

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

Архетип как основа создания политического имиджа

Научный руководитель – Сосновская Анна Михайловна

Путинцева Анна Эдуардовна

Студент (бакалавр)

Северо-Западный институт управления - филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Факультет социальных технологий, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: anna9996@mail.ru

Под политическим имиджем О.Ф. Потемкина [2] понимает сложившийся в массовом сознании, имеющий характер стереотипа, и эмоционально окрашенный образ политического лидера. Имидж формируется не спонтанно, а является результатом кропотливой работы самого политика и его команды.

Основной первоначальной задачей создания имиджа является определение индивидуальной «исторической» роли, определение прототипа, в канву которого будет вплетен имидж кандидата, - пишет Е.Н. Новикова [1]. Архетипы (прототипы) были обнаружены Карлом Юнгом в процессе анализа снов и фантазий, он выяснил, что у людей есть врожденные универсальные идеи, установки, модели поведения, мышления, реакции, которые реализовываются на протяжении жизни. Юнг отмечал, что количество архетипов не стоит ограничивать.

Архетипы очень устойчивы, они влияют на мышление электората, поэтому крайне важно «опираться» на них в процессе создания имиджа [4]. То есть, образ политика становится более выигрышным, если он обращен к бессознательному и затрагивает первообразные человеческие представления. Разумеется, в биографии политического деятеля должны быть поступки, которые смогут соответствовать представлениям о том или ином архетипе, потому что силу имиджу добавляют именно они, а не внешние показатели (речь, одежда, мимика и т.д.).

В политической практике принято обращаться к таким архетипам, как Герой, Чудотворец, Правитель (Вождь), Хранитель, Бунтарь. Самым сильным и базовым архетипом при формировании имиджа политика является Герой. Этим людям свойственна мужественность, смелость, готовность к трудностям, Герой ставит цели и добивается их [3].

Отметим, что имиджмейкеры часто используют сразу несколько прообразов. Например, образ В.В. Путина сочетает в себе черты Героя и Хранителя одновременно.

Таким образом, архетип в процессе построения имиджа - это база («фундамент»), которой нельзя пренебрегать: в дальнейшем на его основании будет создаваться и легенда политика, его стиль поведения и даже выбор одежды.

Источники и литература

- 1) Новикова Е. Н. Технологии и механизмы формирования имиджа политического лидера / Е. Н. Новикова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2009. – № 2 (10). – С. 19–25.
- 2) Потемкина О.Ф. Имидж политического лидера М.: из-во МГУКиИ , 2006. - 98 с.
- 3) Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 2005. – 640 с.

- 4) Шомова С. А. От мистерики до стрит-арта. Очерки об архетипах культуры в политической коммуникации / С. А. Шомова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. — 262 с.