

Формирование имиджа политического лидера

Выполнила: студентка ИФ, А-55
Пушаева М.С.
Проверил: канд. филос. н., доцент
кафедры философии, социологии и
теологии, Беляев Д.А.



Определение понятия «имидж»

Существует немало определений имиджа, акцентирующих, в зависимости от позиции автора, на разных его аспектах.

В данной работе мы вслед за *В. Е. Беленко* и *М. П. Беленко* под *имиджем* будем понимать «совокупность различных представлений об объекте имиджа (организации, персоне и др.), возникающих у различных групп общественности (внутренней и внешней)».

Характеристики имиджа

Имиджу как особому политическому явлению присущи следующие общие характеристики:

- целостность и непротиворечивость
- неустойчивость
- прагматичность
- вариабильность
- предполагает позитивный отклик у избирателей

Главное назначение имиджа – достижение эффекта личного притяжения.

Понятие «политический имидж»

Политический имидж – образ политического лидера, деятеля, партии, который складывается в общественном мнении и сознании, оказывая воздействие на авторитет и влияние (рейтинг) его носителя.

(По В. Г. Доманову).

Политический имидж = репутация + эффективный политический имидж

Факторы формирования политического имиджа

В целом можно выделить следующие элементы имиджа и факторы его формирования:

| Представления о себе | Имидж-образ | Объективные обстоятельства |
|--------------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Мнения, оценки окружающих | | Субъективные факторы |
| Преподносимые СМИ качества | | Содержание деятельности |
| Сложившиеся эмоциональные стереотипы | | Харизма облика |
| | | Использование психологии |
| | Использование политологии | |
| | Использование социологии | |

Этапы создания имиджа кандидата

Стратегия создания имиджа кандидата включает в себя следующие классические этапы:

исследование и сегментирование целевой аудитории

анализ соотношения личностных и профессиональных качеств кандидата с ожиданиями аудитории

формирование списка базовых характеристик кандидата

формулировка составляющих имиджа

корректировка имиджа в ходе предвыборной кампании

оценка созданного имиджа

Типы имиджевых технологий

Т. Э. Гринберг выделяет следующие *имиджевые технологии*:

Формирование имиджа неизвестного кандидата

Корректировка объективного имиджа кандидата (репозиционирование имиджа)

«Снижение» имиджа конкурента

Мероприятия противодействия возможной кампании дискредитации со стороны соперников

Слагаемые имиджа

Имидж складывается из:

- внешности (рост, вес, тип, телосложение, обаяние, красота и т.д.)
- биографии
- манеры поведения и общения, умения говорить
- личных и деловых качеств (честность, порядочность, профессионализм)
- политической принадлежности (партия)



Типология политического имиджа

Оптимальный политический имидж может выглядеть как:

- актуальный имидж – имидж, адекватный взглядам целевых групп политика, партии, движения и т.д.;
- наступательный имидж – взгляды целевых групп перестраиваются под искусственно созданный образ;
- «библейский» имидж – совокупность абстрактно хороших позиций, принимаемых всеми.

Характеристики политического имиджа

Е. Егорова-Гантман и К. Плешаков называют имидж в рамках избирательной кампании его стратегическим образом, выделяя следующие характеристики:

- он должен быть регионально обусловленным;
- он должен быть обусловлен временем;
- он связан с изменчивостью потребностей избирателей;
- он обусловлен демографическим фактором;
- он зависит от этнопсихологического фактора;
- он обусловлен ситуативными факторами.



Типажи политиков

Типажи российских политиков (по А. А. Максимова):

| Типаж | Примеры |
|---|---|
| Гуманитарий (ученый, преподаватель, врач, экономист, юрист) | Г. Явлинский, Р. Хасбулатов, Г. Селезнев, С. Федоров. |
| Хозяйственник | Ю. Лужков, Ю. Маслюков, Ю. Скоков. |
| Борец | С. Ковалев, Н. Новодворская, В. Жириновский, А. Макашов |
| Человек власти (вождь нации, государственный человек, крупный чиновник) | Б. Ельцин, Е. Примаков, В. Черномырдин, М. Шаймиев. |
| Силовик (генерал) | А. Лебедь, А. Николаев, Я. Рохлин, Р. Аушев. |
| Технократ (менеджер западного звена) | А. Чубайс, С. Кириенко. |
| Бизнесмен | Б. Березовский, К. Боровой, К. Илюмжинов, А. Тарасов. |
| Экзотик (полярники, звёзды эстрады и спорта и т. п.). | А. Чилингаров, И. Кобзон |

Особенности политического имиджа

Важные отличительные особенности, которые необходимо учитывать при создании политического имиджа:

1. Политический имидж должен обязательно формироваться под конкретную задачу.
2. Имидж должен соответствовать социальным ожиданиям масс.

Этапы создания имиджа политического деятеля

Этапы конструирования политического имиджа

Определение требований аудитории

Изучение характеристик кандидата

Изучение имиджей конкурентов

Формирование «ядра» имиджа

Выбор дополнительных характеристик

Отбор и дифференциация составляющих имиджа

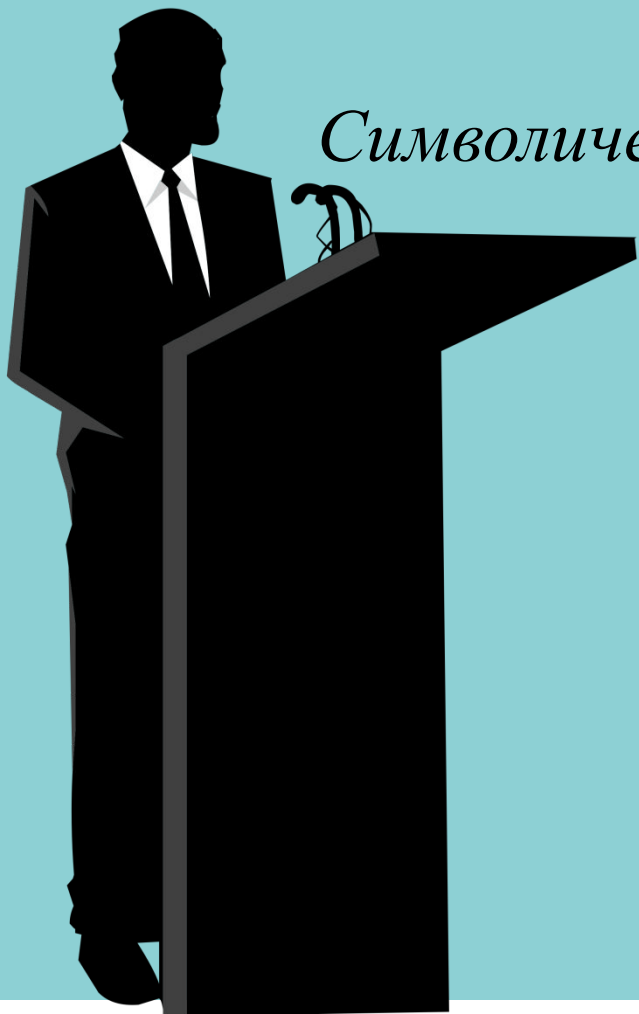
Позиционирование и его реализация

Выбор и разработка коммуникативных стратегий продвижения характеристик имиджа

Оценка эффективности стратегии позиционирования

Политическая «легенда»

Легенда - это самое главное. Именно она позволяет политику «держаться на плаву». Легенда делает его запоминающимся, популярным, узнаваемым.



Символические смыслы «легенд»:

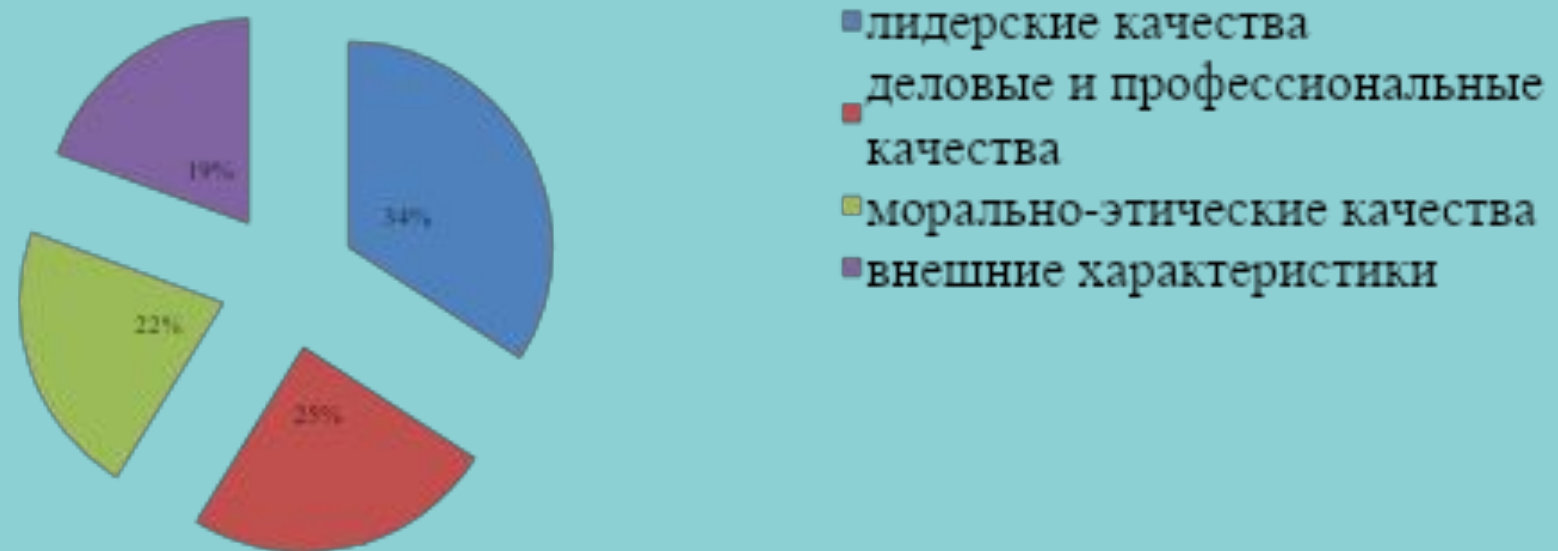
- человек из народа;
- человек, который сделал себя сам;
- человек, добивающийся в жизни успеха;
- человек моральных принципов.

Общие требования к формированию эффективного политического имиджа (по А. С. Панарину)

| Требования | Характеристики |
|-------------------------------------|---|
| Черты победителя | Это должно проявляться, прежде всего, в оценках личности. |
| Черты отца | Данное требование является отражением фрейдистских взглядов на проблему лидерства, которые трудно опровергнуть. |
| Стереотипная многоплановость имиджа | Данная стереотипность должна быть вариабельной и многоплановой, т.е. направленной на отдельные социальные группы или страны |
| Открытость (видимая доступность) | Воспринимается как эффективная обратная связь избирателей с лидером. |
| Эффективные коммуникации | Имидж транслируется в процессе многочисленных политических коммуникаций. |
| Окружение | Команда политика |
| Рациональная инновация | Принятие неординарных политических решений |

Предпочитаемые характеристики политического деятеля

При выборе непосредственно политического лидера главную роль играют лидерские качества. В два раза меньше внимания обращают на внешние характеристики, которые являются почти самым главным фактором выбора политического деятеля, но не осознаются избирателем.



Типы политических деятелей

Современные политические деятели делятся на две группы

↓
Партийные
↓

Теряются во время публичных выступлений, их авторитет базируется на авторитете партии

↓
Самовыдвиженцы
↓

Умеют грамотно излагать свои мысли говорят о проблемах и предлагают их решение

Формирование ядра политического имиджа

Для того чтобы сформировать *ядро* имиджа параметры идеального имиджа сопоставляются с параметрами реального имиджа и отбираются совпадающие и в ожиданиях электората и в реальном имидже характеристики. Чем большее число характеристик будет включать это соответствие, тем большим будет «ядро» имиджа и «качественнее», полнее отвечающим запросам избирателей, кандидат.



Политический имидж государства

Политический имидж государства – понятие многогранное, но из множества его характеристик наиболее важными являются те, которые наиболее существенно влияют на экономику и ее рост в данной стране:

- политическая стабильность в государстве;
- региональная политическая стабильность;
- налоговая стабильность;
- защита частной собственности;
- законопослушание как ведущий принцип организации общества.



Формирование политического имиджа государства

Формирование политического имиджа государства происходит постоянно и по многим направлениям. Важнейшими аспектами данного процесса являются:

- эволюционный и революционный периоды формирования политического имиджа государства;
- связь законодательства и политического имиджа государства; - политическая деятельность госструктур и должностных лиц государства;
- народная дипломатия;
- деятельность средств массовой информации.



Заключение

Надо помнить, что политологи и имиджмейкеры не всевластны. При отсутствии реального наполнения, скрытого под имиджем, результаты его воздействия рано или поздно будут сведены на нет. Имидж – это только часть политического процесса, за которой должны стоять реалии, а не только тот или иной символизм