, таким образом формируя его и у избирателей [11, с.623]. Важно понимать, что при создании имиджа меняют не человека, а мнение о нем, которое формирует СМИ.

Полученные результаты. Согласно результатам исследования, для большинства молодёжи (30%) образ политика (рис. 2) представляет собой впечатление о политике, которое есть у избирателей и еще образ, который создают «команда» и привлеченные специалисты также ответило 30% от опрашиваемых. Еще общая картина личности политика в глазах окружающих представляет образ политика (26,7%). 6,7% считают, что образ политика складывается из манипуляций, а также то, кем человек хочет казаться в глазах окружающих.

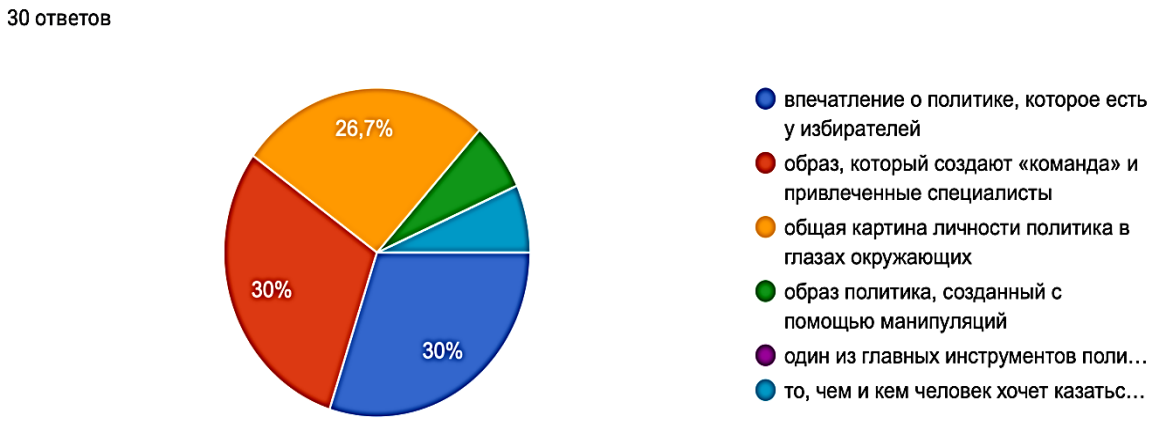

Рис. 2. Что, по Вашему мнению, представляет собой образ политика?

Внешние характеристики кандидата являются важной частью в его образе, ведь именно на них делается первый акцент и формируется мнение о кандидата, как говорят «Встречают по одежде, провожают по уму». Здесь как никак важно учитывать внешний вид кандидата, который выходит к своему электорату. Как он выглядит, как говорит и жестикулирует, как показывает себя и держится на сцене, как ходит и даже какая одежда на нем одета, все до мельчайших деталей имеет вес.

Следует отметить, что на следующий вопрос было предложено выбрать несколько вариантов ответа (рис. 3). Таким образом, внешние характеристики, которые важны для образа 83,3% считают, что грамотная речь, 70% обратили внимание на способность вызывать доверие и симпатию, а еще умение производить впечатление уверенного в себе человека также отметили важным внешним качеством 63,3%.

При создании имиджа лидерские качества кандидата играют особую роль. Естественно, после внешнего вида обращают внимание на качества, которые производит кандидат, то как он себя показывает, свой характер и свои взгляды. То, как он убедит и расположит к себе народ будет являться результатом его выборов.

При исследовании выяснилось, что наиболее значимыми являются умение сплотить и повести за собой людей (80%), решительность и предприимчивость (63,3%), а также образованность и харизма набрало ровное количество голосовавших (53,3%). Организаторские способности и гражданская активность важны при создании имиджа кандидата (50%). Маленький процент респондентов считают, что коммуникабельность не

важна для кандидата (33,3%), хотя многие исследователи считают это одним из важных качеств будущего лидера.

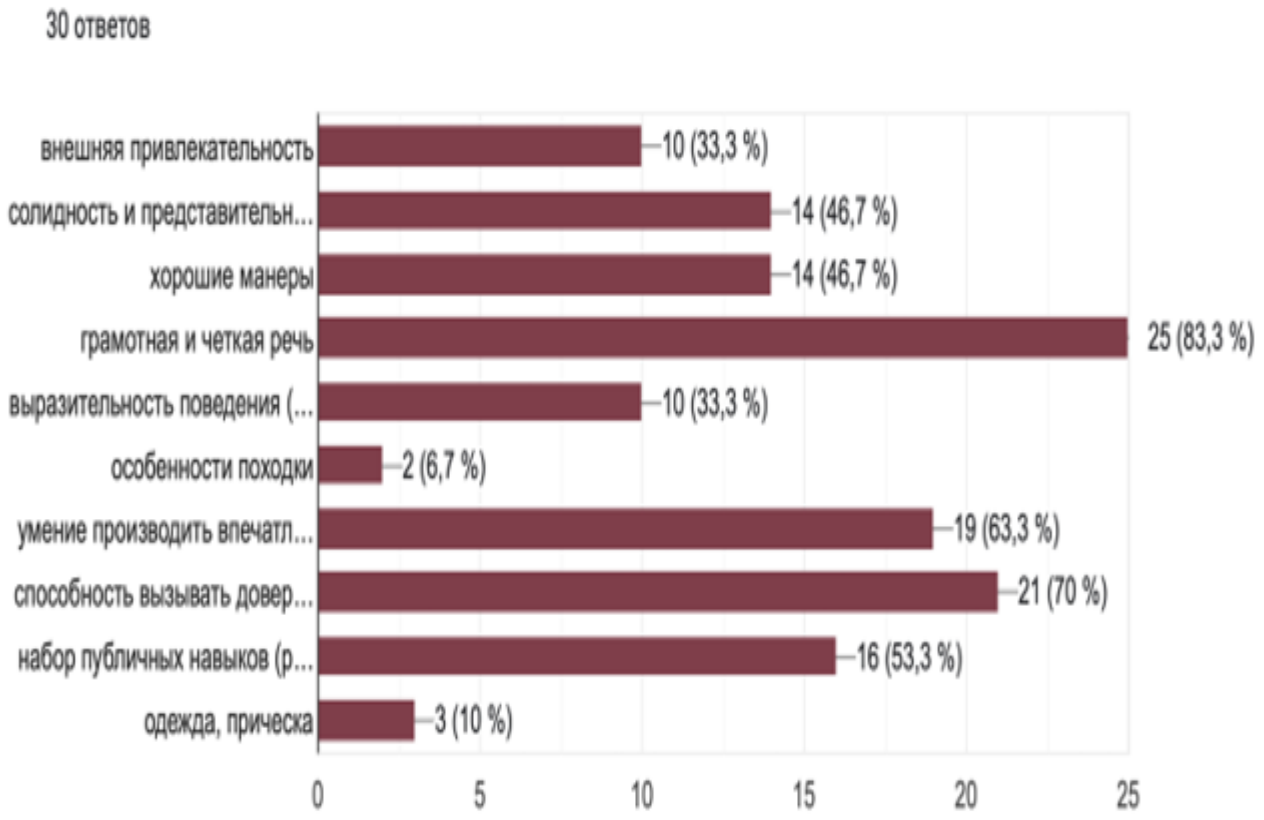

Рис. 3. Какие внешние характеристики, по Вашему мнению, важны для образа кандидата? (выберите минимум 3 варианта)

Также малый процент выбрал чувство юмора (13,3%) и личное обаяние (20%). Сила воли и вовсе не считается одной их важных качеств для кандидата по мнению респондентов, так как за нее проголосовали только 23,3%. Было предложено выбрать несколько вариантов ответа (рис. 4).

При создании образа четко прорабатывают каждую деталь в человеке, начиная от его личных качеств, заканчивая идеализацией его самого. Само собой, важно, чтобы кандидат до того, как прийти в избирательную кампанию должен иметь за спиной опыт. Собственно, деловые и профессиональные качества – это следующих пункт, по которому кандидат должен очаровать свой электорат.

При выборе деловых и профессиональных качеств кандидата (рис. 5) наиболее важных выявлено знание закона (83,3%), а знание порядка работы государственных органов на втором месте по значимости (66,7%). Стоит отметить, что добросовестность более цениться в кандидате (56,7%), чем умение выступать и генерировать свои идеи перед людьми (53,3%). Высокий интеллект и наличие реальной экономической и социальной программы расценили как не очень важными качествами у кандидата (40%). 30% считают, что следование демократическому курсу и успешность в прошлой деятельности не несут в себе значимость, за которую народ бы точно запомнил данного кандидата, а в будущем и проголосовал за него (30%). Уважительное отношение к оппонентам и вовсе имеет значение только для 26,7%.

https://socph.ru **2023 - 1**(4) **ISSN** 2782-5205

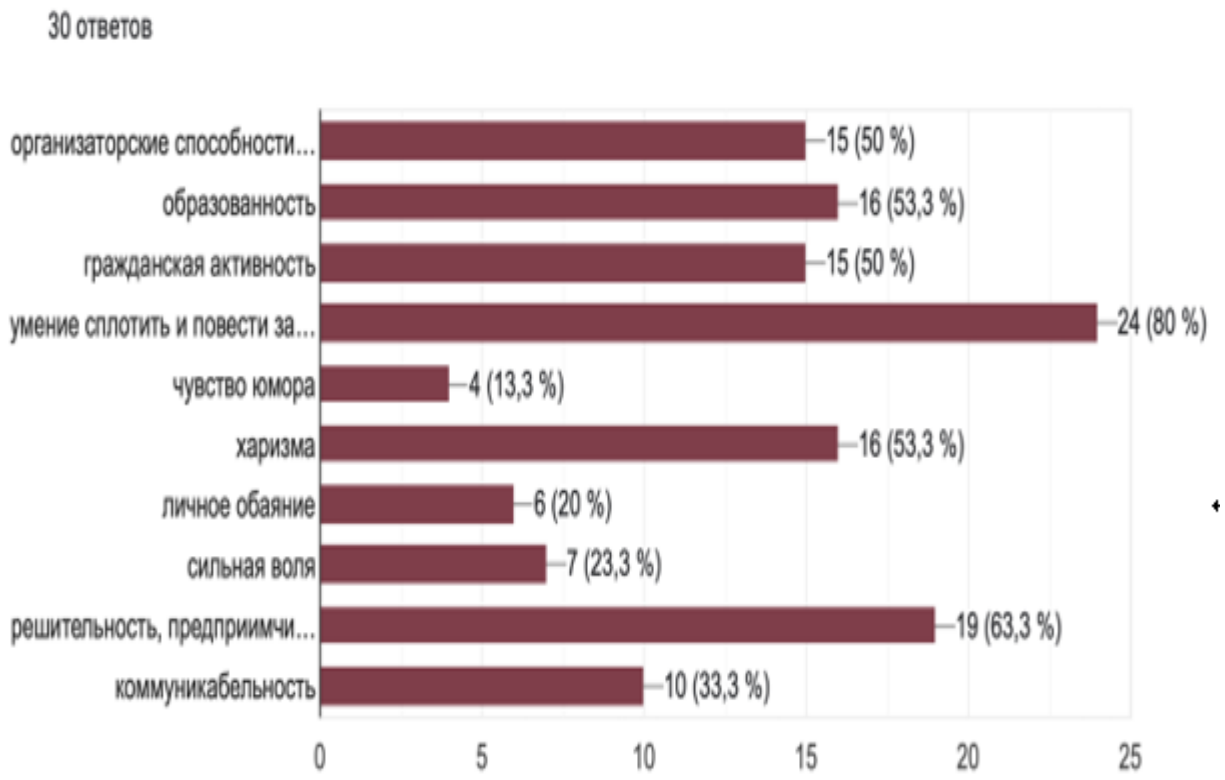

Рис. 4. Как Вы считаете, какие лидерские качества кандидата важны при создании имиджа? (выберите минимум 3 варианта)

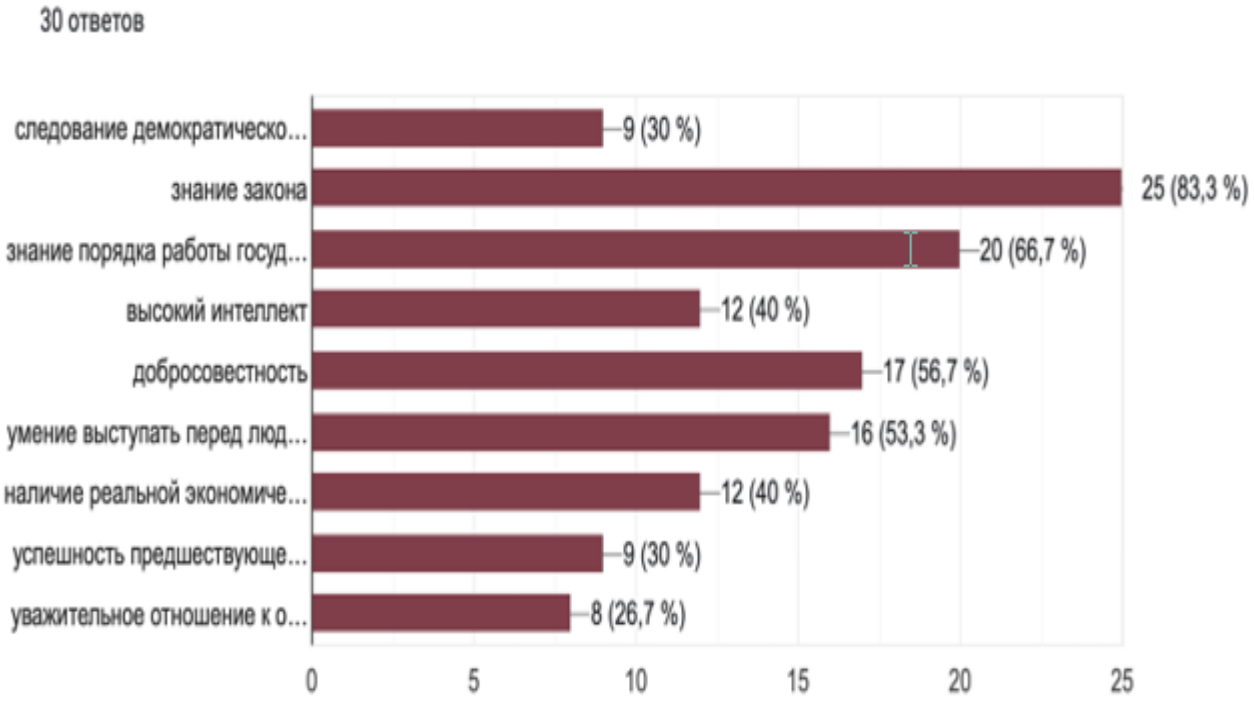

Рис. 5. Какие деловые и профессиональные качества кандидата представляются Вам наиболее важными? (выберите минимум 3 варианта)

https://socph.ru **2023 - 1**(4) **ISSN** 2782-5205

Что же из себя должен представлять идеальный кандидат? Идеальный кандидат активен и направлен на результат, компетентен, а также профессионально подготовлен, имеет перспективное мышление, открыт для народа и всегда готов к диалогу, честен и имеет высокие моральные качества, а также идеальный кандидат должен иметь множество качеств, которые, в любом случае, не смогут соединиться в одном человеке и стать для всего народа таким, каким он его видит, ведь сколько людей, столько и мнений. Действительно важно, чтобы кандидат отвечал за свои слова и нёс ответственность за решения, народ должен верить в него и в правильность его мысли, ведь именно за нее и будут голосовать. Но все же респондентам было предложено собрать своего идеального кандидата по определенным характеристикам.

Данное исследование носит цель выявить, каким должен быть идеальный политический кандидат для молодежи (рис. 6), для этого респондентам было предложено собрать по определенным критериям своего кандидата. Первой характеристикой был пол и в результате стало понятно, что пол для кандидата не важен (63,3%). Лишь 30% предпочли бы мужчину кандидата, а женщину кандидата 6,7%.

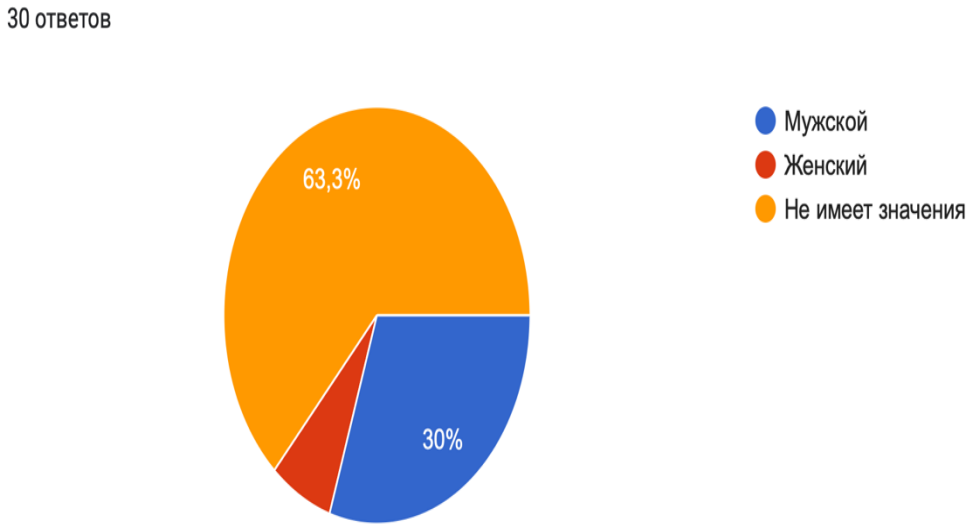

Рис. 6. Какими характеристиками должен обладать идеальный кандидат? По полу

Далее респондентам нужно было определить кандидата по национальности (рис. 7), и выяснилось, что национальность не имеет особого значения, как показывает большинство (63,3%). Лишь для 36,7% предпочли бы, чтобы кандидат был русской национальности. Одним из показателей, что он запомниться народу и будет претендовать на роль будущего лидера может быть его лидерские, профессиональные качества, его программа и политические взгляды. А национальность будет играть меньшую роль, также, как и пол.

Идеальным кандидатом, который исповедует православную веру лишь для 30%, а для большинства (66,7%) вероисповедания не имеет значения (рис. 8). Стоить отметить, что для одного респондента католик по вероисповеданию претендует на звание идеального. Для многих политиком вероисповедание и религия имеют большую роль, например, если человек верит в Бога, то он будет больше следовать моральным нормам, которые следуют его религии.

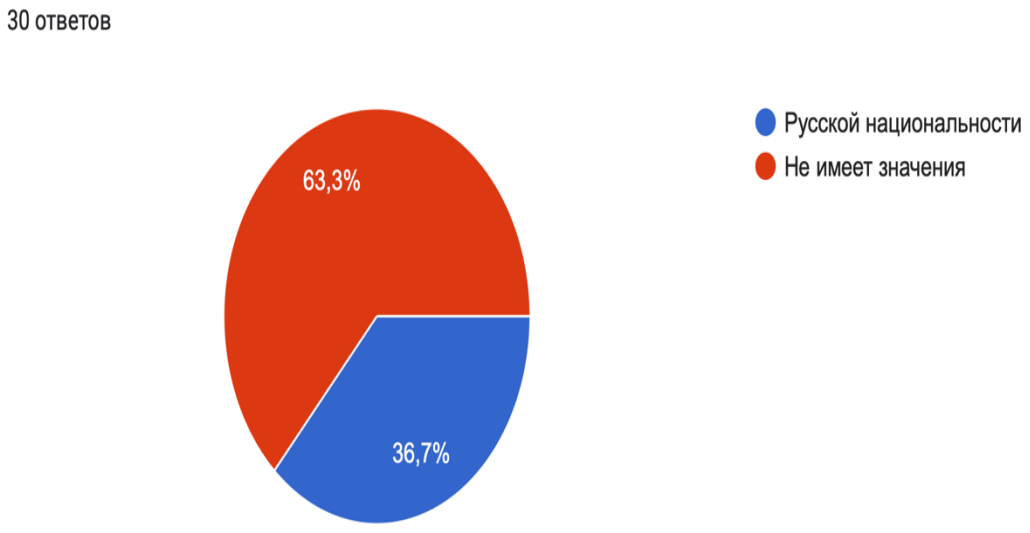

Рис. 7. Какими этническими характеристиками должен обладать идеальный кандидат?

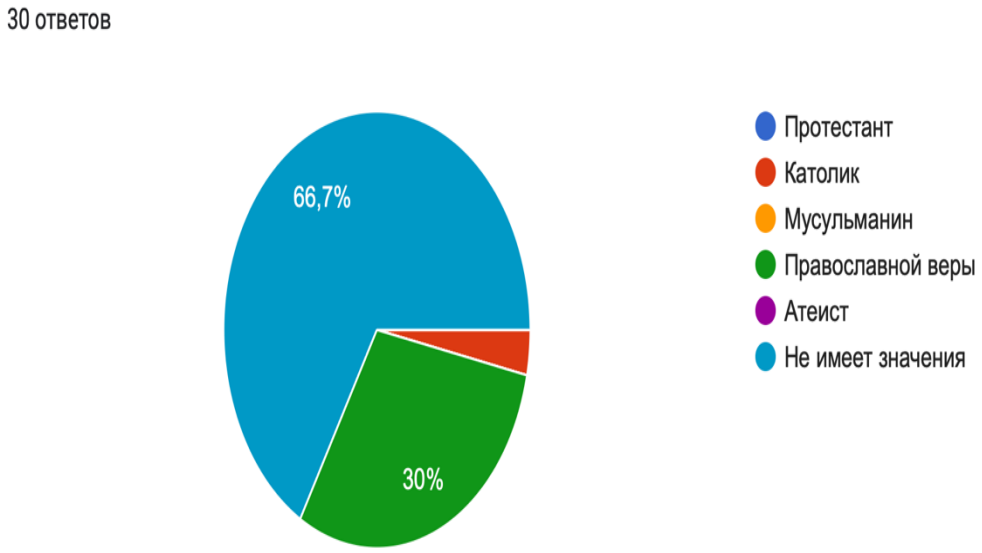

Рис. 8. Какими характеристиками должен обладать идеальный кандидат? По вероисповеданию

В наше время молодежь увлекается политикой особенно больше, чем раньше. От этого появляется огромное желание выходить в люди и предлагать свои идеи, все больше молодежи становится ближе к власти, создаются молодежные палаты и множество других организаций. Поэтому возраст идеального кандидата тоже может иметь значение (рис. 9). Что интересно, с ростом молодежных организаций, для нашей студенческой молодежи предпочтителен возраст от 36 до 40 (53,3%). А вот до 30 лет отметил лишь 1 респондент, также, как и 1 респондент отметил что идеальный возраст для кандидата будет 51-60 лет. 23,3% считают, что после 40 лет кандидат лучше и, возможно, опытнее, чем, например, до 30. Но вот 16,7% думают, что после 30 лет кандидат будет более перспективным.

https://socph.ru **2023 - 1**(4) **ISSN** 2782-5205

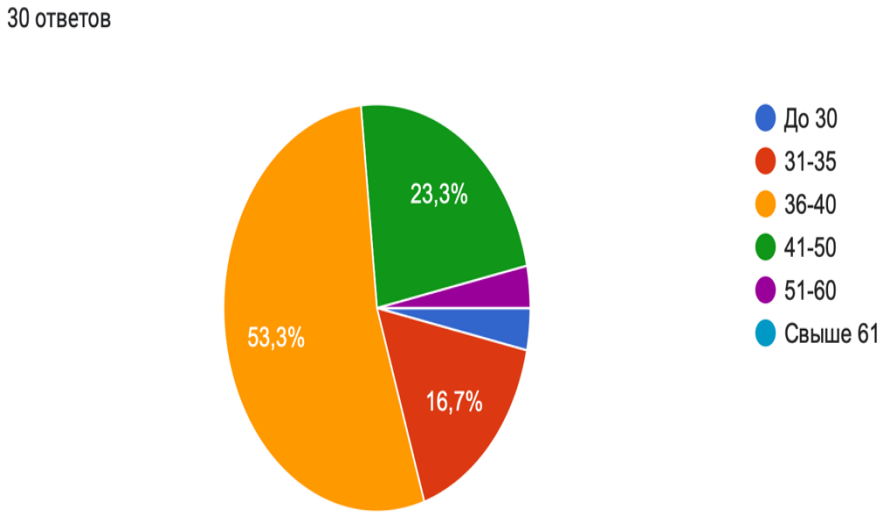

Рис. 9. Какими характеристиками должен обладать идеальный кандидат? По возрасту

Также было интересно узнать, для идеального кандидата нужно иметь жену, семью и детей или же лучше, чтобы он был холост и полностью отдался своей должности (рис. 10). Как показал результат, для 60% семейное положение не имеет никакого значения. Но все же для 40% опрашиваемых было бы важно, если кандидат будет женат/замужем и имел бы свою семью, возможно таким образом идеальный кандидат – кандидат семьянин, лучше представляется в глазах избирателей и вызывает больше доверия к своей персоне, а также идеализирует свой имидж. В политике уже были такие ситуации, когда избиратели были склонны к семьянину, так как его отношение к семье, родственникам и близким показывает каким он может быть и с народом. Так же одним из выигрышных позиций может быть то, что кандидат усыновил или удочерил ребенка из приюта.

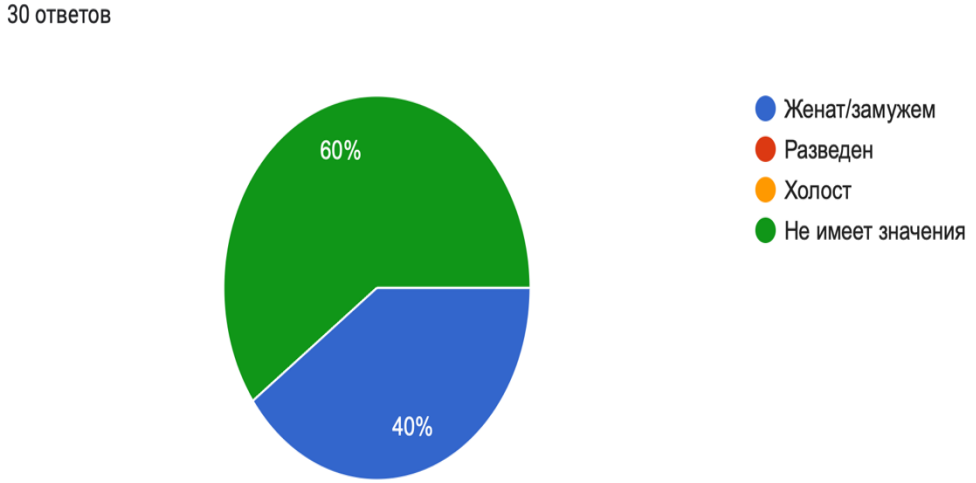

Рис. 10. Какими семейными характеристиками должен обладать идеальный кандидат?

https://socph.ru **2023 - 1**(4) **ISSN** 2782-5205

Политика всегда была актуальна, и она всегда является неотъемлемой частью каждого человека, не важно, осознает он это или считает себя аполитичным. На сегодняшний день нас окружают множество политиков, мы видим их по телевизору, следим за ними в социальных сетях, кто-то нравится больше, кто-то меньше. Однако, в любом случае, мы сравниваем их друг с другом и находим более близкого для себя. Отталкиваясь от тех характеристик, которые нам показывает кандидат, мы оцениваем его и понимаем, что его отношение к близких людям, его биография, знания в той или иной отрасли, его образование все будет проецироваться в отношении к народу.

Респондентам было предложено из нескольких современных политиков выбрать того, чей образ кажется более идеальным (рис. 11), такие как В.В. Путин, Б. Обмана, Э. Макрон, Д. Трамп, Д. Медведев, О. Штольц, Б Джонсон, В. Матвиенко, Лиз Трасс, Д. Байден, Риши Сунак и Си Цзиньпин. Не удивительно, что 46,7%, а это большая часть видит идеальным политиком Владимира Владимировича Путина, но рассмотрим и другие варианты. В данном вопросе было предложено написать свой вариант ответа и один из респондентов предложил в качестве идеального кандидата Владимира Вольфовича Жириновского. 16,7% проголосовали за Си Цзиньпина, а еще 10% за Эммануэля Макрона. Дональд Трамп в нашем исследование привлек только 6,7%, далее все остальные предложенные современные политики такие как Риши Сунак, Лиз Трасс, Дмитрий Медведев и Олаф Шольц набрали по 3,3%, тем временем как Джо Байден, Барак Обама, Борис Джонсон и Валентина Матвиенко не набрали ничего.

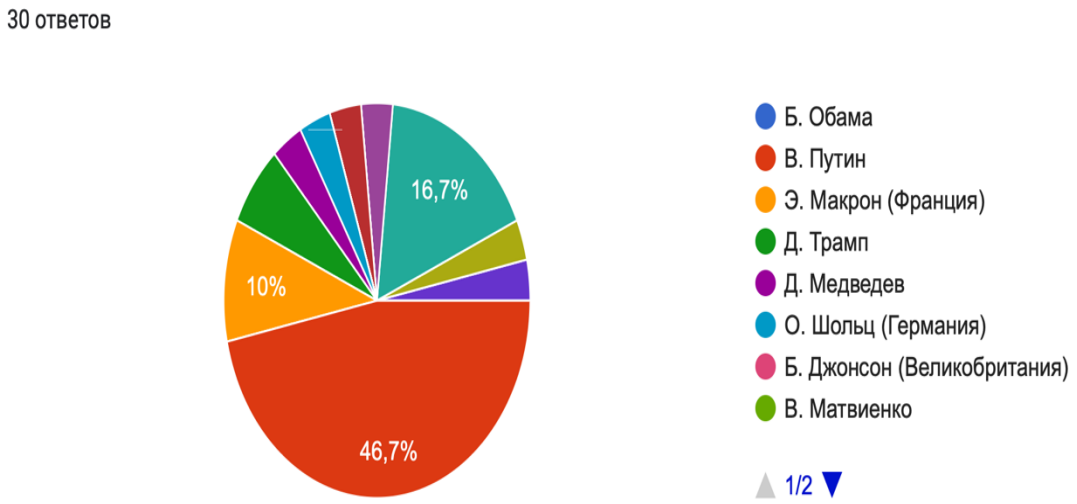

Рис. 11. Кто, по Вашему мнению, из современных политиков представляет образ идеального политического кандидата?

Полученные результаты. В данной работе были рассмотрены теоретические аспекты имиджа кандидата в избирательной кампании. Стоит отменить, что, во-первых, имидж находится в головах у людей, а, во-вторых, имидж-это феномен социальный, он существует не у одного человека, а в определенных социальных группах, он может отличаться, не смотря на один и тот же взятый материал.

Также были рассмотрены технологии построения политического имиджа кандидата и наглядно показаны этапы, через которые проходят как кандидаты, так и их партии. Общение политика и избирателей происходит не напрямую, а с помощью средств массовой информации, тогда с одной стороны политик на экране показывает свои политические качества, позицию и т.д. Он этот образ транслирует в газете, в телевизоре и все, что возникает

в СМИ является заменителем политика, ведь именно таким образом и складывается впечатление об определенном кандидате у людей.

Отметим, что имидж как конструкция, он не складывается стихийно, а специально, создаваемый с помощью средств массовой коммуникации, существующий в головах у больших групп людей, имеющий характер представлений об этом политическом кандидате и отношения к нему [4, с.248].

Поэтому было проведено исследование, целью которого было узнать, каким должен быть идеальный образ кандидата в глазах студенческой молодежи. В ходе исследования было выявлено множество интересных предположений, а также выявлены неожиданные суждения и ответы. Что интересно, когда респондентам было предложено собрать по определенным характеристикам образ идеального кандидата (характеристики следующие: пол; возраст; национальность; вероисповедание; семейное положение), такие характеристики как пол, национальность и вероисповедование не имело огромного значения для кандидата в глазах молодежи. Вначале, в пункте «возраст», рассчитывалось увидеть больше склонность к молодому кандидату до 30 лет, но, к удивлению, большинство предпочли от 36 до 40 лет, возможно, склоняясь как раз к тому, что кандидат имеет опыт, но и находится в современной среде, скажем «на одной волне» с молодым поколением. Хотя и от 41 до 50 лет отметило 23,3% респондентов, возможно, ставка на огромный профессиональный опыт и знание того, как действовать в определенных политических ситуациях исходя уже из жизненного личного опыта.

Также хотелось выделить вопрос, направленный на выбор из списка современных политиков более подходящего под образ идеального. Ведь недостаточно собрать теоретический образ в голове исходя из некоторых личных качеств, ведь, возможно, такой кандидат уже существует и находится среди нас. Поэтому было интересно узнать, кто же будет считаться самым незаменимым и безупречным кандидатом среди молодежи. И почти половина респондентов, а точнее 46,7% ответили, что таким является именно Владимир Владимирович Путин. Что интересно, 16,7% человек считают Си Цзиньпина, китайского политика Коммунистической партии и Президента Китая более удачным образом идеального кандидата. Возможно, это связано с некоторыми фактами из его биографии, например, что он первый президент Китая, получивший докторскую степень. Или потому что, по версии журнала Форбс из семи с половиной миллиардов человек в 2018 году Си занял топ один позицию самых влиятельных людей мира. На втором месте Владимир Путин за ним Дональд Трамп и Ангела Меркель. Или может его политические взгляды и решения достойны любви и уважения.

Заключение

Подводя итоги, можно отметить:

1. Молодежь имеет представление о политических образах политиков и хорошо ориентируется в характеристиках, которые должны превалировать в создании образа кандидата.
2. С помощью исследования был выявлен идеальный образ кандидата: возраст кандидата должен быть не меньше 30 и не больше 50 лет, возможно женат или замужем, православной или другой веры.
3. Скорее всего, такой имидж должен сложится из сочетания имиджей В.В. Путина, Си Цзиньпина и Э. Макрона. Именно за такого кандидата голосует современная молодежь.

Список источников:

1. Авдеев П.С. Организационное лидерство: обзор теории черт / П. С. Авдеев // Гуманитарные научные исследования. 2014. № 10. С. 122-134. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=22471686

2. Бадаев, В. Ц. Основные подходы в изучении политического пространства / В. Ц. Бадаев // Научный альманах. 2019. № 11. С. 229-232.
URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=41586093
3. Вишнякова, О. В. Имидж как фактор продуктивной политической коммуникации / О.В. Вишнякова // Корпоративная имиджелогия. 2015. №2. С. 526-532.
URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=25416518
4. Глазатов, А.В. Политика формирования позитивного имиджа государства: основные направления и механизмы в современных условиях / А. В. Глазатов // Вестник Российской нации. - 2017. - № 3. - С. 246-258.
URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=29896729
5. Егоров, Ю.П. Политическая коммуникация в информационном обществе / Ю.П. Егоров - СПБ: СПбГПУ, 2019. - 253 с.
URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=29674269
6. Кряжева, Ю. О. Региональный политический лидер в структуре политической системы / Ю. О. Кряжева // Молодой ученый. 2014. С. 623-625.
URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=21477615
7. Майдурова, А. И. Имидж политика в СМИ во время предвыборной кампании / А. И. Майдурова, Ю.Е. Жданова, Т.В. Тарасенко // PR и реклама: традиции и инновации. - 2012. № 7(2). С. 169-171.
URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=22647208
8. Маценко, В.Ф. Имидж: Психология создания / В. Ф. Маценко. - М.: Ника-Центр, 2002. - 112 с.
9. Панасюк, А.Ю. Формирование имиджа: Стратегия, психотехнологии, психотехники / А. Ю. Панасюк - М: Омега-Л, 2008. - 266 с.
URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=16726785
10. Санников, Г.Г. Позиционирование имиджа политического деятеля / Г. Г. Санников. - М.: LAP, 2015. - 332 с.
URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=16052378
11. Селентьева, Д.О. Политическая имиджелогия: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Д.О. Селентьева. - М.: Юрайт, 2018. - 193 с
12. Ситникова Е.Л. Тимкина Ю.В. Имидж политического лидера: подходы к изучению понятия. \\ Аллея науки. 2018. №11б. С.365.
URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=36834386

References:

1. Avdeev P.S. Organizational leadership: a review of the theory of traits / P. S. Avdeev // *Humanitarian scientific research*, 2014, No. 10, pp. 122-134.
URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=22471686
2. Badaev, V. Ts. Basic approaches in the study of political space / V. Ts. Badaev // *Scientific Almanac*, 2019, No. 11, pp. 229-232.
URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=41586093
3. Vishnyakova, O. V. Image as a factor of productive political communication / O.V. Vishnyakova // *Corporate imagology*, 2015, №2, pp. 526-532.
URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=25416518
4. Glazatov, A.V. The policy of forming a positive image of the state: the main directions and mechanisms in modern conditions / A.V. Glazatov // *Bulletin of the Russian Nation*, 2017, No. 3, PP. 246-258.
URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=29896729
5. Egorov, Yu.P. Political communication in the information society / Yu.P. Egorov - St. Petersburg: *SPbGPU*, 2019, 253 p.

URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=29674269

6. Kryazheva, Yu. O. Regional political leader in the structure of the political system / Yu. O. Kryazheva // *Young scientis*t, 2014, pp. 623-625.

URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=21477615

7. Maydurova, A. I. The image of politics in the media during the election campaign / A. I. Maydurova, Yu.E. Zhdanova, T.V. Tarasenko // *PR and advertising: traditions and innovations*, 2012, No. 7(2), pp. 169-171.

URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=22647208

8. Matsenko, V.F. Image: Psychology of creation / V. F. Matsenko, M.: *Nika-Center*, 2002, 112 p.

9. Panasyuk, A.Yu. Image formation: Strategy, psychotechnologies, psychotechnics / A. Yu. Panasyuk - M: *Omega-L*, 2008, 266 p.

URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=16726785

10. Sannikov, G.G. Positioning the image of a political figure / G. G. Sannikov, M.: *LAP*, 2015, 332 p.

URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=16052378

11. Selentyeva, D.O. Political imageology: a textbook for undergraduate and graduate studies / D.O. Selentyeva, M.: *Yurayt*, 2018, 193 p.

12. Sitnikova E.L. Timkina Yu.V. The image of a political leader: approaches to the study of the concept. \\ *Alley of Science.* 2018, No.11b, p.365.

URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=36834386

Отправлено: 25 февраля 2023 Принято: 28 февраля 2023 Опубликовано: 5 марта 2023