


Семінарське заняття 7. Спеціальні види іміджбілдингу. Імідж країни.

Мета: ознайомитися з гендерним та етнопсихологічним чинниками у формуванні політичного іміджу; дослідити особливості територіального іміджу.

План

1. Гендерні особливості іміджу політичного лідера.
2. Етнопсихологічний чинник створення політичного іміджу.
3. Іміджеві стратегії провідних політичних партій та шляхи їх розвитку. Партійний бренд.
4. Специфіка формування іміджу територіальних утворень.
5. Образ України та інших європейських країн: порівняльний аналіз.

 **Ключові поняття:** гендерний чинник, етнопсихологічна специфіка, імідж території, регіональний імідж, територіальний бренд.



Методичні рекомендації

Дане семінарське заняття присвячено дослідженню психологічних особливостей спеціальних видів іміджу, а саме гендерному та етнопсихологічному. Крім того, окремим блоком знань є принципи побудови територіального іміджу. У першому питанні студентам необхідно розглянути особливості конструювання ефективного іміджу жінок-лідерів, такі як: зовнішність (вдала самопрезентація, комунікабельність, чарівність); обрання відмінної від чоловічої моделі побудови іміджу; використання розглянутих психотехнологій, але вибірково підходити до технології контрастів та створювати подієвий ряд, який відповідає жіночим рисам; у моделях політичного іміджу підкреслити характеристики, природно притаманні жінкам; використання історичних паралелей та аналогій, свідчень відомих людей у рекламі тощо. Необхідно звернути увагу на те, що за багатьма параметрами алгоритм конструювання іміджу є стандартизованим, але для більшого іміджевого ефекту слід враховувати гендерні особливості.

У другому питанні студентам пропонується звернути увагу на етнопсихологічні особливості політичного іміджу. Це питання є актуальним з огляду на полікультурність українського суспільства. У період виборів етнідиференціюючі й етноінтегруючі прояви можуть підсилюватися або послаблюватися залежно від позиції політика щодо національного питання. В умовах розбудови демократичного, толерантного, громадянського суспільства етнічна приналежність лідера повинна відійти на другий план, поступившись загальнодержавним інтересам, що забезпечить універсальність політичного іміджу та його прийнятність для різних етнічних спільнот всередині держави.

Четверте питання спрямоване на виявлення особливостей формування іміджу території (країни, регіону). Необхідно зрозуміти важливість створення корпоративного іміджу державної влади, лідерів та органів, що її репрезентують. Від діяльності цих суб'єктів, реалізації ними стратегічних програм згідно суспільних очікувань залежить їх власний імідж, а отже імідж держави в цілому. Крім того, імідж країни створюється економічними показниками, торговельними брендами, рівнем розвитку правової та соціальної складових, історико-культурною спадщиною, діяльністю громадських рухів, ціннісно-символьною системою суспільства, засобами масової інформації, зовнішньою політикою, туризмом та об'єктивними географічними факторами. У цьому питанні також слід окреслити напрямки іміджування міждержавних об'єднань, які впливають не геополітичну ситуацію та організацію внутрішньополітичної діяльності.

При підготовці до п'ятого питання студенти мають охарактеризувати імідж української держави, навести приклади вдалого іміджу зарубіжних країн, акцентуючи увагу на їх відмітних рисах та складових успіху. Доцільно співставити перелічені чинники, які впливають на формування територіального іміджу з практичним станом цих показників в Україні.