

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ СОЗДАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЖЕНЩИНЫ-ЛИДЕРА: КЕЙС ДЖОРДЖИ МЕЛОНИ

Е. О. Гребенникова^а

^а Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации
(Москва, Россия)

АННОТАЦИЯ

Введение. В последние годы наблюдается значительное увеличение числа женщин, занимающих высокие должности и играющих ключевые роли в общественной жизни. Однако, несмотря на этот прогресс, женщины-политики продолжают сталкиваться с гендерными стереотипами и предубеждениями, которые могут негативно сказываться на их политическом имидже и карьерных перспективах. Автор анализирует кейс представления политического имиджа премьер-министра Италии Джорджи Мелони.

Материалы и методы. В качестве теоретико-методологической базы исследования выбрана теория неинституционализма, позволяющая сфокусировать внимание на роли культурных ценностей в процессах политической коммуникации, а также показать значимость учета ценностей, доминирующих в социуме при построении имиджа политического лидера. Эмпирической базой исследования стали биографический метод, а также анализ политического дискурса (на примере речей Джорджи Мелони в период 2019–2023 гг.).

Результаты. Проведенный анализ имиджеобразующих факторов демонстрирует важную роль умения современного политика убедить общество в своем стремлении разделять его культурные ценности. Такие доминирующие ценности итальянского социума, как «маскулинность», «избегание неопределенности» и «индивидуализм» стали основой при представлении биографии и автобиографии Джорджи Мелони в публичном пространстве. Предпочтение Мелони местных брендов в одежде также способствует формированию представления о ее единении с итальянским социумом. В политическом дискурсе итальянского политика преобладает убеждающий и формальный тон речи; использование формы «первого лица». Апелляция к личным свободам с фокусом на активности и личных достижениях находят отклик у слушателей, в соответствии с их ценностями «индивидуализма».

Обсуждение. Анализ кейса Джорджи Мелони позволяет выявить социокультурные факторы успешного построения имиджа женщины-политика и экстраполировать ее опыт на продвижение женщин-лидеров в других культурных контекстах. То, как представлены в публичном пространстве жизненный путь, внешний вид, речь и манера поведения политика призваны продемонстрировать ее единство с обществом, ее готовность разделить значимые для людей ценности. Вместе с тем, представленные в статье имиджеобразующие факторы современного политика не являются исчерпывающими и нуждаются в дальнейшем исследовании.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Политический имидж, женщины-лидеры, культурные ценности, Джорджа Мелони, права женщин, политические институты.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Гребенникова Е. О. Социокультурные факторы создания политического имиджа женщины-лидера: кейс Джорджи Мелони // Вопросы управления. 2025. Т. 19, № 4. С. 36–48. EDN YVNHUC.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Гребенникова Елизавета Олеговна – Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (119571, Россия, г. Москва, вн. тер. г. муниципальный округ Тропарево-Никулино, пр-кт Вернадского, д. 82, стр. 1) – *заведующий отделом научно-периодических изданий управления наукометрии и рейтингового продвижения*; elisaveta.grebennikova@gmail.com. SPIN 9607-7973, ORCID 0009-0007-9274-8065.

© Е. О. Гребенникова

Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons license, and indicate if changes were made.



КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ ИИ

Автор заявляет о том, что при написании данной статьи не применялись средства генеративного искусственного интеллекта.

Статья поступила 15.07.2025; рецензия получена 05.09.2025; принята к публикации 22.09.2025.

RESEARCH ARTICLE

SOCIOCULTURAL FACTORS IN CREATING THE POLITICAL IMAGE OF A FEMALE LEADER: THE GEORGIA MELONI CASE

E. O. Grebennikova^a

^a Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
(Moscow, Russia)

ABSTRACT

Introduction. Recently, there has been a significant increase in the number of women holding high-ranking positions and playing key roles in public life. However, despite this progress, female politicians continue to face gender stereotypes and prejudices that can negatively impact their political image and career prospects. The author analyzes the case of the political image presentation of the Italian Prime Minister Georgia Meloni.

Materials and methods. The theoretical and methodological framework for the study is neo-institutionalism, which allows to focus on the role of cultural values in political communication processes and to show the importance of considering the values dominant in society when constructing a political leader's image. The empirical basis of the study was a biographical method and an analysis of political discourse (using Georgia Meloni's speeches from 2019 to 2023 as an example).

Results and conclusions. The analysis of image-forming factors demonstrates the important role of a modern politician's ability to convince society of their desire to share cultural values. The Italian society dominant values such as «masculinity», «uncertainty avoidance», and «individualism» formed the basis for the presentation of Georgia Meloni's biography and autobiography in the public sphere. Meloni's preference for local clothing brands also contributes to the perception of her unity with the Italian society. In the Italian politician's political discourse, a persuasive and formal tone prevails, using the «first person» form. Appeals to personal freedoms, with a focus on activity and personal achievements, resonate with listeners, in line with their values of «individualism».

Discussion. An analysis of Georgia Meloni's case makes it possible to identify the sociocultural factors behind the successful construction of a female politician's image and allows for the extrapolation of her experience to the promotion of female leaders in many cultural settings. The way politician's life path, appearance, speech, and behavior are presented in the public sphere, is intended to demonstrate her unity with society and her willingness to share values that are important for people. However, the image-forming factors of modern politician presented in this article are not exhaustive and require further research.

KEYWORDS

Political image, women leaders, cultural values, Georgia Meloni, women rights, state institutions.

FOR CITATION

Grebennikova, E. O. (2025) Sociocultural factors in creating the political image of a female leader: the Georgia Meloni case. *Management Issues*, 19 (4), 36–48. <https://elibrary.ru/yvnhuc>.

AUTHORS' INFORMATION

Elizaveta O. Grebennikova – Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (119571, Russia, Moscow, Vernadsky Ave., 82, building 1) – *Scientific Journals Department Head*; elizaveta.grebennikova@gmail.com. SPIN 9607-7973, ORCID 0009-0007-9274-8065.

CONFLICT OF INTEREST

The author declares interests conflict lack.

USE OF AI TOOLS DECLARATION

The authors declare that they have not used Artificial Intelligence (AI) tools to write this article.

The article was submitted 15.07.2025; reviewed 05.09.2025; accepted for publication 22.09.2025.

■ ВВЕДЕНИЕ

Актуальность влияния культурных ценностей на формирование политического имиджа обусловлена убеждениями и принципами, лежащими в основе идеологии политиков. Кроме того, анализ помогает понять, как данные установки формируют их политическое поведение, принятие решений и коммуникационные стратегии. В настоящее время в политике появляется больше женщин, занимающих высокие должности и играющих важную роль в общественной жизни. Согласно Индексу гендерного неравенства, в 2023 г. женщины занимали около 26,2% мест в парламентах, тогда как в 2003 г. – 14,4%¹. Однако, несмотря на очевидный рост политического представительства, женщины до сих пор сталкиваются со стереотипами, которые могут влиять на их политический имидж. Исследование данной темы может быть актуально для повышения представленности женщин в политике.

Под политическим имиджем в данном исследовании понимается набор характеристик, ресурсов, атрибутов, стимулов и сообщений, которые могут быть переданы, и при положительном восприятии позволяют политическому субъекту определять и направлять мнение целевой аудитории, а также выделяться и позиционировать себя по отношению к ней². Одним из элементов политического лидерства является гендерная составляющая. Так, американские исследователи Хелен Астин и Кэрол Лиланд указывают на существование двух различных стилей лидерства: «жесткого», свойственного мужчинам, и «мягкого», которого придерживаются женщины. Исследователи отождествляют мужской стиль лидерства с порядком, господством или иерархией, а женский – с авторитетом, влиянием и сотрудничеством³. Более того, когда женщины приступают к выполнению политических задач, их просят продолжать «вести себя как женщины», им поручают занятия, аналогичные тем, которые они выполняют дома, и напротив, редко делегируют задачи в таких областях, как оборона или международные отношения⁴.

Стереотипное распределение ролей между различными стилями руководства может служить объяснением низкой представленности женщин на руководящих должностях. Согласно теории соответствия ролей авторства американских исследователей Алисы Игли и Стивена Карау, проблема возникает из-за несоответствия между

характеристиками, присущими женскому полу, и тем, что ожидается от лидера. Они отмечают, что быть женщиной-лидером означает подвергаться предвзятым суждениям, неодобрению или оценкам [1]. Таким образом, женщины, которые занимают руководящие должности, могут оцениваться негативно независимо от их стиля руководства, поскольку возникает несоответствие между ожидаемой социальной ролью и их руководящим статусом [2]. Чтобы справиться с этой проблемой, они вынуждены сочетать атрибуты, связанные с мужским стереотипом (напористость, компетентность, контроль), с женскими качествами, чтобы «не быть отвергнутыми»⁵.

При этом можно отметить, что в западном мире на данный момент наблюдается поворот к феминизации политики. На момент 2024 г. женщины возглавляют около 11% стран, в 9,8% государств они руководят правительствами. В 2013 г. эти показатели составляли 5,3% и 7,3% соответственно⁶. Различные факторы помогают прогнозировать дальнейший рост политического лидерства женщин. С одной стороны, демографический переход и кризис традиционных механизмов государственного управления открывают возможности для участия женщин в политике. С другой стороны, на это влияет восприятие электората, который положительно оценивает положение женщин и их политическую деятельность. Значительная часть избирателей считает, что женщины становятся лучшими лидерами, чем мужчины [2]. По мере расширения участия женщин в политической жизни лидеры становятся более открытыми и менее склонными к иерархической структуре управления. Учет гендерной проблематики при разработке государственной политики неизбежно ведет к структурным изменениям в управлении. Как только женщины занимают руководящие должности, где власть явна и законна, возникает вопрос, какого рода лидерство они осуществляют и является ли это каким-то особым видом командования, власти или доминирования, отличным от того, которым обладают мужчины.

В XXI веке складывается другой способ понимания власти, особый тип лидерства, при котором женщины определяют способ ее понимания и осуществления, который добавляет нюансы сотрудничества и новые формы общения. В рамках различных типов лидерства женщины стремятся к модифицированному типу лидерства, где

¹ Gender inequality index. – URL: <https://hdr.undp.org/data-center/thematic-composite-indices/gender-inequality-index#/indicies/GII> (дата обращения: 14.07.2025).

² Sharlamanov K., & Jovanoski A. (2014). The Role of Image in the Political Campaigns, *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 5 (6).

³ Astin, H. S., & Leland, C. (1991). *Women of influence, women of vision: a cross-generational study of leaders and social change*. Jossey-Bass.

⁴ Astelarra J., ed. (1990). *Participación política de las mujeres*. Madrid, CIS.

⁵ Lupano P. & Castro S. A., (2008). Liderazgo y género. Identificación de Prototipos de liderazgo efectivo. *Perspectivas en Psicología*, 5 (1), 69–77.

⁶ Women in politics: 2023. – URL: <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2023/03/women-in-politics-map-2023> (дата обращения: 14.07.2025).

способность делегировать полномочия проявляется другое измерение. Эта форма лидерства менее авторитарна и имеет более взвешенный уровень концентрации власти, поскольку они осуществляют командование, не полагаясь в такой степени на строгую иерархию. Это в большей степени интерактивное лидерство, и оно относится к власти более функционально и инструментально [3]. Тем не менее, люди склонны полагать, что для эффективной работы на руководящих должностях необходимо проявлять мужские качества. Такое восприятие может подтолкнуть многих женщин к поведению, подобному поведению мужчин. Даже когда некоторые из женщин начинают считаться столь же компетентными, как и их сверстники-мужчины, люди склонны думать, что они нарушают социально ожидаемые нормы.

■ МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Теоретико-методологической базой исследования выступает теория неоинституционализма. Согласно этому подходу, неформальные институты, включая культурные ценности, играют решающую роль во влиянии на политические процессы и коммуникации. Эти ценности действуют наряду с формальными институтами, направляя поведение и ожидания внутри общества. Неформальные институты формируют культурный и социальный контекст, в котором действуют женщины-политики. Эти институты влияют на то, как внешний образ и политические сообщения создаются, интерпретируются и принимаются общественностью. Ценности, с этой точки зрения, являются мотивационными ориентирами и будут объяснять все действия и поведение человека. С другой стороны, на культурном уровне ценности воспринимаются как зависимые переменные, являющиеся результатом политических, социальных или экономических факторов.

Существуют различные теории, описывающие структуру культурных ценностей и используемые для понимания сходств и различий в современных обществах. Можно выделить теорию нидерландского социолога Герта Хофстеде. Его культурная модель предусматривает 6 измерений⁷:

- дистанцированность от власти, связанная с вопросами глобального неравенства;
- избегание неопределенности, т. е. страх перед будущим и неизвестностью;
- индивидуализм (или коллективизм) как фактор интеграции в социальные группы;
- маскулинность (или феминность), которая связана с разделением эмоциональных ролей между мужчинами и женщинами;
- долгосрочная (или краткосрочная) ориентация, т. е. направление усилий на будущее или настоящее;

– снисходительность (или сдержанность), которая связана с контролем или удовлетворением желаний, направленных на наслаждение жизнью.

Измерение дистанции власти определяется как процесс, в котором общество принимает неравномерное распределение власти между неформальными институтами (семья, сообщество) и организациями. Таким образом, высокий уровень дистанцированности в этом измерении указывает на то, что неравенство в богатстве и доступе к власти считается приемлемым в обществе. Избегание неопределенности относится к той степени, в которой люди предпочитают контролировать ситуации, с которыми они сталкиваются, и пытаются избежать неизвестных обстоятельств. Таким образом, высокая степень неприятия неопределенности указывает на то, что люди проявляют низкую терпимость к двусмысленности, поэтому в данном обществе склонны разрабатывать нормативные акты различного характера, которые позволяют уменьшить такую неопределенность и риски, присущие ей.

Высокая степень измерения индивидуализма подразумевает, что общество в большей степени ценит личные цели и автономию, чем социализацию или приверженность коллективным нормам и действиям. Четвертое измерение, называемое маскулинностью (или феминностью), подразумевает степень, в которой общественные ценности, традиционно связанные с мужской ролью (компетентность, успех, богатство, амбиции, ориентация на результат) преобладают над ценностями, традиционно связанными с женской ролью (личные отношения, солидарность, качество жизни, ориентация на человеческий фактор и эмпатия). Долгосрочная ориентация указывает на то, в какой степени общество ценит долгосрочные обязательства и принимает выполнение текущих усилий в обмен на вознаграждение или удовлетворение в будущем, в отличие от немедленного достижения целей.

Хофстеде исследовал разные государства по шести категориям и оценивал уровень каждого показателя в баллах, учитывая при этом влияние валового национального продукта на душу населения, т.е. масштаб национального благосостояния [4].

Американский психолог Гарри Триандис пересмотрел и усовершенствовал измерения индивидуализма и коллективизма Хофстеде и интерпретировал их с точки зрения личных и групповых отношений, придавая большее значение психологическим процессам, таким как самость и групповая идентичность⁸. Автор предлагает изучить культурные ценности как предикторы поведения людей. Среди культурных ценностей Триандис выделяет три:

⁷ Country comparison. Hofstede insights. – URL: www.hofstede-insights.com/country-comparison/ (дата обращения: 14.07.2025).

⁸ Triandis, H.C. (1988). Cross-cultural contributions to theory in social psychology // In M. H. Bond (Ed.). *The cross-cultural challenge to social psychology* (pp. 122–140). Newbury Park, CA : Sage Publications.

1) закрытость. Закрытыми считаются однородные культуры, в которых нормы навязываются с возможностью небольшого отклонения. Это чаще встречается в более густонаселенных регионах, где у людей есть взаимозависимые рабочие места и требуется поведение, соответствующее ожиданиям;

2) сложность. Это более современные общества, характеризующиеся индустриализацией, комфортом и богатством, по сравнению с более простыми обществами;

3) индивидуализм/коллективизм. Индивидуализм присущ средам, характеризующимся независимыми людьми, где сферы деятельности очень сложны, а личные цели более независимы. Коллективизм подчеркивает организованность людей и наличие большей взаимозависимости.

Стоит заметить, что культурная модель Хофстеде подвергалась критике и со стороны другого исследователя – израильского социального психолога Шалом Шварца. В частности, он не соглашался с таким критерием, как противопоставление индивидуализма коллективизму, отмечая, что существуют ценности, которые могут служить как личным, так и коллективным интересам. Кроме того, личные и коллективные интересы могут не противоречить друг другу [5]. В ответ на культурную модель Хофстеде, Шварц предлагает свою теорию культурных ценностей. Он выделяет семь основных культурных ценностей:

- гармония (защита окружающей среды, единение с природой, пацифизм);
- эгалитарный компромисс (равноправие, социальная справедливость, взаимопомощь);
- иерархия (власть, смирение, авторитет);
- принадлежность (социальный порядок, уважение к традициям, самодисциплинированность);
- интеллектуальная автономия (любопытность, творчество, отсутствие предубеждений);
- аффективная автономия (удовольствие, разнообразная и захватывающая жизнь);
- компетентность (честолюбие, риск, стремление к успеху) [6].

Эти культурные ценности могут быть противопоставлены друг другу и структурированы в полярных измерениях. Так, автономия противопоставляется принадлежности, поскольку в то время как автономия приносит пользу индивидуальной личности и приводит к «самопродвижению», принадлежность приносит пользу группе или обществу и приводит к «самопревосхождению». Иерархия и компетентность, в свою очередь, могут быть противопоставлены гармонии и эгалитарному компромиссу по тому же принципу [7]. Если первые ценности могут быть поддержаны индивидуализмом, то вторые нацелены на главенство коллективизма.

Рассматривая концепции Шварца, Триандиса и Хофстеде, можно выделить общее и отличное. Хофстеде и Триандис выделяли индивидуализм/коллективизм как одну из основных ценностей, тогда как Шварц отмечает, что все ценности могут быть как личными, так и коллективными. Что касается дистанции власти, предложенной Хофстеде, можно увидеть схожие ценности у Шварца и Триандиса, такие как иерархия и закрытость. Снисходительность (сдержанность) Хофстеде также может быть сопоставлена с аффективной автономией/принадлежностью Шварца. В данном исследовании основной акцент направлен на ценности по Хофстеде, при этом подходы Шварца и Триандиса также приняты во внимание.

Эмпирической базой исследования ценностных аспектов в создании политического имиджа женщин-лидеров выступает биографический метод, а также анализ особенностей политического дискурса (на примере речей Джорджи Мелони в период 2019–2023 гг.).

■ РЕЗУЛЬТАТЫ

Политик добивается успеха, если ему удастся уловить значимые для его электората ценности, попасть в социокультурный контекст социума. Анализ культурного измерения ценностей итальянцев по Хофстеде⁹ (рисунок 1) позволил выделить ценности, которых придерживаются жители Италии; ценности, значимые для формирования политического лидера.

Измерение дистанции власти касается того, в какой степени менее влиятельные члены институтов и организаций внутри страны ожидают и принимают тот факт, что власть распределяется неравномерно. Дистанция власти измеряет отношение культуры к неравенству между людьми в обществе [8]. Согласно исследованиям Хофстеде, в Италии предпочтение отдается равенству, а также децентрализации власти и принятия решений. Молодое поколение, в частности, склонно не любить контроль и формальный надзор, предпочитая вместо этого командную работу и открытый стиль управления. Это отвращение к контролю еще больше усиливается высоким баллом по индивидуализму. Так, несмотря на то, что итальянское общество в целом не демонстрирует явного предпочтения ни индивидуализму, ни коллективизму, в этом параметре наблюдается региональный раскол. Северная и центральная части Италии демонстрируют индивидуалистическую культуру, где люди часто могут чувствовать себя изолированными даже в многолюдной среде. Для многих итальянцев реализация личных идей и целей сильно мотивирует к достижению успеха, а личное удовлетворение рассматривается как путь к счастью. Южная Италия, напротив, больше склоняется

⁹ Italy. Hofstede insights. – URL: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool?countries=italy> (дата обращения: 14.07.2025).

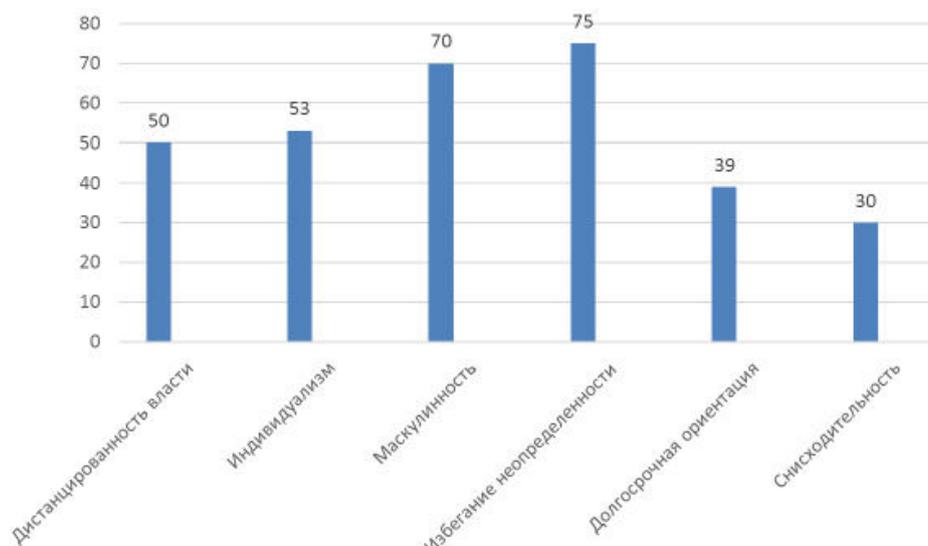


Рисунок 1 – Измерения ценностей итальянцев, по Герту Хофстеде
Figure 1 – Italian values' dimensions according to Geert Hofstede

к коллективизму, где семейные сети и групповая принадлежность играют значительную роль в общественной жизни. Такие ритуалы, как свадьбы или воскресные семейные обеды, являются важными событиями, которые нельзя пропустить.

Характерным для Италии является высокий уровень маскулинности, что позволяет описать эту страну как общество, решительно ориентированное на успех. Итальянцев с раннего возраста учат, что конкуренция – это хорошо, и что быть победителем важно в жизни. Успех часто демонстрируется с помощью символов статуса. Высокий уровень показателя избегания неопределенности указывает на то, что итальянцы, как правило, не любят двусмысленности. Формальность важна в итальянском обществе, а гражданский кодекс сложен и содержит множество дополнений. Несмотря на это обстоятельство, итальянцы не всегда строго соблюдают все правила, хорошо ориентируясь в бюрократической системе и понимая, какие правила важны, а какими можно пренебрегать. На рабочем месте высокий уровень избегания неопределенности приводит к тщательному планированию. Итальянцам для снятия напряжения часто нужны расслабляющие моменты в повседневной жизни, например, долгий обед или частые перерывы на кофе. Высокий показатель этого параметра также делает итальянцев очень страстными людьми, которые сильно и часто выражают свои эмоции, особенно с помощью мимики и жестикуляции.

Италия характеризуется нормативной культурой. Итальянцы демонстрируют сильную заботу об установлении абсолютной истины, уважение к традициям и относительно низкую склонность откладывать деньги на будущее. Они сосредоточены на достижении быстрых результатов, что отражает их нормативный взгляд на ситуацию.

Кроме того, итальянцы, для которых характерна культура сдержанности, чувствуют, что их действия ограничены социальными нормами.

Что касается ценностей по Шварцу, Италия относится к таким культурным ценностям, как интеллектуальная автономия, эгалитарный компромисс и гармония [9]. Интеллектуальная автономия побуждает людей независимо друг от друга реализовывать свои собственные идеи. Примеры важных ценностей в таких культурах включают широту взглядов, любознательность и креативность. Эгалитарный компромисс предполагает, что люди социализируются, чтобы усвоить обязательство сотрудничать и чувствовать заботу о благополучии каждого. Ожидается, что они будут действовать на благо других по собственному выбору. Важными ценностями для таких культур являются равенство, социальная справедливость, ответственность, помощь и честность. Наконец, гармония подчеркивает необходимость приспособления к социальному и природному миру. Важными ценностями в гармоничных культурах являются мир в мире, единение с природой, защита окружающей среды и принятие своей доли.

Стоит также отметить, что Италия характеризуется высоким уровнем недоверия к основным институтам страны, за исключением вооруженных сил и президента республики. Лишь 20% итальянцев доверяют парламенту¹⁰. Электоральная нестабильность повсюду является приметой времени, но в Италии она достигла невиданного ранее уровня.

В контексте вышеописанных культурных ценностей итальянцев автор выбрала формирование политического имиджа Джорджи Мелони. Данный выбор обусловлен тем, что Джорджи Мелони не так давно находится у власти, что позволяет

¹⁰ Italia, treinta años después. – URL: <https://legrandcontinent.eu/es/2022/11/02/italia-treinta-anos-despues-1992-2022/> (дата обращения: 14.07.2025).

проследить формирование ее политического имиджа. Кроме того, все ее публичные выступления и элементы политической биографии находятся в открытом доступе, что позволило провести полноценный анализ.

После того как партия, лидером которой она является («Братья Италии»), получила более 26% голосов на политических выборах 25 сентября 2022 г., лидер правоцентристской коалиции Джорджа Мелони стала первой женщиной в истории страны, возглавившей Совет министров Итальянской Республики¹¹. 22 октября 2022 г. Джорджа Мелони вместе со своими министрами приняла присягу в Квиринальском дворце в качестве премьер-министра.

Одним из первых политических начинаний Мелони стало вступление в ряды актива итальянского социального движения «Национальные правые». Важной частью политической карьеры Джорджи Мелони были митинги в Атреху, которые она начала проводить в 1998 г. в качестве лидера политического движения «Молодежное действие». В марте 2004 г. Мелони была избрана президентом «Молодежного действия» и стала первой женщиной-президентом правой молодежной организации. Поддержали ее кандидатуру те политики, которые впоследствии остались в кругу ее доверенных лиц, такие как Иньяцио Ла Русса и Маурицио Гаспарри (впоследствии перешел в партию «Вперед, Италия»). Лозунг Джорджи в тот период звучал как «Сыны Италии». Отсюда и родилось название ее будущей партии «Братья Италии».

В ноябре 2012 г. она выдвинула свою кандидатуру на праймериз «Народа свободы», однако партия отказалась от проведения праймериз, поэтому Мелони покинула ее и создала новое правоцентристское политическое движение «Братья Италии» вместе с Гвидо Крозетто и Иньяцио Ла Русса. В 2018 г. она представила «Братьев Италии» на политических выборах в составе правоцентристской коалиции, но не добилась хорошего результата, едва набрав 4% голосов. С момента вступления в парламент «Братья Италии» всегда оставалась в оппозиции – как к левоцентристским правительствам (Энрико Летты или Джузеппе Конте), так и к первому правительству Конте¹².

Биография как составляющая политического имиджа

Биография Джорджи Мелони была одной из составляющих ее политического имиджа. Мелони создала себе образ человека, далекого

от привилегированной и элитарной среды, к которой принадлежит значительная часть итальянского политического класса, используя это в качестве одного из своих предвыборных активов. Как уже происходило с лидерством Сальвини или Берлускони, личный фактор сыграл роль в повышении привлекательности кандидатуры Джорджи Мелони. Она позиционировала себя как «женщина, которой никто ничего не дал, и чья твердость и настойчивость в своих убеждениях высоко ценится итальянским населением»¹³. Итальянский лидер представляет себя обычной женщиной со своими увлечениями, страхами и пытается казаться более человеческой, чем ее политические конкуренты.

Еще одним элементом усиления символической стороны имиджа была *автобиография* Джорджи Мелони¹⁴. В книге она представляет себя как молодую активистку из популярного района Рима, которой с юных лет приходилось работать, чтобы платить за учебу. Мелони постоянно ссылается на это и представляет себя естественным и искренним человеком, который показывает себя публике таким, какой он есть. В отличие от того, что происходит с другими крайне правыми лидерами, которые полностью соответствуют архетипу, связанному с их политической позицией, фигура Мелони ускользает от стереотипов, традиционно ассоциирующихся с политическим пространством: богатые ультраправые, боящиеся потерять свои привилегии, или жестокие и опасные ультраправые. Это хорошо знает Мелони, которая не стесняется выдвигать на первый план истории из своей личной жизни, ломающие все стереотипы, – например, о том, что она не замужем за своим партнером и что у нее есть дочь, рожденная вне брака, – то, в чем, по ее словам, ее часто упрекают, называя лицемеркой за защиту естественной семьи, основанной на браке¹⁵.

Мелони пытается быть доступной и проявлять определенное чувство юмора, иронизируя над собой. Само название работы – *Io sono Giorgia* – взято из сатирического ремикса DJ MEM & J, превратившего речь Мелони на площади Пьяцца-дель-Пополо в техно-песню. Хит стал вирусным в Италии, и Мелони пыталась «присвоить» его с первого момента, вплоть до того, что назвала свою книгу таким образом и структурировала главы в соответствии с текстом припева песни: *Io sono Giorgia, sono una donna, sono una madre*¹⁶.

Анализ биографии и автобиография показывает, что Мелони удалось обратиться к таким

¹¹ Elezioni camera 2022 risultati Italia. – URL: <https://elezioni.repubblica.it/2022/cameradeideputati/> (дата обращения: 14.07.2025).

¹² Giorgia Meloni // Italian government. – URL: <https://www.governo.it/en/governo/meloni/president-council-ministers/giorgia-meloni> (дата обращения: 14.07.2025).

¹³ La «nueva» Italia de Giorgia Meloni. – URL: <https://politicaprosa.com/es/la-nueva-italia-de-giorgia-meloni/> (дата обращения: 14.07.2025).

¹⁴ Meloni G. *Io sono Giorgia*. Rizzoli, 2021 (дата обращения: 14.07.2025).

¹⁵ Ibid.

¹⁶ “Io sono Giorgia”: sono una donna, sono una madre, fingo di non essere fascista // The Vision. – URL: <https://thevision.com/politica/autobiografia-giorgia-meloni/> (дата обращения: 14.07.2025).

ценностям итальянцев, как индивидуализм (апелляция к личным достижениям и активности лидера), маскулинность (амбициозность и личный путь к успеху), эгалитарный компромисс (естественность, стремление к равноправию).

Внешний вид и стиль как элемент политического имиджа

Рассматривая стиль Мелони в период ее предвыборной кампании, можно отметить, что в ее гардеробе присутствуют преимущественно светлые пастельные тона, символизирующие чистоту и честность. Джорджа не стеснялась подчеркивать свою феминность: в ее гардеробе много юбок и платьев. Наличие светлых тонов также важно в контексте политических заявлений Мелони, поскольку черный цвет считается одним из визуальных кодов Муссолини и фашистской риторики, от которой Мелони пыталась дистанцироваться¹⁷. Она предпочитает одежду «оверсайз» (акцент на избегании жестокости), качественные ткани и предпочитает носить спортивную обувь (образ «человека с улицы»). Ее волосы изменились со светло-каштановых на светлые, преследуя ту же цель – смягчить радикальное словесное послание. Важно заметить, что Мелони отказалась от дизайнерских аксессуаров после множественных критических заявлений в 2018 г. и заменила их местными брендами¹⁸. Кроме того, Мелони часто носит браслеты в цветах итальянского флага, автором которых является ее дочь. Это позволяет как показать патриотический настрой лидера, так и в очередной раз подчеркнуть близость к народу и приверженность семейным ценностям.

Джорджа Мелони запомнилась частыми выходами в джинсах и кроссовках во время предвыборной кампании, что может быть связано со стремлением к равенству и децентрализации власти. Помимо любви к джинсам и удобной обуви еще одной сильной стороной Джорджи Мелони на символическом уровне является использование цветов национального флага в гардеробе, что усиливает патриотический посыл. На одном из последних выходов перед выборами она выбрала зеленый пиджак и белую блузку. Политик является экспертом во «властной одежде» и переосмысливает эту одежду, традиционно связанную с мужским стилем, чтобы вызвать чувство уважения и серьезности среди своих коллег и избирателей. Единственное «уникальное» изделие, которое можно

было увидеть на ее публичных выступлениях, – это плиссированное платье длины миди, также соответствующее цветам итальянского флага¹⁹.

Стоит отметить, что с приходом к власти стиль Джорджи Мелони стал более официальным, она приняла «камуфляж мужского статус-кво»²⁰. Одежда, которую политик выбрала для первых мероприятий, ассоциируется с такими словами, как трезвость, строгость, контроль. Одним из первых образов был синий костюм от Джорджио Армани, который на официальных фотографиях делал Мелони похожей на стоявших рядом с ней мужчин-министров. Для одной из церемоний был выбран черный костюм того же бренда. Здесь линии стали более строгими, а крой – еще более мужественным. Туфли на плоской подошве, надетые по прибытии, также были явно мужскими, вероятно, для того чтобы обеспечить безопасную и стабильную прогулку перед приветствовавшим ее почетным караулом. Лидерство, показанное в этом образе, демонстрирует преобладание мужского кода, ориентированного на действие и конкретность. Синий цвет передает строгость, власть, контроль и смягчается белым цветом рубашки, который выражает осознанность, ясность и прозрачность. Плоские туфли на шнуровке символизируют мужскую роль. Это позволяет Мелони выглядеть более мужественно и решительно, что характерно для маскулинности, присущей итальянцам.

Анализ политического дискурса: вербальные и невербальные составляющие политического имиджа женщины-политика

Рассматривая язык коммуникации Мелони, стоит отметить, что он менялся от радикальных и эмоциональных высказываний до более умеренных речей. В 1996 г. Джорджа дала интервью французскому журналисту и заявила, что «Муссолини был хорошим политиком, он сделал это для Италии. За последние 50 лет у нас не было другого политика, подобного ему»²¹. В последующие годы политик дистанцировалась от фашизма, но никогда не объявляла себя антифашисткой. В дальнейших интервью для иностранной прессы она осуждала фашистские настроения, заявив, что «итальянские правые на десятилетия отправили фашизм в историю, недвусмысленно осудив лишение демократии и позорные антиеврейские законы»²².

Первым выступлением Мелони на международной арене, которое позволяет дать оценку

¹⁷ Tutto il nero d'Italia. – URL: <https://www.ilfoglio.it/gli-speciali-del-foglio/2019/02/11/news/tutto-il-nero-d-italia-237306/> (дата обращения: 14.07.2025).

¹⁸ El estilo de Giorgia Meloni, la mujer que renuncia a la elegancia italiana. – URL: https://www.vanitatis.elconfidencial.com/estilo/moda/2022-09-28/giorgia-meloni-analisis-de-estilo-looks_3496482/ (дата обращения: 14.07.2025).

¹⁹ ¿Quién es Giorgia Meloni? – URL: <https://ctxt.es/es/20210701/Politica/36642/giorgia-meloni-ultraderecha-italia-salvini-berlusconi-fratelli-jaime-bordel-gil.htm> (дата обращения: 14.07.2025).

²⁰ Giorgia Meloni and the Politics of Power Dressing. – URL: <https://www.nytimes.com/2022/11/09/style/giorgia-meloni-style.html> (дата обращения: 14.07.2025).

²¹ Far-right Meloni joins Italians marking liberation from fascism. – URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-65385120> (дата обращения: 14.07.2025).

²² La «nueva» Italia de Giorgia Meloni. – URL: <https://politicaprosa.com/es/la-nueva-italia-de-giorgia-meloni/> (дата обращения: 14.07.2025).

ее политическому дискурсу, является речь на Международном конгрессе семей в 2019 г. в Вероне [10]. Она начинает речь с шутки, настраивая аудиторию на неформальный тон, «сокращает дистанцию» и создает доверительную атмосферу. В течение всей речи Мелони использует местоимение первого лица, подчеркивая как общность, так и апеллируя к собственному опыту. Она открыто обвиняет «других» в нападении на идентичность, переводя семейный вопрос в сферу национальной идентичности. «Я не могу называть себя итальянкой, христианкой, женщиной, матерью. Нет! Я должна быть гражданином X, полом X, родителем 1, родителем 2. Я должна быть числом, потому что, когда я просто число, когда у меня нет идентичности, когда у меня нет корней, тогда я буду идеальным рабом крупных финансовых спекулянтов»²³. Она апеллирует к традициям, к религиозности итальянцев, к патриотическому настрою, часто повторяя слова «идентичность», «поддержка», «общество». Наряду со столь эмоциональными высказываниями Мелони усиливала и невербальное воздействие. Она выступала стоя, используя перевод на жестовый язык, ее выражение лица менялось в соответствии с ее риторикой, становясь агрессивным.

Одним из наиболее известных выступлений за пределами страны является участие Мелони в митинге испанской партии «Голос» в Марбелье, куда она была приглашена для поддержки Макарен Олоны во время кампании по региональным выборам в Андалузии [11]. Измененным тоном, близким к крику, который некоторым аналитикам напомнил тон Бенито Муссолини, Мелони ясно дала понять: «Не существует возможных медиаторов: либо вы говорите “да”, либо говорите “нет”. Да – естественной семье, нет – лобби ЛГБТ, да – сексуальной идентичности, нет – гендерной идеологии, да – культуре жизни, нет – бездне смерти, да – универсальности креста, нет – исламистскому насилию, да – безопасным границам, нет – массовой иммиграции, да – работе наших граждан, нет – крупным международным финансам, да – суверенитету народа, нет – бюрократам в Брюсселе. И да – нашей цивилизации, и нет – тем, кто хочет ее уничтожить»²⁴.

Выступление итальянского политика обобщает мировоззрение крайне правых.

Во-первых, в центре внимания теперь уже классические крайне правые вопросы: «угроза», представленная иммигрантами, и предполагаемая «доминирующая» идеология, которая сочетает в себе политкорректность, энвайронментализм

и феминизм, навязанные левыми и «глобалистскими элитами» [11]. Мелони открыто использует популистскую риторику и язык, создавая дихотомическое видение общества, в котором «народ», то есть «мы», противопоставляется «им», представленным легко опознаваемыми врагами.

Во-вторых, в заключительной части своего выступления лидер «Братьев Италии» подчеркивает идеологические ценности своего политического предложения, основанные на триаде «Бог, Страна и Семья».

В-третьих, Мелони утверждает, что она женщина [11]. Неоднократное упоминание женщин имеет основополагающее значение в речи Мелони. С одной стороны, Мелони претендует на то, чтобы быть женщиной: ее лидерство, как и руководство партией Марин Ле Пен во Франции или Макареной Олоной в испанской Андалузии, ставит на первый план феномен феминизации. С другой стороны, выступая против предполагаемой «гендерной идеологии», Мелони оправдывает то, что женщины, воспринимаемые как матери, подчеркивают важность рождения. Следовательно, она заявляет, что существует демографическая проблема в западных странах, которые страдают от «этнической замены», проводимой «глобалистскими элитами».

Более того, Мелони использует риторику, имеющую явно антикапиталистический подтекст, который идеально совпадает с популистским стилем: это служит для того, чтобы представить себя единственным политическим вариантом, который защищает рабочий класс от левых, «продавшихся» большому капиталу. Наконец, стоит также выделить попытку присвоить концепции надежды и перемен, традиционно связанные с левыми. Во времена «Движения 15-М», «Захвати Уолл-стрит» и «Арабской весны» именно левые и социальные движения говорили о «переменах» и «надежде» [12].

Среди известных выступлений Джорджи Мелони за пределами Италии также выделяется речь, которую она произнесла во время мероприятия Viva-21 в октябре 2021 г.: «Сегодня здесь я чувствую себя как дома, потому что погружена в великолепное наследие традиций, созданных испанской цивилизацией на протяжении веков. Я чувствую себя как дома, потому что здесь царит атмосфера национальной культуры и гордости, корней, истории и самобытности»²⁵. Мелони снова проводит параллель между «своими» и «монстрами», выступающими за пропаганду ЛГБТ и атеизма. Она отмечает, что семья, ядро которой

²³ Address to the World Congress of Families XIII // American Rhetoric. – URL: <https://www.americanrhetoric.com/speeches/giorgiameloniworldcongressoffamilies13.htm> (дата обращения: 14.07.2025).

²⁴ El estilo populista de Giorgia Meloni // El Grand Continent. – URL: <https://legrandcontinent.eu/es/2022/09/06/el-estilo-populista-de-giorgia-meloni/> (дата обращения: 07.05.2025).

²⁵ Giorgia Meloni's full speech at Viva21! // VOX España. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xelzOxcpWNM> (дата обращения: 14.07.2025).

необходимо для продолжения рода, то есть центральный элемент привязанности и солидарности между поколениями, подвергается нападкам. Нападкам также подвергается и сексуальная идентичность, которую группы давления ЛГБТ хотят уничтожить с помощью гендерной пропаганды в средствах массовой информации [13].

В программной речи Мелони в парламенте Италии ее тон изменился. Она заявила, что никогда не испытывала «сочувствия к фашизму», и, пытаясь успокоить Брюссель, заявила, что хочет не «саботировать» Европейский союз, а сделать его «более эффективным»²⁶. Этот умеренный тон контрастирует с экстремистской позицией, проявленной во время ее участия в митинге «Голоса» по случаю июньских выборов в Андалузии, что объясняется разными адресатами ее речей. Влияние ее предшественника Марио Драги и президента Республики Серджо Маттареллы, возможно, повлияло на сдержанность, проявленную новым лидером. С одной стороны, она заверила, что «правоцентристы никогда не будут ограничивать гражданские права или аборт», и осудила весь тоталитаризм XX в., прямо сославшись на фашизм и «позор расовых законов». С другой стороны, она успокоила ЕС разумной позицией. Ее правительство хочет, чтобы ЕС более эффективно реагировал на кризисы, гарантируя, что голос Италии будет услышан, как и подобает в случае «великой нации-основательницы». Она также заверила, что Италия останется верным партнером НАТО. В речи она неоднократно использовала такие слова, как «будущее», «демократия», «безопасность». Таким образом, можно отметить, что Мелони смягчила свои резкие предвыборные заявления.

При этом в декабре 2023 г. Джорджа Мелони снова вернулась к предыдущей риторике, выступив на Демократическом саммите в Будапеште перед другими ультраконсервативными и крайне правыми лидерами. Мелони вернулась к своим высказываниям в пользу традиционной семьи и против нелегальной иммиграции: «Развитые страны движутся к полному краху. Мы должны увидеть причины. Демография – это вызов, написанный заглавными буквами»²⁷. Слова «семья» и «дети» были наиболее часто употребляемыми в речи Мелони. Итальянский политик заверила, что не согласна с широко распространенным на Западе мнением, согласно которому иммиграция может стать ключом к решению проблемы «демографической зимы», от которой страдает большинство европейских стран. Вместо

иммиграции, призванной решить проблему падения рождаемости, Мелони выступала за «большую координацию» со стороны Европейского союза, чтобы «принять меры» для приостановки демографического спада²⁸. Она снова апеллировала к понятиям «идентичность», «безопасность» и «поддержка».

Премьер-министр Италии выступила после благословения представителей православных конфессий, приглашенных на конгресс, организованный премьер-министром Венгрии Виктором Орбаном. Мелони произнесла страстную речь в защиту традиционной семьи. «Мы живем в такое время, когда всё, что мы ценим, подвергается атакам. Это опасно для нашей национальной, религиозной и семейной идентичности. Это должно дать нам силы защищать наши права», потому что «без этой идентичности мы не более чем простые цифры»²⁹. По словам Мелони, образ традиционной семьи изменился за последние десятилетия, и будущее вызывает большое беспокойство. Премьер-министр Венгрии аплодировал вмешательству своего «партнера» и во время своего выступления воспользовался возможностью отстоять свой тезис о семье и «напасть на Европу».

Исходя из проведенного анализа, можно отметить, что, несмотря на смягчение тона и некоторые изменения в коммуникативном имидже в период после прихода к власти, на данный момент Джорджа Мелони вернулась к тому языку, который использовала в период предвыборной кампании. Это позволяет прийти к выводу о том, что политический имидж на этапе его формирования и после прихода к власти не изменился.

Мы можем отметить, что Джорджа Мелони в коммуникации использовала неформальные речевые обороты, предпочитая инклюзивный и доверительный подход в общении, что характерно для низкой дистанции власти. На первый план она выставляла свой путь к достижению успеха, позиционируя себя как амбициозную и напористую личность. Кроме того, в своих речах она часто выбирала формальный тон для обвинения других политиков и демонстрации своих позиций. Мелони неоднократно апеллировала к уважению традиций и нынешним вызовам для государства. Что касается использования местоимений первого лица в речи, Мелони использовала как единственное, так и множественное число, подчеркивая и свою индивидуальность, и общность с народом. Важно заметить, что Мелони необходимо было отделиться от «классического» образа политика, чтобы получить поддержку электората.

²⁶ «Italy standing tall»: Giorgia Meloni's program speech. – URL: <https://www.centromachiavelli.com/en/2022/10/26/giorgia-meloni-discorso-programmatico-integrale/> (дата обращения: 14.07.2025).

²⁷ President Meloni's speech at the Budapest Demographic Summit – 'Family is the key to security' session // Italian government. – URL: <https://www.governo.it/en/articolo/president-meloni-s-speech-budapest-demographic-summit-family-key-security-session/23579> (дата обращения: 04.05.2025).

²⁸ Там же.

²⁹ Там же.

■ ВЫВОДЫ

Таким образом, Джорджа Мелони строит свой политический имидж в соответствии с ценностями, разделяемыми итальянцами, что отображается как в символической, так и в социальной составляющей ее политического имиджа. Поскольку итальянцам свойственна маскулинность, Мелони апеллирует к личному пути к достижению успеха, наличию целей и достижений. Внешний образ сочетает формально-деловой стиль и индивидуальные особенности. В речи итальянского политика преобладает убеждающий и формальный тон. Эгалитарному компромиссу соответствуют традиционные образы Мелони и приоритет местных брендов. Такой ценности, как гармония, отвечают положительный образ политика, дружелюбие и пацифизм. Индивидуализм итальянцев отображается в использовании первого лица, апелляции к личным свободам, фокусе на личных достижениях, активности лидера. Более того, ценности итальянцев остаются фактором политического имиджа Мелони и в период ее нахождения у власти.

■ ОБСУЖДЕНИЕ

На основании рассмотренного кейса можно сделать вывод, что Джорджа Мелони конструировала свой политический имидж, опираясь на ценности, преобладающие и разделяемые в итальянском обществе. Важно отметить, что культурные ценности могут варьироваться в разных обществах и контекстах. Речь, внешний вид, пол, прошлое и имидж политика – все это может зависеть от сложного взаимодействия культурных факторов, что делает необходимым понимание конкретного культурного контекста, в котором они действуют.

В разных культурах могут быть разные ожидания и предпочтения, когда речь заходит о качествах, которые они ценят в политических

лидерах. Ценности могут оказывать влияние на взаимодействие политика с избирателями, на язык коммуникации, который они используют. Так, маскулинность в поведении и коммуникации могут негативно влиять на оценку политической компетентности и возможности занять политическую должность женщины-политика, также на коммуникацию оказывают влияние индивидуализм и дистанция власти. Культуры, которые ценят снисходительность, могут поддерживать политических деятелей, пропагандирующих личную свободу и удовлетворение потребностей, в то время как те, которые ценят сдержанность, могут отдавать предпочтение лидерам, которые подчеркивают строгие социальные нормы и самодисциплину. В культурах с долгосрочной ориентацией политики могут подчеркивать долгосрочные цели, планирование на будущее и устойчивость в своих выступлениях. И наоборот, в культурах с краткосрочной ориентацией политики могут больше концентрироваться на сиюминутных потребностях, краткосрочных результатах и нынешних вызовах.

Можно отметить, что эти социокультурные факторы требуют учета более индивидуализированных элементов национального культурного кода при построении политического имиджа. Полученные выводы могут найти применение в дальнейших исследованиях по вопросам построения успешного политического имиджа женщин-лидеров в разных культурах.

Вместе с тем, представленные в статье имиджеобразующие факторы современного политика не являются исчерпывающими и нуждаются в дальнейшем исследовании. Рассмотренные ценностные паттерны могут быть расширены за счет других социокультурных подходов.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Eagly A. H., Karau S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*. 109 (3). Pp. 573–598. DOI 10.1037/0033-295X.109.3.573. EDN GZRIQH.
2. Roman Marugan, P., Ferri Dura, J. (2017). El liderazgo Politico femenino : la dificultad de una explicacion. *Revista De Estudios De Las Mujeres*. (1). Pp. 86–109. DOI 10.25115/raudem.v1i0.568.
3. Eagly A., Carli L. (2018). *Women and the Labyrinth of Leadership in Contemporary Issues in Leadership*. New York, Routledge. DOI 10.4324/9780429494000-17.
4. Минков М., Ломакин И., Соколов Б. Эволюция модели культурных измерений Хофстеде: параллели между объективной и субъективной культурой // Социологическое обозрение. 2023. Т. 22, № 3. С. 287–317. DOI 10.17323/1728-192x-2023-3-287-317. EDN OKFJGC.
5. Schwartz Sh. H. (1990) Individualism-Collectivism. Critique and Proposed Refinements. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 21 (2). Pp. 139–157. DOI 10.1177/0022022190212001. EDN JNCOXN.
6. Kaasa A., Welzel C. (2023) Elements of Schwartz's Model in the WVS: How Do They Relate to Other Cultural Models? *Cross-Cultural Research*. DOI 10.1177/10693971231179792. EDN AXMNEC.
7. Schwartz S. H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values // *Online Readings in Psychology and Culture*. 2 (1). DOI 10.9707/2307-0919.1116.
8. Хофстеде Г. Модель Хофстеде в контексте: параметры количественной характеристики культур // Язык, коммуникация и социальная среда. 2014. № 12. С. 9–49. EDN SPHEPP.
9. Погорельская О. А. Способы реализации манипулятивных техник как основа для

- составления речевого портрета политика на примере выступления Дж. Мелони во время протестных демонстраций сторонников правоцентристских партий в Италии // Политическая лингвистика. 2021. № 2 (86). С. 106–115. DOI 10.26170/1999-2629_2021_02_10. EDN RVTXPS.
10. Donofrio A., Rubio Moraga A. L. (2022). Giorgia Meloni y el discurso de Marbella: Un análisis de su visión del feminismo en Twitter y en sus discursos. *VISUAL REVIEW: International Visual Culture Review* // Revista Internacional de Cultura Visual. 12 (1). DOI 10.37467/REVVISUAL.V9.3710.
 11. Погорецкая О. А., Савельева А. П. Коммуникативные стратегии и тактики формирования имиджа в итальянском политическом дискурсе (на основе речей Дж. Мелони и Фр. Лоллобриджида) // Политическая лингвистика. 2022. № 6 (96). С. 89–100. DOI 10.26170/1999-2629_2022_06_10. EDN VDYVMZ.
 12. Биккинина Д. Д. Дискурс политических взглядов Джорджи Мелони в отношении семейных ценностей // Коммуникология. 2023. Т. 11, № 4. С. 171–182. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-171-182. EDN KLAJFB.
 13. Lcdo Hector Oswaldo Aguilar Cajas Et Al. Political branding as a Communication Tool in the construction of Image in the Political Candidates of the Sectional Elections in the City of Riobamba – Ecuador / Lcdo Héctor Oswaldo Aguilar Cajas Et Al // Russian Law Journal. 2023. Vol. 11, No. 7s. DOI 10.52783/rlj.v11i7s.1469. EDN RCMEMN.
 14. Алексеенкова Е. С. Парламентские выборы в Италии 2022: ожидаемая победа правых // Аналитические записки Института Европы РАН. 2022. № 3 (31). С. 22–30. DOI 10.15211/analytics32220222230. EDN VLDGMO.
 15. Tabellini G. (2008) Institutions and culture. *Journal of the European Economic association*, 2008. 6 (2-3). Pp. 255–294. DOI 10.1162/JEEA.2008.6.2-3.255.
 16. De Giorgi, E., Cavalieri A., Feo F. (2023). From Opposition Leader to Prime Minister: Giorgia Meloni and Women’s Issues in the Italian Radical Right. *Politics and Governance*. 11 (1). DOI 10.17645/pag.v11i1.6042. EDN XPKUJM.
 17. Алексеенко А. М. Влияние коллективизма и индивидуализма на восприятие имиджа политического лидера // Социально-гуманитарные знания. 2021. № 3. С. 143–149. DOI 10.34823/SGZ.2021.3.51597. EDN HWGMYR.
 18. Халитова Е. Ю., Слинко Е. А. Политический имидж политика в контексте концепции харизматического лидерства // Среднерусский вестник общественных наук. 2017. Т. 12, № 5. С. 163–169. DOI 10.22394/2071-2367-2017-12-5-163-169. EDN ZXMGMB.
 19. Старцев Я. Ю. Ценностные установки президентской власти: дистрибутивно-семантический анализ // Вопросы управления. 2023. № 4 (83). С. 5–18. DOI 10.22394/2304-3369-2023-4-5-18. EDN JGHRAS.
 20. Meret S. (2015). Charismatic female leadership and gender: Pia Kjaersgaard and the Danish People’s Party. *Patterns of Prejudice*. 49 (1/2). Pp. 81–102. DOI 10.1080/0031322X.2015.1023657.

REFERENCES

1. Eagly, A. H., Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109 (3), pp. 573–598. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.109.3.573>. <https://elibrary.ru/gzriqh>.
2. Roman Marugan, P., Ferri Dura, J. (2017). El liderazgo Politico femenino: la dificultad de una explicación. *Revista De Estudios De Las Mujeres*, (1), pp. 86–109. <https://doi.org/10.25115/raudem.v1i0.568>.
3. Eagly, A., Carli, L. (2018). Women and the Labyrinth of Leadership. *Contemporary Issues in Leadership*. New York, Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429494000-17>.
4. Minkov, M., Sokolov, B., Lomakin, I. (2023) Evolution of the Hofstede model of cultural dimensions: parallels between objective and subjective culture. *Russian Sociological Review*, 22 (3), pp. 287–317. <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2023-3-287-317>. <https://elibrary.ru/okfjgc>.
5. Schwartz, S. H. (1990). Individualism-collectivism: Critique and Proposed Refinements. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 21 (2), pp. 139–157. <https://doi.org/10.1177/0022022190212001>. <https://elibrary.ru/jncoxn>.
6. Kaasa, A., Welzel, C. (2023) Elements of Schwartz’s Model in the WVS: How Do They Relate to Other Cultural Models? *Cross-Cultural Research*, 57 (5), pp. 431–471. <https://doi.org/10.1177/10693971231179792>. <https://elibrary.ru/axmnc>.
7. Schwartz, S. H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2 (1). <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1116>.
8. Hofstede, G. (2014) Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Language, Communication and Social Environment*, (12), pp. 9–49. <https://elibrary.ru/sphepp>.
9. Pogoretskaya, O. A. (2021). Methods of Implementation of Manipulative Techniques as a Basis for a Speech Profile of a Politician (on the Example of G. Meloni’s Speech During the Italian Center-Right Protest). *Political Linguistics*, (2), pp. 106–115. <https://doi.org/10.1080/0031322X.2015.1023657>.

- org/10.26170/1999-2629_2021_02_10. <https://elibrary.ru/rvtxps>.
10. Donofrio, A., Rubio Moraga, A. L. (2022). Giorgia Meloni y el discurso de Marbella: Un análisis de su visión del feminismo en Twitter y en sus discursos. *Visual review: International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual*, 12 (1). <https://doi.org/10.37467/REVVISUAL.V9.3710>.
 11. Pogoretskaya, O. A., Savel'eva, A. P. (2022). Communicative Strategies and Tactics of Image-Making Used by Political Actors in Italian Political Discourse (Based on the Speeches of G. Meloni and Fr. Lollobrigida). *Political Linguistics*, (6), pp. 89–100. https://doi.org/10.26170/1999-2629_2022_06_10. <https://elibrary.ru/vdyvmz>.
 12. Bikkinina D.D. (2023). Discourse on family values in public policy (content-analysis of the statements of Giorgia Meloni). *Communicology (Russia)*, 11 (4), pp. 171–182. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2023-11-4-171-182>. <https://elibrary.ru/klajfb>.
 13. Hector Oswaldo Aguilar Cajas, Harold Alexis Zabala Jarrin, Ana Lucia Rivera Abarca, Alejandra Domenica Bonifaz Campos (2023). Political branding as a Communication Tool in the construction of Image in the Political Candidates of the Sectional Elections in the City of Riobamba – Ecuador. *Russian Law Journal*, 11 (7S), pp. 676–686. <https://doi.org/10.52783/rlj.v11i7s.1469>. <https://elibrary.ru/rcmemn>.
 14. Alekseenkova, E. S. (2022). Parliamentary elections in Italy 2022: the expected victory of the right populists. *Analytical papers of IE RAS*, (3), pp. 22–30. <https://doi.org/10.15211/analytics32220222230>. <https://elibrary.ru/vldgmo>.
 15. Tabellini G. (2008) Institutions and culture. *Journal of the European Economic association*, 6 (2-3), pp. 255–294. <https://doi.org/10.1162/JEEA.2008.6.2-3.255>.
 16. De Giorgi, E., Cavalieri, A., Feo, F. (2023). From Opposition Leader to Prime Minister: Giorgia Meloni and Women's Issues in the Italian Radical Right. *Politics and Governance*, 11 (1). <https://doi.org/10.17645/pag.v11i1.6042>. <https://elibrary.ru/xpkujm>.
 17. Alekseenko A. M. (2021). Influence of collectivism and individualism on perception of the political leader's image. *Social and humanitarian knowledge*, (3), pp. 143–149. <https://doi.org/10.34823/SGZ.2021.3.51597>. <https://elibrary.ru/hwgmyp>.
 18. Khalitova, E. Y., Slinko, E. A. (2017). Political image of a politician in the context of the concept of charismatic leadership. *Central Russian Journal of Social Sciences*, 12 (5), pp. 163–169. <https://doi.org/10.22394/2071-2367-2017-12-5-163-169>. <https://elibrary.ru/zxmgmb>.
 19. Startsev, Y. Y. (2023). Value attitudes of presidential power: distributive-semantic analysis. *Management Issues*, 17 (4), pp. 5–18. <https://doi.org/10.22394/2304-3369-2023-4-5-18>. <https://elibrary.ru/jghras>.
 20. Meret, S. (2015). Charismatic female leadership and gender: Pia Kjærsgaard and the Danish People's Party. *Patterns of Prejudice*, 49 (1/2), 81–102. <https://doi.org/10.1080/0031322X.2015.1023657>.