

МЕДІА-МАГІСТЕРІУМ

УДК 364.6+316.77

Ольга Будько



ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ШОУ-ЗІРКИ (на прикладі Руслани)

У сучасному світі шоу-бізнес як комунікаційна діяльність набуває стрімкого розвитку і є одним із об'єктів масового впливу. Вдало сформований образ особистості впливає на її популярність, та, в результаті, на прибуток «зірки» та команди фахівців, які працюють разом із шоу-бізнес-елементом. Розуміння та вдале використання широкого спектру PR-технологій зумовлює *актуальність* теми та передбачає необхідність детального розгляду особливостей іміджмейкінгу.

Метою дослідження є характеристика особливостей формування іміджу особистості на прикладі української співачки Руслани Лижичко. Аналіз іміджу «зірки» вітчизняного шоу-бізнесу є важливим у контексті комунікативного впливу на теренах нашої держави. *Завданнями* дослідження є ознайомлення з особливостями формування образу Руслани, а також аналіз їхньої доцільності для популяризації артиста як суб'єкта масових комунікацій.

Шоу-бізнес можна визначити як індустрію масових видовищ. Таке тлумачення терміна дозволяє включати в сферу шоу-бізнесу кіно, телебачення, естраду, театр, спорт та індустрію комп'ютерних ігор тощо [1, 24]. Особливе значення для шоу-бізнесу і, перш за все, для індустрії розваг, мають PR-технології.

Найбільш перспективною сферою шоу-бізнесу є музикальна складова [2, 47]. Над розробкою та втіленням методів іміджмейкінгу працює уесь штат творчо-виробничого персоналу (продюсер, технічний директор, комерційний директор, PR-менеджер) [2, 75].

Провідну роль у формуванні іміджу відіграє особиста легенда. На приклад, у Руслани досить відкрите особисте життя. Разом зі своїм

чоловіком та продюсером вона живе та співпрацює вже багато років, вони спільно володіють рекламно-продюсерським центром «Luxen Studio» [3]. У всіх суперечливих питаннях Руслана завжди радиться з чоловіком. Поширення такої інформації про «зірку» сприяє створенню позитивного іміджу заміжньої щасливої жінки-співачки.

Особливу увагу слід приділяти позиціонуванню іміджу. Руслана з'являється у різних телевізійних проектах, ток-шоу, виступає експертом з музичних питань, її запрошують як члена жюрі на різноманітні музичні конкурси. Нещодавно Руслана взяла участь у проекті «Голос країни» як зірковий тренер.

Уже відомій особистості можна створювати новий образ. Йдеться про корекцію іміджу. Руслана Лижичко — приклад кардинальності корекції іміджу. Спочатку репертуар і зовнішній вигляд Руслани тяжіли до ніжного, жіночного образу. У 2003 році її імідж зазнав значних змін. Були розроблені сміливі сценічні костюми. Спеціальна фізична підготовка дозволила співачці виконувати складні танці. Ми можемо вважати таку технологію іміджмейкінгу вдалою, адже вона стала ключовим моментом, що сприяв перемозі Руслани в пісенному конкурсі «Євробачення 2004».

Нині співачка знову змінила імідж. У новому кліпі на пісню «Шалала» Руслана рухається у ритмі циганських мотивів.

Прикладом якісного формування іміджу Руслани також є те, що вона виступила в ролі режисера свого кліпу («Шалала»); у співпраці з фотографами та операторами практично сама створила новий медіапродукт. Поширення такої інформації у провідних ЗМК сприяє створенню інформаційних приводів та постійному обговоренню самої співачки та її доробків серед пересічних споживачів медійної інформації.

Окрім режисерської роботи, Руслана має досвід громадської діяльності. Під час президентських виборів у 2004 році вона брала участь у передвиборчій кампанії Віктора Ющенка, а згодом на недовгий стала народним депутатом України. Також співачка була довіреним лицем кандидата в президенти України Юлії Тимошенко.

У 2007 році у Вашингтоні депутат ВРУ Руслана Лижичко зробила презентацію «Ведучи Україну у нову еру глобального і європейського громадянства» у Міжнародному центрі підтримки науковців ім. Вудро Вілсона [4].

Участь зірки в інших сферах діяльності є прикладом використання вдалої технології іміджмейкінгу.

Отже, за допомогою використання різноманітних методів іміджмейкінгу, зокрема PR-технологій, шоу-зірка може вдало або невдало вибудувати образ. На прикладі Руслани ми дослідили вдале використання технологій формування іміджу української шоу-зірки та важливість цих технологій у сучасному комунікаційному середовищі.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Апфельфраум С. М. Связи с общественностью в сфере исполнительного искусства / С. Апфельфраум, Е. Игнатьева - М. : Классика-XXI, 2003. — 140 с.
2. Жданова Е. И Управление и экономика в шоу-бизнесе : учеб. пособ. / Е. И. Жданова, С. В. Иванов, Н. В. Кротова. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 176 с.
3. Вікіпедія: Руслана [Електронний ресурс] / Вікіпедія, вільна енциклопедія. — Режим доступу : uk.wikipedia.org/wiki/Руслана
4. Руслана Лижичко виступає у Вашингтоні [Електронний ресурс] / Тютюнник В. // Фундація Україна-США. — 2007. — Режим доступу : http://www.usukraine.org/ukrainian/u_ruslana_ww.shtml