

Sadržaj:

- Uvod
- Kreiranje političkog imidža
- Ljudi koji učestvuju u kreiranju političkog imidža
- Mediji i politički imidž
- Politički imidž modernih političara
- Politički imidž Srbije
- Zaključak
- Literatura

UVOD

1. KREIRANJE POLITIČKOG IMIDŽA

Američki naučnici u oblasti Političke komunikacije ističu da danas možemo govoriti o tri faze izgradnje imidža: prva faza-prednominativna faza, nominativna faza i završna faza kampanje.

U prednominativnoj fazi identifikovano je pet područja bitnih za stvaranje i održavanje "predsedničkog" imidža.

2. LJUDI KOJI UČESTVUJU U KREIRANJU POLITIČKOG IMIDŽA

.....**NAMERNO UKLONJEN DEO TEKSTA**.....

Konkretna osobine (pol, godine, poreklo, bivše funkcije i dr.);

Instrumentalne vrednosti (uticaj na druge, uspeh, preuzimanje odgovornosti, dobro zdravlje, sklonost umetnosti);

Apstraktne osobine (izgled, harizma, pojava, odeća);

Sociopsihološke osobine (socijalna kompetencija, simpatičnost, poštenje, sposobnost komuniciranja, iskrenost, ljubaznost, verodostojnost, poverenje, osetljivost);

Terminalne vrednosti (sigurnost, samoostvarenje, tolerancija i dr.)

3. MEDIJI I POLITIČKI IMIDŽ

4. POLITIČKI IMIDŽ MODERNIH POLITIČARA

Za današnje političare više nije bitan samo politički program za koji se oni zalažu, već i njihov izgled, porodica, interesovanja i mnoge druge stvari. Današnji političari su superheroji modernog doba, ili bar pokušavaju da se tako predstave. Oni vežbaju, igraju, pevaju, učestvuju lično u humanitarnim akcijama...oni su zvezde. A na njihovom imidžu se sigurno ne radi ništa manje nego na imidžu bilo koje estradne zvezde. Televizija, internet, i nova era vizuelne umetnosti uopšte, čine ove poteze neophodnim. Političari postaju novi globalni brend, a njihov izgled je vrlo bitan deo tog procesa.

Po novim istraživanjima iznenadjujuće je da pri proceni neke osobe 58 procenata otpada na izgled, 35 do 38 odsto na ostale komponente ličnosti, koje ne uključuju artikulisani govor, a samo onih nekoliko preostalih procenata pažnje otpada na ono što ta osoba izgovara. Izgled političara postaje deo današnje političke kulture. Ovo je već godinama opšteprihvaćena činjenica u svetu, a i srpski političari su shvatili važnost svog izgleda. Možemo reći da je pionir ove ideje bio još Džon F. Kenedi, koji je dobar deo biračkog tela osvojio svojim izgledom. Ipak, u to vreme, on je bio izuzetak. Moderno brendiranje političara počinje sa italijanskim premijerom Berluskonijem, čiji je besprekoran "stajling" učinio mnogo za njega, sa Bilom Klintonom i njegovim saksofonom i drugima, a vrhunac doživljava u ovom trenutku sa Barakom Obamom. Većina naših političara saradjuje sa stilistima, bar tokom izborne kampanje. Predsednik Boris Tadić je napravio dobar potez noseći odela i cipele samo domaće proizvodnje, dajući primer drugima i podršku domaćoj ekonomiji. Mladjan Dinkić je poznat po izlascima na binu i sviranju gitare. Osim truda oko oblačenja, današnji političari nalaze vreme i volju za vežbanje, dijete, plastične operacije i slično, sve u cilju boljeg izgleda.

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com