

Березовська-Чміль Олена Борисівна

Кандидат політичних наук

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПОЛІТИКА

На сучасному етапі в умовах перманентної політичної конкуренції та боротьби актуалізується проблема якісного моделювання та ефективного впровадження іміджу політика. Позитивний імідж сприяє досягненню політичного та соціального успіху, ефективній комунікації, розв'язанню протиріч. Відтак політичний іміджмейкінг є важливим напрямом діяльності політтехнологів, консалтингових агенцій та фахівців з PR.

Насамперед зауважимо, що поняття «імідж» є досить складним і багатограним. В науковій літературі існує безліч підходів до його трактування.

Наприклад, Г. Почепцов, описує політичний імідж як набір певних якостей, які люди асоціюють з певною індивідуальністю політика, уявлення про те, яким має бути лідер [4, с. 15]. В. Королько вважає імідж штучною імітацією або піднесенням зовнішньої форми особи [3, с. 11].

Н. Ларіна аналізує поняття "політичний імідж", який є образом суб'єкта політики, що цілеспрямовано формується і покликаний здійснити емоційно-психологічний вплив на об'єкти політики з метою популяризації самої політики чи діяльності [1, с. 21]. Своєрідним є порівняння іміджу з «одягом, який надягає на себе людина, він повинен підходити їй за розміром, кольором та фасоном, а також презентувати до певної міри її внутрішній світ» [2, с. 60].

Таким чином, можемо трактувати імідж політика, як сукупність сформованих уявлень, образів, зовнішніх і внутрішніх характеристик, впроваджених у масову свідомість, що безпосередньо впливають на досягнення політичних цілей та захист інтересів.

В результаті проведеного аналізу теоретичних досліджень та прикладних спостережень, можемо виокремити основні детермінанти формування іміджу політика:

- персональні характеристики політика (зовнішні дані, темперамент, ораторська майстерність, освіченість, емоційний інтелект, стиль одягу, манери, жести, міміка, характер, організаторські здібності, тип особистості, індивідуальний стиль комунікації та прийняття рішень, ораторська майстерність тощо);

- соціальні характеристики (статус лідера, професійний досвід, репутація, громадська активність, сімейний стан, походження, біографічні дані, статки, соціальні зв'язки, цінності, норми, інтереси, релігійна приналежність тощо).

- символічне навантаження: політики стають символами певних ідеологій та позицій, певного політичного напрямку, що пов'язано із стійкими культурними архетипами.

Підсумовуючи, варто зауважити, що в процесі формування політичного іміджу необхідно враховувати наступні чинники: професійне конструювання іміджу, як штучного продукту, що здійснюється на основі вподобань, очікувань і потреб аудиторії і може не відповідати реальній сутності політика; спонтанні політичні дії, рішення, ситуації, конфлікти, що формують уявлення громадян і відображають реальну сутність, цінності, установки та якості політика.

Список використаних джерел:

1. Ларіна Н. Імідж як комунікативна основа позиціонування влади / Н. Ларіна // Вісник державної служби України. – 2013. – № 2. – С. 20-23.
2. Науменко М. Імідж як складова міфологізації образу суб'єкта політичного процесу / М. Науменко // Наукові записки Київської школи скенування. – К., 2007. – №2. – С. 60-67.
3. Королько В. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика / В. Королько. – К.: Видавничий дім «Скарби», 2001. – 400 с.
4. Почепцов Г. Имяделогия / Г. Почепцов. – К.: Рефл-бук, 2000. – 278 с.