

## ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖЕЙ КАНДИДАТОВ В ПРЕЗИДЕНТЫ США ДЖ. МАККЕЙНА И Б. ОБАМЫ

**Е. Н. ДАВЫБОРЕЦ**

*Владивостокский  
государственный  
университет экономики  
и сервиса*

*e-mail: westlake@yandex.ru*

В период, когда выборы стали нормой политических процессов большинства стран мира, приобрело актуальность выявление и изучение методов, при помощи которых происходит создание имиджа политическому лидеру, и которые, в конечном счете, помогают тем или иным политикам занять желаемые выборные должности. Статья посвящена практическому изучению процесса формирования имиджа кандидатов в президенты США – Дж. Маккейна и Б. Обамы: исследуются основные шаги по созданию имиджей политических лидеров, устанавливается влияние различных факторов на этот процесс, его технологические особенности, определяются конкретные черты, закладываемые в имиджи кандидатов, выясняются факторы победы Б. Обамы.

Ключевые слова: имидж, политические технологии, имидж лидера, избирательная кампания, Дж. Маккейн, Б. Обама.

Одна из узловых проблем политической жизни любого общества, определяющая во многом его благополучие и дальнейшее развитие, – проблема факторов, влияющих на распределение политической власти. В демократическом обществе, где такое распределение происходит на основе прямых всеобщих выборов, ключевым фактором является создание эффективного имиджа политическому лидеру, посредством которого он «завоевывает» необходимые для победы голоса граждан. В связи с этим исключительно важным является вопрос о средствах и методах при помощи которых происходит создание привлекательного имиджа политического лидера, открывающего тем или иным лицам путь к вершинам политической власти.

Целью данного исследования является изучение технологий создания имиджа политического лидера в США. Последние представляют интерес как страна, имеющая большой опыт проведения избирательных кампаний, который широко заимствован различными странами, в том числе современной Россией. В качестве примера выбраны главные претенденты на пост президента США в последних президентских выборах.

Избирательные кампании основных претендентов на президентское кресло США Барака Обамы и Джона Маккейна включали многочисленные политические технологии, как рациональные – апеллирующие к разуму граждан, так и манипулятивные – рассчитанные на скрытое управление сознанием, волей, поведением людей при помощи психологических приемов.

На начальных этапах формирования имиджей рассматриваемых лидеров была задействована технология «имиджевая легенда». Имиджевая легенда, в виде которой преподносится автобиография лидеров, задает определенное символическое пространство, в котором люди сами достраивают имидж политика. С её помощью в имидж политического лидера закладывается ряд важных качеств. Имиджевая легенда представляет собой яркую эмоционально насыщенную историю, сравнимую по жанру с народным фольклором. Она наполнена эпизодами, апеллирующими к бессознательным реакциям и инстинктам, рассчитанными вызвать эмоции людей, что сближает политического лидера с аудиторией, делает своим, понятным и «доступным».

Оба кандидата предоставили избирателям интересные и очень патриотичные автобиографии, основанные на популярном в США среди кандидатов на выборные политические посты сценарии «Золушки», когда политический лидер добивается «высот» самостоятельно, проходя через многие жизненные трудности<sup>1</sup>. Особо удачной

<sup>1</sup> Barack Obama - An American Life [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.america.gov/st/elections08-english/2008/November/20081107130959xjyrrep0.4492609.htm>; Биография Дж. Маккейна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D0%BA%D0%BA%D0%B5%D0%B9%D0%BD>.



получилась автобиография Дж. Маккейна, в которой описывается героический путь американского боевого летчика, прошедшего войну, крайне сложные многолетние испытания военнопленного, доблестно пережитые и укрепившие его веру в Бога и свою страну.

Для американских избирателей, в отличие от избирателей России, имеют большое значение предыдущие достижения политического лидера, демонстрирующие его компетентность и профессионализм. Поэтому традиционно на пост президента баллотируются бывшие и действующие успешные сенаторы, губернаторы, конгрессмены США. Оба основных претендента на президентское кресло, имея определенный политический «багаж», рассказывали избирателям о своих конкретных достижениях в политической сфере, заслугах перед страной<sup>2</sup>, что показывало их профессионалами, лидерами не слова, а дела. Вместе с этим, Дж. Маккейн на протяжении всей предвыборной кампании указывал на небольшой политической опыт своего основного соперника, который работает в Вашингтоне меньше двух лет<sup>3</sup>, тем самым, делая акцент на своем большом опыте и обыгрывая пожилый возраст.

Возраст кандидатов в этих президентских выборах стал важным фактором создания их имиджей, что было обусловлено сравнительной молодостью Б. Обамы, и преклонными годами Дж. Маккейна. Важной задачей обоим стала демонстрация того, что их возраст оптимально подходит для занятия высшего государственного поста. Предвыборный штаб Обамы обыграл молодость кандидата, позиционировав его как «свежее лицо в американской политике, являющееся носителем перемен»<sup>4</sup>. Тема «перемен», вероятно, была взята из предвыборной кампании Б. Клинтона 1992 года, явившегося важным фактором его победы. На фоне тяжелого экономического положения США в 2008 г. тема явилась чрезвычайно актуальной, найдя отклик у большинства американцев.

Дж. Маккейна позиционировали «мудрым», «знающим», «видевшим жизнь» в противовес «молодому и неопытному» основному сопернику<sup>5</sup>. Пытаясь развеять опасения в связи со своим возрастом и физической пригодностью, он демонстрировал большую энергию посредством активного графика предвыборной кампании. В ходе кампании многократно шутил, что он «старый как грязь», что у него «больше шрамов, чем у Франкенштейна». Доказывая, что уровень его здоровья и энергии соответствует требованиям к президенту, он приводил на предвыборные митинги свою 96-летнюю мать. В свою очередь, политические соперники активно использовали возраст Дж. Маккейна для создания его антиимиджа, позиционируя его «старым» и «большим», что актуализировало вопрос о его пригодности стать во главе государства<sup>6</sup>.

Американские избиратели в высокой степени прагматичны, с одной стороны, и готовы активно наблюдать за предвыборными баталиями<sup>7</sup>, с другой, что обуславливает высокую роль идеологической составляющей имиджа политического лидера в США, в отличие от России. Дж. Маккейн и Б. Обама в ходе избирательных кампаний предоставили избирателям развернутые политические платформы, содержащие их взгляды на все важнейшие вопросы, волнующие граждан<sup>8</sup>.

---

<sup>2</sup> Предвыборный сайт Б. Обамы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.barackobama.com/index.php>; предвыборный сайт Дж. Маккейна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.johnmccain.com/>

<sup>3</sup> Ермаченков И. Лучше хижина дяди Маккейна, чем Барак Обама [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.finam.ru/analysis/forecasts00C76/default.asp>

<sup>4</sup> См. напр.: Barack Obama - An American Life [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.america.gov/st/elections08-english/2008/November/20081107130959xjyггepo.4492609.htm>

<sup>5</sup> Предвыборный сайт Дж. Маккейна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.johnmccain.com/>

<sup>6</sup> Poll: McCain's age more of an issue than Obama's race [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://politicalticker.blogs.cnn.com/2008/07/10/poll-mccains-age-more-of-an-issue-than-obamas-race/>

<sup>7</sup> Теледебаты / Материалы официального сайта государственного департамента США. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://usinfo.state.gov/journals/itdhr/1004/ijdr/issues.htm/>

<sup>8</sup> Предвыборный сайт Б. Обамы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.barackobama.com/index.php>; предвыборный сайт Дж. Маккейна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.johnmccain.com/>



Необходимо отметить, что важным правилом создания эффективного имиджа политического лидера является отражение электоральных ожиданий<sup>9</sup>. Выражая их мысли и чувства, давая выход эмоциям, политический лидер становится «своим», заручаясь поддержкой граждан. Поэтому, исследуя идеологическую составляющую имиджей политических лидеров, конкретные высказывания, необходимо иметь в виду, что высказываются интересы определенной части населения, выявленные в ходе опросов общественного мнения. В США технология «опора на социологические исследования» используется уже несколько десятилетий<sup>10</sup>. Последние президенты США все свои выступления, публичные заявления или решения осуществляют на основе тестирования возможных реакций общественности<sup>11</sup>. Особенно актуальным для политиков данное правило становится в период выборов, когда их успех зависит от того, насколько они отразили электоральные ожидания.

Вместе с этим, определенную специфику создания имиджей основных претендентов на президентское кресло США задает партийная принадлежность. Несмотря на то, что тенденцией последних лет, начиная с выборов 1992 года, является сглаживание острых противоречий между Демократической и Республиканской партиями<sup>12</sup>, для американских избирателей продолжает оставаться актуальной партийная принадлежность кандидатов на выборные посты, оказывающая самое сильное воздействие на избирателей. Номинация от конкретной партии задает кандидату определенные рамки формирования своего имиджа. Ему изначально приклеивается ярлык партийной принадлежности, и его дальнейшее восприятие гражданами происходит сквозь призму отношения к соответствующей партии. Кандидат в президенты, выдвигаемый конкретной партией имеет обязательства представлять и отстаивать её интересы, что непосредственно сказывается на идеологической составляющей имиджа.

Следуя имиджу своей партии, Дж. Маккейн в предвыборной платформе отразил традиционные республиканские политические принципы. Вместе с этим он продемонстрировал готовность идти новым курсом, приближая свои позиции по ряду вопросов к центристским взглядам. Дж. Маккейн предложил программу внутреннего развития страны, заявленную гражданам как «беспрецедентное решение по спасению экономики США»<sup>13</sup>. В области внешней политики и национальной безопасности, являющейся одной из ключевых тем предвыборных дебатов, Дж. Маккейн делал упор на своем многолетнем опыте в этой сфере. Он показал избирателям, что имеет сложившиеся взгляды на обстановку в мире. В то же время, в ходе предвыборной кампании, он менял позицию по некоторым вопросам, что позволило утверждать его оппонентам, что его внешнеполитическая доктрина не настолько четко оформлена, как утверждали в его штабе<sup>14</sup>.

Свою политическую философию политические лидеры – Б. Обама и Дж. Маккейн популяризовали в ходе многочисленных теледебатов, ток-шоу, общении с народом, выступлениях в СМИ, обращениях к народу, в Интернет сайтах<sup>15</sup>. Кандидаты в

<sup>9</sup> См. напр.: Максимов А.А. «Чистые» и «грязные» технологии выборов: российский опыт. М. 1999. С.28; Пушкарева Г.В. Избирательная кампания: как это делается?// Социально-гуманитарные знания. 2000. №2. С. 270-272.

<sup>10</sup> Наполитан. Дж. Электоральная игра. М., 2002. С. 156-186.

<sup>11</sup> Овчинникова М.А. Связи с общественностью как технология президентской власти в США: Дис. ... канд. полит. наук / М.А. Овчинникова. М, 2002.

<sup>12</sup> Позиции, выраженные в платформах / Материалы официального сайта государственного департамента США. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://usinfo.state.gov/journals/itdhr/1004/ijdr/platforms.htm>

<sup>13</sup> Обращение Дж. Маккейна. Режим доступа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://john-mccain.ru/news/99>

<sup>14</sup> Два лагеря борются за влияние на Джона Маккейна. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.newsland.ru/News/Detail/id/244190/cat/42/>

<sup>15</sup> Austein M. Large Audiences Expected for Televised Presidential Debates. McCain, Obama will participate in three debates, beginning September 26. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.america.gov/st/elections08-english/2008/September/20080923084728hmietsua0.1910974.html>; Pellerin C. Obama Answers Science



президенты продемонстрировали избирателям прекрасную осведомленность во всех основных вопросах внутренней и внешней политики. Данные технологии, основанные на диалоге лидера с гражданами, политическими соперниками и оппонентами широко используются в США в ходе избирательных кампаний последних двадцати лет, и во многом основаны на них<sup>16</sup>. Если, к примеру, кандидат в президенты отказывается участвовать в теледебатах, то общественностью это воспринимается как неуверенность в своих силах, закрытая позиция к народу, либо попытка что-то утаить, как было в случае Дж. Буша старшего, отказавшегося вступить в прямой диалог с Б. Клинтоном. Такой кандидат сразу начинает терять свои политические «очки».

Важным фактором создания имиджа в условиях проведения современных американских избирательных кампаний является «живая» речь политического лидера, его интересные в легкой для восприятия форме обращения к гражданам. Поднимают рейтинг политиков удачные шутки, «разбавляя» скучную и однообразную для многих граждан сферу политики и привлекая к себе внимание. Исследуемые лидеры – Б. Обама и Дж. Маккейн являются прекрасными ораторами, умеющими привлечь внимание и «заморозить» слушателей<sup>17</sup>.

Политические лидеры в ходе избирательных кампаний неустанно демонстрировали избирателям чувство патриотизма<sup>18</sup>, являющееся доказательством преданности стране и гражданам, готовности служить родине. Все действия и высказывания кандидатов в целом были подчинены одной центральной теме – мы работаем на силу и величие США<sup>19</sup>. «Лишь потеряв на какое-то время Америку, я осознал, как сильно ее люблю», – обращается Дж. Маккейн к американским гражданам в своей автобиографии. Патриотизм является важной культурной ценностью американцев.

Сложное положение для Дж. Маккейна обусловила социально-историческая обстановка, связываемая в сознании американцев с периодом правления республиканского президента. Поражения последних восьми лет, связанные с именем Дж. Буша задела чувство гордости американцев за свою страну, поколебав веру в будущее США, их мировое лидерство. Глобальный финансово-экономический кризис, нанесший удар по банковским, страховым, инвестиционным учреждениям США, посеял панику среди населения, что непосредственно повлияло на формирование новых запросов граждан в сторону существенного обновления социально-политического курса, обусловило возложение надежд многих на альтернативу республиканскому президенту. Напряженная экономическая ситуация явилась выигрышной для формирования имиджа Б. Обамы.

Дж. Маккейн попытался отвести от себя ассоциацию с тяжелым экономическим положением, заявив, что после избрания на пост президента, он организует подробное и детальное расследование экономического кризиса, и все виновные будут наказаны<sup>20</sup>. Действующий непопулярный президент, поддержавший Дж. Маккейна на выборах, способен был, скорее, осложнить ситуацию, чем помочь<sup>21</sup>. Впо-

---

Questions Posed to Presidential Candidates. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.america.gov/st/elections08-english/2008/September/20080902183021lenirellepo.4660456.html>

<sup>16</sup> Mass media. Режим доступа: <http://usinfo.state.gov/journals/itdhr/1004/ijdr/kern.htm>

<sup>17</sup> См. напр.: Kaufman S. Non-U.S. Journalists Cite American Voter Enthusiasm, Role of Race U.S. program sent 50 journalists to cover election in battleground states [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.america.gov/st/elections08-english/2008/November/20081110184800abretnuh2.999514e-02.html>; President Obama's Inaugural Address [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.america.gov/st/usg-english/2009/January/20090120130302abretnuh0.2991602.html>

<sup>18</sup> См. напр.: President Obama's Inaugural Address [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.america.gov/st/usg-english/2009/January/20090120130302abretnuh0.2991602.html>

<sup>19</sup> См. напр.: Bronk K. The Obama Family [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.america.gov/st/elections08-english/2008/September/20080926111405naneergo.5104181.html>

<sup>20</sup> Обращение Дж. Маккейна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://john-mccain.ru/>

<sup>21</sup> Обама – это американский Ющенко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://paulgraneck.livejournal.com/40522.html>



следствии аналитики утверждали, что американцы голосовали не столько за Б. Обаму, сколько против Дж. Маккейна<sup>22</sup>.

Следуя воззрениям части американцев, поддерживающих войну в Ираке<sup>23</sup> и придерживаясь по этому вопросу позиции своей партии, Дж. Маккейн оставался непреклонным сторонником этой войны. Вместе с этим, он вынужден был критиковать осуждаемые американцами методы, которыми Дж. Буш вел войну. Среди достоинств Обамы в предвыборный период подчеркивалось то, что он голосовал против военных действий в Ираке до их начала, что отразило современные настроения большинства американцев<sup>24</sup>, осуждающих Иракскую войну. Он активно критиковал войну в Ираке в период предвыборной кампании, обращая внимание граждан на причастность к ней партии соперника.

Граждан США привлекает простота и «доступность» политического лидера. Презентация себя «таким же, как все», «одним из вас» располагает к себе, делает политического лидера привлекательным, поднимает его рейтинг. Напротив, политическая культура США не приемлет элитарности лидерства, отдавая от такого лидера граждан. С целью создания имиджа «своего» Б. Обама и Дж. Маккейн в ходе избирательных кампаний регулярно встречались с народом. В ходе этих встреч они внимательно выслушивали людей, демонстрируя искреннюю заинтересованность к их проблемам, их мнению. С этой же целью Б. Обама признается, что в школьные годы употреблял марихуану и кокаин, чем показывает, что он обычный человек, а также демонстрирует свою честность и откровенность перед избирателями. Вместе с этим, подобного рода информация, опережающая её презентацию гражданам политическими соперниками и оппонентами, является профилактикой антиимиджа.

Неоднозначно был воспринят американцами выбор Дж. Маккейном кандидата в вице-президенты, что, по мнению некоторых аналитиков, явилось основной причиной его проигрыша. По замыслу, многодетная красавица должна была обогатить кампанию «новыми красками», добавив «очков» республиканцам. Фактически Сара Пейлин снизила рейтинг Республиканской партии и Дж. Маккейна<sup>25</sup>. Соперники-демократы успешно шутили по поводу её политической некомпетентности, в результате, более половины избирателей считали, что С. Пейлин не готова к квалифицированному выполнению своей работы<sup>26</sup>. Негативное влияние на имидж Дж. Маккейна оказало также дело С. Пейлин, рассмотренное в ходе избирательной кампании, о повышении служебных полномочий.

Одним из факторов создания имиджа Б. Обамы, сыгравшим важную роль его победы, явилась национальность. Появление афроамериканца в качестве кандидата в президенты понравилось либеральной настроенной части американцев. Это также привлекло внимание как первый прецедент в политике США. Для завоевания симпатии избирателей Б. Обама, в свою очередь, рассказывал, что он на личном опыте познал, что такое расовое и классовое неравенство.

Важным шагом в построении имиджа Б. Обамы явилось то, что ему удалось связать в сознании американцев возможность своего президентства с традиционной американской философией – «американской мечтой», провозглашающей широту возможностей каждого гражданина<sup>27</sup>. Избрание афроамериканского президента во

<sup>22</sup> Б. Обама уверенно победил на президентских выборах в США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://top.rbc.ru/politics/05/11/2008/258315.shtml>

<sup>23</sup> Официальный сайт Зогби [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zogby.com/>

<sup>24</sup> Официальный сайт Зогби. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zogby.com/>

<sup>25</sup> Очень сложный выбор Америки: пламя или лед [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e-terra.kiev.ua/58.htm>

<sup>26</sup> Маккейн просит у своих сторонников денег [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.liveinternet.ru/users/1791916/post88647978/>

<sup>27</sup> См.: Barack Obama - An American Life [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.america.gov/st/elections08-english/2008/November/20081107130959xjyrrep0.4492609.htm>; Bronk K. The Obama Family [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.america.gov/st/elections08-english/2008/September/2008092611405naneergo.5104181.html>;



главе лидирующего государства с преимущественно белым населением должно было стать реализацией данной философии на практике. Так, Б. Обама в ходе предвыборной кампании регулярно говорил, о том, что в недавнем прошлом, людей с его цветом кожи даже не обслуживали в ресторанах, а сегодня у них есть возможность занимать высшие посты в государстве<sup>28</sup>.

Таким образом, в ходе предвыборной кампании в США основными претендентами на президентское кресло были задействованы рациональные технологии, апеллирующие к разуму граждан: личные встречи с избирателями, политические дебаты, ток-шоу, выступления в СМИ, политические поездки. При помощи их политические лидеры познакомили избирателей со своей политической философией, а также позволили продемонстрировать личные качества: хорошие ораторские способности, прекрасную эрудицию, личное обаяние, энергию, чувство юмора. Помимо рациональных технологий, были применены манипулятивные, направленные на «усиление» имиджей политических лидеров: имиджевая легенда, опора на социологические исследования, предвыборные обещания, методы политической мифологии.

Важнейшим фактором победы Б. Обамы можно назвать конкретно-историческую ситуацию, связанную с финансово-экономическим кризисом, произошедшим в период президентства республиканца, и актуализировавшую потребность в альтернативном кандидате. Избирательный штаб Б. Обамы смог извлечь максимальную выгоду из внешних обстоятельств, грамотно выбрав идею избирательной кампании – «перемены», и сформировав соответствующий имидж своему кандидату – «новый лидер, носитель перемен».

## **IMAGE FORMATION OF THE PRESIDENTIAL CANDIDATES JOHN MCCAIN AND BARACK OBAMA**

**E. N. DAVYBORETS**

*Vladivostok State University  
of Economics and Service*

*e-mail:  
westlake@yandex.ru*

During the period when elections became the political standard in most countries of the world there appeared necessity to reveal and study the methods, by means of which political leader creates his image that finally helps some of the politicians to occupy desired positions. The article is devoted to practical study of the process of image formation of the candidates to the presidents of the USA – John McCain and Barack Obama: major steps on creation of images, influence of the various factors on this process, technological peculiarities, determination of specific features of every candidate`s image, factors of Obama`s victory.

Key words: image, political technologies, image of leader, election campaign, John McCain, Barack Obama.

---

<sup>28</sup> См. напр.: Writer S. Barack Obama Becomes 44th President of the United States. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.america.gov/st/usg-english/2009/January/20090120151307hmnetsua0.4407007.html>; President Obama's Inaugural Address. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.america.gov/st/usg-english/2009/January/20090120130302abretnuh0.2991602.html>