

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

**PR - средства в формировании имиджа политического деятеля**

**Мердеева Гузель Абдрашитовна**

*Студент (специалист)*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск, Россия

*E-mail: merdeeva.guzel@yandex.ru*

Российское общество, одновременно с началом процесса демократизации власти, стало более политизированным. И на сегодняшний день эта тенденция сохраняется. Информатизация общества позволяет иметь доступ к различным сведениям из мира политики.

В современном демократическом обществе свобода политических взглядов даёт возможность общественности отдавать предпочтение тому или иному политику, исходя из собственных убеждений и приоритетов.

Основной аксиомой работы для политиков является то, что население не имеет непосредственного выхода на политика, оно реагирует на его образ, имидж, который транслируется посредством различных каналов коммуникации. Поэтому важно изменить не столько самого политика, сколько получаемое о нём впечатление.

Подкрепление имиджа на практике является залогом устойчивой позиции на политической арене. Политический имидж - есть неотъемлемая и конструирующая часть одной из самых важных процедур жизнедеятельности государства - легитимации [Амелин, В. Н. С. 15 - 18.].

Имидж политика создается на основе ожиданий общества. Политик должен чётко обозначить то, какую роль он способен на себя взять для решения тех или иных проблем государства на федеральном или региональном уровнях. Для того, чтобы быть максимально понятным, стимулировать определённую реакцию, формируемый образ политического деятеля должен в наибольшей степени отражать желания и ожидания.

При несоответствии образа транслируемого через СМИ с образом представленным на практике, возникает диссонанс, который приводит к разрушению позитивного образа и потере публичного капитала.

Политический имидж становится, своего рода, транслятором, воплощающим определённую структуру, идеологию, политическую программу и всё то, что необходимо общественному сознанию для идентификации политических акторов и объектов. PR - средства становятся системообразующим элементом политики [Белюсов, А. Б. С. 266 - 269.]

В настоящий момент Российская федерация переживает сложный период в политическом плане. Мнение респондентов (исследование: «Имидж политика в общественном сознании». Выборка: 500 человек. УлГТУ. Автор: Мердеева Г.А. 2015 г. Ульяновск) в данном контексте сходится в мысли о том, что обществу нужны политики в идеологическом плане целиком ориентированные на интересы своей страны. Ярчайшим примером такого политического деятеля является Сергей Кужугетович Шойгу, нынешний министр обороны, бывший глава МЧС, Герой РФ, генерал армии, входящий в число самых популярных государственных и военных деятелей России, по меньшей мере, последних двадцати лет.

По мнению респондентов, чтобы быть наиболее успешным и вызывать доверие у граждан, политик должен, прежде всего, обладать следующим набором качеств: ответственность, справедливость, неподкупность, преданность обществу и политическому курсу, профессиональная компетентность, патриотизм.

Политиком, гармонично сочетающим в себе приведённые качества, по мнению респондентов, является Сергей Шойгу.

В сфере социальных взаимодействий процесс общения между политиком и общественностью осуществляется через одобрение гражданами его действий, идей, предложений и инициатив. [Брянцева Е.А., С. 106 - 110] Исследования показывают, что практически все политические предложения Сергея Шойгу находят положительный отзыв у общества. Помимо этого, его персональные и деловые качества, открытость по отношению к народу и безусловная результативность действий формируют в сознании россиян положительный образ, вызывающий симпатию и доверие. 30% респондентов оценивают политическую деятельность С.К. Шойгу «скорее положительно» и 57% дали однозначную оценку «положительно».

Резюмируя, можно сказать, что построение имиджа политика берёт своё начало от тщательного изучения общественного мнения, ожиданий граждан, их политических взглядов. Далее, путём соотнесения имеющихся качеств политического деятеля с ожиданиями людей, подобранные характеристики переводятся в конкретные знаковые системы и определённый событийный ряд.

Основу имиджа политика составляют его реальные качества, свойства, характеристики. Несоответствие реальной личности политика с созданным имиджем в итоге приводит к кризису доверия. Лучший вариант - постоянная актуализация имиджа. Ведь легче поддерживать существующий имидж, чем выстраивать его снова.

#### **Источники и литература**

- 1) Амелин, В. Н. Многомерная модель политической власти / В. Н. Амелин // *Общественные науки и современность*. - 2013. - № 4. - С. 15 - 18
- 2) Белоусов, А. Б. СМИ в лоббистских коммуникациях / А. Б. Белоусов // *Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук*. - 2005. - № 6. - С. 266 - 269.
- 3) Брянцева, Е. А. Социология имиджа / Е. А. Брянцева // *Вестник московского университета. Социология и Политология*. - 2008. - № 1. - С. 106 - 110.

#### **Слова благодарности**

Большое спасибо за такую отличную возможность продемонстрировать коллегам результаты научных изысканий!