

ЧТО ТАКОЕ ИМИДЖ СОВЕРМЕННОГО ПОЛИТИКА? КАК ПРАВИЛЬНО ЕГО ФОРМИРОВАТЬ?

Аннотация: В данной статье автор предлагает рассмотреть понятие «имидж», его составляющие компоненты, типы имиджа. Проанализировать факторы, которые влияют на формирование имиджа современного политика.

Ключевые слова: имидж, составляющие имиджа, политики, формирование политического имиджа.

Annotation: In this article, the author proposes to consider the concept of "image", its constituent components, types of image. Analyze the factors that influence the formation of the image of a modern politician.

Key words: image, components of the image, politicians, political image formation.

«Встречают по одежке, провожают по уму», – всем нам хорошо известна эта пословица. Но так ли она актуальна в наше время? Может ли она иметь отношение к столь серьезной сфере деятельности, как политология?

Рассмотрим трактовку народной мудрости. «Встречают по одежке...» – в первую очередь, при знакомстве с Вами, всегда обращают внимание на внешние факторы: одежда, украшения, манера разговора, умение держаться на публике и т.д.; «... провожают по уму» – окончательное впечатление о

человеке можно сформировать только хорошо узнав его глубинную сущность, характер, привычки, ум. Чтобы нас с Вами «встретили» приятно и «проводили» хорошо, необходимо позаботиться о впечатлении, которое мы производим на окружающих людей, иными словами, как раз о своем имидже.

У каждого человека есть свой имидж, даже если он этого не осознает и не придает ему особого значения. По мнению экспертов имиджмейкеров гармонично выстроенный имидж в 90% случаев успешно скрывает недостатки человека, делает его более притягательным, помогает в карьере и личной жизни [1].

«Если уж имидж так важен для простого человека, каких усилий стоит работа над имиджем публичной персоны, например, политика?» – спросите Вы. Действительно, на благо красивого образа политика может трудиться не один, не два специалиста, а целые отделы. Давайте рассмотрим более подробно понятие имиджа с научной точки зрения и узнаем, из каких составляющих складывается имидж политических деятелей.

«Имидж» - термин, пришедший к нам из английского языка, в буквальной трактовке, который означает «образ». Определяется данный термин совершенно по разному, но в большинстве своем все его определения синонимичны и сводятся к таким понятиям, как: облик, характер, вид и т.д.

Объединив множество трактовок авторы, в российской литературе, чаще всего определяют имидж как внешний образ, присущий или намеренно созданный субъектом, с целью произвести нужное впечатление, повлиять на сознание большинства и скорректировать общественное мнение.

Данный субъект принято называть «имидженосителем». В.Г. Горчакова определяет данный термин следующим образом: «имидженоситель – субъект имиджа, респондент, активное, стимулирующее начало имиджевой коммуникации».[2]

В настоящее время именно «имиджевая коммуникация», как указано в определении, в большинстве своем влияет на исход избирательных процессов,

успех взаимодействий нескольких персон, исходы крупных сделок и многие другие серьезные процессы в управлении, бизнесе, политике. Для того, чтобы не стать аутсайдером, не проиграть эту «войну» современные управленцы всех уровней все чаще прибегают к помощи целых команд по формированию имиджа, для того, чтобы создать выгодный для себя компонент искусственного имиджа.

Предлагаем рассмотреть немного подробнее подразделение имиджа на естественный и искусственный компоненты.

Естественный имидж формируется стихийно, без целенаправленного применения рекламных акций, без стремления создать определенный образ восприятия себя в глазах окружающих. Формирования естественного имиджа процесс довольно долгий. Но зато именно естественный имидж является наиболее устойчивым, так как он укрепляется в сознании масс, ведь он вписывается в укрепленные в умах людей «первобытный», давние традиции.

Искусственный имидж формируется целенаправленно, с применением специальных средств и механизмов, таких как, например, распространение информации о субъекте в СМИ, обсуждение его личности в Интернете, под необходимым углом зрения и т.д.

Созданный искусственно имидж всегда нуждается в актуализации, обновлении «картинки» в умах общества, иначе он очень быстро забывается. Поэтому, как правило, при работе с искусственным имиджем как раз и задействуют большие команды имиджмейкеров, пиарщиков и других специалистов, которые занимаются продвижением имиджа нанимателя до тех пор, пока это ему необходимо или пока его искусственный имидж не перерастет в традицию и не приблизиться к естественному.

Имидж включает в себя разнородные и разнонаправленные категории, такие как: естественное/искусственное, субъективное/объективное, эмоциональное/когнитивное, осознаваемое/неосознаваемое.

Также понятие имидж формируется из большого количества составных частей, таких как [3]:

- манера поведения;
- стиль речи;
- увлечения и интересы;
- профессиональный и жизненный опыт;
- харизма;
- лидерские качества и т.д.

В контексте изучения политологии необходимо представить еще одно определение: политический имидж – это совокупность представлений людей о политическом деятеле, возникших в соответствии с получаемой информацией.

К обязательным качествам современных политических лидеров в демократических странах все чаще добавляют фото- и телегеничность, внешнюю привлекательность, способность внушать людям доверие и множество других факторов [3].

Огромное влияние на формирование искусственного имиджа имеют журналисты и представители средств массовой информации. В своих работах они могут осветить многие человеческие и деловые качества политика, его моральные установки, лидерские способности. Это могут быть: честность и порядочность, надежность и справедливость или же наоборот: алчность, эгоистичность, откровенно деспотичный характер, конфликты внутри семьи, а иногда и криминальная составляющая биографии.

Так же, на ряду с общечеловеческими характеристиками огромную роль в формировании имиджа играют деловые качества политика, его стаж политической и общественной деятельности, высказывания по резонансным поводам. Всегда в почете такие качества, как: интеллект, образование хорошего ВУЗа, умение находить общий язык с избирателями, гибкость

мышления, способность отстоять свою точку зрения перед высшими чинами, коллегами и избирателями.

Не каждый политик – прирожденный лидер. Но, как правило, при создании искусственного имиджа команда имиджмейкеров в первую очередь создает или подчеркивает лидерские качества личности: смелость в принятии решения, умение просчитать, предвидеть ситуацию наперед.

Каждую из составляющих необходимо изучать и анализировать детально для рассмотрения имиджа того или иного политического деятеля. Такой подход поможет правильно характеризовать его имидж, то есть его привлекательности для избирателей, коллег и руководителей. Стоит помнить, что в первую очередь, избирают имидж, а не конкретные платформы или конкретных людей на избирательных участках.

Из всего вышесказанного, можем сделать вывод, что взятое нами за основу высказывание имеет самое непосредственное отношение к политической деятельности, можно сказать, является одним из базисов. Итак, рассмотренная поговорка не потеряет актуальности никогда, потому что во все времена люди будут работать над созданием своего образа и впечатлением, которое они производят на окружающих.

Используемые источники:

1. Гринберг, Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама – М.: Аспект Пресс, 2005. – 317с.
2. Горчакова, В.Г. Имиджелогия. Теория и практика. – М.: Юнити-Дана, 2011. – 335 с.
3. Дудин, Д.М. Образ политического лидера и возможности его изменения – Псков: Проспект, 2009. –88 с.