

Секция «Современная политическая коммуникация: новые модели и технологии»

Формирование имиджа мэра в электронных СМИ (на материалах Москвы)

Научный руководитель – Зазнаев Олег Иванович

Архипова Ксения Сергеевна

Студент (бакалавр)

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

E-mail: ksyu.ksyu98@mail.ru

Чтобы раскрыть содержания понятия «политические технологии», следует сказать, что этот термин многими учёными трактуется по-разному и он является многогранным. О.Ф. Шабров говорит о том, что политические технологии можно использовать, как «целенаправленную сконструированную совокупность приёмов и способов достижения результата, использование которых затрагивает государство и несовпадающие интересы значимых социальных групп» [3].

Существует несколько видов политических технологий. Их можно классифицировать следующим образом:

1. по целям и задачам: функциональные, инструментальные, частные, универсальные;
2. по масштабу и уровню: предметные, межличностные, локально - региональные, национально - государственные, континентально - региональные, глобальные;
3. по продолжительности использования: циклические и спорадические;
4. по характеру использования: тактические и стратегические;
5. по содержанию реализации: политический анализ конкретных событий, ситуаций, их исследования, анализ и оценка политической обстановки, принятие и реализация политических решений, политический консалтинг [1].

Есть несколько стратегий, которые применяются для формирования имиджа политического лидера.

Одной из тактик является выбор какого-либо события и включение лидера в него. Это делается, чтобы показать, что лидер обладает различным функционалом.

Накануне выборов 8 сентября 2018 года С. Собянин и Президент РФ открыли концертный зал в парке "Зарядье" [2]. Здесь мы можем наблюдать, как привязывается политический лидер к событию. Это создаёт его имидж с положительной стороны, и вызывает симпатию со стороны электората, так как помимо мэра присутствует человек, который представляет государство на мировой арене. Следует заметить, что этот парк был открыт 8 сентября, в день "тишины", когда любая пропаганда и агитация запрещены.

Ещё одной тактикой является получение экспертного мнения или одобрение большинством людей. Для создания положительного образа, комментарий должен носить оценочный характер, который указывает на достоинства политического лидера. Следует сказать, что за мэра города Москвы приходили голосовать в сентябре 2018 года такие крупные политические деятели, как Президент РФ В. Путин и Премьер - Министр Д. Медведев. Это указывает на значимость этих выборов. В. Путин прокомментировал свой визит тем, что он желает видеть, чтобы Москва развивалась в тех же темпах, что и сейчас и ему импонирует тот стиль руководства, который есть на данный момент.

Следующим способом является исследование тех черт качества личности, которые присущи народу. Это нужно для того, чтобы установить контакт между электоратом и кандидатом.

С. Собянин начал набор волонтеров в свой штаб. Одним из его условий было то, чтобы волонтеры осуществляли не только сбор подписей, но и взаимодействовали с населением

через уточнение их проблем. Также он хочет видеть в волонтерах своих соратников, которые дальше будут работать в его штабе.

Другой тактикой является создание имиджа через визуальные образы. Здесь выходят на первый план предметы, которые запечатлены на фото вместе с действующим лицом. После того как команда С. Собянина начала выстраивать ему новый образ «служителя», то в электронных СМИ начали появляться фото, где С. Собянин запечатлен с собакой, которую взял из приюта. Это говорит о том, что мэр заботиться не только о людях, но и о животных.

Исходя из классификации А. Максимова, то мы рассматриваем имидж С. Собянина как образ менеджера, служителя и хозяйственника.

С. Собянина присутствует такой тип как «хозяйственник», потому что он преобразовывает Москву, возводит новые культурные центры, изменяет облик жилых домов, заполняет пустыри новыми парками, о чём было сказано в передаче «Наш город».

Одной из тактик, чтобы выстроить образ «слуги народа» или «служителя» явилось то, что Собянин был на выборах 2018 года как самовыдвиженец.

Что касается визуальных образов мэра Москвы, то тут следует сказать, что здесь происходит трансформация имиджа от менеджера к служителю. Чтобы придать более человечный облик мэру, его технологами были придуманы следующие действия: спуск в метро и встреча с москвичами и гостями столицы, получение собаки из приюта, которую он обнимает на фото. Это говорит о том, что ему присущи не только те качества, которые должны быть у лидера: целеустремлённость, амбициозность, холодность в принятии решений, но и те человеческие качества, которые присущи простым гражданам.

И создание сайта, через который мэр Москвы может взаимодействовать с населением с помощью обратной связи говорит о том, что получилось выстроить образ «служителя». Собянин также подчёркивает, что это сложная работа уделить каждому время и разобраться в их проблеме или просьбе, но для этого он и избран, чтобы помогать людям. Ещё одной попыткой, чтобы очеловечить свой образ является создание волонтерского штаба, в котором нужны люди, которые и дальше смогут работать, несмотря на окончание предвыборной кампании. Это направлено на сплочение мэра Москвы с населением.

Исходя из всего этого, можно сказать, что с помощью политических технологий, которые применяются для электронных СМИ, можно создать тот имидж, который нужен политическому лидеру.

Источники и литература

- 1) Ачкасова В.А., Минтусов И.Е., Филатова И.Е. GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры . М.,2015.
- 2) Путин и Собянин открыли концертный зал "Зарядье": <https://iz.ru/786907/2018-09-08/putin-i-sobianinotkr>
- 3) Шабров О.Ф. Политические технологии // Знание. Понимание. Умение. 2012. №4. С. 328 – 330.