

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Н.А.
ДОБРЮЛЮБОВА»

факультет английского языка

Кафедра философии, социологии и теории социальной коммуникации

Мельникова Дарья Дмитриевна

АКТУАЛИЗАЦИЯ ИМИДЖА ПОЛИТИКА В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ

Выпускная квалификационная работа

Направление подготовки: 42.03.01 – *Реклама и связи с общественностью*

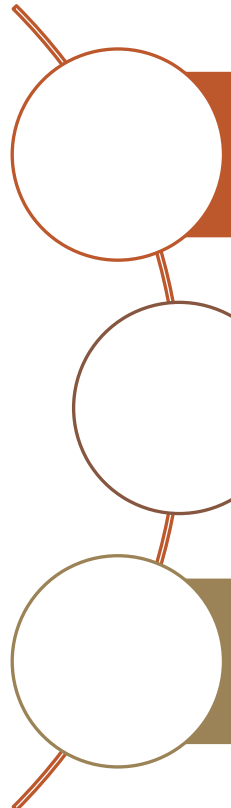
Профиль: «Реклама и связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления»

(уровень бакалавриата)

Нижний Новгород

2019

Актуальность, объект и предмет исследования



Актуальность темы «Способы актуализации имиджа политика в современной прессе» обусловлена тем активным воздействием, которое причина имиджа делает на формирование и функционирование политической системы.

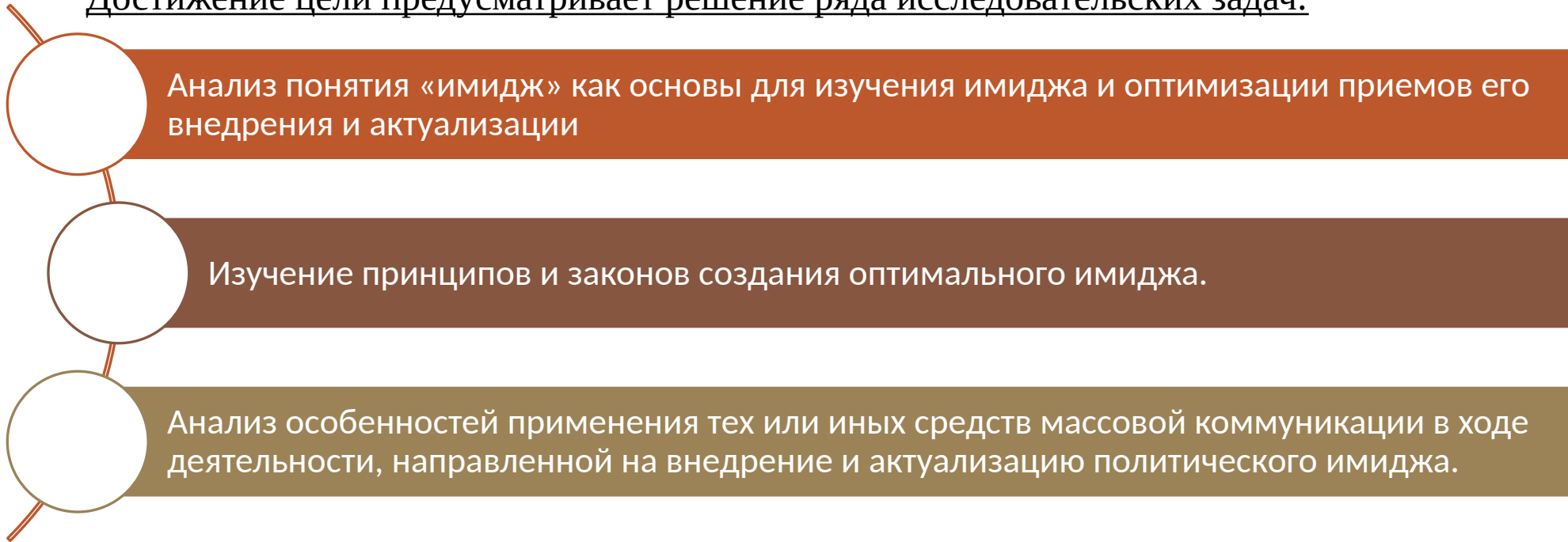
Объектом данного исследования является политический имидж как легко узнаваемый образ субъекта общественно-политических отношений, существующий в сознании социума.

Предмет - собственно внедрение имиджа в массовое сознание, его актуализация с использованием и по каналам средств массовой коммуникации для появления такой черты имиджа как узнаваемость.

Цель и задачи исследования

Цель данной научной работы – анализ способов применения каждого из средств массовой коммуникации для внедрения имиджа в массовое сознание и его актуализации.

Достижение цели предусматривает решение ряда исследовательских задач:



Анализ понятия «имидж» как основы для изучения имиджа и оптимизации приемов его внедрения и актуализации

Изучение принципов и законов создания оптимального имиджа.

Анализ особенностей применения тех или иных средств массовой коммуникации в ходе деятельности, направленной на внедрение и актуализацию политического имиджа.

Политический имидж и его формирование

Имидж политического деятеля

по своей сути, представляется нам в виде репрезентирующей «оболочки», исходя из восприятия которой избиратели во многом определяют свое отношение к данному политику

Принципы создания политического имиджа

Признавая важность
имиджа и его
формирования, мы не
можем не признавать и
важности работы над
его внедрением в
массовое сознание

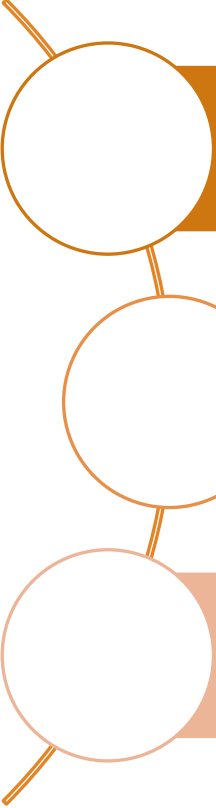


Оба этих этапа работы с
имиджем (создание и
внедрение) являются
равно необходимыми.



Так неудачно
созданный, но
эффективно
внедренный имидж, не
позволит достичь
поставленных целей.

Принципы создания политического имиджа



при создании имиджа также нужно всесторонне и, по возможности, наиболее полно учитывать потребности и ожидания избирателей, для которых, собственно, он предназначен

Исходя из этих ожиданий, некоторые черты развиваются больше, чем реально присущие, другие остаются на естественном уровне, третьи полностью скрываются.

Однако необходимо внимательно следить, чтобы сформированный по такому принципу (в целом верному) имидж не содержал внутренних противоречий, закладываемых противоречиями между интересами и ожиданиями различных групп населения.

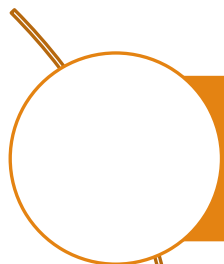
Принципы создания политического имиджа

Творческого подхода требуют и приемы внедрения и актуализации имиджа.

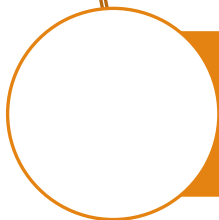
Эффективный процесс внедрения имиджевых характеристик в массовое сознание и их закрепление в нем требует, чтобы все рекламные мероприятия разрабатывались с учетом механизма воздействия каждой из упомянутых психологических закономерностей.

Соблюдение этого требования позволит избежать возможных ошибок и противоречивости, оптимизировать как расход финансовых и людских ресурсов, так и имиджевую кампанию в целом.

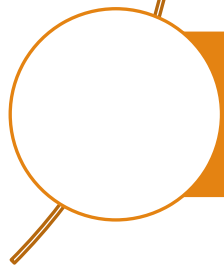
Принципы создания политического имиджа



Чрезмерная усложненность как самого сообщения, так и способов ее передачи, не приведут к желаемому результату.



Поэтому, например, ориентируясь на целевую аудиторию, необходимо принимать во внимание средний уровень ее благосостояния.



Эта информация учитывается не только при создании программных документов и формировании имиджевой целостности, но и с тем, чтобы получить объективную картину, каким образом (при помощи каких средств массовой коммуникации) эта аудитория сможет воспринимать транслируемую информацию в наиболее полном варианте.

ВЫВОДЫ

Необходимо также учитывать, что основное требование, предъявляемое пропаганде - ее простота. Только то сообщение, которое воспринято человеком (не только физически, но и интеллектуально), способно оказать сколько ни будь значительное и необходимое влияние на его поведение и заставить поддержать либо не поддержать того или иного субъекта политики.

Важность такого явления как имидж делает нужным его дальнейшее всестороннее изучение. Данная работа может служить как основой для дальнейших, еще более глубоких исследований по проблеме (в частности, диссертационной работы), так и, своего рода, практическим пособием любому человеку или политическому объединению, желающему добиться успеха на политическом поприще.