

Политический месседж как имиджеформирующий фактор (на примере предвыборных кампаний Владимира Путина в 2012 году и Дональда Трампа в 2016 году)

Научный руководитель – Топильская Елена Евгеньевна

Моругина Ирина Николаевна

Студент (бакалавр)

Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия

E-mail: irinamorugina.job@yandex.ru

Ключевым инструментом в конструировании эффективного имиджа является месседж. Обращаясь к литературе, можно встретить следующую дефиницию данного термина: «месседж — очень небольшие, тщательно подготовленные, краткие и запоминающиеся мысли, которые тесно увязываются с бизнес-целями и дифференцируют вас от ваших конкурентов» [Melanie J. Ready, aim, fire: Key messages in public relations campaigns]. Другими словами - это краткий текст, состоящий из правдивой информации, которая систематически транслируется для того, чтобы предоставить убедительную аргументацию для аудитории. Месседж помогает определиться с выбором кандидата / организации, а также поверить тому, что они делают. Стоит отметить, что среди аргументов в месседже присутствуют только те, которые без лишних слов вызывают доверие. Явным плюсом будет дополнение в виде собрания из ценностных, практических, политических, личных / характерных черт и историй кандидата, организации или компании.

В политическом аспекте месседж рассматривается как способ установления контакта с аудиторией. Благодаря месседжу можно узнать информацию о кандидате, его принципах и позициях по основным вопросам, а также увидеть явные преимущества перед его оппонентами. Какова бы ни была реальность настоящего выборного процесса, но выигрывает выборы тот кандидат, который сумел убедить избирателей в своём преимуществе перед соперниками, «попасть» в ожидания аудитории.

При всем разнообразии подходов к анализу месседжей и особенностей их актуализации все исследователи сходятся в том, что он должен отвечать ряду требований: лаконизм без ущерба для содержания сообщения; актуальность в соответствии с общественной повесткой дня; целенаправленность на аудиторию; участие в формировании политического имиджа.

Имидж политического лидера - явление многокомпонентное. Он включает в себя когнитивную (образ - знание), семантическую (образ - значение) и прогнозно-футуристическую (образ потребного будущего) составляющие. От их сбалансированности зависит политическая активность масс и во многом - исход избирательной кампании.

Для выяснения роли месседжа при формировании политического имиджа в избирательный период анализу подверглись месседжи двух политических лидеров - Владимира Путина в период его предвыборной кампании 2012 года и Дональда Трампа в 2016 году.

Процедура исследования состояла в мониторинге российских и зарубежных СМИ. На первом этапе анализу подвергались медиатексты, включавшие месседжи в адрес целевой аудитории. Выделением месседжа из массива текстов служили следующие критерии: ценностная сущность (общее в идеалах); актуальность в аспекте жизни общества (общественная повестка дня в преддверии выборов).

На следующем этапе месседжи ранжировались по частотности актуализации в текстах в период избирательной кампании президента РФ Владимира Путина (с 1.09.2011 по

4.03.2012) и избирательной кампании президента США Дональда Трампа (с 1.09.2016 по 19.12.2016).

Далее месседжи сопоставлялись с известными стереотипами по ценностной доминанте («сила», «справедливость», «сочувствие» и т.п.). При этом реконструирована такая составляющая имиджа общенациональных лидеров Российской Федерации и Соединенных Штатов Америки, как образ-значение.

В качестве критерия соответствия ожиданиям целевой аудитории использовались данные избирательных кампаний, рейтингов, опросов.

При изучении ключевых месседжей предвыборной кампании Владимира Путина удалось выяснить, что все они содержат в себе главную идею всей предвыборной кампании политика - укрепление стабильности. Основной имидж правителя-мудреца подкреплялся месседжами о развитии, стабильности, здоровом государственном организме, что создавало имидж создателя, гаранта баланса стабильности и динамики общественной и государственной жизни.

Спектр месседжей Дональда Трампа оказался несколько шире, чем у Владимира Путина. Однако все политические месседжи бывшего шоумена были объединены одним лозунгом: «Вернем Америке былое величие». Месседж, содержащий в себе высказывания о расколе, бедственном положении страны и необходимости действовать, создают Дональду Трампу имидж патриота и спасителя. Имидж президента-работодателя создан месседжем, обращенным к предпринимателям. Имидж семьянина и великолепного отца был создан месседжами, посвященными образованию и проблеме абортов.

Каждый из выделенных месседжей создает особый имидж Владимиру Владимировичу Путину, тем самым подкрепляя его ключевой имидж правителя-мудреца. Месседжи Дональда Трампа создают для бизнесмена новый имидж, а именно спасителя нации. Об эффективности месседжей в избирательной кампании свидетельствует победа в политической борьбе каждого из претендентов на общенациональное лидерство.

Источники и литература

- 1) Егорова-Гантман Е.В. Имидж лидера. М., 1994.
- 2) Егорова-Гантман Е.В. Политическое консультирование. М., 1999.
- 3) Зазыкин В.Г. Психология эффективного политического имиджа и политическое консультирование. М., 1999.
- 4) Ольшанский Д.В. Политический PR. СПб., 2003.
- 5) Почепцов Г.Г. Имиджелогия. М., 2001.
- 6) Melanie J. Ready, aim, fire: Key messages in public relations campaigns // PRism. - 2011. №8. URL : http://www.prismjournal.org/fileadmin/8_1/James.pdf (дата обращения: 10.02.2018).