

Тятых М.В.

студент

Научный руководитель: Крюкова С.В., к.ф.н

Белгородский государственный университет

МЕДИЙНЫЙ ИМИДЖ КАК ОСНОВА ДЛЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО PR-ПРОДВИЖЕНИЯ

Аннотация: В статье рассматривается медийная деятельность Владимира Зеленского и её роль в формировании его политического имиджа. В работе даётся краткая характеристика имиджа В. Зеленского как шоумена и особенности предвыборной кампании Владимира Зеленского.

Ключевые слова: имидж, медиаимидж, политическая деятельность, медийная деятельность, виртуальная предвыборная кампания.

Tiatykh M.V.

student

Scientific adviser: Kryukova S. V. candidate of philology

Belgorod state University

MEDIA IMAGE AS A BASIS FOR POLITICAL PR-PROMOTION

Annotation: The article examines the media activity of Vladimir Zelensky and its role in shaping his political image. The paper gives a brief description of the image of V. Zelensky as a showman and features of the election campaign of Vladimir Zelensky.

Keyword: Image, media image, political activism, media activity.

Сегодня работа над имиджем и pr-стратегиями его продвижения играют большую роль в политической коммуникации, так как отвечают за создание позитивного образа политика. Электоральная аудитория формирует отношение к политическому лидеру на основе той информации, которую предоставляют СМИ, в том числе и новые медиа. Дмитрий Вылегжанин в работе «Введение в политическую имиджелогия» пишет: «Имидж есть не

что иное, как «виртуальный образ» человека власти. Поэтому люди голосуют не за конкретных политиков, а за их искусственно сконструированные образы» [Вылегжанин, 2014: 3]. Наше исследовательское внимание привлёк имидж Владимира Зеленского, который был давно создан в медийной сфере и не имел отношения к политической коммуникации. Сложившиеся обстоятельства и активное вовлечение в политическую деятельность привели к необходимости корректировки имиджеформирующей деятельности. Именно тому, как это происходило во время предвыборной кампании и после вступления в должность президента Украины было посвящено исследование. На наш взгляд, В. Зеленский на протяжении предвыборной кампании не видоизменял свой уже сложившийся имидж, а нестандартная и успешная PR-стратегия позволила ему лидировать на политической арене.

Итак, кратко охарактеризуем имидж Владимира Зеленского как шоумена: успешная игра в команде КВН «95-й квартал»; основание студии «Квартал 95», которая создала и продолжает создавать огромное количество собственных телевизионных проектов и развлекательных шоу; далее формируется группа «КиноКвартал», авторы которой занимаются написанием сценариев к фильмам. На счету коллектива фильмы и сериалы, где В. Зеленский был не только в роли сценариста, но и в роли актёра, режиссёра. Как итог – широкая известность и положительное отношение к личности Владимира Зеленского.

В качестве эмпирической базы исследования выступили видеоролики, опубликованные на официальном YouTube-канале В. Зеленского и YouTube-канале КВН, официальная страница В. Зеленского в социальной сети Instagram, официальный сайт студии «Квартал 95», официальный портал «КиноПоиск».

Ведущими методами исследования были общенаучные методы (анализ, синтез, дедукция), методы научного описания и наблюдения, метод теоретического обобщения научных источников.

Мы пришли к следующим выводам:

- Владимир Зеленский провёл нестандартную предвыборную кампанию. Он заявил о намерении баллотироваться на пост президента позже всех и в новогоднюю ночь. Телеканал «1+1» отодвинул выступление тогдашнего президента Украины Петра Порошенко и транслировал обращение к народу В.Зеленского.

- В. Зеленский, в отличие от оппонентов, в период предвыборной кампании не давал пресс-конференций, избегал поездок по стране и подробных интервью с независимыми журналистами, не проводил никаких очных кампаний и митингов, не произносил речей. Президентскую кампанию В. Зеленского можно с полным правом назвать виртуальной. Большая часть его агитационных постов была размещена в социальной сети Instagram, так как именно эта сеть пользуется наибольшей популярностью у украинцев – 11 млн.

- Свой новый политический имидж В. Зеленский создал на основе роли своего сериального персонажа Василия Голобородько (сериал «Слуга народа», 2015-2019 г., 3 сезона, произведённый студией «Квартал 95» под руководством режиссёра Алексея Кирющенко): без опыта в политике, хочет побороть коррупцию и олигархию. В сознании зрителей возникло представление, что В. Зеленский будет действовать в точности так же, как герой сериала: бескомпромиссно, справедливо, без оглядки на систему. Телесериал «Слуга народа» имеет слоган: *«История следующего президента»*. В. Зеленский умело использовал свои медийные возможности: сделал один из медийных продуктов предвыборной площадкой и агитационным материалом.

Таким образом, медийность как средство формирования политического имиджа, нестандартные политические действия, сделали В. Зеленского известной личностью с большим числом поклонников в нескольких странах. Зная, какой силой обладают средства массовой информации, как ощутимо они могут влиять на сознание населения, можно осторожно и в необычной форме донести любую мысль и побудить к различным действиям.

Получается своеобразная невольная коммуникация с наличием обратной связи. И порой, эта обратная связь способна сделать человека, далёкого от политики – президентом страны.

Литература

1. 1. Вылегжанин, Д.А. Введение в политическую имиджелогияу [Текст] / Д.А. Вылегжанин // учебное пособие. – М.: ФЛИНТА, 2014. – 136 с.