

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

Особенности формирования имиджа региональных политических лидеров с использованием средств телевизионных СМИ

Научный руководитель – Желнина Евгения Валерьевна

Макарова Анна Игоревна

Студент (магистр)

Тольяттинский государственный университет, Гуманитарно-педагогический институт,
Кафедра «Журналистика», Тольятти, Россия
E-mail: a.bystryakova@yandex.ru

Феномен политического имиджа, способы его воздействия на массовое сознание, возрастающее внимание к технологиям его конструирования являются одними из основных особенностей политических реалий современной России. По мнению исследователей, это обусловлено тем, что для нынешней российской политики характерна крайне высокая степень персонификации [2]. Как показывает практика, грамотно сформированный положительный имидж - это обязательное условие достижения успеха для политического лидера любого уровня.

Особую роль в конструировании имиджа политического лидера сегодня приобретает визуальная информация. На первый план выходит зрительный образ и умение оперировать символами. Телевизионные материалы формируют психологические установки на восприятие лидеров, способствуют формированию новой системы ценностей и отношений, предлагают алгоритмы оценочных суждений [1].

По мнению ряда авторов, особенностью политической жизни в современном российском обществе является то, что население формирует свои представления о политических лидерах на основе их образов в телевизионном эфире [1]. Поэтому важным контекстом исследований имиджа политического лидера становится его взаимосвязь с деятельностью телевизионных СМИ.

На сегодняшний день разработано и активно применяется множество эффективных медиатехнологий разработки и поддержания имиджа политика, однако, по нашему мнению, существует ряд неразрешенных вопросов, возникающих при работе с имиджем региональных политиков. Стоит отметить, что сложившаяся в России политическая система основана на принципе укрепления вертикали власти. В связи с чем, региональному политическому лидеру, помимо работы над собственным образом, требуется стать эффективным звеном механизма власти и поддерживать ее имидж.

С целью более глубокого изучения составных компонентов имиджа представителей региональных властных структур, а также с целью определения роли, которую играют региональные телевизионные СМИ в его формировании, нами было проведено экспертное интервью с главным редактором телеканала «ВАЗ ТВ» Я. И. Левиной.

«ВАЗ ТВ» является первым телеканалом, появившимся в г. Тольятти. Технический охват аудитории составляет более 1 млн. человек - в территорию вещания, помимо г. Тольятти, входит г. Жигулевск и населенные пункты Ставропольского р-она Самарской области. По данным маркетингового исследования, 60 % жителей г. Тольятти получают информацию о городе именно из телевизионных материалов телеканала «ВАЗ ТВ» [3], что говорит о высоком уровне доверия аудитории. Эфир телеканала составляют, в основном, новостные и аналитические программы.

Главному редактору были предложены вопросы, касающиеся взаимодействия телевизионной редакции с представителями PR-служб политических деятелей. В ходе интервью

была получена экспертная оценка ситуации, сложившейся в сфере формирования имиджа политиков регионального уровня с применением возможностей телевизионных СМИ.

Для успешной работы с имиджем необходимо иметь четкое представление, какой политик импонирует аудитории. Помимо определенных социально-демографических характеристик и профессиональных качеств, которыми должен обладать политический лидер, экспертом был выделен стиль речи и подачи информации: *«Важно, чтобы политик на экране был настоящим, человечным и открытым. Во время диалога необходимо говорить простым языком. . . говорить на языке избирателей, чтобы стать своим»*. По мнению главного редактора телеканала «ВАЗ ТВ», не смотря на видимую очевидность данной рекомендации, далеко не все политики, взаимодействующие с аудиторией посредством телевизионных СМИ, ее выполняют.

В ходе проведенного интервью, экспертом была отмечена зависимость между возрастом политика, его профессиональным стажем и стилем его работы с собственным имиджем. К систематическому принципу в создании имиджа склоняются политические лидеры, находящиеся во властной структуре длительное время: *«По опыту могу сказать, что системно и упорядоченно выстраивают свой имидж политики, которые уже много лет находятся у руля. У них и их пиарщиков все идет по стандартному набору»*. Если говорить о политических деятелях с относительно небольшим политическим стажем, то здесь в процессе работы над созданием и поддержанием образа наблюдается преобладание стихийного принципа: *«Молодые политики ищут себя. Даже если они работают с политтехнологами, они сами продумывают варианты презентации себя в эфире. И мне это кажется более действенным, чем когда каждый шаг расписан по имиджевой книге»*.

Один из вопросов интервью касался оценки эффективности различных форм участия региональных политических деятелей в эфире телеканала «ВАЗ ТВ». По мнению эксперта, лидером по уровню доверия и вовлеченности аудитории можно назвать прямые эфиры: *«Здесь все открыто, понятно, очевидно. Человек позвонил в студию, задал вопрос через соцсети и тут же получил ответ. Прямой эфир - это, пожалуй, единственное средство появления в телевизионном эфире, которое обладает высочайшей степенью доверия аудитории»*. Существенно ниже эксперт оценивает уровень доверия к программам, выходящим в записи. Здесь отмечаются случаи проявления недовольства и недоверия со стороны аудитории.

Материалы интервью подтверждают необходимость совершенствования научного подхода к технологиям формирования имиджа регионального политического имиджа с использованием возможностей телевизионных СМИ. На сегодняшний день не найдено однозначного ответа на вопрос, какие конкретно телевизионные материалы наиболее эффективны в сфере политической имиджологии. Данные, полученные в результате проведения экспертного интервью, позволяют выявить инновационные практики в составляющих процесса моделирования политического образа и модернизировать их для использования в работе с имиджем региональных политических деятелей.

Источники и литература

- 1) Миронова Ю. Г., Яковлева Т. Н. Имидж политического лидера современной России в оценках региональной студенческой молодежи (на примере Астраханского региона) // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2017. – № 2 (15). – С. 197 – 204.
- 2) Мякотина О. Технологии формирования и продвижения имиджа политического лидера в условиях общества массмедиа // Общество и СМИ. – 2007. – № 7. – С. 16 – 19.

- 3) Телеканал «ВАЗ ТВ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.vaztv.ru (дата обращения: 17.02.2019 г.).