

PODKARPACIE Ważniejsze od tego, co kandydaci mówią, jest to, jak wyglądają – uważają specje od marketingu politycznego

Politycy z salonu piękności

Ewa Kurzyńska

Tomasz Kamiński zrezygnował z noszenia różowych koszul, by wyglądać poważniej. Renata Szczepańska stonowała kolor włosów, gdyż ognistorudy zbyt krzykliwie wyglądały na billboardach.

Jak cię widzą, tak cię piszą – mówi stare przysłowie. Specjaliści od marketingu politycznego podkreślają, że o tej zasadzie powinni pamiętać przede wszystkim politycy, którzy zabiegają o parlamentarny mandat.

- Wygląd kandydata, wrażenie, jakie robi na wyborcach, zwłaszcza pierwsze, ma ogromne znaczenie. Dlaczego? Dość powszechna jest sytuacja, że elektor wie, na jakie ugrupowanie odda głos, ale nie zna ludzi, którzy figurują na liście. W takiej sytuacji decydujący może być właśnie wizerunek kandydatów – tłumaczy Sławomir Gawroński, politolog i medioznawca z Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie.

Zdobycie niezdecydowanych

Na tym nie koniec walki, w której liczy się wygląd i prezencja. Szacuje się, że na starcie kampanii wyborczej ok. 70 – 75 proc. z nas wie, na jaką partię chce głosować. W zdobyciu niebagatelnej rzeszy pozostałych wyborców bez wyraźnych sympatii politycznych pomocny jest korzystny wizerunek.

- I tu ogromne pole do popisu mają eksperci od public relations czy marketingu politycznego – tłumaczy Gawroński.

Do korzystania z usług takich doradców politycy przyznają się jednak niechętnie. - Nie mam wątpliwości, że partie, zwłaszcza te duże, korzystają z pomocy specjalistów od wizerunku. W końcu gra toczy się o dużą stawkę. W praktyce wygląda to najczęściej tak, że wyznaczane są ogólne trendy dla członków ugrupowania, np. na poziomie wojewódzkim – uważa Tomasz Soliński, ekonomista z Rzeszowa.

Kto się przyznaje do współpracy

Do współpracy z ekspertami od wizerunku jako jeden z nielicznych otwarcie przyznaje się poseł Tomasz Kamiński z SLD: - Posłuchałem doradców i zrezygnowałem z kolorowych koszul, m.in. różowych, które bardzo lubiłem. Zastąpiły je klasyczne białe oraz czasami jasnobłękitne. Do tego tylko jednolite krawaty. Żadnej pstrokaczyny – mówi.

Skąd taka zmiana? - Z racji młodego wieku. Mam 32 lata i zbyt swobodny ubiór ujmował mi powagi – tłumaczy Kamiński.

Do zmian w swoim wizerunku przy okazji kampanii przyznaje się także Renata Szczepańska, która kandyduje do Sejmu z listy PO. - Przyznaję, że nieco stonowałam kolor włosów. Wcześniej miałam ogniście rude, ale obawiałam się, że na ulotkach i plakatach będą wyglądały zbyt krzykliwie – mówi Szczepańska.

O ile kosmetyczne poprawki są wskazane, to specje od wizerunku ostrzegają przed zbyt drastycznymi zmianami. - Kandydat, który tuż przed wyborami przechodzi radykalną metamorfozę, ryzykuje, że straci na wiarygodności – tłumaczy Sławomir Gawroński.

Uśmiech tak, okulary - niekoniecznie

Co jeszcze ma pomóc w zdobyciu przychylności wyborców? Przede wszystkim uśmiech. Choć raczej stonowany, a nie w amerykańskim stylu „od ucha do ucha”. Z kolei okulary mogą zaszkodzić, gdyż osoba je nosząca może sprawiać wrażenie nieszczerzej, mającej coś do ukrycia. Tadeusz Ferenc, prezydent Rzeszowa i kandydat do Senatu, przyznaje, że nie wiedział o tym, gdy właśnie w okularach pozował do fotografii, która zdobi jego wyborcze billboardy.

- Pierwsze słyszę! Do głowy by mi nie przyszło, aby udawać, że nie noszę okularów tylko po to, by lepiej wypaść na plakacie. Zresztą kwestia wizerunku nigdy mnie nie zaprzętała. Od zawsze ubieram się tak samo. Nawet mówiono o mnie dawniej: „dyrektor w białej koszuli”, bo w takiej najlepiej się czuję – mówi Ferenc.

Patrząc na coraz liczniejsze billboardy i plakaty wyborcze, widać jak na dłoni, że biała koszula okrywa nie tylko tors prezydenta Ferenc, ale niemal każdego kandydata z Podkarpacia. Do tego nieodzowny, stonowany garnitur i taki sam krawat. Z kolei panie preferują grzeczne garsonki.

- Rodzimi politycy, kreując swój wizerunek, unikają ekstrawagancji. Zamiast ryzykować, stawiają na stonowane rozwiązania. To tendencja, która od lat nie zmienia się w naszym regionie – podsumowuje Sławomir Gawroński.

e.kurzyńska@nowiny24.pl
17 867-22-35

Stale chwyt polityków przed wyborami

- Nagle pełno ich na targach, w sklepach czy domach dziecka.
- Stają się pomocni, wręcz prześcigają się w organizowaniu np. dyżurów z darmowymi poradami prawnymi.
- Tworzą profile na portalach społecznościowych, np. Facebooku, i zakładają swoje strony internetowe.
- Na wyborczych plakatach zamieszczają zdjęcia upiękzone w programach komputerowych albo sprzed lat, gdy wyglądali korzystniej niż obecnie.
- No i obiecują. Wszystko i wszystkim.

PRAWYBORY NOWIN

Zobacz, kto jest na czele.

Str. 6.

