**Имиджеформирующий потенциал медиарепрезентаций общественно-политического лидера молодежи**

***Покинтелица В.В.***

*Студент, 4 курса бакалавриата,*

*Донецкий государственный университет,*

*филологический факультет, Донецк, Россия*

*E-mail:* *pokintelitsavi@gmail.com*

В условиях военно-политического-конфликта, социально-экономических, социально-политических, социокультурных трансформаций вопросы взаимодействия власти и общества приобретают особую значимость. Важную роль в процессах социального управления играют общественно-политические лидеры. Проблемы формирования имиджа политика продолжают вызывать исследовательский интерес, о чем свидетельствуют диссертационные работы отечественных ученых К.А. Аржанова [1], А.Г. Вьюгова [2], А.Н. Рябушко [3], А.В. Чепкасова [4] и др. Вместе с тем заслуживает отдельного внимания роль медиарепрезентаций политика в формировании его имиджа. Представляется необходимым изучение имиджевых медиарепрезентаций молодежного лидера в условиях военно-политического конфликта, не вполне решенным, как справедливо отмечает А.В. Чепкасов, «остается вопрос о типологических свойствах политической коммуникации, ее тематической структуре, составе участников коммуникации, наборе реализуемых ими коммуникативных стратегий и тактик» [4: 4], что обусловливает актуальность темы.

Цель исследования – выявить и охарактеризовать особенности имиджеформирующих медиарепрезентаций общественно-политического лидера молодежи (на примере медиарепрезентаций и.о. министра молодежной политики Донецкой Народной Республики Кирилла Макарова).

Медиарепрезентации политика – имманентный признак процесса имиджирования. Особую значимость они приобретают в Донецкой Народной Республике (ДНР), где в силу военных действий минимизируются межличностные и массовые коммуникации. СМИ, социальные сети становятся архиважным ресурсом двусторонней коммуникации лидера и общества.

Телевизионные репрезентации достижений лидера – неотъемлемый элемент имиджирования государственного и общественно-политического деятеля. И.о. министра молодежной политики Донецкой Народной Республики Кирилл Макаров – медийная личность, он регулярно появляется в эфире таких телеканалов, как Оплот ТВ, Юнион, Первый Республиканский и т.д., где в качестве эксперта комментирует актуальные политические вопросы, дает интервью о состоянии и развитии молодежной политики в Республике. Кирилл Макаров – частый гость на республиканском телевидении. К примеру, в эфире телеканала «Первый Республиканский» лидер рассказывал о втором созыве Молодёжного Парламента, который недавно приступил к работе и уже стал одним из главных достижений героя телепрограммы.

На радио политик появляется значительно реже, что в определенной степени связано с меньшей популярностью данного вида СМИ среди молодежи. Однако в 2020 году он стал гостем программы «Прямая речь» (совместный проект правительства ДНР, телеканала «Оплот» и Радио «Республика»), где он освещал свою политическую и социальную деятельность, достижения и стратегии развития молодежной политики.

Важную роль в формировании имиджа играет цитируемость, упоминание имени лидера в СМИ, что мы наблюдаем в различных статьях о социальной жизни Донбасса в газете «Комсомольская правда». Медиарепрезентации результатов деятельности Кирилла Макарова можно встретить в республиканских печатных СМИ: «Голос Республики», «Донецк вечерний», «Новая жизнь», «Макеевский рабочий» и др.

Молодежная аудиториям – это активные интернет-пользователи, потребители сетевого контента. Принимая это во внимание, руководитель министерства создал свой телеграм-канал под названием «MAKAROV», в котором он пишет о войне, политике и жизни, освещая различные важные события в ДНР. Активная коммуникация с целевой аудиторией также способствует формированию позитивного имиджа молодежного лидера.

Важным имиджеформирующим PR-инструментом является создание инфоповодов для новостной информации о деятельности общественно-политического лидера молодежи. Так, Кирилл Макаров был гостем видеопроектов на Rutube, героем новой серии стрингерского проекта Общественной палаты ДНР и журналистов, работающих в зоне СВО «Дневник с фронта», дал интервью каналу «Sputnik на русском», стал гостем программы «Парламентский вестник». Медиарепрезентации различных молодежных проектов также способствуют формированию благоприятного имиджа политика.

Медиарепрезентации различных пресс-мероприятий имеют значительный имиджеформирующий потенциал. Так, например, ценностную составляющую имиджа Кирилла Макарова характеризует его пресс-конференция по вопросам подготовки к проведению гражданско-патриотической акции «Бессмертный полк», которая состоялась в 2019 году в городе Донецке. Информационную транспарентность, социальную активность демонстрирует проведенная в июне 2023 года руководителем Министерства молодежной политики ДНР Прямая Линия. Кирилл Макаров также выступает в качестве спикера на пресс-конференциях Донецкого Агентства Новостей, является автором ряда статей и публикаций в различных СМИ о проблемах молодежи, часто выступает на конференциях и семинарах, где дает лекции и делится своим опытом.

Как видим, формирование позитивного имиджа общественно-политического лидера в кризисных условиях, его поддержка и продвижение являются одной из важнейших составляющих эффективного взаимодействия лидера и общества. При этом посредническая роль СМИ в этом взаимодействии, огромный имиджеформирующий потенциал медиарепрезентаций общественно-политического лидера молодежи играют, несомненно, принципиально важную роль.

**Литература**

1. Аржанова, К.А. Социально-психологические механизмы формирования имиджа политического лидера в процессе избирательной кампании : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / К.А. Аржанова; Гос. ун-т упр. – Москва, 2016. – 26 с.

2. Вьюгов, А.Г. Средства конструирования образа политического лидера в России XX века : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / А.И. Вьюгов; Рос. ун-т дружбы народов. –Москва, 2016. – 22 с.

3. Рябушко, А.Н. Роль информационных технологий в формировании образа региональных политических лидеров : на примере Ульяновской области : автореф. дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / А.Н. Рябушко; С.-Петерб. гос. ун-т. – Санкт-Петербург, 2017. – 24 с.

4. Чепкасов, А.В. Средства массовой информации и публичный дискурс регионального лидера как инструменты формирования имиджа региона : на примере Кемеровской области : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 : 10.01.10 / А.В. Чепкасов; Российский государственный гуманитарный университет. – Москва, 2019. – 47 с.