

УДК 316.77

**УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИНТЕНЦИИ ПУБЛИЧНОЙ СФЕРЫ: ДИСКУРС-АНАЛИЗ
ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА**

Мельников С.Л., Ерохов М.В., Потураев Д.С.

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, г. Брянск

В данной статье рассматриваются актуальные вопросы управленческих параметров имиджа политического лидера. Авторы рассматривают те факторы, благодаря которым создается управленческий эффект властного актора. В статье обосновывается понятие политического имиджа как результата взаимодействия множества факторов, включая личные качества самого политика, его стиль общения и готовность к открытости. В статье говорится о том, что зачастую имидж лидера становится его визитной карточкой, которая может неделями, а нередко годами формировать представление о нем в сознании общественности. Ввиду этого, как констатируют авторы, политический имидж нельзя рассматривать в отрыве от вызывающей необходимость в тех или иных имиджевых чертах социальной системы, в которой он функционирует; это динамический процесс, в котором каждый элемент — от речи до внешнего вида — становится частью единого нарратива, поэтому так важен дискурс-анализ политического имиджа. Это помогает не только оценивать эффективность политических действий, управленческих интенций, но также осмысливать механизмы власти и взаимодействия в обществе. В этом контексте восприятие становится не просто результатом, но и активным процессом: в нём одновременно в одинаковой степени важны как действия политика в публичной сфере, так и характер восприятия их социумом. *Ключевые слова:* управленческие интенции, политический лидер, имидж, публичная сфера, дискурс-анализ, политическая коммуникация.

DOI 10.22281/2542-1697-2025-04-03-84-94

Актуальность темы статьи обусловлена тем, что в контексте функционирования структуры социальной системы политический лидер представляет собой многогранное явление, вбирающее в себя не только личностные, но также социальные, культурные и исторические характеристики как самого актора - политического лидера, так и окружающей его социально-политической действительности. Идентифицировать его функциональную сущность и значимость в контексте социального управления можно через множество различных аспектов: его воздействия на общественные процессы, его роль в принятии решений и в формировании общественного мнения. В публичной сфере (в которой и действует политический лидер по большому счёту) очень важны управленческие интенции [5], восприятие которых зачастую зависит от имиджа политического лидера, поэтому его дискурс-анализ необходим для выявления глубинных процессов управления, понимаемого нами как влияние государства на общество (помимо других граней этого понятия).

С одной стороны, политический лидер представляет собой обособленную управленческую единицу из высшего слоя общественной иерархической системы - политической страты, обладающей властью и способной оказывать влияние на функционирование социальной системы. Вместе с тем политический лидер является принимающей, транслирующей и реализующей нужды и потребности своего электората или общества в целом стороной коммуникативного процесса между социумом и властью. В своей сущности политический лидер - управленческая единица социальной системы, способная мобилизовать ресурсы и активировать общественные группы вокруг определённых идей или политических целей в публичной сфере, играя, таким образом, роль основоположника изменений. Согласно различным типологиям, степень общественного восприятия функциональной адекватности политического лидера основана на дефинициях традиционной классификации (легального или же харизматичного) типов поведения. Но вместе с тем его лидерство зависит от задаваемых состоянием социальной структуры контекстов [1], которые регламентируют его деятельность и определяют характер его коммуникации с населением в публичной сфере. Его авторитет зачастую основан на признании и легитимности, что подчёркивает необходимость соответствовать ожиданиям

электоральной базы населения. Политический лидер, по сути, выступает в роли связующего звена между различными частями общества и властью. Лидера можно рассматривать как исполнителя общественных настроений – его действия и решения часто становятся отражением мнений и ожиданий населения, но также он способен и формировать их. В процессе социально-политических мероприятий и социального управления такая динамика коммуникативного процесса между актором и обществом занимает немаловажное место (реализуемое, во много, дефиницией политического имиджа, рассматриваемого нами в дальнейшем), обеспечивающее стабильное функционирование социальной системы в целом.

Значимым для понимания сущностного наполнения политического лидера как социального явления и исполнительской стороны в контексте социально-политических процессов в публичной сфере является и понятие его стиля руководства. Стилиевые подходы (авторитарный, демократический, либеральный и т.д.) занимают важное место в оценке лидерства. Например, демократ, в отличие от авторитарного правителя, может быть более подвержен влиянию общественного мнения и находиться с большей зависимостью от процесса коммуникации с населением. Вместе с тем большую роль играют и личностные качества политика, в значительной степени являющиеся основой построения его образа, делающего ставку уже не на укрепление его воспринимаемой общественностью степени легитимности, а на заигрывание с общественным сознанием и «продажу» ему фигуры политика. Харизма, уверенность, умение вести переговоры и способность к эмпатии являются ключевыми характеристиками, определяющими успех и стабильность в управлении. Как актор, политический лидер несёт в себе как функцию разработки и утверждения запланированных им социальных введений, так и функцию внедрения ответных мер на какие бы то ни было внешние по отношению к социуму раздражители, что наделяет значимостью поддержку политика населением.

Таким образом, политический лидер - это не только наделённый властью индивид, но вместе с тем и комплексное социальное явление, играющее важнейшую роль в формировании процесса общественной жизнедеятельности. Именно через управленческую деятельность политических лидеров проявляются глубинные процессы, движущие народ, их ожидания и стремления, состояние и функционирование общественной системы в целом.

Обеспечение деятельности политического лидера в немалой степени зиждется на так называемом политическом капитале. В своей сути политический капитал является аккумулярующей совокупностью явлений доверия, репутации и влияния, которыми располагает политик в своих отношениях с обществом и другими политическими деятелями. То есть, политический капитал состоит не только из финансовой и материальной базы, снабжающей политического актора средствами к воплощению своих программ и предлагаемых им социальных преобразований, но также и из совокупности накопленных социальных связей, ассоциаций, приписываемых его фигуре в общественном сознании. Политический капитал можно рассматривать как накопленный опыт, влияние и ресурсы, которые лидер может задействовать в своей деятельности, в постулировании управленческих интенций. В своей сути, политический капитал - своеобразный рычаг давления на общественное сознание и инструмент манипулирования им в публичной сфере, который может быть использован для реализации более широкой социальной ответственности, для трансформации общества и улучшения жизни людей.

В контексте социально-политических процессов фигура политического лидера имеет ряд функциональных аспектов, наделяющих её особым, краеугольным значением в системы межгрупповых и межинституциональных отношений.

Во-первых, политический лидер — это управленческая социальная единица, отвечающая за стратегическое направление, ресурсное обеспечение всей социальной системы. Критически же значимыми аспектами деятельности политического актора являются координация действий разных участников, формирование команды и обеспечение управленческого процесса, зачастую через управленческие интенции. Комплекс таких мероприятий обеспечивает успешную деятельность политика. Вдобавок к этому,

политический лидер должен обладать качествами мотиватора и вдохновителя управленческих процессов. Лидерские качества, такие как харизма и целеустремлённость, выступают в роли катализатора для достижения социально значимых нововведений.

Также политический лидер выступает гарантом и протектором интересов своих граждан. В своей функциональной сущности он несёт обязанность обеспечения прав и свободы населения, их безопасности и благосостояния. Эти обязанности объектом своей деятельности имеют как внутреннюю, так и внешнюю политику. Важнейшим аспектом здесь выступает способность выявлять проблемы и находить пути их решения. Вместе с тем политический лидер также должен обладать и далеко идущим стратегическим мышлением в поле социального благополучия: разрабатывать долгосрочные планы, которые будут отвечать интересам общества и государства, учитывать социокультурные особенности и экономические реалии.

Кроме того, важной функцией политического лидера является и готовность к реакции на возникающие кризисные ситуации. В своей деятельности он неизбежно сталкивается с различными противоречиями и недопониманиями - как общественными, так и политическими. Нельзя игнорировать и социальные условия, в которых находится лидер. Владение информацией, коммуникация с населением и активное участие в социальном диалоге являются важнейшими инструментами, обеспечивающими стабильность его положения в сознании электората.

Не менее значимой обязанностью является адаптация к меняющимся условиям - как самого актора, так и ведомых им социальных групп. Являясь актором социально-политического процесса и реализуемых в нём мероприятий, политический лидер должен быстро реагировать на изменения как внутри страны, так и за её пределами. Эффективное принятие решений в условиях неопределённости — критически необходимый навык в социальном управлении, наличие которого способствует стабильному функционированию и развитию социальной системы в целом. Также стоит отметить и значимость мероприятий в публичной сфере, направленных на работу с электоратом и общественным восприятием фигуры политика в целом. Поддержание доверия среди населения и легитимности властных структур — одна из важнейших сторон деятельности политического лидера, во многом удовлетворяемая политическим имиджем [2; 3].

Таким образом, функции политического лидера представляют собой сложный набор взаимосвязанных и взаимодополняющих задач, от успешного выполнения которых зачастую зависит не только его карьерная судьба, но и состояние всей социальной системы, в управлении и развитии которой он участвует.

Важной стороной деятельности в политическом лидерстве выступает и стратегическое управление на уровне политических институтов. В функциональном поле актора данный аспект деятельности политического лидера определяет эффективность реализуемых и запланированных им мероприятий, направленных на стабильность общественного благосостояния. В этом контексте лидер не просто принимает решения, формулирует управленческие интенции, а разрабатывает стратегии, основываясь на анализе текущей ситуации, долгосрочных целях и потребностях общества.

Стратегическое планирование, как неотъемлемая сторона деятельности политического лидера, состоит из ряда последовательных операций, своим итогом имеющих виденье будущего социальной системы. Первый этап в этом процессе — это определение социальных [9], культурных [7; 8], политических и экономических [10] условий, в комплексе которых работает лидер. Изучение политической, экономической и социальной ситуации позволяет выявить возможности и угрозы, которые позднее играют ключевую роль в формировании управленческих решений. Исследование мнений экспертов, граждан и целевых демографических групп позволяют собрать необходимую информацию для создания сбалансированной стратегии.

Вместе с тем важно отметить и динамичность стратегического планирования как явления социально-политических процессов. В условиях быстроменяющегося мира

способность к быстрой адаптации, пересмотру своих подходов становится решающим фактором. Здесь также важно учитывать мнение общественности в публичной сфере. Игнорирующий потребности и запросы общества актор рискует лишиться электоральной поддержки и, как итог, стабильности своего места управленческой единицы в социальной системе. Для обеспечения успеха мероприятий, реализуемых в рамках социально-политического процесса, в целях мониторинга и диагностики применяется ряд методов. Используя методы коммуникации с населением, такие как социологические опросы или общественные обсуждения, можно своевременно откорректировать курс действий. Среди же специфических методов можно выделить несколько подходов: SWOT-анализ, моделирование сценариев и использование математических моделей. Каждая из этих техник позволяет глубже взглянуть на ситуацию, выявить альтернативные способы реализации программ и выбрать наилучший по набору критериев (будь то эффективность, приемлемость или простота внедрения) метод.

Заключительной стадией формирования управленческой стратегии является внедрение и оценка результатов. Понимание, как происходят изменения в обществе под влиянием принятых решений, даёт возможность корректировать дальнейший курс действий в публичной сфере.

В итоге, формирование стратегий управленческих решений — это многогранный процесс, основанный на исследовании, командной работе и эмоциональной чуткости, и, только сочетая все эти факторы, политический лидер может добиться выдающихся результатов и сделать значимый вклад в развитие общества.

Коммуникация с населением представляет собой один из ключевых факторов влияния на политического лидера и его действия в процессе управления обществом. В условиях современного политического климата, характеризующегося молниеносным распространением информации до общества и повышенного уровня вовлеченности граждан в политические процессы, игнорирование мнения общества может привести к значительным ошибкам со стороны власти имущих. Коммуникация с населением выполняет несколько важных функций, среди которых выделяются: выявление общественных потребностей, мониторинг социальных настроений, а также оценка эффективности принимаемых решений. В первую очередь, обратная связь служит каналом для получения актуальной информации о потребностях и ожиданиях населения. Активно взаимодействующий с гражданами политический лидер может оперативно реагировать на возникающие проблемы и предлагать их адекватные решения. Как пример, организации общественных опросов, проведение прямых эфиров и симпозиумов предоставляет жителям выразить свои мнения о происходящих в регионе или стране событиях. Таким образом, коммуникация с населением в публичной сфере становится индикатором настроений населения, позволяя также предотвратить возможные социальные протесты.

Важным аспектом коммуникации, помимо прочего, является её способность влиять на процесс принятия решений политическим лидером. Наличие информации о реальных потребностях общества может стать основой для формирования новых управленческих стратегий и альтернативных подходов к решению проблем. Здесь физическая и психологическая дистанция между лидером и населением играет принципиальную роль: чем более доступен и открытым будет политик, тем выше вероятность получения информативной и конструктивной обратной связи в публичной сфере. Однако стоит отметить, что обратная связь не всегда является однозначным показателем благополучия. Неопределённость в интерпретации полученной информации может привести к неправильным выводам, что в свою очередь создаёт риск неэффективной политики. Политический лидер, опираясь на общественные мнения, должен уметь фильтровать, адаптировать и интерпретировать информацию с учётом различных факторов: исторического контекста, культурных особенностей и специфики социального устройства страны. К тому же следует учесть, что коммуникация политика с населением не сводится только к позитивным откликам. Граждане, недовольные действиями власти, способны создать

атмосферу в публичной сфере, в которой политик вынужден отправляться на поиски новых путей, чтобы вернуть доверие электората. Игнорирование же процессов коммуникации с электоратом способно привести к утрате легитимности власти.

Таким образом, коммуникационный процесс с населением представляет собой эффективный инструмент воздействия на общество и способ влияния на политическое лидерство. Элементы открытости к диалогу, готовность к восприятию критики, желание активно слушать и учитывать мнение людей играет ключевую роль в создании доверительных отношений между лидером и обществом. Необходимо рассматривать этот процесс как двусторонний: политический лидер, взаимодействуя с гражданами, не только декларирует свои инициативы, но также получает отклик населения, формирующий его стиль правления. В долгосрочной перспективе такая открытость и способность к слушанию может обеспечить стабильность и устойчивость политической системы.

Особую же значимость политический актор приобретает во времена социальных кризисов и потрясений. Политические лидеры, обладающие необходимыми компетенциями, могут обернуть конфликт в конструктивный диалог. Во времена социальных потрясений их личные качества приобретают чрезвычайное значение, а эмпатия становится основой создания доверия, возвращения социальной системы к бесперебойному функционированию. Лидеры, способные выразить понимание кризисной ситуации, гораздо более эффективны на поприще социального управления. Также роль играет и характер вербальной коммуникации (проявляющейся в языковой личности политика [14]) актора с народом: чёткая, спокойная и уверенная коммуникация может успокоить общественные волнения, в то время как неуместные или запутанные заявления могут их и разжечь. Из этого вытекает ещё один аспект деятельности политического актора — перманентная необходимость в принятии решений, диктуемых обстоятельствами как внешними, так и внутренними. Нужно уметь принимать сложные решения, которые могут не всегда пользоваться всеобъемлющей народной поддержкой, но в конечном итоге способствуют восстановлению и стабильности. Это особенно актуально в контексте управления кризисом: в таких случаях вызывающие недовольство решения, непопулярные управленческие интенции могут быть управленческой необходимостью, а не прихотью.

Помимо кризисных ситуаций, свои коррективы в деятельность актора вносит и технический прогресс. Век информации предоставляет новые площадки для коммуникации между политическими лидерами и электоральными группами: социальные сети, мессенджеры и др. (наравне с традиционными, например, газетами и журналами [4]). Они, в свою очередь, могут быть как подспорьем в деятельности политика, так и источниками проблем. Быстрое распространение информации в публичной сфере иногда приводит к слухам и панике, и именно от лидера зависит, как этим правильно управлять. В кризисное время граждане хотят видеть лидера не только как человека, принимающего решения, но и как защитника их интересов. Это обуславливает необходимость адекватного сопоставления действий актора с общественными ожиданиями. В подобном контексте кризис становится не только испытанием, но и шансом для инновации и преобразований. Важно помнить, что именно от качеств лидера зависит, приведёт ли кризис к сохранению и укреплению выстроившихся в социальной системе процессов, или же приведёт к ещё большему хаосу и разобщённости в обществе.

Воспринимаемая обществом степень легитимности власти — это краеугольный камень, на котором строится устойчивость политической системы. Признание обществом авторитета и адекватности политических полномочий за лидером создаёт прочный фундамент для функционирования власти и стабильности социальной системы. Чем выше уровень легитимности, тем легче лидеру принимать решения, проводить реформы и предлагать новые инициативы. На практике это означает, что легитимность может проявляться через поддержку граждан, выборные процессы и даже через мнение ключевых групп в обществе. Отсутствие же легитимности за политическим институтом приводит к социальному хаосу; в этот момент прекращают работать многие регулирующие выполнение

законов и норм социальные механизмы.

Степень легитимности власти коррелирует со степенью социальных и экономических изменений. Политик, который имеет доверие общества, может внедрять реформы, не опасаясь массового сопротивления. Следовательно, как только возникает сомнение в легитимности, в стране начинают возникать кризисные ситуации.

Легитимность может быть усилена внедрением популистских лозунгов или проведением общественных мероприятий, формирующих мнение граждан о положительном воздействии власти. Но, несмотря на все манипуляции, подлинная легитимность базируется на признании и поддержке со стороны граждан. К тому же, важным аспектом является то, что легитимность власти не является статичным признаком; она подвергается изменениям в соответствии с обстоятельствами. Здесь же важную роль играет адекватность принимаемых решений по отношению к вызвавшим их социальным явлениям, их обоснованность и вовлеченность граждан. Молодёжь, например, имеет особое значение: их недовольство может служить катализатором массовых движений, способных подорвать стабильность. Взаимодействие между государством и обществом всегда должно учитывать ожидания и потребности населения. Ввиду этого легитимность власти является не столько инструментом, сколько процессом, постоянно находящимся в движении.

Таким образом, значимость фигуры политического лидера в контексте социального управления обозначается рядом его функциональных полномочий и особенностями своего положения в системе социальных отношений.

Политический лидер выполняет стратегическую функцию — он не только формирует видение развития общества, но и обеспечивает его реализацию. Лидер, обозначающий чёткую стратегию развития и функционирования социальной системы, способен адаптироваться к сложным условиям и изменяющимся обстоятельствам, что является жизненно важным в условиях современного мира, где политические, социальные и экономические реалии могут меняться молниеносно.

Дискурс-анализ показывает, что весомой является роль политического лидера как основного связующего звена между властью и обществом. Он должен не только учитывать интересы граждан, но и привносить их в процесс принятия решений. Общественное доверие, в свою очередь, становится важнейшим ресурсом для осуществления любых управленческих инициатив, интенций. Кроме того, нельзя игнорировать нравственные и этические аспекты политического лидерства. Лидер, действующий согласно высоким моральным стандартам, сможет создать атмосферу, в которой доверие и сотрудничество станут нормой. Примеры тех случаев, когда лидеры не справлялись с этими требованиями, показывают, как быстро может произойти утрата поддержки со стороны населения, что в свою очередь ведёт к социальным волнениям и не всегда предсказуемым последствиям.

Значительной также становится необходимость для лидера проявлять инициативу и оперативную реакцию на возникающие вызовы. В условиях кризисов способность принимать эффективные и своевременные решения становится определяющей для сохранения общественной стабильности.

Таким образом политический лидер представляет собой не только основную движущую силу управленческих процессов, но и необходимое условие для обеспечения стабильного и гармоничного развития общества в целом.

Обозначив функциональную значимость политического лидера в социальной системе, мы переходим к рассмотрению и обоснования значимости дефиниции политического имиджа в политической деятельности.

Политический имидж — это комплексное социальное явление, охватывающее то, как воспринимается политический лидер обществом, и, наоборот, каким образом этот лидер сам конструирует свой транслируемый социуму образ [11].

Как показал дискурс-анализ, основополагающим аспектом формирования политического имиджа является обилие визуальных, вербальных и невербальных элементов, которые коллективно воздействуют на восприятие и оценку лидера. Зачастую имидж

создаётся не только через действия или речи самого лидера, но и через деятельность его команды, каналов массовой коммуникации, медиа, а также других сторонних факторы. Следовательно, процесс формирования имиджа представляет собой сложную сетевую динамику, зависящую от множества условий. Важное место в данном контексте занимает явление общественного мнения. Оно, в свою очередь, является принципиально изменчивым и учитывает не только текущие события, но и исторический контекст, культурные особенности и социальные тренды.

Политический имидж — явление не статичное; в своей сущности он подразумевает в себе возможности к адаптации, эволюции и кардинальным имиджевым изменениям в зависимости от внешних обстоятельств, а само формирование имиджа — это прямое следствие взаимодействия с различными аудиториями. Вместе с тем политический имидж обладает рядом особенностей, делающих его использование крайне значимым в процессе социального управления [12].

Прежде всего, это его функция манипулирования общественным сознанием. В социально-политическом контексте политический имидж может служить как орудием воздействия на электорат, так и средством формирования общественного мнения. Воплощая в себе некие значимые для общества символы и идеалы, он способен привлекать сторонников или создавать образ врага.

Формирование политического имиджа — комплексный процесс, требующий значительных вложений ресурсов. Под ресурсами здесь подразумеваются не только финансовые затраты, но и человеческие ресурсы, время, а также специальные технологии и инструменты. Прежде всего, стоит отметить, что в условиях высококонкурентной политической среды политические лидеры стремятся создать в публичной сфере уникальный и запоминающийся имидж, который позволит им выделиться на фоне оппонентов. И именно для этого требуется значительное количество средств. Финансирование специализированных PR-агентств, медийных кампаний, рекламных стратегий требуют ощутимых бюджетов. Как правило, затраты на формирование имиджа могут достигать миллионов, в то время как влияние на общественное восприятие зачастую может быть неопределённым. Поскольку имидж формируется на пересечении разных медиаплатформ, от телевидения до интернет-ресурсов, политик должен инвестировать в разнообразные каналы коммуникации [6; 13]. Но финансы — не единственный аспект, важный в данном контексте. Существуют также человеческие ресурсы: сотрудники, отвечающие за пиар, аналитики, исследующие общественное мнение, и специалисты, создающие контент. Каждый из этих участников процесса играет свою важную роль, и их работа также требует затрат. Дискурс-анализ показал, что формирование имиджа — это командный труд, где успех зависит от взаимодействия множества людей, а атмосферу внутри команды нужно создавать и поддерживать. Не менее значимой является временная составляющая. Процесс создания устойчивого имиджа занимает месяцы, а то и годы. Политический лидер должен постоянно работать над своей репутацией, адаптироваться к изменяющимся условиям и прислушиваться к запросам общества. Это требует постоянного мониторинга, анализа и корректировок. Ретранслирование определённых образов и сообщений в публичную сферу может быть длительным и требует терпения и стратегического подхода.

На фоне всего этого нельзя оставить без внимания современные технологии. В условиях цифровизации имидж становится более «гибким», однако это подразумевает дополнительные затраты на цифровой маркетинг [15; 16].

Социальные сети и онлайн-платформы, хотя и предлагают низкие затраты на рекламу при высоком охвате, также требуют разнообразного креативного контента, который должен быть свежим и актуальным. Кроме того, в процессе создания имиджа нередко возникает необходимость в кризисных коммуникациях, которые требуют дополнительных вложений.

Следовательно, чем выше статус и амбиции политического лидера, тем больше ресурсов требуется. Каждый шаг, каждое публичное выступление, каждая новая инициатива в конечном итоге становятся частью общего имиджа и требуют системного подхода в

планировании и реализации.

Таким образом, затраты на формирование политического имиджа охватывают широкий спектр ресурсов и требуют комплексного подхода. Эти усилия, как правило, могут принести значительные дивиденды, но риск неудачи также присутствует, создавая неуправляемую динамику, когда речь идёт о доверии избирателей и общественном восприятии в публичной сфере. Имидж, созданный при помощи сложного механизма затрат, может как взлететь до небывалых высот, так и обрушиться от малейших ошибок или неверных шагов.

Дискурс-анализ показал, что имидж как инструмент политической коммуникации является одним из ключевых элементов, формирующих общественное восприятие политического лидера. Грамотно выстроенный имидж позволяет не просто передавать информацию, но и создать доверительные отношения с электоратом, а также выступать в роли своеобразного моста между властью и обществом. В условиях современного медийного ландшафта, где информацию можно мгновенно донести до широкой аудитории, значимость имиджа возрастает в разы.

Имидж, как показал дискурс-анализ, помогает установить нужный контекст для коммуникации в публичной сфере. Он формирует не только то, как воспринимается политик, но и какие идеи ассоциируются с его личностью. Таким образом, имидж становится своего рода «упаковкой» для политических посланий, управленческих интенций, которые лидер стремится донести. Правильная интерпретация сообщений, управленческих интенций, основанная на созданном имидже, может значительно усиливать или ослаблять их восприятие. Здесь мы сталкиваемся с феноменом, когда эмоции, вызываемые имиджем, оказываются даже важнее самого содержания заявлений. С учётом глобализации и быстрых изменений в общественном мнении становится все более актуальным не только создание, но и поддержание имиджа. Политический лидер должен быть готов к изменениям в восприятии, которое может меняться на основе событий, социальных протестов или даже круглогодичных опросов общественного мнения. В этом контексте имидж становится не статичным, а динамичным инструментом, который требует постоянного мониторинга и адаптации к новым вызовам.

Отличительной чертой политического имиджа, согласно дискурс-анализу, является и его функция влияния на восприятие степени легитимности политического актора. Когда имидж политического лидера отвечает ожиданиям и требованиям общества, это позволяет избежать многих проблем в процессе диалога между властью и народом. В условиях кризиса, например, недостаточная чёткость и уверенность в предлагаемом имидже могут вызвать недовольство и даже противодействие со стороны электората.

Не следует упускать из виду и влияние новых медиа, которые кардинально изменили способы формирования и распространения имиджа. Социальные сети позволяют не только распространять информацию, но и устанавливать прямую связь с населением, создавая пространства для взаимодействия. Таким образом, коммуникация идёт не только от лидера к обществу, но и наоборот – люди могут высказывать свои мнения, замечания и ожидания, что безусловно влияет на восприятие имиджа политика.

Резюмируя, можно утверждать, что имидж как инструмент политической коммуникации представляет собой многофункциональный механизм, способный как продвигать, так и подрывать позиции политического лидера в публичной сфере. Умелое управление своим имиджем становится краеугольным камнем успешной политической карьеры, а также основным инструментом взаимодействия с обществом. Поэтому важно не только создавать харизматичный образ, но и заботиться о его устойчивости и последовательности, что требует от политиков постоянных усилий и готовности адаптироваться к меняющимся условиям. В современном мире, где информация распространяется с поразительной скоростью, политический имидж представляет собой мощное оружие. Он формируется не только на основе реальных действий лидера, но и через медиа, социальные сети, и даже личные встречи.

Список использованных источников

1. Бабосов, Е. М. Теоретическое наследие классиков социальной мысли: Эрих Фромм / Е. М. Бабосов, Э. Д. Коркия, А. К. Мамедов. – Москва : ООО «МАКС Пресс», 2022. – 124 с. – ISBN 978-5-317-06905-6.
2. Гостенина, В. И. Код вербальной коммуникации субъекта власти как отражение языковой личности / В. И. Гостенина, С. А. Шилина // Сорокинские чтения. Отечественная социология: обретение будущего через прошлое : тезисы докладов IV Всероссийской научной конференции, Рязань, 09–10 декабря 2008 года. – Рязань: Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина, 2008. – С. 81-83.
3. Гостенина, В. И. Управленческий дискурс: кодовая технология конституирования имиджа государственной власти / В. И. Гостенина, С. А. Шилина // Среднерусский вестник общественных наук. – 2012. – № 2(23). – С. 29-34.
4. Ерохов, М. В. Дискурс-анализ журнала «армейский сборник»: управленческие аспекты / М. В. Ерохов // Текст в культурном, языковом, философском пространстве : Сборник научных статей по материалам Международной научно-практической конференции, Москва, 20 мая 2024 года. – Москва: Московский финансово-юридический университет, 2024. – С. 128-133.
5. Ерохов, М. В. Образовательная коммуникация в цифровую эпоху: управленческие интенции публичной сферы для военных профессионалов / М. В. Ерохов // Классический университет: современные тенденции и векторы развития (на пути к 270-летию Московского университета) : XVIII Международная научная конференция «Сорокинские чтения – 2024», Москва, 19 февраля 2024 года. – Москва, 2024. – С. 321-324.
6. Киричек, П. Н. Лики медиакультуры и маски политики / П. Н. Киричек ; П. Н. Киричек ; Российская акад. гос. службы при Президенте Российской Федерации. – Москва : Издательство РАГС, 2010. – 55 с. – (Серия «Точка зрения»). – ISBN 978-5-7729-0480-0.
7. Киричек, П. Н. Социальные интенции духовной культуры : Монография / П. Н. Киричек. – Москва : Московский гуманитарный университет, 2024. – 276 с.
8. Киричек, П. Н. Социокультурные основы государственного управления / П. Н. Киричек // Международный научно-исследовательский журнал. – 2014. – № 3-3(22). – С. 110-113.
9. Коркия, Э. Д. Когнитивный дискурс «нового» образования: информационное поле и акторы / Э. Д. Коркия, А. К. Мамедов // Глобальный научный потенциал. – 2016. – № 2. – С. 8-14.
10. Мамедов, А. К. Цивилизация стандарта как итог социального потребления / А. К. Мамедов, Э. Д. Коркия // Представительная власть - XXI век: законодательство, комментарии, проблемы. – 2015. – № 3(138). – С. 40-43.
11. Мельников, С. Л. Имидж политического лидера как социальное явление и технологии его формирования / С. Л. Мельников, Д. С. Потураев // Экономика. Социология. Право. – 2023. – № 1(29). – С. 62-66. – DOI 10.22281/2542-1697-2023-02-01-62-66.
12. Мельников, С. Л. Социологическое исследование политического имиджа: индикаторы и медиа-портрет / С. Л. Мельников, В. А. Емельянов, Д. С. Потураев // Экономика. Социология. Право. – 2023. – № 3(31). – С. 59-67.
13. Управленческие интенции публичной сферы: влияние социальных сетей на общественное мнение / М. В. Ерохов, Т. В. Епремян, В. П. Косякова [и др.] // Russian Economic Bulletin. – 2025. – Т. 8, № 1. – С. 51-57.
14. Шилина, С. А. Дискурс русской языковой личности советской и постсоветской эпох / С. А. Шилина // Текст в культурном, историческом, языковом пространстве : материалы Международной заочной научно-практической конференции, Москва, 19 марта 2017 года. – Москва: Московский финансово-юридический университет МФЮА, 2017. – С. 510-515.
15. Шилина, С. А. Управление субъекта власти как социолингвистический код коммуникации : монография / С. А. Шилина ; С. А. Шилина ; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное агентство по высшему образованию, Гос. образовательное учреждение высш. образования Брянский гос. ун-т им. И. Г. Петровского. – Орел : Издательство ОРАГС, 2009. – 301 с. – ISBN 978-5-93179-229-3.

16. Шилина, С. А. Управленческий дискурс как коммуникативная технология создания имиджа власти / С. А. Шилина // Язык, культура, общество : VII Международная научная конференция, Москва, 26–28 сентября 2013 года. – Москва: Институт иностранных языков, 2013. – С. 25-30.

Сведения об авторах

Мельников Сергей Леонидович – кандидат педагогических наук, профессор, проректор по комплексной безопасности, эксплуатации и развитию имущественного комплекса Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского. E-mail: lprbgu@mail.ru. Телефон: +7 (4832)58-05-50, доб. 1124

Ерохов Михаил Васильевич – аспирант 2 курса научной специальности 5.4.7. «Социология управления» факультета педагогики и психологии Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского. E-mail: erokhov.mihail@yandex.ru.

Потураев Дмитрий Сергеевич – магистрант направления подготовки 39.04.01 Социология (Социология управления), факультет педагогики и психологии ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского». E-mail: dima.poturaev1@gmail.com

UDC 316.77

MANAGERIAL INTENTIONS OF THE PUBLIC SPHERE: DISCOURSE ANALYSIS OF THE POLITICAL IMAGE

Melnikov S.L., Erokhov M.V., Poturaev D.S.

Bryansk State Academician I.G. Petrovski University, Bryansk

This article discusses the current issues of management parameters of the image of a political leader. The authors consider the factors that create the managerial effect of a powerful actor. The article substantiates the concept of a political image as a result of the interaction of many factors, including the personal qualities of the politician himself, his communication style and willingness to be open. The article says that often the image of a leader becomes his calling card, which can take weeks, and often years, to form an image of him in the minds of the public. In view of this, as the authors state, the political image cannot be considered in isolation from the necessary image features of the social system in which it functions; it is a dynamic process in which every element — from speech to appearance — becomes part of a single narrative, which is why the discourse analysis of the political image is so important. This helps not only to evaluate the effectiveness of political actions and managerial intentions, but also to understand the mechanisms of power and interaction in society. In this context, perception becomes not just a result, but also an active process: both the actions of a politician in the public sphere and the nature of their perception by society are equally important in it.

Keywords: managerial intentions, political leader, image, public sphere, discourse analysis, political communication.

References

1. Babosov, E. M. The theoretical legacy of the classics of social thought: Erich Fromm / E. M. Babosov, E. D. Korkia, A. K. Mamedov. Moscow : MAKS Press, LLC, 2022. 124 p. ISBN 978-5-317-06905-6.
2. Gostenina, V. I. The code of verbal communication of the subject of power as a reflection of linguistic personality / V. I. Gostenina, S. A. Shilina // Sorokin readings. Russian sociology: finding the future through the past : abstracts of the IV All-Russian Scientific Conference, Ryazan, December 09-10, 2008. Ryazan: Ryazan State University named after S.A. Yesenin, 2008. pp. 81-83.
3. Gostenina, V. I. Managerial discourse: a code technology for the constitution of the image of state power / V. I. Gostenina, S. A. Shilina // Central Russian Bulletin of Social Sciences. – 2012. – № 2(23). – Pp. 29-34.
4. Erokhov, M. V. Discourse analysis of the journal «Army collection»: managerial aspects / M. V. Erokhov // Text in the cultural, linguistic, philosophical space : A collection of scientific articles based on the materials of the International Scientific and Practical Conference, Moscow,

May 20, 2024. – Moscow: Moscow University of Finance and Law, 2024. – pp. 128-133..

5. Erokhov, M. V. Educational communication in the digital age: managerial intentions of the public sphere for military professionals / M. V. Erokhov // Classical University: current trends and development vectors (on the way to the 270th anniversary of Moscow University) : XVIII International Scientific Conference «Sorokin Readings – 2024», Moscow, February 19, 2024 of the year. – Moscow, 2024. – pp. 321-324.

6. Kirichek, P. N. Faces of media culture and masks of politics / P. N. Kirichek ; P. N. Kirichek ; Russian Academy of Public Administration under the President of the Russian Federation. Moscow : RAGS Publishing House, 2010. 55 p. («Point of View» series). – ISBN 978-5-7729-0480-0.

7. Kirichek, P. N. Social intentions of spiritual culture : A monograph / P. N. Kirichek. Moscow : Moscow University of the Humanities, 2024. 276 p.

8. Kirichek, P. N. Sociocultural foundations of Public Administration / P. N. Kirichek // International Scientific Research Journal. – 2014. – № 3-3(22). – Pp. 110-113.

9. Korkia, E. D. The cognitive discourse of «new» education: the information field and actors / E. D. Korkia, A. K. Mamedov // Global scientific potential. – 2016. – № 2. – Pp. 8-14.

10. Mamedov, A. K. The civilization of the standard as a result of social consumerism / A. K. Mamedov, E. D. Korkia // Representative government - the 21st century: legislation, comments, problems. – 2015. – № 3(138). – Pp. 40-43.

11. Melnikov, S. L. The image of a political leader as a social phenomenon and technologies of its formation / S. L. Melnikov, D. S. Poturaev // Economy. Sociology. The right. – 2023. – № 1(29). – Pp. 62-66. – DOI 10.22281/2542-1697-2023-02-01-62-66.

12. Melnikov, S. L. Sociological study of the political image: indicators and media portrait / S. L. Melnikov, V. A. Yemelyanov, D. S. Poturaev // Economy. Sociology. The right. – 2023. – № 3(31). – Pp. 59-67.

13. Managerial intentions of the public sphere: the influence of social networks on public opinion / M. V. Erokhov, T. V. Yepremyan, V. P. Kosyakova [et al.] // Russian Economic Bulletin. – 2025. – Vol. 8, No. 1. – pp. 51-57.

14. Shilina, S. A. The discourse of the Russian linguistic personality of the Soviet and post-Soviet eras / S. A. Shilina // Text in the cultural, historical, linguistic space : proceedings of the International Correspondence Scientific and Practical Conference, Moscow, March 19, 2017. – Moscow: Moscow University of Finance and Law MFUA, 2017. – pp. 510-515.

15. Shilina, S. A. Management of the subject of power as a sociolinguistic code of communication : a monograph / S. A. Shilina ; S. A. Shilina ; Ministry of Education and Science of the Russian Federation, Federal Agency for Higher Education, State Educational Institution of Higher Education. education Bryansk State University named after I. G. Petrovsky. – Orel : ORAGS Publishing House, 2009. – 301 p. – ISBN 978-5-93179-229-3.

16. Shilina, S. A. Managerial discourse as a communicative technology for creating an image of power / S. A. Shilina // Language, Culture, society : The VII International Scientific Conference, Moscow, September 26-28, 2013. Moscow: Institute of Foreign Languages, 2013, pp. 25-30.

Author's information

Melnikov Sergey Leonidovich – Candidate of Pedagogical Sciences, Professor, Vice-rector for Integrated Safety, Operation and Development of the Property Complex of Bryansk State University named after Academician I.G. Petrovsky. E-mail: lprbgu@mail.ru. Phone: +7 (4832)58-05-50, ext. 1124

Erokhov Mikhail Vasilyevich - 2nd year postgraduate student of scientific specialty 5.4.7. «Sociology of Management» of the Faculty of Pedagogy and Psychology of the Bryansk State University named after Academician I.G. Petrovsky. E-mail: erohov.mihail@yandex.ru.

Poturaev Dmitry Sergeevich – Master's student of the direction of training 39.04.01 Sociology (Sociology of Management), Faculty of Pedagogy and Psychology of the Bryansk State University named after Academician I.G. Petrovsky. E-mail: dima.poturaev1@gmail.com.