

Секция «Политико-психологические особенности политических процессов в современной России и в мире»

Образ знаменитости как инструмент политика в борьбе за голоса избирателей.

Научный руководитель – Евгеньева Татьяна Васильевна

Смирнов Дмитрий Сергеевич

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра социологии и психологии политики, Москва, Россия

E-mail: dmitriysmirnov1380@mail.ru

С развитием средств массовой информации изменилась политическая культура. Политика становится более персонализированной, и поэтому возрастает удельный вес «звезд» (знаменитостей). Дэвид Маршалл определяет знаменитостей как «людей, которые с помощью средств массовой информации пользуются “большим присутствием и более широким спектром деятельности”, чем те, кто составляет остальную часть населения. Им разрешается выступать на публичной сцене, в то время как остальные из нас наблюдают» [Marshall 1997, ix]. Если медиаисследования знаменитостей проводятся регулярно, то политические исследования их влияния на политику остаются относительно маргинальными [5]. Как в зарубежной, так и в отечественной науке существует лакуна в изучении знаменитостей как субъектов политики.

При этом западные исследователи отмечают, что участие «звезд» в политике является жизненно важной характеристикой современной политической культуры [3]. С древнейших времен правители и вожди устраивали шоу не только для развлечения подданных, но и для фиксирования собственной славы. Например, парады в честь военного триумфа [6] или культивация собственного божественного образа через поэтов, историков и бардов [1]. В эпоху постмодерна знаменитости также активно используются в рамках PR-технологий как лидеры общественного мнения, но что не менее важно, политики сами стараются перенимать образ знаменитостей.

Исследователи дают разные, но непротиворечащие друг другу критерии определения таких политиков. Джон Стрит определяет их так: «избранный политик или кандидат, который использует формы и ассоциации знаменитости для улучшения своего образа». А реализуются они посредством выступления на нетрадиционных площадках (как например вечерние телешоу), заимствования опыта и методов PR менеджеров знаменитостей. В тоже время Лисбет ван Зонен определяет таких политиков как парадоксально сочетающих в себе способность быть заурядным и экстраординарным одновременно [4].

Необходимость обращения к образу знаменитости актуализируется в том числе из-за падения доверия к классическим политическим институтам. Возрастает уровень абсентизма. Образ политика отдельно и политики в целом негативен, вследствие чего можно наблюдать нежелание электората голосовать, тогда как образ знаменитости как лидера общественного мнения остается позитивным, поэтому заимствование и использование современными политиками образов знаменитости может мобилизовать избирателей на участие в электоральном процессе. При этом не только решается проблема общей явки, но и появляется возможность для повышения собственного рейтинга.

Например, в 2010 году в Великобритании на выборах премьер-министра победил Дэвид Кэмерон, обошедший действующего премьер-министра Гордона Брауна именно из-за успешного использования образа знаменитости во время теледебатов. Верно и обратное в отношении Г. Брауна. Успешными политиками с образом знаменитости можно также

назвать Барака Обаму, Тони Блэра, Джастина Трюдо, Эмануэля Макрона и Хавьера Ми-
лея.

Таким образом можно сделать некоторые выводы:

Существует недостаток политических исследований знаменитостей как субъектов по-
литики. Знаменитости участвовали в политике с древнейших времен. Участие знамени-
тостей в политике стало неотъемлемой частью современной политической культуры. Для
увеличения собственного электората современным политикам необходимо использовать
образ знаменитости. Знаменитости в политике своим участием в ней в качестве субъектов
и объектов повышают интерес граждан к электоральным процедурам.

Источники и литература

- 1) Колпинец Е.В. Фигура из пустоты: селебрити как феномен цифровой повседневности // Логос. - 2016. - №6. - С. 161-188.
- 2) Marshall, P. D. Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture. Minneapolis: University of Minnesota, 1997.
- 3) Street, J. Celebrity politicians: popular culture and political representation. The British Journal of Politics and International Relations, 2004.
- 4) Van Zoonen, L. Entertaining the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge. Lanham, Boulder, New York, Toronto, Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, 2005.
- 5) West, D. M. and Orman, J. Celebrity Politics. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2003.
- 6) Wheeler M. Celebrity Politics. Malden: Polity Press, 2013.