

ЯРКИЙ ПОЛИТИК ИЛИ СЕРЫЙ ПАРТФУНКЦИОНЕР



Депутат Виктор Сысоев на церемонии вручения удостоверений депутатам Законодательного собрания Санкт-Петербурга шестого созыва



На заседании в Мариинском дворце есть на что посмотреть

Избирательная кампания — время, когда российским политикам приходится хотя бы частично переносить свою работу из кулуаров в публичное поле. Они фотографируются для плакатов, проводят встречи, выступают по телевидению и неизбежно подвергаются насмешкам со стороны избирателей. Почему же у российских политиков возникают сложности со стилем и имиджем и как эту проблему решают в петербургских органах власти?

После сентябрьских выборов в петербургском парламенте появилось много новичков. Это неизбежно повлекло за собой публичные конфликты, связанные с их внешним видом и манерой поведения. Например, 21-летний депутат от ЛДПР Виктор Сысоев пришел на вручение мандатов с жвачкой во рту. Месяц спустя спикер Заксобрания Вячеслав Макаров публично с трибуны отчитал депутата от КПРФ, партнера строительной компании «Лидер Групп» Александра Рассудова за то, что тот пришел на заседание без галстука. А в перерыве сам повязал господину Рассудову галстук — собственный, запасной. Затем руководители аппарата ЗакСа собрали помощников депутатов и объяснили им, что в Мариинский дворец не нужно одеваться «как на вечеринку», перечислив среди запрещенных предметов одежды шорты и обувь на шпильках.

Повышенное внимание журналистов к этой теме говорит о том, что она болезненна. Внешний вид политиков часто обсуждается в СМИ: массовая пресса рассказывает о дурновкусии чиновников и депутатов, деловая — о не соответствующих заработку предметах одежды и украшениях. А прошедшим летом, во время парламентской избирательной кампании, ленты соцсетей были забиты обсуждением агитационных материалов, на которых кандидаты часто выглядели нелепо.

«У политиков нет потребности с помощью внешнего вида разговаривать с избирателем»

Практика показывает, что кандидаты в депутаты (даже на федеральных выборах, не говоря уж о региональных) крайне редко привлекают к работе в избирательных штабах специалистов по стилю и имиджу. «Эта культура у нас не сложилась. В политике услуги стилиста бывают востребованы только в экстренных случаях — когда есть проблема, и ее надо срочно исправлять», — говорит стилист Ксения Мозговая. Прошедшая кампания не имела шансов стать исключением: финансирование сократилось, состязательность снизилась, кандидаты экономили даже на услугах политтехнологов и электоральных юристов, а о стилистах не задумывались вовсе.

Ксения Мозговая — одна из немногих специалистов в своей области, работавших во время кампании с кандидатами в депутаты. «Невнимание к своему внешнему виду — следствие закрытости наших политиков, — считает она. — Они оторваны от избирателей, поэтому посредством своего внешнего вида посылают сигналы не им, а коллегам по истеблишменту. Отсюда — стремление друг друга перещеголять, отсюда — сверхдорогие украшения».

«Сегодня реальная коммуникация идет только между элитами. Нет потребности и необходимости разговаривать с избирателями, в том числе и с помощью внешнего вида», — соглашается с ней стилист Никита Кондрушенко. Он также работает с политиками, но признает, что спрос на услуги стилистов в этой сфере крайне низок. Между тем, по мнению господина Кондрушенко, внешний вид — одна из важнейших составляющих электорального образа политика. Особенно с учетом огромной роли телевидения в избирательной кампании в частности и в формировании общественного мнения — в целом. «Люди сегодня, как и всегда, чаще выбирают глазами, в этом случае главное для них — картинка. Если к тем ошибкам, которые делают кандидат и его окружение, прибавится невнимание к своему имиджу, это может стать причиной неуспеха», — предостерегает он.

«Образ партфункционера индивидуальности не подразумевает»

Специалисты сходятся на том, что самая распространенная ошибка, которую допускают политики и которая ярко проявилась во время прошедшей избирательной кампании, — это невыразительность образа и полное отсутствие индивидуальности. «Если человеку в детстве не давали свободы в выборе одежды, то свой стиль он будет формировать исходя из чужих представлений, исходя из того, на что есть спрос. Отсюда однообразие в стиле, и самое удивительное, что оно востребовано», — говорит Ксения Мозговая. «В последнее время в России, как и везде, не случилось запроса на ярких публичных политиков, ораторов с индивидуальностью, запоминающейся внешностью и манерой одеваться — полагает Никита Кондрушенко. — Был запрос на партфункционера, а такой образ индивидуальности не подразумевает».

Еще одна ключевая ошибка — несоответствие внешнего образа политика, претендующего на публичность, потребностям целевой аудитории. Ксения Мозговая рассказывает, что в предвыборном штабе стилист работает в связке с политтехнологом, изучает характеристики целевого электората и выстраивает образ кандидата в зависимости от общей концепции кампании. «Если предстоит встреча с пенсионерами, то приходится в костюме и с охраной, демонстрируя свой статус, не стоит — нужны приглушенные тона, спокойный стиль. Если кандидат приехал на стройку и хочет продемонстрировать установку „разберусь во всем, если надо — встану на колени и полезу под грузовик“, нужны джинсы и куртка», — объясняет она. А если, например, понятно, что победу обеспечат голоса сотрудников градообразующего предприятия, нужно, чтобы они приняли кандидата за «своего» — это невозможно без работы над внешним видом.

Когда политик не понимает этих принципов, возникают типичные ошибки — например, женщина-политик пытается продать не свою готовность слышать избирателя, а свою красоту. «В нашей стране даже неглупые женщины могут провалиться на выборах из-за того, что демонстрируют свое превосходство над избирательницами. Женщина из глубинки никогда не поймет, зачем ей избирать „красотулю из Москвы“, что бы она ни обещала», — говорит Ксения Мозговая. Но и состоявшиеся в политике женщины редко умеют одеваться, замечает господин Кондрушенко — вероятно, из-за того, что в эту сферу деятельности идут личности, не склонные уделять внимание «женским пустякам».

Работая с политиками, стилисту приходится учитывать не только гендерные, но и возрастные особенности клиентов. Политики «старой закалки»,