

PR-СТРАТЕГИИ И ПРОДВИЖЕНИЕ ИМИДЖА СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ПОЛИТИКА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: НА ПРИМЕРЕ ГУБЕРНАТОРА ХМАО Н. В. КОМАРОВОЙ

Шилова Д. А.*

студент

*ФГБОУ ВО «Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва»,
Саранск, Россия

Аннотация:

В данной статье рассмотрено развитие имиджа современного российского политика с помощью PR-стратегий и инетрент-продвижения. В частности, анализируются личные аккаунты Н. В. Комаровой (губернатора ХМАО) и ее взаимодействия с электоратом через них. Автор приходит к выводу о высоком уровне использования Интернет-технологий, в частности социальных сетей, которые становятся инструментом политического влияния, повышая информированность населения о деятельности, создавая эффект «открытости», популяризируя образ губернатора.

Ключевые слова:

PR-стратегии, социальные сети, Н. В. Комарова, губернатор ХМАО, Югра

УДК 32.019.5

DOI: 10.24411/2658-6932-2021-10000

Для цитирования: Шилова Д. А. PR-стратегии и продвижении имиджа современного российского политика в социальных сетях: на примере Натальи Владимировны Комаровой / Д. А. Шилова // Контентус. – 2021. – № 9. – С. 34 – 42.

Актуальность исследования определяется тем, что создание положительного имиджа не простой и трудоёмкий процесс, включающий множество аспектов. В первую очередь, для оценки образа политика необходимо умение составлять имидж-карту по специальной структурной схеме. Для успешного достижения целей баллотирующимся кандидатам или уже работающим политикам стоит опираться на свой имидж, скомпоновать определенную стратегию действий по отношению к конкурентам, к сред-

ствам массовой информации, к электорату и др. Именно от последних элементов зависит успешность избирательной кампании, как электорат воспримет и сможет довериться тому или иному политическому деятелю.

На сегодняшний день существует множество научных трудов из разных областей знания о приемах и техниках формирования имиджа на разных уровнях, масштабах и контекстах, начиная от отдельной личности, заканчивая территориально-пространственным имиджмейкингом, идеи которых изучаются, оцениваются и совершенствуются до сих пор.

Вопрос о сущности понятия «имидж» и «политический имидж» нашел свое отражение в работах: А. Злобина [14], Е. Егорова-Гантман [13], Т. Э. Гринберг [11], Е. Sampson [30].

Исследование приемов, методов и технологий генерирования политического имиджа можно найти в трудах: А. В. Малышева [23], Г. Г. Почепцова [26], Д. А. Вылегжанина [9], Л. Бадмацыреновой [2], Т. Лебедевой [22].

Продвижение имиджа глав российских регионов изучали И. В. Барсков [3], М. И. Беленкова [4], А. С. Ваторопин и М. С. Семина [7], Е. А. Кобелева [16], О. В. Лагутина и Н. С. Корыстина [17], Я. С. Толмачева и Е. В. Чистякова [27] и др.

Гендерную специфику имиджа политиков актуализируют О. В. Будникова [5], С. А. Василенко и А. А. Дебольская [6], А. Н. Гильманова [10], Ш. Ду [12] и др.

Имидж Н. В. Комаровой стал предметом анализа в исследовании Г. А. Ахатовой [1].

Цель данной работы – изучение развития имиджа современного российского политика с помощью PR-стратегий и продвижения социальных сетей на примере Н. В. Комаровой.

Наталья Владимировна особенно активно взаимодействует с электоратом через личный аккаунт в социальной сети Instagram. Кроме этого, у губернатора есть личная страница в социальных сетях ВКонтакте, где она также освещает новости региона. Twitter [18] и Facebook [19] также ранее использовались Комаровой, но с 2014 года они не активны.

Продвижение и сопровождение имиджа входит в функционал Информационно-аналитического управления и Пресс-службы, относящихся к Администрации губернатора ХМАО. Основные линии имиджевого позиционирования касаются освещения деятельности Натальи Владимировны Комаровой в электронных и печатных республиканских и федеральных СМИ, в т. ч. через подготовку материалов для опубликования.

Важной ключевой установкой для СМИ, которая характеризует Наталью Комарову, является «хозяйка Югры» или «развивающая потенциал округа». Долгое время было распространено мнение, что без поддержки

Дмитрия Медведева Наталья Комарова не удержится на месте губернатора. Изначально это было целесообразным для продвижения имиджа женщины-политика, т. к. позволяло категоризировать ее образ как для населения, так и для политической и бизнес элиты в категориях «свой», «стабильность», «не будет резких перемен», «поддержка федерального центра».

Об уровне развития демократических процессов в обществе можно судить по информационной открытости и активному использованию интернет-технологий в работе губернаторов. Личный сайт у Натальи Владимировны Комаровой ХМАО отсутствует. Основную роль в обеспечении информированности населения играет официальный сайт органов государственной власти ХМАО [24], где есть отдельная вкладка губернатора [8], содержащая биографию, статус и полномочия, сведения о доходах, фото и видео отчеты, график работы, выступления и интервью, комиссии и советы при губернаторе, поручения, поездки (внутри округа, по России, за рубеж).

Активно ведутся официальные новостные порталы ХМАО: сайт Думы ХМАО (<https://www.dumahmao.ru/>) и страница ЮГРА в Instagram [20] и в Вконтакте [21]. Новостная обновляемость на вышеперечисленных официальных порталах ежедневная. В целом основной месседж можно охарактеризовать как «дежурный по региону» – новостной контент касается актуальных вопросов развития ХМАО. При этом транслируется разноплановость деятельности губернатора: рабочие встречи и совещания перемежаются со встречами с населением и поздравлениями с юбилеем рядовых граждан, что формирует образ открытого руководителя.

Обратная связь организована через Интернет-приемную, где можно написать письмо, сообщить о коррупции, написать коллективное обращение и направить его губернатору, в Правительство или должностному лицу, замещающему государственную должность ХМАО [15].

У Натальи Владимировны зарегистрирован и Twitter-аккаунт, но последние публикации датированы февралем 2014 годом. Однако губернатор ХМАО очень активно ведет личные аккаунты в самых популярных социальных сетях в России Instagram, Вконтакте, Одноклассниках, что положительно сказывается на образе политика, ведь социальные сети служат для государственного деятеля источником информирования, площадкой для проведения с населением прямых эфиров в режиме «вопрос-ответ», способом отслеживания мнений электората по проводимой работе (например, через комментарии) и, кроме того, это мощнейшая машина для пропаганды и создания имиджа. С помощью социальных сетей повышается уровень публичности, прозрачности открытости, что воздействует

на улучшение фактора доверия к политику. Общением в социальных сетях можно закрывать все «боли» и «возражения» (понятия, применимые в сфере SMM) аудитории, тем самым настроить правильный вектор политической работы; понять, решение каких социально-политических проблем наиболее актуально.

Рассмотрим работу вышеназванных социальных сетей подробнее. В Instagram у Натальи Комаровой 129 тысяч подписчиков и 1213 публикаций (на 19.08.2021), что свидетельствует о популярности данного аккаунта и активности его ведения. В шапке профиля указана основная деятельность Натальи Владимировны – «политик», «Губернатор Югры», указаны активные хештеги: «#НатальяКомарова» и «#КомандаГубернатораЮгры». Стоит отметить выигрышность данных хештегов. Первый персонифицирует личность политика. Второй – отражает коммуникативный навык и способность работать не обособленно, а сообщая, в команде. Аккаунт оформлен в едином стиле: преобладание синего цвета на главном фото, на иконках в актуальных историях и на фоне многих фотографий (это отсылка к партийной принадлежности); актуальные истории распределены по категориям (рабочие поездки, нацпроекты, события, ЮГРА, ЮГОРЧАНЕ и др.) и обозначены круглым окошечком с характеризующим категорию рисунком. Публикации удобно смотреть по тематическим рубрикам, видео, отмеченным фото. Таким образом, внешне лента акцентирует внимание.

Истории в Instagram Комаровой публикуются ежедневно, что помогает в продвижении ее «личного бренда». Благодаря историям деятельность в регионе и конкретная политика Губернатора часто «мелькает» перед аудиторией, что также повышает информированность о деятельности.

Прямые эфиры как способ взаимодействия с населением Наталья Владимировна использует достаточно активно – каждый месяц Губернатор отвечает на вопросы, которые заранее жители пишут в комментариях под постом-анонсом; основные темы прямого эфира также заранее демонстрируются в предварительном посте. Длительность прямого эфира 2-2,5 часа. Трансляции дублируются в аккаунте Губернатора ВКонтакте и Одноклассниках, а также в уже упомянутой нами группе региона «Югра» ВКонтакте. Регулярно проводятся онлайн-встречи с жителями регионов.

Виды контента разные: информационно-отчетный, познавательный, новостной, и прогнозный. С равной частотой публикуются как фото, так и видео. Освещаются национальные проекты, спорт, военно-патриотическая тематика, наука, политика, талантливые люди Югры, а также семья Натальи Владимировны и сама политик. Тексты самих постов лаконичные, понятные всем, интересные; материал разбит на смысловые абзацы. Аккаунт ведется систематично: примерно по 1-2 поста в день и 4 истории.

Можно сделать вывод, что в работе над социальными сетями принимают участие достаточно грамотные SMM-специалисты.

Анализируя социальную сеть Instagram, мы приходим к выводу, что Наталья Владимировна позиционирует себя как «друг народа», «активный и везде успевающий губернатор и политик» с большим профессиональным опытом. Репутация Губернатора положительная. Аудитория, судя по комментариям, достаточно лояльная: большинство отмечает положительное влияние женщины-политика на развитие региона.

На личной странице Вконтакте у Натальи Владимировны дублируется новостная информация и видео из Instagram; также проводятся прямые эфиры и онлайн-встречи с жителями районов.

Таким образом, губернатор ХМАО на высоком уровне использует не только Интернет-технологии, требуемые для отчетности перед федеральным центром, но и личные социальные сети для взаимодействия с жителями Югры. Использование Комаровой личных аккаунтов как политического инструмента влияет на организацию связей с общественностью, повышает рейтинг информационной активности и открытости для населения, положительно влияет на популяризацию ее образа.

Список использованных источников

1. **Ахатова Г. А.** ИМИДЖЕВЫЕ РОЛИ ГУБЕРНАТОРА ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНМНОГО ОКРУГА Н. В. КОМАРОВОЙ // Политическая лингвистика. Москва. 2018. №5. С.71–79.
2. **Бадмацыренова Е. Л.** ТЕОРИТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ПОЛИТИЧЕСКОГО УЧАСТИЯ ЖЕНЩИН // Власть. 2019. Т. 27. № 4. С. 174–180.
3. **Барсков И. В.** ИМИДЖ ГЛАВ РЕГИОНОВ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2014. № 171. С. 163-169.
4. **Беленкова М. И.** СТРУКТУРА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ИМИДЖА РЕГИОНАЛЬНОЙ ВЛАСТИ В НАРРАТИВНОЙ КОНСТРУКЦИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ (НА ПРИМЕРЕ АККАУНТОВ ГУБЕРНАТОРА КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ - КУЗБАССА С. Е. ЦИВИЛЁВА) // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 2 (20). С. 147-157.
5. **Будникова О. В.** ИМИДЖ ЖЕНЩИНЫ-ПОЛИТИКА: КОСТЮМОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ // МИР КУЛЬТУРЫ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ: Сб. ст. по материалам научн. конф. / Гл. ред. Г. А. Салтык; отв. ред. Т. Н. Арцыбашева. 2016. С. 27-31.
6. **Василенко С. А., Дебольская А. А.** ЖЕНЩИНА-ПОЛИТИК: ЭВОЛЮЦИЯ ИМИДЖА НА ПРИМЕРЕ ТЕРЕЗЫ МЭЙ И ЮЛИИ ТИМОШЕНКО // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2020. Т. 9. № 3 (32). С. 33-36.
7. **Ваторопин А. С., Семина М. С.** ИМИДЖ ГУБЕРНАТОРА СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ: СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ // Социум и власть. 2015. № 1 (51). С. 37-40.
8. ВКЛАДКА «ГУБЕРНАТОР» НА ОФИЦИАЛЬНОМ САЙТЕ ОРГАНОВ ГОСДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ ХМАО: [сайт]. URL: <https://admhmao.ru/governator/>.
9. **Вылегжанин Д. А.** ВВЕДЕНИЕ В ПОЛИТИЧЕСКУЮ ИМИДЖЕОЛОГИЮ // Москва: ФЛИНТА. 2014. 136 с.
10. **Гильманова А. Н.** ОТРАЖЕНИЕ ИМИДЖА ЖЕНЩИНЫ-ПОЛИТИКА В ИНТЕРНЕТ-СМИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2012. Т. 12. № 2. С. 101-105.
11. **Гринберг Т. Э.** ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ: ПР И РЕКЛАМА: УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ // Москва: Аспект Пресс. 2012. 280 с.
12. **Ду Ш.** ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ И ЛЕКСИКО-ТЕМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА МУЖЧИНЫ-ПОЛИТИКА И ЖЕНЩИНЫ-ПОЛИТИКА // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2021. № 5-2. С. 138-143.
13. **Егорова-Гантман Е. В.** ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА // Москва. 1999. 237 с.
14. **Злобин А.** ОБРАЗ РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ ФРГ. ЛОЖКА МЕДА В БЧКЕ ДЕГТЯ // Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing. 2016. 57 с.
15. ИНТЕРНЕТ-ПРИЕМНАЯ ДЛЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ // [сайт]. URL: <https://lk.admhmao.ru/>.
16. **Кобелева Е. А.** МНЕНИЕ МОЛОДЕЖИ ГОРОДА ПЕРМИ ОБ ИМИДЖЕ ГЛАВЫ РЕГИОНА. ЧАСТЬ I // Вестник Прикамского социального института. 2018. № 1 (79). С. 173-178.
17. **Лагутина О. В., Корыстина Н. С.** СПЕЦИФИКА ВОСПРИЯТИЯ ИМИДЖА ГУБЕРНАТОРА КУРСКОЙ ОБЛАСТИ А.Н. МИХАЙЛОВА МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИЕЙ // Провинциальные научные записки. 2015. № 2 (2). С. 59-63.
18. ЛИЧНАЯ СТРАНИЦА Н. В. КОМАРОВОЙ В TWITTER // [сайт]. URL: <https://twitter.com/komarovanatalya>.

19. ЛИЧНАЯ СТРАНИЦА Н. В. КОМАРОВОЙ В FACEBOOK // [сайт]. URL: <https://ru-ru.facebook.com/komarovanv>.
20. ЛИЧНАЯ СТРАНИЦА Н. В. КОМАРОВОЙ В INSTAGRAM // [сайт]. URL: <https://www.instagram.com/yugraonline/>.
21. ЛИЧНАЯ СТРАНИЦА Н. В. КОМАРОВОЙ В ВКОНТАКТЕ // [сайт]. URL: <https://vk.com/shtabugra>.
22. **Лебедева Т.** ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ. КОРПРАТИВНАЯ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕЖИСУРА. МОДЕЛИ, СИСТЕМЫ ЦЕННОСТЕЙ КАНАЛЫ СМК // Москва: Издательство Московского университета. 1999. 230 с.
23. **Малышев А. В.** ФИЛОСОФИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА: МОНОГРАФИЯ // Саратов: Издательство Саратовского гос. техн. ун-та. 2005. 196 с.
24. ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ ХМАО // [сайт]. URL: <https://gov.admhmao.ru/>.
25. ПОСЛЕДНИЕ НОВОСТИ ЮГРЫ. Н. В. КОМАРОВА // [сайт]. URL: <https://sitv.ru/arhiv/news/gubernator-yugry-predlozhi>.
26. **Почепцов Г. Г.** ИМИДЖЕОЛОГИЯ // Москва: Рефл-бук. Ваклер. 2001. 698 с.
27. **Толмачева Я. С., Чистякова Е. В.** ОЦЕНКА ИМИДЖА ГЛАВЫ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ В. В. РАДАЕВА) // Инновационные технологии в современных научных исследованиях: экономические, социальные, философские, политические, правовые, общенаучные тенденции. 2017. С. 104-106.
28. ТЮМЕНСКАЯ У МООРА // [сайт]. URL: <https://tlg.today/s/umoora72/6318>.
29. ЧТО МЫ ЗНАЕМ О Н. В. КОМАРОВОЙ? // [сайт]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2134840>.
30. **Sampson E.** THE IMAGE FACTOR. A GUIDE TO EFFECTIVE SELF-PRESENTATION FOR CAREER ENHANCEMENT // London: Kogan Page Ltd. 1994. 143 p.

PR-STRATEGIES AND PROMOTION OF THE IMAGE OF A MODERN RUSSIAN POLITICIAN IN SOCIAL NETWORKS: ON THE EXAMPLE OF THE GOVERNOR OF THE KHMAO N. V. KOMAROVA

Shilova D. A.**
student

** National Research Mordovia State University,
Saransk, Russia

Abstract:

This article discusses the development of the image of a modern Russian politician with the help of PR strategies and internet promotion. In particular, the personal accounts of N. V. Komarova (governor of the KhMAO) and her interaction with the electorate through them are analyzed. The author comes to the conclusion about the high level of use of Internet technologies, in particular social networks, which become an instrument of political influence, increasing the awareness of the population about the activities, creating the effect of "openness", popularizing the image of the governor.

Keywords:

PR-strategies, social networks, N. V. Komarova, Governor of KhMAO, Ugra.