

## Секция «Государственное и муниципальное управление»

**Глава государства: от имиджа к бренду**  
**Штельмашенко Анастасия Дмитривна**

*Соискатель*

*Киевский Национальный Университет имени Тараса Шевченко, Философский факультет, Киев-Kiev, Украина*

*E-mail: anast\_d-u@mail.ru*

Бренды вышли за границы «хозяйственного» мира. Политики, артисты, ученые, чиновники убедились, что создание и постоянное укрепление их личного бренда, это ключ к успеху. . .

**Томас Гэд**

Глава государства - гарант прав и свобод граждан своей страны. Его личные качества непосредственно влияют на её развитие. История знает немало сильных лидеров, возносивших свою страну на вершину мирового развития. Их роль в истории нельзя недооценивать, ведь они меняли стратегию развития государства, становясь его брендом.

Так, Владимир Путин – неоспоримый бренд Российской Федерации. А что такое бренд? Бренд – это эмоционально насыщенный образ, который ассоциируется с определенным субъектом и благодаря которому этот субъект становится узнаваемым. Процесс формирования бренда политического лидера начинается с момента создания его имиджа, но лишь в некоторых случаях это имидж превращается в бренд.

Обозначим, в чём, по нашему мнению, заключается разница между имиджем и брендом. Понятие имиджа имеет, прежде всего, социально-психологический смысл и связано с отражением в общественном мнении реальных личностных качеств государственного деятеля. Бренд же – это символ гарантии надежности и качества, символ, который внушает людям чувство доверия и ощущение защищенности [ 3].

Большинство исследователей, работающих в области определения критериев положительного восприятия страны и ее политического лидера мировой общественностью, отмечают, что политический лидер государства должен представляться активным и деятельным человеком. Иными словами, созданию положительного имиджа лидера больше способствуют оказывающие на публику наибольшее влияние решения, инициативы и предложения, чем постепенные и малозаметные действия по практическому решению важных государственных проблем. То есть ключевым моментом здесь выступает не само действие, а демонстрация готовности политического лидера взять ответственность за положение дел в стране и решить накопившиеся проблемы. Таким образом, общество преимущественно на подсознательном уровне убеждается в том, что все под контролем, и жизнь будет становиться лучше, если не сейчас, то – уж точно - в обозримом будущем [1]. Тем самым дальнейшее направление развития государства неразрывно увязывается с фактом пребывания во главе этого государства какого-то определённого политического лидера. А имидж последнего превращается в бренд, символ такого поступательного развития государства, которое лишь и может обеспечить этому государству процветание и авторитет.

Конец 90-х - начало 2000-х годов ознаменовался появлением на российской политической арене нового политика - Владимира Путина. В. Путин изначально существенно

отличался от своих оппонентов манерой общения с людьми, умением вести диалог, простотой общения, грамотностью речи: "Он (В. Путин) способен разговаривать, говорить, не попадать в смешные ситуации "Говорит красиво, в смысле стилистически правильно". Среди достоинств В.Путина особо выделялись такие характеристики, как: умение вести себя "спокойно" непосредственно, прямо, без ужимок". Значительное число респондентов также отмечают интеллигентность действующего Президента, его "понятность народу"[2].

Однако брендом Российской Федерации её нынешний глава, по нашему мнению, стал, в первую очередь, благодаря последовательному и принципиальному отстаиванию интересов своей страны на международной арене, основанному на внутриэкономических достижениях. Вследствие этого РФ продемонстрировала миру наличие собственной программы как своего внутреннего развития, так и решения проблем мирового развития в целом. Программы, которую вряд ли можно проигнорировать при решении сколь-нибудь серьёзных вопросов международной политики. Олицетворением этой программы и стал для Российской Федерации Владимир Путин, а её обозначением – бренд под названием «Владимир Путин».

### **Литература**

1. Бойков В.Э. Выборы в России в контексте эволюции политической системы российского общества (взгляд социолога) // Социология власти. — 2011. — № 4. — С. 34—43.
2. Пищева Т.Н. Трансформация образа идеального Президента в постсоветской России (анализ восприятия российских политиков) Статья опубликована в коллективной монографии "Политико-психологические проблемы исследования массового сознания" / Под ред. Е.Б. Шестопаля. - М.: Аспект-Пресс, 2002 – 201с.
3. Русакова О.Ф., Русаков В.М. PR-Дискурс: Теоретико-методологический анализ. Екатеринбург: УрО РАН, Институт международных связей, 2008. – 340.с.