

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

Аспекты формирования имиджа политической партии "Справедливая Россия" в период парламентских выборов 2007 года.

Научный руководитель – Березкина Оксана Степановна

Калимуллин Эмиль Рифатович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Исторический факультет, Кафедра истории общественных движений и политических партий, Москва, Россия

E-mail: emil2894@mail.ru

На сегодняшний день сфера публичной политики стала в России одной из самых обсуждаемых и востребованных. Сильное влияние на эту сферу оказывают активно развивающиеся информационные технологии. Современный человек все сильнее и сильнее встраивается в систему информационного обмена и взаимодействия. Становится совершенно очевидно, что для завоевания политического господства недостаточно одних лишь благих намерений, продуманных политических концепций и идей. Для получения широкой поддержки электората необходимо в первую очередь умение правильно формулировать и грамотно доносить свои идеи до избирателей, чтобы быть понятым и востребованным населением. Основой действенной публичной политики сегодня становятся эффективные политические технологии, частью которых является процесс формирования имиджа политиков и политических партий. Современные партии имеют во многом схожие политические программы, поэтому выбор массового избирателя главным образом основывается на том, какая из представленных политических партий более привлекательна лично для него. Можно уверенно утверждать, что на сегодняшний день имидж политических организаций, основанный на грамотном взаимодействии со СМИ и продуманных маркетинговых операциях, во многом определяет электоральное поведение населения.

Партия «Справедливая Россия» являлась на момент проведения выборов в парламент 2007 года одним из самых молодых политических объединений. Данная партия была учреждена в 2006 году путем слияния трех политических организаций: партии «Родина», Российской партии пенсионеров и Российской партии жизни. «Справедливая Россия» позиционировала себя как левоцентристскую партию, идеологи партии декларировали концепцию демократического социализма, так называемого «социализма 3.0». «Справедливая Россия» в тот период своего существования называла себя конструктивной оппозицией «Единой России», хотя в то же время полностью поддерживала курс президента В. Путина. Партия претендовала в первую очередь на левый и патриотический электорат, что было обусловлено идеологической направленностью ее партий-соучредителей. Кроме этого, «Справедливая Россия» претендовала на электорат и «партии власти», так как она активно поддерживала В. Путина, а многие члены партии являлись чиновниками или государственными служащими.

Изучив вышеперечисленные материалы, можно сделать вывод, что, с одной стороны, специалистам партии в определенной мере удалось решить задачу построения позитивного имиджа. Судя по результатам выборов, недавно образованная «Справедливая Россия» все-таки смогла оттянуть часть голосов левого электората у КПРФ, используя социалистическую и «народную» риторику, и благодаря этому прошла в парламент. По нашему

мнению, реально сработавшей в имидже «Справедливой России» была только идеологическая составляющая. С другой стороны, «Справедливая Россия» не справилась с мощнейшим негативным информационным воздействием.

Источники и литература

- 1) Барабанов М. Партии и многопартийность в современной России: возникновение, основные тенденции развития. М., 2011.
- 2) Волгин Е. Общественно-политические объединения современной России на рубеже веков. Часть II: 2000-2011 гг. Курс лекций. М., 2016.
- 3) Егорова-Гантман Е., Плешаков К. Политическая реклама. М., 1999.
- 4) Ильясов Ф. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. М., 2000.
- 5) Малкин Е., Сучков Е. Политические технологии. М., 2012.
- 6) Почепцов Г. Имиджелогия. Киев, 2002.
- 7) Почепцов Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. М., 1998.
- 8) Смирнов С., Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием-2. М., 2015.
- 9) Цуладзе А. Формирование имиджа политика в России. М., 1999.