



МОДЕЛИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ЭКРАН ТЕЛЕВИЗОРА

Денчев С. Г.

**Доктор экономических наук. Профессор
Ректор**

Богова Х. С.

**Кандидат политических наук. Доцент.
Руководитель кафедры общественных
коммуникаций**

**Университет библиотековедения и
информационных технологий. София.
Республика Болгария**





МОДЕЛИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ЭКРАН ТЕЛЕВИЗОРА

"Глобальное распространение информационных инфраструктур, рост информационного обмена и коммуникационная интеграция мира связали в единую сеть человечество в целом. Эта информационная интеграция создает много новых возможностей для восхода и процветания. Она объединяет все аспекты общественной активности в единое мировое информационное пространство, которое является системообразующим фактором человеческого развития" (проф. д.э.н. Стоян Денчев, к.п.н. Мириана Павлова).





МОДЕЛИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ЭКРАН ТЕЛЕВИЗОРА

Изображения с различными ценностями и содержанием ежедневно информируют и манипулируют нас, проникая в наше сознание. Согласны или нет, мы принимаем визуальные знаки и пытаемся их переосмыслить. В этом случае процесс коммуникации заканчивается, потому что он является односторонним, поскольку человек либо верит, либо отвергает то, что видно и слышится. Достоверность изображений приводит нас к месту события и делает нас участниками в нем. Идентификация с отдельными персонажами, большой интерес к теме, добрый сценарий и режиссура организуют образное пространство и оно начинает создавать свой собственный специфический диктат телевизионной аудитории.





МОДЕЛИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ЭКРАН ТЕЛЕВИЗОРА

Образ навязывает свой собственный смысловый диктат на все большее число реципиентов и они ему подчиняются сознательно или бессознательно. Во всех визуальных произведениях образ имеет доминирующую функцию в отношении налаживания идеи и тезисов. От статичных художественных форм на полотне художников, через светочувствительные пластинки фотографов и движущиеся люди и предметы, спроектированные кинематографом на экране, образ создает свою историю и свою гегемонию в человеческом сознании. Телевидение как уникальное информационное средство создает различные модели образов и слов.





МОДЕЛИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ЭКРАН ТЕЛЕВИЗОРА

В новых творческих взаимоотношениях телепрограммы с разнообразной аудиторией имеет значение и тот факт, что она действительно присутствует в информационном спектакле, который является уникальным и который в моменте творится на маленьком экране. Основной моделью информационного произведения стало слияние документального события реальности с натурной пластикой его изображения с помощью экранного повествования, преломленное через призму художественной субъективности авторов. Добрый визуальный диалог между телевизионным экраном и зрителем порождает определенные индивидуальные взаимоотношения.





МОДЕЛИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ЭКРАН ТЕЛЕВИЗОРА

Субъект селектирует, гиперболизирует, минимизирует содержание изображений. Изменения как отражение объективной реальности начинают еще при восприятии объекта, продолжают при процессах памяти и разворачиваются на личностной основе при представлениях уже как образы. В поддержку этого утверждения мы приходим к выводу, что экранная действительность, моделированная движением образов, их взаимоотношениями, столкновением мнений, чувств переплетаются как физические и духовные элементы.





МОДЕЛИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ЭКРАН ТЕЛЕВИЗОРА

Поток событий и фактов заливает общественное пространство и расширяет его до крайнего предела. Селективность того, что смотреть и как смотреть связана с индивидуальным душевным миром, интересом и интеллектом у каждого человеческого индивида. Когнитивная психология и здесь дает некоторые структурно - определяющие понятия, которые дополняют этот процесс размышлений: "Богатство образов заключается не столько во возобновлении представлений таких, какими были образы при восприятии, а в их структурирование в направлении разыскиваемого субъектом в них и через них, т.е. на пути создания творческого образа и в самом образе.





МОДЕЛИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ЭКРАН ТЕЛЕВИЗОРА

Можем резюмировать, что образ будет по прежнему господствовать как нарочно коммуникационно -информационная концентрирующая факты, подчиненные документальности, различные формы поведения, акценты на личностных характеров, эмоциональные состояния, различные точки зрения и многое другое. А все это подкрепленное динамикой действия, возникающее на телевизионном экран, будет по прежнему оказывать сильное воздействие на реципиентов, которое воздействие можем определить как диктатуру образов, моделирующих человеческого сознания., которые аудитория принимает совершенно целеноправленно и добровольно и это факт.





МОДЕЛИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ЭКРАН ТЕЛЕВИЗОРА

"Существенным моментом (по мнению профессора Николая Палашева) в отношении функционального креативного общения является роль лидеров общественного мнения и общение, которое они проводят и продемонстрированные поведенческие модели, которые формируют отношения и соответствующие поведенческие модели широких социальных слоев".





МОДЕЛИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ЭКРАН ТЕЛЕВИЗОРА

Политические фигуры бывают в состоянии захватить темы дня и упираться на актуальные события, они предлагают ситуационные решения, которые подменяют стратегически цели. «Имидж» политических фигур базируется на коммуникации перед выборами как средство для манипуляции и пропаганды. Современные политические выступления отличаются риторическими особенностями и ведением диалога с целевыми аудиториями, в большинстве случаев - агрессивный и авторитарный.





МОДЕЛИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ЭКРАН ТЕЛЕВИЗОРА

СМИ в состоянии таким образом организовать свои послания, чтобы захватить аудиторию в ее ориентации в потоке информации - что-то очень важное в условиях чрезмерного информационного предложения. СМИ уделяют внимание некоторым событиям или идеям больше, чем другим и таким образом придают им особую значимость. Они очень часто навязывают модели поведения. СМИ по своему правовому статусу имеют расширенную социальную функцию в качестве общественной услуги.





МОДЕЛИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ЭКРАН ТЕЛЕВИЗОРА

Корреляция "Паблик рилейшес - имидж", "Имидж", как одна "вторая реальность", искусственно созданная пиар специалистами, по сути своей является обобщенной идеей данной организации или личности. Добывается устойчивое доверие и сотрудничество между организацией и ее аудиториями за счет создания имидж-стратегии.





МОДЕЛИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ЭКРАН ТЕЛЕВИЗОРА

Современное телевидение – общедоступная и распространенная платформа для передачи сообщений и информации успевает создать положительный "имидж" современных политиков. Часто они проявляются как негативными и "скандальными" и с этим подходом тоже воздействуют и манипулируют общественное мнение. Скандальное поведение, выходящее за рамки норм общественных ценностей, которое имиджмейкеры создают о некоторых политиках, подобно престижным и авторитетным личностям, оказывает влияние на аудитории. Они провоцируют ее интерес и оказывают прямое воздействие на нее.





МОДЕЛИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ЭКРАН ТЕЛЕВИЗОРА

Другая гипотеза в том, что «Имиджы» имеют "свою жизнь, период влияния, после которого нужно их создавать снова". Они динамичны и трансформируются. По словам Жака Сегела "сегодня водоворот действительности путает мнения до такой степени, что в любой момент, нужно уравнивать свой имидж как за границей, так и в стране". Выделяются слабые моменты и "бестактность" в политическом поведении современных лидеров, которые в состоянии подорвать авторитет их личности, но оказываются шагом в повышении их актуальности и популярности.





МОДЕЛИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ЭКРАН ТЕЛЕВИЗОРА

Выделяются несколько фаз создания трансмедиального имиджа политиков:

- Профиль ожиданий;
- Классифицирование потребностей;
- Создание продукта имиджа с помощью доминирующих ценностей;
- Сочетание национальных и региональных потребностей;
-





МОДЕЛИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ЭКРАН ТЕЛЕВИЗОРА

- ▣ Адаптирование общенациональных посланий к ожиданиям соответствующего региона, общности, социальной группы;
- ▣ Трансформация в прагматизм и избирательную мораль;
- ▣ Приписывание поведения, качества и избирательных налаживаний, естественно присущие личности.

В заключении можно сказать, что образ политиков в СМИ-их визитная карточка перед обществом, СМИ оказывают широкое воздействие на общественное мнение. Они сами по себе новое оружие пропаганды.





МОДЕЛИРОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ЧЕРЕЗ ЭКРАН ТЕЛЕВИЗОРА

Спасибо за внимание!
Вопросы?

