

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИМИДЖ КАК ИНСТРУМЕНТ «МЯГКОЙ ВЛАСТИ» СОВРЕМЕННЫХ ПОЛИТИКОВ

Рогачева Тамара Николаевна,

Белгородский научно-исследовательский университет,
факультет журналистики,
кафедра коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью,
магистрант,
E-mail: rogachevat@mail.ru

Аннотация

В статье дается анализ мягкой силы как инструмента формирования имиджа современных политиков.

Ключевые слова:

политический имидж, мягкая сила, политический деятель, политтехнологии.

С появления в начале 90-х годов прошлого века термина «мягкой силы» прошло уже больше 20 лет. Это же время характеризуется тем, что феномен «мягкой власти» укрепляет свои позиции, как во внешней, так и во внутренней политике государств, становясь если не основным, то незаменимым инструментом для достижения политических целей.

О.Ф. Русакова в своей работе «Дискурс Soft Power во внешней политике» объясняет «мягкую власть» как ту, которая реализуется в форме определенного коммуникативного воздействия, в процессе которого диктуемое властью поведение воспринимается реципиентом как свободный и добровольный выбор, приносящий, к тому же, подвластному субъекту радость и удовольствие [1].

«Soft Power» включает именно тот ключевой момент, который хочет видеть вокруг себя современное цивилизованное общество – свободу выбора. Или, если сказать точнее, иллюзию свободы выбора. Строясь на доверии к себе, «мягкая власть» завоевывает такие позиции, которые диктаторская или тоталитарная политика никогда не достигнет. И ее принципами успешно пользуются современные политики для укрепления своей политической деятельности, в частности – в построении

имиджа и формировании нужного образа в сознании потенциальных избирателей.

Создание имиджа политического деятеля или партии – продуманная многоходовая игра с разными вариациями и комбинациями. PR-специалисты, работающие в сфере политтехнологий, разрабатывают сложнейшие программы по управлению общественным сознанием с целью представить кандидата в наиболее выгодном свете, заставить потенциальных избирателей увидеть в нем «своего» человека и, в конечном итоге, отдать за него свой голос во время выборов. Создание доверия – основное, чего добиваются политтехнологи. А доверие само по себе является основным ключом «мягкой власти». Завоевав симпатии аудитории, тот или иной политик обеспечивает себе надежную поддержку, и в дальнейшем ему остается лишь не испортить сложившийся образ.

Чтобы максимально эффективно использовать имидж в качестве инструмента «мягкой власти», современный политик должен четко понимать его составляющие, направленные на создание положительного эмоционального отклика у электората.

Наиболее важной характеристикой будущего кандидата является его привлекатель-

Конференц-зал

ность, начиная от внешних качеств и заканчивая харизмой, при этом нужно учитывать, что, несмотря на некоторый набор общеприемлемых черт для электората, некоторые сегменты аудитории будут иметь свои предпочтения и приоритеты в тех или иных качествах политика. Например, образ бессменного лидера партии ЛДПР В.В. Жириновского имеет такие черты, привлекательные для всей аудитории, как уверенность, харизма, энергичность, верность выбранному политическому курсу и т. д. В то же время для части электората неприятна его эмоциональность, хотя другая часть аудитории считает это бесспорным достоинством.

Еще одна важная черта в конструировании политического имиджа – динамика. Будущий лидер должен быть активным и деятельным, не бояться предлагать неожиданные и смелые идеи, рисовать в своих выступлениях привлекательные перспективы для избирателей.

Одним из важнейших моментов формирования имиджа является преподнесение широкой публике биографических сведений о кандидате. Причем это не обязательно должна быть информация о его карьере, деятельности в политических организациях и т. д. Эффективно будет добавить сведения, касающиеся детства, семьи, успехов в какой-либо творческой деятельности, что обязательно приблизит политика к аудитории и прибавит ему доверия и расположения.

Еще одним фактором, влияющим на уровень доверия к политику, является его готовность взять ответственность за что-либо: за общественность, за народ, за всю страну, в целом принять ответственность за происходящее.

Нужно отметить, что конкретный имидж политического лидера напрямую оказывает влияние на формирование имиджа власти в целом. Электорат отождествляет образ главы государства и политический имидж его страны. На примере российского государства такой процесс выглядит наиболее отчетливо – образ России в глазах зарубежного общества конструируется благодаря ее лидеру В.В. Путину, имидж которого концентрируется вокруг таких черт, как уверенность, твердость, харизматичность.

Если обобщить все эти цели, то мы получим закономерный итог: избиратель хочет видеть в своем кандидате те качества, которые бы ему хотелось иметь самому, он как бы проецирует их на политического деятеля, и чем эти качества ближе избирателю, тем больше доверия будет завоевывать тот или иной политик.

Структура построения политического имиджа зависит от многих социальных факторов – настроений, потребностей, желаний потенциальных избирателей. Успешность политика напрямую зависит от того, насколько его образ вызывает доверие у аудитории. Создание политического имиджа – это скрупулезный процесс, предполагающий детальное изучение психологии той части электората, на поддержку которой рассчитывает тот или иной кандидат.

Формирование политического образа является главной задачей в системе политических технологий. С помощью правильно построенной и продуманной работы PR-специалистов по конструированию образа можно не только вывести политика на лидирующие позиции, но и нейтрализовать конкурентов. Именно с работы над имиджем начинается его деятельность и существование в любых политических структурах.

Имидж создает определенную социально-психологическую установку, определяющую поведение человека по отношению к политическому субъекту. Адресат воспринимает его как результат своих собственных представлений, а не внешнего влияния. Такое свойство имиджа позволяет использовать его в политической рекламе, пропаганде и PR в качестве инструмента для управления сознанием, а также считать его главным инструментом «мягкой власти» в политической коммуникации.

1. О.Ф. Русакова «Дискурс Soft Power в современной политике» // Вестник ЮУрГУ, – № 32 (291). – 2012. – <http://cyberleninka.ru/article/n/diskurs-soft-power-vo-vneshney-politike>.

1. O.F. Rusakova «Diskurs Soft Power v sovremennoj politike» // Vestnik YuUrGU, – № 32 (291). – 2012. – <http://cyberleninka.ru/article/n/diskurs-soft-power-vo-vneshney-politike>.

POLITICAL IMAGE AS THE TOOL OF THE SOFT POWER OF MODERN POLITICIANS

Rogatchyova Tamara Nikolaevna,

Belgorod research university,
Journalism faculty,
Chair of communication study, advertising and public relations,
magistrant,
E-mail: rogachevat@mail.ru

Annotation

In article the analysis of soft power as a tool of formation of the image of modern politicians is given.

Key words:

political image, soft power, the politician, political technologies.