

ИМИДЖ ГОСУДАРСТВЕННОГО ДЕЯТЕЛЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

В статье рассматривается вопрос о необходимости имиджа государственного деятеля в СМИ, представлены некоторые имиджевые модели, применяемые в СМИ министром образования и науки РФ А. А. Фурсенко.

Ключевые слова: имидж, государственный деятель.

В настоящее время можно говорить о чрезвычайной медиатизированности такой сферы деятельности, как политика. На наш взгляд, этот процесс коснулся и государственных деятелей, которые в отличие от политиков не избираются и, следовательно, не нуждаются в позитивном имидже в глазах аудитории. Гипотеза нашего исследования заключается в том, что в России мы можем наблюдать особый тип государственных деятелей – политизированных бюрократов¹, которым, как и политикам, необходима работа над имиджем.

Термин «имидж» имеет множество разнообразных трактовок и является предметом исследования различных научных дисциплин. Активный поиск процессов формирования и управления этим объектом ведется в политологии, в контексте изучения образа политика, политических партий, государства [Имидж лидера, 1994; Шестопап, 1997]. В работах В. М. Шепеля [2002] и Г. Г. Почепцова [2004] имидж рассматривается в

качестве неотъемлемой части человеческой личности, гармонизирующей развитие. Это, в частности, отражает подход к его изучению как сугубо практического инструмента PR-технологий. Такой же точки зрения придерживается Э. А. Галумов [2003], который определяет имидж как искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия. Однако современная природа средств массовой информации диктует специфику подхода к этому объекту как весьма сложному конструкту. Рассмотрим подробнее дефиницию В. М. Шепеля: он говорит, что «имидж – индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания» [2002]. О его активности говорит и Е. Б. Перельгина: «Он способен воздействовать на сознание, эмоции, деятельность и поступки как отдель-

¹ Концепция рациональной бюрократии сформулирована М. Вебером. Изначально этот термин не нес негативной нагрузки. Бюрократическая организационная структура, с точки зрения Вебера, характеризуется высокой степенью разделения труда, развитой иерархией управления, цепью команд, наличием многочисленных правил и норм поведения персонала и подбором кадров по их деловым и профессиональным качествам. Бюрократия характерна для достаточно сложного общества, где каждый гражданин не может принимать участие в управлении, в этом случае она регламентирует отношения между управленческими структурами и населением. В контексте данной статьи «государственный деятель» и «бюрократ» выступают в качестве синонимов и не несут негативных коннотаций.

ных людей, так и целых групп населения. Как следствие – люди отдают предпочтение тем или иным товарам, фирмам, банкам или политическим партиям» [2002. С. 13]. Это свойство имиджа важно для политических деятелей, которым нужно «понравиться» своим избирателям. Однако в условиях бюрократии, которая все больше сближается с политикой, для государственных деятелей имидж становится инструментом взаимодействия со СМИ.

Мы проверили нашу гипотезу на совокупности публикаций, в которых упоминается министр науки и образования РФ А. А. Фурсенко. База исследования была сформирована при помощи агрегатора Google.Новости за 2006–2010 гг. (2006 г. характеризуется началом реализации приоритетных национальных проектов, включающих и образование, что объясняет внимание СМИ к этим темам). В поле нашего зрения попали часто обсуждаемые сюжеты, имеющие более пяти сообщений на одну и ту же тему.

Прежде всего необходимо отметить, что в рассматриваемый период растет количество публикаций. Если в 2006 г. общее количество текстов с упоминанием интересующего нас субъекта составляло около 500, то к 2010 г. их насчитывается 2,5 тыс. Отчасти это можно объяснить развитием интернет-среды и, как следствие, увеличением количества средств массовой информации, пользующихся этим каналом связи с аудиторией. Другой причиной стал возросший интерес к сфере образования (вследствие проводимых достаточно значимых реформ) и тому, кто управляет этой отраслью, – министру образования. Например, в 2007 г. доля публикаций о ЕГЭ невысока, к 2009–2010 гг. материалы по этой теме стандартно преобладают в период с апреля по июль, становятся ежегодными скандалы, связанные с коррупционными случаями во время проведения экзамена, обсуждается успеваемость 100-балльников и проч.

В результате этого имидж А. Фурсенко значительно трансформируется. Можно выделить три модели, которые в течение исследуемого периода комбинируются по-разному, назовем их «чиновник», «реформатор», «провокатор». Для 2006–2007 гг. характерно преобладание образа «чиновника», министром постепенно формируется система необходимых преобразований, что вызы-

вает и трансформацию имиджа «чиновника» в имидж «реформатора». 2009–2010 гг. характеризуются привлечением пристального внимания к персоне министра и реализацией модели «провокатора».

В рамках модели «чиновник» мы видим образ человека, который управляет вверенной ему сферой в соответствии с алгоритмами, правилами и прецедентами. Любая проблема провоцирует не поиск рационального решения, а правила, которые необходимо применить в данном случае: *Он (министр. – Ю. П.) рассказал, что в ближайшие три года правительство дополнительно направит 90 млрд рублей на поддержку научных исследований в ведущих университетах страны*².

Но вместе с тем Фурсенко – это чиновник, которому необходимо реформировать вверенную ему сферу деятельности. Из этой посылки развивается имидж «реформатора», который, однако, следует жестко запрограммированному курсу: *Модернизация структуры образования, закрытие и перепрофилирование школ, не соответствующих требованиям сегодняшнего дня, – это, прежде всего, эффективное использование бюджетных средств. Мы лишь в начале очень сложного процесса изменений в этой деликатной сфере, – подчеркнул министр образования и науки*³.

Имидж «провокатора» используется для привлечения внимания. В прикладной имиджологии такая модель достаточно распространена, но чаще всего она применяется в отношении звезд шоу-бизнеса и направлена на то, чтобы «разбудить» затихший интерес к какой-то персоне. Такая модель часто используется как временная мера, чтобы заставить говорить о себе. Нужно также отметить: в этом случае правомерно сравнение сферы политики с театром и даже шоу-бизнесом. Имидж в данном случае выступает как роль, которую исполняет политик перед аудиторией. Все его действия направлены на то, чтобы произвести надлежащее впечатление. Как утверждает Г. Г. Почепцов, «происходит определенное сближение

² Чернаков А. Оборона от неграмотности // Известия. 2010. 22 марта. URL: <http://www.izvestia.ru/news/359763>

³ Фурсенко: «Ресурсные центры подготовки рабочих кадров получают господдержку» // Информационное агентство Regnum. 2006. 2 нояб. URL: <http://www.regnum.ru/news/733112.html>

политика и актера, ролей политических и актерских. Имидж – та же роль» [Почепцов, 2004. С. 20]. Провокация проявляется в высказываниях министра, которые порождают негативную реакцию аудитории, возмущение и дальнейшее обсуждение. Такой эффект может возникнуть в нескольких случаях.

1. В процессе соотнесения слов министра с распространенными бытовыми практиками читателей (то, что условно можно назвать: «так принято считать»). Например, в публикации информационного агентства «Новый регион» читаем: *Российский министр образования Андрей Фурсенко систему образования называет «сади́ком», а себя – садовником. При этом он не знает, сколько получают учителя, и уверен, что мизерные зарплаты – только у плохих педагогов*⁴. Мы не видим ни одного оценочного негативного слова, которое бы характеризовало деятельность министра. Однако при соотнесении этой мысли Фурсенко с действительностью рождается закономерный протест от несоответствия сказанного реальному положению дел в том, что касается оплаты труда педагогов.

2. В процессе соотнесения сказанного министром с высказываниями других участников события, представленными в том же тексте. Например: *Министр Андрей Фурсенко обрисовал директорам школ ситуацию: «Деньги были переведены в июле. Если школа участвовала и выиграла, она берет на себя ответственность за реализацию проекта. Если школа не реализует средства – это будет вина тех директоров, которые несерьезно отнеслись к реализации национального проекта <...> Средства поступили в управление федерального казначейства по Смоленской области давно, еще в конце весны, но для того, чтобы казначейство смогло перечислить их на расчетные счета учебных заведений, в областное законодательство требовалось внести поправки». А смоленские депутаты сделали это только вчера, 28 ноября. Как за месяц закупить все необходимое – не знает никто*⁵. Здесь описание поведения министра и

его слов противоречит тому, что говорят директора школ. Читателям предлагается выбор: на чью сторону встать, но даже по структуре текста (около 75 % занимают цитаты директоров школ и учителей) понятно, что точка зрения учителей и директоров школ представлена более развернуто и вызывает больше доверия, чем слова Фурсенко.

3. В процессе соотнесения двух текстов, посвященных одному и тому же событию. На сайте Педсовет.org размещена позитивная статья об открытии школьного портала: *«Школьный портал» – проект, разработанный в рамках реализации ПНП «Образование», он выступает как многофункциональный интернет-ресурс для всех участников школьного обучения: учеников, их родителей и учителей <...> Поиск «Школьного портала» благодаря стараниям разработчиков полностью исключает возможность нахождения порноресурсов, ресурсов, разжигающих межнациональную ненависть (23.12.2007)*. Тому же событию другой интернет-ресурс посвящает текст совершенно с другими акцентами и фактами: *И, наконец, самое серьезное. «Главная школьная страница РФ», которая, по словам Фурсенко, должна помогать учащимся «лучше понимать и осваивать» «огромный мир», основным принципом работы которой, по словам разработчиков, «является создание безопасной для школьников интернет-среды», использует сторонний поисковик www.edu.gogo.ru, при наборе в котором, например, невинного «киски» в результатах поиска появляются ссылки и фотографии отнюдь не только маленьких пушистых животных*⁶.

Трансформация имиджевой модели может быть объяснена как все более возрастающим вниманием к сфере образования, обусловленным реформированием этой сферы, так и непосредственным вовлечением государственных деятелей во взаимодействие со СМИ и необходимостью искать способ этого взаимодействия. Таким образом, в российской действительности бюрократия неотделима от политики, бюрократ зависим

⁴ Чиновники в России получают меньше, чем учителя, – уверен министр образования Фурсенко // Российское информационное агентство «Новый регион». URL: <http://www.nr2.ru/ekb/226604.html>

⁵ *Доброхотов Р.* Мимо кассы. Чиновники грозят педагогам наказанием за неистраченные гранты //

Новые известия. 2006. 29 нояб. URL: <http://www.newizv.ru/economics/2006-11-29/59206-mimo-kassy.html>

⁶ Минобразования подарило школьникам доступ к порно // Правда.ру. 2007. 26 дек. URL: <http://www.pravda.ru/society/family/pbringing/26-12-2007/250424-portal-0/#>

как от успехов в профессиональной сфере, так и от общественного мнения, потому что следующим лидером, который придет к власти, может быть отправлен в отставку в качестве демонстрации обществу результатов своей деятельности. Однако и в этом случае бюрократам нужна работа над имиджем.

Список литературы

Галумов Э. А. Международный имидж России: стратегии формирования. М., 2003.

Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков / Под ред. Е. В. Егоро-

вой-Гантман. М., 1994. URL: <http://socarchive.narod.ru/infochan/nikkolom/books/book1/book1.htm>

Перельгина Е. Б. Психология имиджа: Учеб. пособие. М., 2002.

Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз. М., 2004.

Шепель В. М. Имиджелогия. Как нравиться людям. М., 2002. URL: <http://evartist.narod.ru/text14/30.htm>

Шестопал Е. Оценка гражданами личности лидера // ПОЛИС. 1997. № 6. С. 57–73.

Материал поступил в редколлегию 09.01.2012

Yu. S. Pozdnyakova

THE IMAGE OF A PUBLIC OFFICIAL AS A TOOL FOR INTERACTION WITH MASS-MEDIA

The author discusses the need for creating the image of a public official in mass media; certain image-making models are described, applied in mass media by A. A. Fursenko, Minister of Education and Science of RF.

Keywords: image, public official.