

Плюснина Анастасия Александровна,

бакалавр 4-го курса

Уральского гуманитарного института

Уральского федерального университета

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПОЛИТИКОВ В ПРОШЛОМ И НАСТОЯЩЕМ: РАЗЛИЧИЯ

Аннотация. В нашей стране формированием имиджа стали заниматься сравнительно недавно: еще 15 лет назад практически никто не знал, как «делать» политических деятелей, а первые имиджмейкеры, даже имевшие представление о западных технологиях работы с избирателями, в основном действовали методом проб и ошибок.

Ключевые слова: имидж политиков, имидж современных политиков, политический имидж, формирование имиджа, формирование имиджа политиков, имидж и политика.

Plusnina Anastasia,

Undergraduate Student of the 4th year

Ural Institute for Humanities

Ural Federal University

PECULIARITIES OF FORMING THE IMAGE OF POLITICIANS IN THE PAST AND PRESENT: DIFFERENCES

Abstract. In our country, the image formation began relatively recently. Fifteen years ago, practically no one knew how to “make” politicians, and the first image makers, even those who had an idea of Western technologies for working with voters, mainly operated by trial and error. Most experts in this field at that time came from academic institutions, so they were more strategists than practitioners.

Keywords: image of politicians, image of modern politicians, political image, image formation, image formation of politicians, image and politics.

Мы должны признать, что в современном мире формирование политического имиджа стало необходимостью, которая не обходит стороной никого. Этот процесс не односторонний, а двухсторонний, в нем два участника: политик и избиратель. Формировать имидж именно в России стали не так давно. Раньше делать это было гораздо проще, но сейчас, в век глобализации, когда каждый шаг рассматривается под прицелом, необходимы точные технологии, которые смогут диктовать правильное развитие событий. Рассмотрим основные различия между формированием имиджа политиков прошлого и настоящего.

Первое различие, которое можно отметить: избиратель стал более разборчивым. Выработка ожиданий, выполнение своих функций и знание своих гражданских прав и свобод. Современный избиратель не глуп, обмануть и создать искусственный образ, которого не существует, — задача практически непосильная. Тем более в век Интернета и всеобщей открытости информации.

Однако наряду с этим выделить можно еще одну особенность (правда, она проявляется у людей старшего возраста, но говорить о ней нужно): сложилось впечатление, что имидж — это заведомый обман, хорошо продуманный образ, который в реальности не существует и существовать не может. «Почему же?» — возникает логичный вопрос. Многие политики стремятся скрыть работу имиджмейкеров к формированию своего образа и внешности. Это вызывает чувство недоверия и подозрения.

Следующее различие, которые мы можем заметить с созданием имиджа прошлого, — временный спад потребности в имидже. Раньше политика была другой, люди в политике были другими. Разными и не похожими друг на друга, шла здоровая конкуренция за лидерство и о политиках хотелось говорить. Сейчас все чаще слышна фраза «ходит под В. В. Путиным». Централизация власти превращает губернаторов в чиновников, которых назначает президент. СМИ контролируются Кремлем и по сути своей стали однотипными и скучными. О каком формировании имиджа современного политика здесь можно говорить?

Следующее различие вытекает из предыдущего. Сейчас политик должен отличаться. Хочет он этого или нет, у любого избирателя

необходимо выработать визуальный эффект, который позволит одного отличить от другого. Это мы обозначим повышением роли личного фактора. Личностный фактор всегда играл не последнюю роль в российской политике независимо от достоинств и недостатков политических лидеров. Индивидуальность должна присутствовать, кандидат — это отдельный человек, который, кроме своей позиции и желания продвинуть эту позицию, должен иметь принципы, хобби, внешность, которая запоминается, тембр голоса, который не противен, и так далее. Он должен быть не только политическим деятелем, но и просто человеком, с которым захочется себя ассоциировать.

Главное различие, о котором стоит говорить, — смещение акцентов в преподнесении имиджа политика. Раньше имиджмейкеры стремились показать политика в богатом интерьере, в дорогом костюме. Это вызывало отторжение: богатых в России не любят. Сейчас имидж становится ориентирован на избирателя. Имидж меньше ориентирован на материальный достаток политика и больше на его позицию относительно власти.

Имидж для России — понятие, которое до конца все еще не сформировалось. Однако современные имиджмейкеры стали опираться на тех, для кого этот имидж создается, то есть на избирателей. Население нашей страны становится все более образованным и все менее подверженным обману. А это значит, что различия с политикой прошлого есть, и они значительные.