

**Федоренко О. Д.**

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

**Ковтун Н. О.**

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

## ТРАНСФОРМАЦІЯ ЗОВНІШНЬОГО ІМІДЖУ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ В. ЗЕЛЕНСЬКОГО В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ

*У статті здійснено спробу дослідити один із ключових складників іміджу політичного лідера, зокрема зовнішній образ Президента України, що є комунікативним інструментом впливу на цільову аудиторію як усередині країни, так і у світі. Зосереджено увагу насамперед на трансформації одягу та фізичних рис Володимира Зеленського до і під час повномасштабного вторгнення росії в Україну на платформі «YouTube» та на сторінці лідера в соціальній мережі «Facebook». У розвідці окреслено ключові зовнішні маркери, що є засобами важливих меседжів громадянам нашої країни та всьому світу.*

*Створення позитивного іміджу є нині важливим для політика, оскільки це зумовлює його взаємодію з аудиторією. Сформований образ відтворює інтереси як людей, так і лідера, і намагається поєднати їх. Окреслене питання є нині актуальним, оскільки грамотно створений імідж допомагає політику здобути довіру електорату та увійти у владні кола з метою управління державою. На особливу увагу заслуговує питання формування успішного образу політичного лідера в українських реаліях. Зовнішній імідж лідера країни робить шлях до електорату простішим і зрозумілішим, оскільки він отримує найбільш виразні аспекти такого образу, зокрема через зовнішню атрибутику. Основна комунікативна функція іміджу – полегшити аудиторії сприйняття інформації про політика, проєктуючи ті його характеристики, що вважаються найкращими в конкретному середовищі й часі, та надалі підготувати підґрунтя для формування установки вибору саме цього лідера. Побудова успішного іміджу полягає здебільшого не в наділенні політика неіснуючими характеристиками та створенні ідеального образу, а в розвитку його реальних особливостей і позитивних якостей, на які очікують маси. Вдало сформований зовнішній імідж політичного лідера є дуже ефективною саморекламою, оскільки допомагає йому порозумітися з людьми, завоювати їхню довіру в непростий час, надіслати світу важливі меседжі.*

**Ключові слова:** імідж, різновиди іміджу, політичний імідж, зовнішній образ, складники зовнішнього іміджу.

**Постановка проблеми.** Нині імідж є актуальним у різних галузях суспільного життя: економічній, соціальній, духовній, політичній та ін. Він відіграє визначальну роль у популяризації продукту, компанії, особистості чи країни. Саме образ людини є важливим чинником її позиціонування в соціумі. Насамперед зауважимо, що імідж (англ. image, від лат. imago – образ, вид) – цілеспрямовано сформований образ якої-небудь особи, явища, предмета, що покликаний збільшити емоційно-психологічний вплив на кого-небудь із метою популяризації реклами, пропаганди тощо. Так трактують поняття укладачі Словника іншомовних соціокультурних термінів [15]. Дослідниця А. Акаймова слушно зауважує, що «імідж

є стереотипним образом певного суб'єкта, який сформований у масовій свідомості» [1].

Зазначимо, що поняття «особистий імідж» тлумачать як сформований образ людини, що створює певний рівень довіри або ж недовіри до його носія, покликаний здійснювати емоційно-психологічний вплив на аудиторію з метою формування певного ставлення, уявлення, зокрема про особу, яка є предметом обговорення [9; 10; 14]. Дуже виразно із цього приводу написав літературний критик і публіцист Е. Гофман: «Імідж – це мистецтво керувати враженнями» [3, с. 91]. Однією з найважливіших його функцій є посередництво між суб'єктом (особою, організацією тощо) і масою людей; він надихає оточення, йому адресо-

вані надії та сподівання [16]. Саме тому формування іміджу є сьогодні надзвичайно актуальним для політичних лідерів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз наукових праць і практичних рекомендацій дає підстави констатувати, що питання формування зовнішнього іміджу українського Президента, попри його актуальність і теоретичну визначеність, потребує значного розширення, оновлення застарілих положень і формування нових підходів, які б ґрунтувалися на реаліях сучасної ситуації, зокрема повномасштабного вторгнення РФ в Україну.

Учені активно досліджують роль іміджу, особливості його формування, функції, різновиди тощо. Для нашої роботи вагомими є праці К. Носяр [9], Л. Ольшанської [10], М. Прищак, О. Лесько [13], Л. Хавкіної [17] та ін. Так, різновиди образу в наукових розвідках аналізувала дослідниця А. Акаймова [1]. Детальніше досліджували візуальний імідж такі науковці, як Ф. Барановський [2], А. Вайер [4], К. Носяр [9] та ін.

На особливу увагу заслуговує питання формування успішного іміджу політичного лідера в українських реаліях. Як стверджують Н. Лікарчук [7], І. Милосердна [9], О. Петров [11], О. Холод [18], універсального іміджу успішного політика не існує, кожен народ обирає ті характеристики, які найбільше відповідають його ментальним особливостям. Створення позитивних образів лідерів країни є цілеспрямованою професійною діяльністю іміджмейкерів і транслюється передусім через медійні канали за допомогою таких інструментів, як інформаційно-рекламні технології, PR та ін.

Малодослідженою є проблема трансформації іміджу українських політичних лідерів у телеєфірі та в соціальних мережах, зокрема у «Facebook», а також на платформі «YouTube». Окреслене питання вважаємо **актуальним**, оскільки добре сформований імідж допомагає політику здобути довіру громади й спиратися на її підтримку, зокрема в управлінні державою. Окрім того, продуманий зовнішній образ політичного лідера країни є комунікативним інструментом трансляції актуальних завуальованих повідомлень світовій спільноті. Присутність політичного лідера в медіа виникає як необхідна умова його позиціонування в політичному просторі. Формування політичного іміджу лідера під час війни сприяє не лише досягненню політичних цілей самого політика, а й впливає на хід бойових дій та наявність підтримки світової спільноти. У статті зроблено спробу проаналізувати зовнішній імідж Президента України

Володимира Зеленського під час повномасштабної російсько-української війни.

**Постановка завдання.** Вважаємо ключовою метою нашої розвідки – простежити специфіку трансформації аналізованого зовнішнього образу Президента України Володимира Зеленського під час повномасштабного вторгнення росії в Україну, окреслити його характерні іміджеві характеристики, з'ясувати найважливіші складники зовнішніх маркерів, що є засобами актуальних меседжів громадянам нашої країни та всьому світу.

**Виклад основного матеріалу.** Важливу роль нині відіграє імідж, який створює політик як усередині своєї країни, так і у світовому контексті. Образ лідера – це сприймання, що він формує в людській свідомості через певні атрибути – зовнішній вигляд, одяг, аксесуари, жести, поставу та ін. Він є одним із джерел у формуванні авторитету й популярності політика, оскільки в громадян немає прямих контактів із цією людиною, але є, як слушно зауважує Ф. Барановський, «комплексна система вражень, які він створює за допомогою свого зовнішнього вигляду, одягу та манери поведінки» [2, с. 41]. Як відомо, зовнішні атрибути й одяг – це те, на що люди звертають увагу насамперед (усім знайоме українське прислів'я «Зустрічають по одягу, а проводжають по розуму»). Тож зовнішній імідж політика відіграє важливу роль у його популярності в соціумі.

Символічні уявлення людей (електорату) про лідерів формується через засоби масової комунікації, де транслюються бачення суб'єкта політики про себе та зафіксовані думки про нього інших. На думку Г. Трушевич [20, с. 85], присутність лідера в медіа є необхідною умовою його позиціонування в політичному просторі. Створення його доцільного іміджу під час війни сприяє не лише досягненню цілей самого політика, а й впливає на хід бойових дій і наявність підтримки світової спільноти. Тож важливу роль у політичній діяльності відіграє правильно сформований образ лідера країни.

Вибір ключового політичного лідера для нашого аналізу зумовлений рівнем його популярності в Україні. Спираючись на останнє опитування Київського міжнародного інституту соціології в лютому 2024 р. [5], варто зазначити зниження довіри українців до Президента В. Зеленського до 60 % (на відміну від 90 % станом на травень 2022 р.) Це зумовлено, як зазначено в соціопитуванні, останніми подіями в країні – відставкою Залужного, складною ситуацією на фронті, невизначеною позицією союзників України, продовженням корупційних скандалів.

«Однак більшість українців продовжують йому довіряти», – як зазначив заступник директора КМІС А. Грушецький [5].

Президент країни – це публічна особа, що є впізнаною не лише у своїй країні, але в усьому світі. Тим більше, за тих тяжких подій, які зараз відбуваються в Україні, повномасштабного вторгнення росії в Україну. Тому важливо враховувати всі аспекти формування його зовнішнього іміджу. «Людина може примусити свій одяг говорити те, що вона хоче сказати, або те, що від неї хочуть почути», – так образно зауважує американський письменник Д. Уоллес [13].

Цікаво, що цей імідж може бути як природним для носія, так і перебувати в конфлікті із його самоіміджем. Ми поділяємо думку тих дослідників [18], які стверджують, що лідер країни, зокрема Президент, має бути носієм органічного іміджу, який виокремлює його з-поміж інших політиків, засвідчує індивідуальність і викликає довіру до нього, відповідно й до трансльованої ним інформації. Основною метою формування іміджу, зокрема Президента України, є посилення позитивної громадської думки щодо керівника країни. Думка ж громади, що здатна підтримати чи не підтримати свого лідера, також зумовлює вплив на його образ. Тож ідеться про взаємопов'язаний процес: якщо політичний лідер не дбає про власний імідж, то знайдуться ті, хто робитиме це за нього. У такому випадку імідж формуватиметься стихійно, тож не є фактом, що він буде позитивним і успішним.

Нагадаємо, що складниками візуального іміджу людини, на думку К. Носяр [9], є вбрання (одяг, взуття, аксесуари); фізичні дані (зріст, фігура); зачіска; погляд і міміка. У нашій розвідці зосередимо більшу увагу на такому складникові, як одяг Президента України, оскільки він зазнав суттєвих трансформацій і транслює важливі для країни та для світу меседжі. Усі українці помітили, що 24 лютого 2022 року лідер нашої країни змінив діловий піджак на куртки, світшоти, худі, футболки. Це транслювали його щоденні відеозвернення до українців, як-от: «У нас війна. Я говоритиму з вами на Банковій за закритими шторами та барикадами. Вікна підперті мішками з піском, без світла, просто на сходах і максимально близько до вас». Вони давали відчуття контролю над ситуацією, оскільки підсумовували те, як минув день війни. Відтоді Президент Володимир Зеленський жодного разу не з'явився на публіці в костюмі чи якомусь іншому діловому одязі. Лише мілітарі-стиль: штани кольору хакі, флісові куртки, зелені та сірі футболки з тризубом та худі з написом «I'M UKRAINIAN».

Узявши до уваги дослідження науковців із порушеної теми, проаналізувавши фотографії та відеоматеріали на «YouTube», а також на сторінці лідера країни у «Facebook», ми виокремили кілька ключових меседжів, які Президент транслює українцям і всьому світу щодо зміни свого зовнішнього іміджу:

1. *Володимир Зеленський позиціонує себе як сильний керівник держави, що воює.* Стиль одягу є повсякденним і зручним для будь-якої ситуації (у кабінеті на Банковій, у поїзді в Бучу, Бахмут тощо, у записі відеозвернень до українців із різних локацій у столиці чи ін.) – це футболки й светри кольору хакі чи темних приглушених кольорів, армійські штани, кросівки або черевики спортивного типу. Він є очільником країни, що воює. Тож мілітарі-стиль в одязі це підкреслює, а поява президента із втомленим неголеним обличчям і щетиною із сивиною це увиразнюють. І такий образ буде незмінним доти, доки не закінчиться війна.

2. *В. Зеленський транслює себе як Верховний Головнокомандувач Збройних Сил України, що два роки поспіль захищає інші країни від російської агресії, тому здатний говорити «на рівних» із впливовими лідерами провідних країн.* Він змінив ділові костюми з краватками на спортивний одяг стилю мілітарі, і в такий спосіб вийшов за межі політичного етикету. Як слушно зазначила С. Кривенко [7], у такому одязі він не просить, а вимагає зброю, він критикує бездіяльність деяких політичних лідерів країн, акцентує на беспорядності світової безпекової системи. У такому образі він не має відповідати загальноприйнятим правилам «у світі костюмів і краваток», де політика завжди є компромісною. У період війни політика має бути безкомпромісною щодо захисту своїх територій і життя українців.

3. *Президента В. Зеленського зараз цікавить доля країни значно більше, ніж його власні потреби та інтереси.* Президент країни 24/7 перебуває в роботі. Тож одяг не вирізняється різноманітністю та є повсякденним. Він займається не своєю зовнішністю й не витрачає час на вибір стильного ділового одягу. Його зараз цікавить доля країни значно більше, ніж він сам.

Цікаво простежувати зовнішній імідж нашого Президента й лідерів інших країн (у порівняльному аспекті) на світлинах, що облетіли весь світ:

1) колишній прем'єр-міністр Великої Британії *Борис Джонсон приїхав до Києва в день других роковин повномасштабного вторгнення росії в Україну (24.02.2024).* Він опублікував фото із президентом Володимиром Зеленським поблизу його резиденції в українській столиці (див. URL:

<https://glavcom.ua/country/incidents/boris-dzhonson-pribuv-do-ukrajini-987579.html>) – ділова сорочка голубого кольору й краватка Джонсона та мілітарі-стиль нашого лідера – світшот на флісі темного кольору з нашавкою тризуба, сірі штани армійського фасону, а також зосереджений погляд без посмішки, неголене обличчя, щетина із сивиною;

2) офіційна зустріч Володимира Зеленського у Вільнюсі з Президентом Литви (10.01.2024) – діловий стиль одягу Гітанаса Науседи – пальто класичного стилю, шарф, сорочка й краватка, а також звичайна куртка темно-коричневого кольору з великими кишнями, штани й черевики кольору хакі, – образ Президента країни, що перебуває в стані війни (див. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-polytics/3811451-zelenskij-zustrivsa-u-vilnusi-z-prezidentom-litvi.html#>);

3) фотографії з чергового візиту Зеленського до США (11.12.2023). Серед ключових тем на переговорах у Вашингтоні були продовження оборонної співпраці України та США – світлина (і відео) його офіційної зустрічі в Білому домі з американським Президентом Джоозефом Байденом (див. URL: <https://glavcom.ua/country/politics/denarodzhennja-zelenskoho-jak-minuv-rik-prezidenta-foto-982195.html>). Знову ж таки – ніякого офіційного костюму, а чорний світшот і світло-сірі штани поруч із діловим лоском дрескоду американського Президента. Зауважимо, що коментарі із цього приводу у фейсбуці були дуже різними: хтось схвально підтримував, а хтось жорстко критикував нашого Президента на кшталт, що він мав би одягнути костюм на зустріч такого рівня та проявити повагу до американського лідера, що він приїжджає до Білого дому з президентським візитом, а одягнений так, ніби збирається в похід та ін.

Про цікаву історичну паралель у зв'язку із окресленим візитом зазначає дослідниця А. Лукашевська у своїй публікації «Рік, закарбований на обличчі...»: «Багато іноземних оглядачів звернули увагу на те, що в 1941 році в подібному вбранні приїжджав до Вашингтона і прем'єр-міністр Великої Британії Вінстон Черчилль, який став людиною-символом Другої Світової війни – політиком, який згуртував Європу на боротьбу з нацистською Німеччиною. Метою його візиту також було залучити більше підтримки та допомоги від США» [8]. Недаремно прем'єр Великої Британії Борис Джонсон назва В. Зеленського «новим Черчиллем», а компанія «Lego» продає фігурки маленького Володимира Олександровича;

4) В. Зеленський у Великдень (16.04.2023 р.) наголосив на перемозі та вшанував загиблих

захисників – це фото, на якому В. Зеленський у темній українській вишиванці зі світло-зеленим українським орнаментом, що виконаний українськими майстрами. Аналогічним є зовнішній образ лідера 23 серпня 2023 р. на *День державного прапора* на урочистій церемонії підняття синьо-жовтого прапора – українська вишиванка приглушеного зеленого кольору й відповідного тону штани. 24 серпня 2023 р. глава держави привітав громадян із *Днем Незалежності* в сорочці кольору хакі з вишитим на грудях тризубом і чорним орнаментом на комірці. Подібні світлини (див. URL: <https://glavcom.ua/country/politics/denarodzhennja-zelenskoho-jak-minuv-rik-prezidenta-foto-982195.html>), за нашими спостереженнями, є єдиними винятками «порушення» традиційного мілітарі-стилю та увиразнюють українську ідентичність політичного лідера.

Позиція Президента чітка й принципова: він не планує змінювати мілітарі на офіційний костюм аж до перемоги України у війні. Про це він говорив уже неодноразово в інтерв'ю із закордонними журналістами.

Наведемо слухне спостереження дослідниці А. Лукашевської: «В. Зеленський фактично запустив світовий тренд на зручний кежуал кольору хакі із патріотичними принтами від українських виробників і став першим українським лідером, який повністю відійшов від офіційного дрескоду» [8]. Тож тактика президента щодо свого зовнішнього образу в період війни є вмотивованою, він є символом опору й героїзму українського народу.

**Висновки із дослідження і перспективи в цьому напрямку.** Зважаючи на здійснений науковий пошук щодо актуальності питання трансформації зовнішнього іміджу українського політичного лідера в критичний для українців час, варто зазначити, що він відіграє суттєву роль не лише в посиленні впізнаваності, популярності та впливовості Президента країни, а виконує насамперед присутню змістову функцію – передавати важливі смисли та меседжі своєму народу та світовій спільноті.

Проведений аналіз дозволяє констатувати, що зовнішній образ Володимира Зеленського суттєво трансформувався впродовж останніх двох років президентства під час повномасштабного вторгнення росії в Україну, зокрема після 24 лютого – це не міг не помітити світ і всі українці.

Окреслений мілітарі-стиль українського Президента є не лише зручним і функціональним, це ще й чітка позиція та демонстрація світу важливих меседжів – у нашій країні триває війна, тож

інтереси й доля України є першочерговими як для українців та лідера країни, так і для всього світу; Президент держави, яка понад два роки захищає інші країни від російської агресії, здатний говорити з позиції лідера із впливовими очільниками провідних країн.

Предметом нашої уваги були питання, що достатньо простудійовані або ж ті, що спеціально

не порушувалися в сфері соціальної комунікації. Акцентуючи на них, ми спрогнозували тему для подальшого наукового пошуку, зокрема позиціонування образу першої леді, однієї з найвпливовіших людей 2023 р. за версією журналу «Time», засновницею українського благодійного фонду Олени Зеленської в сучасних телевізійних і соціальних медіа.

#### Список літератури:

1. Акайомова А. Комунікативні властивості іміджу та його класифікація. *Віче*. № 22. 2011. URL: <https://veche.kiev.ua/journal/2798/> (дата звернення: 12.02.2024).
2. Барановський Ф. В. Роль візуального іміджу політичного лідера в демократичному суспільстві. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. Вип. 2(58). 2023. С. 40–47.
3. Білик Т. М. Сутність поняття «імідж». *Науковий вісник молодих учених ХДУ: зб. наук. праць молодих учених*. Херсон: ХДУ, 2011. С. 90–93.
4. Вайєр А. Технологія створення політичного іміджу. *Evropský politický a právní diskurz*. 2018. Sv. 5, Vyd. 1. С. 176–180.
5. Васьків О. Рейтинг Зеленського знизився після рішення про відставку Залужного – опитування. URL: <https://suspilne.media/685198-rejting-zelenskogo-znizivsa-pisla-risenna-pro-vidstavku-zaluznogo-opituvanna/> (дата звернення: 20.03.2024).
6. Кривенко С. «Мені потрібна зброя, а не евакуація». Як Зеленський став українцем, що рятує світ. *Твоє місто*. 25 січня 2023. URL: [https://tvoemisto.tv/blogs/meni\\_potribna\\_zbroya\\_a\\_ne\\_evakuatsiya\\_yak\\_zelenskyu\\_stav\\_ukraintsem\\_shcho\\_ryatuie\\_svit\\_136976.html](https://tvoemisto.tv/blogs/meni_potribna_zbroya_a_ne_evakuatsiya_yak_zelenskyu_stav_ukraintsem_shcho_ryatuie_svit_136976.html) (дата звернення: 15.03.2024).
7. Лікарчук Н. Формування іміджу політичного лідера в процесі виборчої кампанії. URL: <http://protonet.ru/histiry/rubr/50/> (дата звернення: 15.03.2024).
8. Лукашевська А. Рік, закарбований на обличчі... URL: [https://24tv.ua/volodimir-zelenskiy-yak-prezident-zminiv-sya-za-rik-viynifoto\\_n2242235](https://24tv.ua/volodimir-zelenskiy-yak-prezident-zminiv-sya-za-rik-viynifoto_n2242235) (дата звернення: 15.03.2024).
9. Милосердна І. М. Імідж політичного лідера як категорія PR-технології. *Актуальні проблеми політики*. 2019. Вип. 64. С. 118–133.
10. Носяр К. Головні чинники створення позитивного іміджу телеведучого на вітчизняному телебаченні. URL: <http://naub.oa.edu.ua/2012/holovni-chynnyky-stvorennya-pozytyvnoho-imidzhu-televeduchoho-na-vitchyznyanomu-telebachenni> (дата звернення: 07.03.2024).
11. Ольшанська Л. Технологія формування іміджу. URL: <http://reklama.rezultat.com> (дата звернення: 25.02.2024).
12. Петров О. Стратегії політичних сил на парламентських виборах. *Політичний менеджмент*. 2006. № 1. С. 18–26.
13. Президент з народом: що носить Зеленський під час війни? УНІАН. 2022. URL: <https://www.unian.ua/politics/shcho-nosit-volodimir-zelenskiy-pid-chas-viyni-stil-y-odyag-zelenskogo-foto-novini-ukrajina-11778225.html> (дата звернення: 12.05.2023).
14. Прищак М. Д., Лесько О. Й. Етика та психологія ділових відносин: навчальний посібник. Вінниця: ВНТУ, 2016. 151 с.
15. Скороденок Н. В. Поняття іміджу та його роль у діловому спілкуванні. URL: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/209-553-1-PB.pdf>. (дата звернення: 05.03.2024).
16. Словник іншомовних соціокультурних термінів. URL: <http://slovopectia.org.ua/39/53382/260772.html> (дата звернення: 05.03.2024).
17. Функції й інструментарій іміджу. URL: [https://studopedia.su/5\\_7397\\_funktsii-y-instrumentariy-imidzhu.html](https://studopedia.su/5_7397_funktsii-y-instrumentariy-imidzhu.html) (дата звернення: 05.03.2024).
18. Хавкіна Л. М. Соціокомунікаційний феномен іміджу: параметри вивчення та викладання. URL: <http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/4297/1/Havkina.pdf> (дата звернення: 05.03.2024).
19. Холод О. Роль ЗМІ у формуванні парадигми психолінгвістичного інструментарію при іміджуванні політиків. URL: <http://www.atlant.ws/history/> (дата звернення: 05.03.2024).
20. Trushevych N. B. The role of language image in creating a favorable image of Ukrainian politicians: analysis of New Year's speeches of the Presidents. *Baltic Journal of Legal and Social Sciences*, 4. 2021.

**Fedorenko O. D., Kovtun N. O. TRANSFORMATION OF EXTERNAL IMAGE OF THE PRESIDENT OF UKRAINE V. ZELENSKY IN THE CONDITIONS OF A FULL-SCALE INVASION**

*The article attempts to investigate one of the key components of the image of a political leader, in particular the external image of the President of Ukraine, which is a communicative tool for influencing the target audience both within the country and in the world. Attention is primarily focused on the transformation of Volodymyr Zelenskyi's clothing and physical features before and during the full-scale invasion of Russia into Ukraine on video materials on YouTube and on the leader's Facebook page. The article outlines key external markers that are means of important messages to the citizens of our country and the whole world.*

*Creating a positive image is important for politicians today, as it determines their interaction with the audience. The formed image reflects the interests of both people and politicians and tries to combine them. This issue is relevant today, as a well-crafted image helps a politician gain the trust of the electorate and enter the circles of power to govern the state. The issue of forming a successful image of a political leader in Ukrainian realities deserves special attention. The external image of the country's leader makes the way to his or her electorate easier and clearer, as he or she receives the most expressive aspects of such an image, in particular through external attributes. The main communicative function of an image is to make it easier for the audience to perceive information about a politician by projecting those characteristics that are considered the best in a particular environment and time, and to further prepare the ground for the formation of an attitude of choosing this particular leader. Building a successful image is not about endowing a politician with non-existent characteristics and creating an ideal image, but about developing his or her real features and positive qualities expected by the masses. A well-formed external image of a political leader is a very effective self-promotion, as it helps him to get along with people, win their trust in difficult times, and send important messages to the world.*

**Key words:** *image, types of image, political image, external image, components of external image.*