

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

«PR-технологии формирования имиджа политического деятеля (на примере А. А. Алиханова)»

Автор работы:

студент 4 курса очной формы обучения

Ашевский Никита Андреевич

Научный руководитель работы:

преподаватель кафедры политических и
общественных коммуникаций ИОН РАНХиГС

Дикевич Валерий Николаевич

Актуальность, цель, задачи ВКР.

Актуальность работы и ее практическая значимость работы определяются в значительной степени тем, что в последние три года в Российской Федерации замечен курс на омоложение руководителей во властных структурах всех уровней. На молодость делается акцент в избирательных кампаниях, этот фактор активно используется в текущей деятельности и в PR-продвижении. Именно возраст А. А. Алиханова стал одним из основных факторов его победы на выборах и был одним из главных месседжей, которые транслировала целевым аудиториям его PR-команда в течение первого года его работы на губернаторской должности.

▶ Цель работы – разработка рекомендаций по использованию PR-технологий для улучшения имиджа А. А. Алиханова.

▶ Для реализации поставленной цели требуется решить ряд задач:

▶ 1) дать определение политического имиджа и его разновидностей;

▶ 2) изучить общие закономерности функционирования политического рынка в информационном обществе;

▶ 3) выявить особенности политического рынка современной России;

▶ 4) изучить приемы, способы, методы и технологии формирования имиджа политического деятеля;

▶ 5) выявить общие закономерности процесса формирования имиджа политического деятеля;

▶ 6) изучить структуру имиджа губернатора Калининградской области

А. А. Алиханова на основных этапах его карьеры;

▶ 7) определить PR-технологии, которые были использованы для его трансформации;

▶ 8) выявить PR-технологии, которые плохо использовались либо были недостаточно задействованы;

▶ 9) на основе проведенного анализа предложить к использованию PR-инструменты, которые могли бы способствовать улучшению имиджа А. А. Алиханова.

Имидж имеет ряд отличительных признаков:

он проще, чем сам продвигаемый объект;

имеет четко расставленные акценты, подчеркивающие специфичность и уникальность объекта;

противоположен стереотипу, но может использовать его для облегчения восприятия, имеет индивидуальность;

конкретизирован;

корректируется и адаптируется под изменения в зависимости от ситуации, подстраиваясь под реалии;

имеет обратную связь, разработан под ожидания общественности;

идеализирует объект, гипертрофирует положительные стороны, наделяя их необходимыми ценностями, и сглаживает негативные аспекты

Для создания своего имиджа и успешной его «продажи» населению политик должен уметь использовать различные каналы коммуникации:

СМИ

социальные сети

живое общение с
жителями страны
(региона) и
многие другие.

PR-активность и трансформация имиджа

А. А. Алиханова

Параметры оценки	PR-активность и трансформация имиджа А. А. Алиханова	
	В ходе избирательной кампании	В статусе губернатора области
Основные темы	Помощь предпринимателям, «проблема-2016», ОЭЗ, одаренные дети, киноиндустрия и творчество	В первый год: инфраструктура, спорт, волонтерство, здравоохранение, предпринимательство Во второй год: сельское хозяйство, здравоохранение, помощь многодетным семьям, благоустройство, поддержка малого и среднего бизнеса
PR-команда	Пресс-секретарь и пресс- служба	Пресс-служба
Работа со СМИ	Активное взаимодействие с региональными оппозиционными СМИ, а также федеральными и зарубежными изданиями	Смещение акцентов на муниципальные и федеральные СМИ, низкая активность в региональных СМИ
Взаимодействие с блогосферой	Активное личное	Редкое, смещение активности в сторону министров и заместителей

Instagram	Личный закрытый аккаунт	Активный официальный открытый аккаунт
Упоминаемость в Telegram-каналах	Низкая, акцент на компромате	Высокая, акцент на политических ошибках
Акценты в имидже	Молодой технократ, самый молодой губернатор, кумир молодежи, свой парень	Качественный исполнитель данных обещаний, созидатель, компетентный руководитель, знающий проблемы и принимающий правильные решения, главный помощник в беде
Прямые эфиры	Нет	Да
Поддержка Президентом РФ	На высоком уровне	На высоком уровне
Визиты представителей федеральных органов власти	Часто	Реже, чем в предвыборный период, но все также часто
Степень ассоциации с регионом	Средняя	Высокая
Личное комментирование проблемных ситуаций	Сглаживалось чередой избирательных событий	Аргументированное, с полной ответственностью за принятые решения

Исследование медиаактивности

А. А. Алиханова

Дата	Общее кол-во упоминаний в СМИ	В феде-ральных СМИ	В регио-нальных СМИ	Прочитано (тыс. чел.)	Отношение негатива к позитиву
08.2017	5 708	3 435	2 148	158,7	46 / 318
09.2017	6 349	4 532	1 615	233,3	53 / 1380
06.2018	3 362	1 660	1 596	243,0	38 / 217
07.2018	1 839	923	869	143,7	20 / 108
04.2019	3 435	1 440	1 949	437,7	9 / 144

Спасибо за внимание