

Д. А. Вылегжанин

ВВЕДЕНИЕ В ПОЛИТИЧЕСКУЮ ИМИДЖЕЛОГИЮ



Учебное пособие



ФЛИНТА



МПСИ

Дмитрий Вылегжанин

**Введение в политическую
имиджелогию: учебное пособие**

«ФЛИНТА»

2014

Вылегжанин Д. А.

Введение в политическую имиджологию: учебное пособие /
Д. А. Вылегжанин — «ФЛИНТА», 2014

В пособии анализируются основные понятия, раскрывается содержание предмета и функции имиджмейкинга. Рассматриваются место и роль имиджмейкера в формировании политического имиджа. Определяются способы защиты имиджа политика. Для студентов, аспирантов и преподавателей гуманитарных факультетов вузов, а также для политиков, специалистов-практиков в сфере предвыборных технологий, политического консультирования и всех интересующихся проблемами имиджмейкинга.

Содержание

От автора	5
Введение	6
Конец ознакомительного фрагмента.	7

Дмитрий Александрович Вылегжанин

Введение в политическую имиджологию

От автора

«Имидж ничто... главное, чтобы человек был хороший!» такие высказывания часто можно слышать в повседневных разговорах. В то же время люди говорят: наконец то в России появился хороший президент, в нашей области честный губернатор и т. п. Однако возникает вопрос: откуда известно, что президент хороший, а губернатор честный? Лично с этими политиками они не встречались, в походы вместе не ходили, в одной очереди не стояли... Ответ прост из разговоров, газет, теле и радиопередач.

Мы оцениваем политического лидера на основе той информации, которую предоставляют нам средства массовых коммуникаций. Последние формируют в массовом сознании «виртуальные образы» политиков в соответствии с социальными ожиданиями определенных групп. Имидж есть не что иное, как «виртуальный образ» человека власти. Поэтому люди голосуют не за конкретных политиков, а за их искусственно сконструированные образы. В условиях демократии «казаться» стало важнее, чем «быть».

Часто можно слышать, что депутат, которого мы «всемирно избрали», не оправдал надежд электората. Только вчера в ходе избирательной кампании этот политик воспринимался как умный, деловой, честный, а сегодня его деятельность оценивается негативно. Почему нередко происходят подобные метаморфозы? Здесь мы вновь возвращаемся к проблеме имиджа. Необходимо знать, как формируется такой образ, который положительно воспринимается населением.

Ответы на эти и другие вопросы, связанные с формированием имиджа политика, можно найти в предлагаемой книге. Поэтому она будет полезна всем, кому данные проблемы небезразличны.

Введение

*Понимаете, никто не объяснил нам, что такое имидж.
И конечно же, мы наделали кучу ошибок.
«Итоги», 1999, № 39*

Современное общество стремительно движется в сторону всеобщей информатизации. Средства массовой коммуникации ежеминутно обрушивают огромные потоки информации, которые человек уже не в состоянии в полном объеме воспринимать, осмысливать и оценивать. Чтобы облегчить восприятие такого объема информации, создаются «виртуальные заменители» объектов материального мира. Это в первую очередь имидж – не что иное, как ярлык, который вешается на различные объекты в целях их систематизации и стандартизации. Большинство наших знаний о мире – это знания на уровне имиджей.

Имидж в экономике способствует более эффективному продвижению на рынке товаров и услуг, формированию высокой репутации фирмы, компании; в банковской деятельности привлекает клиентов; в политической сфере обеспечивает позитивное отношение к тому или иному лидеру, партии, государственным и муниципальным органам власти и т. д. Привлекательный имидж страны способствует развитию туризма, создает благоприятный климат для инвестиций. В шоу-бизнесе имидж – основной инструмент достижения популярности и успеха.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.