**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Ошеренко Полина Григорьевна**

**«ЗНАЧЕНИЕ ЛИДЕРА В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ»**

**Н. рук. - Дорский Андрей Юрьевич, доцент, доктор философских наук**

**Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении**

**Очная форма обучения**

**Актуальность** работы связана с констатируемым политологами и социологами возрастанием роли партийного деятеля при снижении значимости партийных программ. Особенное значение этот процесс имеет для российской культуры с ее традиционным вниманием к политическим лидерам.

Однако на данный момент практически отсутствуют исследования связи между имиджами политических лидеров и партий, которые они представляют.

**Научная новизна** работы заключается в выявлении отношения между имиджами партии и политика на региональном уровне, а именно на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Также в научной литературе не представлен анализ имиджей региональных политических лидеров Алексея Ковалева и Бориса Вишневского.

**Цель исследования** состоит в выявлении роли имиджа лидера в формировании образа партии. Для ее реализации необходимо выполнение указанных ниже задач:

1. изучить научно-теоритическую базу по проблеме имиджа, политического имиджа и лидерства;
2. описать имидж региональных политических лидеров Санкт-Петербурга;
3. определить связь между деятельностью партий и политиков, которые представляют каждую из них.

**Объектом** для анализа имидж политических лидеров партий «Справедливая Россия» - Алексей Ковалев, «Единая Россия» - Виталий Милонов, «Яблоко» - Борис Вишневский.

**Предмет исследования**: формирование имиджа лидеров посредством СМИ и влияние его на образ каждой из выбранных для исследования политической партии.

**Теоретико-методологическая база** включает в себя 45 источников по проблемам имиджа, политического имиджа и лидерства, в том числе рассматриваются различные типологии лидеров. **Эмпирическая база** состоит из официальных сайтов и социальных сетей политиков, партий, разнообразных СМИ и информационных порталов, на которых опубликованы материалы по выбранных объектам исследования в ограниченный период.

**Структура работы**: введение; 1 глава, включающая параграфы: «Понятие имиджа», «Имидж в политике: понятие и технологии создания», «Типология имиджей политических лидеров»; 2 глава, включающая параграфы: «Метод исследования и вводные данные», «Алексей Ковалев. Контент-анализ СМИ»; «Борис Вишневский. Контент-анализ СМИ», «Виталий Милонов. Контент-анализ СМИ»; заключение.