

Секция «Журналистика»

Тема патриотизма в политической PR-коммуникации

Акбари Эвелина Шахсаваровна

Студент

*Северо-Кавказский федеральный университет, Факультет филологии,
журналистики и межкультурной коммуникации, Ставрополь, Россия*

E-mail: samanta777@mail.ru

Тема патриотизма в исследовательской практике приобретает все большую актуальность в связи с активным формированием в России гражданского общества. Патриотизм является важным компонентом гражданской позиции личности, определяющим успешность демократических процессов. Это консолидирующая российское общество основа.

В выступлении президента России В. Путина на встрече с доверенными лицами и представителями Общероссийского народного фронта 29 февраля 2012 г. патриотизм выделяется как национальная идея: «... нам вместе нужно найти нечто такое, что станет объединительным фактором для всей многонациональной, но единой российской нации. И я не вижу ничего другого, кроме патриотизма» [3].

Патриотизм как научная категория и как феномен современной реальности достаточно сложен. В нём можно выделить основу различной природы. Философский энциклопедический словарь определяет термин как: «Нравственный и политический принцип, социальное чувство, содержанием которого является любовь к отечеству, преданность ему, гордость за его прошлое и настоящее, стремление защищать интересы родины» [1].

Словарь по этике под редакцией И. Кона трактует «патриотизм» как: «Общественный и нравственный принцип, характеризующий отношение людей к своей стране, которое проявляется в определенном образе действий и сложном комплексе общественных чувств, обычно называемом любовью к родине» [2].

В этих и ряде других определений явно выражена социальная, психологическая и идеологическая природа данного понятия.

Смысловой аспект политической коммуникации включает взаимодействие субъектов политики путем обмена информацией в процессе борьбы за власть или ее осуществление и удержание. Основной задачей политического PR является создание положительного/отрицательного образа того или иного политического субъекта с целью лоббирования политических интересов и получения последним доступа к государственному или муниципальному управлению.

Все политики стараются затронуть тему патриотизма в своих PR выступлениях, воплотить в конкретных делах идеи служения обществу, так как это приближает образ выступающего к идеалам аудитории. Избиратели начинают причислять себя к некой единой группе с политиком, связанной общностью общих целей и задач, формируется позиция «мы». Кроме того, политический лидер становится как бы «своим», то есть получает доверие избирателей, т. к. он преследует те же цели, что и народ, хочет выполнять те действия, которые от него ожидают. В идеалистических представлениях политика – «служение Родине» и реализация идей патриотизма, подводят к этому представлению о деятельности политика.

Через средства массовой информации, личные встречи, в ходе которых политические лидеры активно транслируют собственные патриотические установки и чувства, в массовом сознании происходит осмысление новых символов патриотизма, формируется палитра индивидуальных смыслов.

В 40 % публичных выступлений политики демонстрируют личное отношение к Родине, проявляющееся в любви к ней и гордости за её достижения, что сближает их с общественностью, потенциальными избирателями, укрепляет доверие и создает общее ценностное пространство.

Стремление защищать интересы Родины, отдельных граждан, всего народа встречается в речевой коммуникации политических деятелей в два раза реже.

Актуализации патриотических чувств способствует подчеркивание своей готовности подчинять личные интересы интересам страны, а также стремление укреплять её и развивать. Обязательным служит апеллирование к уникальности российской культуры, что происходит в примерно в 90% всех выступлений, посвященных праздникам, открытию новых культурных мест и т. д.

Способом выражения патриотических идей является отсылка к социально-историческому опыту советского времени. Из этого периода россияне продолжают черпать представления о должном и справедливом, опираясь именно на этот опыт, строят модели ценностной самоидентификации. Самой частой является отсылка к победе в Великой отечественной войне, как к безоговорочному достоянию российского народа. Данный прием используется в 15% всех политических выступлений, в связи с неактуальностью советских идей, применительно к современному государственному курсу.

В политической коммуникации на международной арене содержание патриотизма имеет несколько иную направленность, иной смысловой аспект.

Такие коммуникативные условия предполагают в первую очередь стремление создать благоприятный имидж своей страны, базовыми составляющими которого являются: социально-экономические, культурные достижения России, её многовековая история, красоты природы, многообразие природных ресурсов и т. д. Такие важные аспекты упоминаются в 25% речевых коммуникаций политиков. На первый план выступают дружелюбие народа, его готовность к сотрудничеству. Данный аспект актуализируется в 95% всех выступлений на международной арене. Важным аспектом представляется способность России вступать во взаимовыгодные отношения, толерантность, уникальная адаптация к новым условиям. Своя страна на мировой арене презентуется как демократичная, сильная, как надежный партнер и союзник.

Таким образом, патриотизм, являясь категорией этики и политологии, служит положительным маркером имиджа говорящего. Главная цель PR – формирование доверительных отношений, достижение согласия и желаемых изменений общественного мнения. Для политического деятеля патриотизм служит наиболее актуальным качеством, которое должно быть реализовано в публичных выступлениях, так как именно он ориентирован на слушателей таким образом, что может сформировать при правильном построении коммуникативного ряда благоприятный образ не только говорящего, но и всей его деятельности в целом. Это, в свою очередь, заставит аудиторию проникнуться доверием к выступающему и, таким образом, коммуникативный акт будет считаться удачно реализованным. Кроме того, в речевых коммуникациях через собственные чувства любви к Родине, гордости за ее достижения и уверенности в перспективах

развития, политические лидеры утверждают новые грани патриотизма как феномена современности.

Литература

1. Философский энциклопедический словарь // Под ред. Л. Ф. Ильичёва. М., 1989. С. 673.
2. Словарь по этике // Под ред. И.С. Кона. М., 1981. С. 430.
3. Путин 2012.ру:<http://putin2012.ru/events/350>.