

Перформансная коммуникация как инструмент формирования и поддержания имиджа политика

Научный руководитель – Машкова Светлана Геннадьевна

Косовова Маргарита Сергеевна

Студент (бакалавр)

Тамбовский государственный технический университет, Тамбовская область, Россия

E-mail: immarganida@gmail.com

Мы привыкли к тому, что имидж политика строится годами, складывается из многих факторов, но даже при всей своей “положительности”, кандидат всё равно может оставаться незаметным для граждан. Однако, чтобы повысить свой рейтинг или узнаваемость, политический деятель может осознанно или неосознанно прибегнуть к перформансу, который, по мнению некоторых экспертов, считается основной технологией ускоренного создания имиджа.

Для начала рассмотрим теоретическую базу перформанса и перформансной коммуникации как таковой.

Перформансная коммуникация - является одним из видов коммуникации, которая, отличается своей театрализованностью, основанностью на ритуалах и символическом выражении своего сообщения.

Причём, перформанс, с политической точки зрения, имеет много общего с понятием перформансной коммуникации в целом. Это также действие, несущее собой символический или ритуальный характер, осуществляемое индивидом или их группой, с целью произведения впечатления на других людей. Можно сказать что это особая практика по производству поступков, формирующие требуемое впечатление, становясь основой имиджа[2].

Часто политические перформансы сравнивают с театром. Занимающиеся этой темой исследователи, такие как, например, Андреа Боррека считают, что политика позаимствовала у сцены символические и драматические качества. Если задуматься, то они действительно имеют общую цель - завоевание внимания аудитории. Мнение исследователей сводится к тому, что любое политическое действие становится крупным событием, распространяемое как в информационном, так и в символическом поле.

Всё же одним из главных понятий в перформансе, становится аудитория и моделирование её поведения.

Американский профессор Ришард Шехнер в своих работах выделяет случайную и интегрированную аудиторию[3].

Определяет он их следующим образом:

1) случайная аудитория - та, у которой есть выбор, посещать или не посещать мероприятие, зачастую, за возможность присутствия ей приходится платить.

Из минусов - участники в этом случае не имеют друг с другом никаких связей и как бы разобщены, их невозможно вовлечь в общее действие, поскольку они — незнакомцы среди незнакомцев.

2) интегрированная аудитория отличается от случайной тем, что она знает, что именно будет происходить, но из-за этого она может уделять меньше внимания происходящему.

Если мы рассматриваем перформанс с точки зрения разновидности коммуникативного пространства, в котором происходит действие, можно выделить[1]:

1) Ритуальное. Строго определённое действие подчиняющееся заранее введенным правилам поведения. Например: коронация, инаугурация президента.

- 2) Символическое. Существует определённая свобода для верхов общества, которой нет для низов. В качестве примера можно привести трансляцию по телевидению балета “Лебединое озеро” во время “августовского путча”.
- 3) Демократическое. В этом случае и верхи и низы общества имеют право на формирование коммуникативного пространства.

Ошибочно полагать, что перформансы в политической сфере сложились недавно. На самом деле это один из древнейших способов коммуникации, ведь ещё с античных времён всем хотелось “хлеба и зрелищ”.

В качестве примера можно привести самого Юлия Цезаря. Римский император произносил речи, восхваляя свои походы, широко праздновал победы и щедро награждал воинов. Это и есть самый настоящий перформанс. Так Цезарь сформировал знаменитый по наши дни образ завоевателя.

Взаимосвязь перформанса и имиджа заключается в формировании образа политика, посредством его действий, которые создают нужное у людей впечатление. По мнению экспертов, только регулярно участвуя и организуя перформансы, политик может сформировать необходимый для него имидж.

Также перформансы играют немаловажную роль не только в формировании имиджа, но и в его поддержании и укреплении. К этому можно отнести съезды партий, “прямые линии”, проведение военных парадов, коронаций и даже похорон.

Рассмотрим взаимосвязь имиджа и перформанса на конкретных примерах.

Как упоминалось выше, перформанс часто становится методом ускоренного создания имиджа. Рассмотрим это на примере скандальной персоны Ксении Собчак.

Начала свою карьеру Ксения в нулевых годах, как телеведущая реалити шоу, кажется, что нет ничего дальше от политики. Но амбиции девушки на этом не закончились. С 2011 года Собчак начала активно проявлять себя в политике: вести тематические программы на радио и телевидении. Также Ксения Анатольевна, выражая свою активную гражданскую позицию, выступала спикером в митингах, что, в свою очередь, является одним из форм перформанса, и принимала участие в выборах в координационный совет российской оппозиции.

Но наибольшую популярность её персону получила в 2017 году, когда та, объявила о своём желании баллотироваться на пост президента, что стало символическим жестом, ведь она выступала с лозунгом “против всех”. Как полагают аналитики, наибольшую выгоду Собчак принесли её скандальные выходки и провокационные заявления. Чего только стоит выплёскивание воды на Жириновского во время теледебат, который провернул тот же, годами ранее, во время дискутирования с Борисом Немцовым. Это действие стало как отсылкой, так и полноценным перформансом. Между тем такое эмоциональное поведение новоиспеченного политика лишь прибавило ей очков в глазах избирателей, отмечают эксперты.

За недолгое время своей политической карьеры, Ксении удалось сформировать имидж скандальной особы, которая также имеет большой вес в медийной сфере.

Таким образом, можно сделать вывод, что политический перформанс играет важную роль в формировании имиджа политика. Кроме того, перформанс является одним из самых эффективных способов привлечения внимания к определённой проблеме. С его помощью легко завоевать внимание аудитории и её расположение, создать уникальный имидж и поддерживать его. Однако, стоит понимать, что перформанс, конечно, необходимая, но не совсем достаточная основа для построения удачного имиджа. Для полноты образа нужны дополнительные компоненты. Во всяком случае, стоит отметить, что из политической технологии, перформанс превращается в самостоятельное социально-политическое явление,

которое укрепилось в современной социально-политической коммуникативной практике в силу постоянного спроса на различные впечатления. Эта особенность перформанса и стала причиной его актуальности.

Источники и литература

- 1) Д. В. Ольшанский, В. Ф. Пеньков Политический консалтинг. - СПб.: Питер, 2005.
- 2) Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. - РЕФЛ-бук, Ваклер: Киев, 2005.
- 3) Schechner R. Performance theory. - New York etc., 1988
- 4) Куршина, О. С. Понятие и особенности перформансной коммуникации / О. С. Куршина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 19 (153). — С. 352-354. — URL: <https://moluch.ru/archive/153/43404/>