К. В. Корнеева

Санкт-Петербургский государственный университет

ТРАНСФОРМАЦИЯ СТРАТЕГИЙ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАИМИДЖА ОРГАНОВ ПРЕДСТАВИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ

Одной из основных стратегий продвижения и вживления в общественное сознание политического медиатизированного контента, прошедшего путь от замысла медиа коммуникаторов до реальной информационной повестки, является персонификация власти. Политики, коммуницирующие в публичном поле, автоматически становятся «вынужденными» спикерами – частью системы по формированию целостного медиаимиджа органа власти, который они представляют – имидж первого лица в структуре данной стратегии становится результатом тщательно спланированной коммуникационной работы медиатехнологов и специалистов по медиаимиджу.

Стратегия коммуникационного структурирования собирательного образа органа представительной власти, из которого складывается целостный медиаимидж, состоящий из самостоятельных собирательных медиаобразов отдельных представителей, связан с высокой ролью современных высокотехнологичных масс-медиа в формировании повестки дня и тотальным, поражающим воздействием медиа на восприятие аудитории и стейкхолдеров. Активная медиатизация политико-административного и парламентского процессов – ни одно заседание, политический акт или даже намеренно фатическая и пустая коммуникация в политическом поле не проходит без освещения в СМИ – стала стимулом для формирования механизмов информационного контроля за масс-медиа, конструирования официального объяснения всех происходящих событий и проактивного коммуникационного менеджмента властей. В связи с необходимостью власти коммуницировать со своей аудиторией – обществом и общественным сознанием – все большее значение отдается коммуникационному поведению и коммуникационным компетенциям органов власти. На первый план стали выходить приемы и навыки работы с журналистами и риторические технологии конструирования публичных речей. Технология, рожденная британскими политтехнологами в 20 веке, – саундбайтинг – техника короткой ключевой фразы – на сегодня стала стандартной стратегией в деятельности по формированию целостного медиаимиджа власти, а феномен централизации информационного потока и курирование аффилированным медиаресурсом собственной информационной повестки дня – нормой публичной политической коммуникации власти.