

УДК 329.8

Синенко И.А.,

студент

3 курс, факультет «Политико-правовое управление»,

Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина

(филиал) РАНХиГС при Президенте РФ

Российской Федерации

Россия, г. Саратов

## КОНСТРУИРОВАНИЕ ИМИДЖА ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ НА ПРИМЕРЕ ПАРТИИ «НОВЫЕ ЛЮДИ»

*Аннотация:* В статье рассматривается конструирование имиджа политической партии, а также влияние на него запросов общества на примере партии «Новые люди». В данной работе автор выделил специфику конструирования имиджа политической партии и роль общественных запросов в его процессе.

*Ключевые слова:* политическая партия, конструирование имиджа, общественный запрос, образы, электорат.

## CONSTRUCTION OF THE IMAGE OF A POLITICAL PARTY USING THE EXAMPLE OF THE “NEW PEOPLE” PARTY

*Annotation:* The article examines the construction of the image of a political party, as well as the influence of society's demands on it, using the example of the “New People” party. In this work, the author highlighted the specifics of constructing the image of a political party and the role of public requests in its process.

*Key words: political party, image construction, public demand, images, electorate.*

Конструирование имиджа политической партии является основой при создании новой партии. Её успех в межвыборном этапе избирательного периода напрямую будет связан с эффективно выстроенным имиджем, поскольку избиратель воспринимает политическую партию целостно, ориентируясь на её образ, сложившийся в его сознании, вследствие чего у него формируются установки и представления, закрепляются определённые ассоциации. Именно общественный запрос должен определять вектор направления при конструировании имиджа политической партии и находить своё отражение в её программе. Поэтому техническая сторона конструирования симпатизирующего избирателям имиджа начинается с понимания и преобразования запросов граждан в эффективный имидж партии.

Построение соответствующего образа партии определяется рядом требований. Во-первых, имидж должен быть реалистичен. Необходимо его соответствие характеру политической партии как политической организации, цель которой – приход к власти. Во-вторых, имидж должен быть востребован. В данном контексте это означает, что имидж должен отвечать ожиданиям, запросам и требованиям групп избирателей.

Также основополагающую роль в имидже играет его простота и яркость, запоминаемость политической партии, и вследствие чего возникает ассоциативный ряд, как уже говорилось ранее<sup>1</sup>.

Рассматривая психологическую сторону воздействия образа политической партии на массы, можно выделить несколько отличительных особенностей, которые обязательно учитывать при его конструировании:

---

<sup>1</sup> Депенян, Р.А. Имидж политических партий.

[Электронный вариант] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-politicheskikh-partiy/viewer> Дата обращения: 26.10.2023

в первую очередь политический имидж формируется под конкретную партийную задачу; во-вторых, гарантировать успех на выборах будет наибольшее соответствие имиджа надеждам и запросам гражданского общества. Чем больше несоответствие социальных ожиданий общества и реальной деятельности партии и её лидеров, тем сильнее желание иметь иного лидера. Подстройка имиджа под социальные ожидания осуществляется на основании социально-психологических исследований и социологических опросов, направленных на определение доминирующих в обществе ценностей, проблем, страхов, потребностей и т.д. Имидж политической партии должен прочно увязываться с реальностями политической системы и жизни страны. Кроме того, он так же, как и персональный, должен быть открыт и понятен избирателям и другим участникам политического процесса, вызывать ограниченный и одновременно достаточный набор ассоциаций, отражающих основное предназначение партии в обществе, государстве, политике. В глазах простого избирателя партия должна восприниматься как доступная, а не как закрытая политическая группировка. Прежде чем анализировать общественные запросы, их структуру и степень выраженности, надо понимать их внутреннюю логику, природу возникновения, реальную актуальность. Поэтому необходимо понимать научную составляющую появления запросов, степень их реального соответствия общественному мнению населения страны<sup>2</sup>.

«Новые люди» за короткий промежуток времени сумели создать себе довольно запоминающийся имидж и вызвать неутихающие дискуссии на тему своего происхождения. Говоря об образе партии, стоит отметить, что в каждое проводимое мероприятие её представители добавляют некоторые «изюминки», несвойственные всем прочим партиям. Как один из примеров – предвыборной съезд партии, манифест которой был прочитан

---

<sup>2</sup> Тарусин, М.А. Общественные запросы и реакция власти. [Электронный вариант] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/obschestvennye-zaprosy-i-reaktsiya-vlasti/viewer> Дата обращения: 26. 20. 2023

под симфоническую поэму Рихарда Штрауса «Так говорил Заратустра», и целом мероприятие было выстроено таким образом, что больше напоминало концерт или званый ужин, нежели собрание политиков. Собственно, о такой экспериментальности нам говорит и само название молодой партии – если «Новые» - так во всём, и в проведении своих съездов, и в механизме работы с потенциальными избирателями. Сам глава партии заявлял: «Мы такая платформа, где можно реализовывать свои инициативы, свои представления о том, как нужно жить, что можно делать. И поэтому мы всё делаем необычно. Люди креативные у нас потому что».

В связи с ограниченностью во времени, «Новым людям» было необходимо провести определённый фурор, выделиться из прочих партий, поэтому тактика креативного подхода к своей избирательной кампании является понятной и вполне оправданной. Для своего эффективного и быстрого продвижения представители партии не преминули такими методами, как отправится к месту подачи документов на выдвижение в Госдуму на скейтбордах, самокатах и велосипедах; для вызывания интереса со стороны своего электората – молодёжи, - создание профсоюза блогеров и личного тик-ток хауса. Можно считать, что все вложения в такие способы продвижения партии вполне окупились её узнаваемостью.

Также частью конструирования имиджа «Новых людей» оказалось привлечение известных и уважаемых со стороны молодёжи личностей, таких как медийный экс-мэр Якутска Сардана Авксентьева, которая среди молодого поколения является эталоном в мире политики и «мэром здорового человека». При всём своём «новаторстве» и нацеленности на узкую категорию электората, «Новые люди» помимо эффектного имидж и политической активности должны быть готовы бросить вызов политической системе, поскольку они и заявляют себя, как оппозиционная партия (что совсем не коррелируется с реальными действиями). Министерство Юстиции не пропускает новые право-либеральные партии, при этом «Новые люди»

могли зарегистрироваться в минимальные сроки, а со стороны властей не было ни единого препятствия для команды Алексея Нечаева, не говоря уже о том, что если бы партия действительно была оппозиционной, с большой долей вероятности, её бы не существовало. Также не возникает сомнений в лояльном отношении Нечаева как руководителя партии к президенту России и в целом системы. Как пример – созданная им в 2012 году программа новостей «Время – вперёд», где красной нитью проводится мысль, что курс нынешней власти – единственно верный и возможный, а это совсем не про оппозиционные смыслы. Но насколько же «Новые люди» учитывали потребности своего электората при конструировании имиджа партии? Петухов В.В. и Петухов Р.В. в своей работе «Запрос на перемены: причины актуализации, ключевые слагаемые и потенциальные носители», целью которой было выявить сдвиги в настроениях и ожиданиях россиян и причины актуализации в массовом сознании запроса на перемены<sup>3</sup>. Авторы пишут, что проведённые опросы показывают, что содержательно запрос сфокусирован на ряде ключевых идей:

- а) минимизации разнообразных социальных неравенств;
- б) социальной справедливости, в) демократии, г) величия державы.

Основой этого величия и сохранения Россией статуса ключевого международного игрока большинство опрошенных считают не наращивание военной мощи, а вхождение в число наиболее экономически развитых и политически влиятельных стран мира. А поскольку партия «Новые люди» в большинстве своём предлагает идеи предпринимательского характера, то можно сказать, что данное направление вполне отвечает запросам на экономическое развитие страны. За период с марта 2016 г. по июнь 2019 г. доля россиян, которые полагают, что страна нуждается в существенных

---

<sup>3</sup> Петухов В.В., Петухов Р.В. Запрос на перемены: причины актуализации, ключевые слагаемые и потенциальные носители. – Полис. Политические исследования. 2019. № 5. С. 119-133. [Электронный вариант] Режим доступа: <https://doi.org/10.17976/jpps/2019.05.09>  
Дата обращения: 02. 11. 2023

переменах, в политических и экономических реформах, выросла с 30 до 57%<sup>4</sup>. А среди россиян в возрасте 18-30 лет этот показатель достигает уже 60% и выше. Молодежь не только является возрастной категорией, в которой больше всего считающих перемены необходимыми, но и видится респондентами основным их бенефициаром. В наименьшей же степени в каких-либо переменах заинтересованы, по мнению опрошенных, политики, чиновники, сотрудники силовых структур, священнослужители, т.е. представители властной и околовластной элиты. Если судить по самооценкам, то в наибольшей степени заинтересованы в переменах студенты (75% утвердительных ответов), молодежь в целом (62%), инженерно-техническая интеллигенция (56%), рабочие (55%), бюджетники (врачи, учителя, работники культуры – 52%)<sup>5</sup>. Опрос показывает, что именно молодежь в действительности является движущим локомотивом перемен, поскольку данная категория респондентов выражает свою заинтересованность в этом. Предположительно, данный факт можно объяснить не только «юношеским максимализмом», но и тем, что в определённый период времени молодёжь не находила ниш и возможностей для самореализации. В целом, это также можно объяснить непростой ситуацией в стране, если говорить о периоде, начиная с «нулевых».

Анализ проведенных в нескольких российских регионах осенью 2018 г. фокус-групповых интервью с участием различных групп молодежи (студенты, рабочие, работники бюджетной сферы) показал чрезвычайно депрессивные настроения в молодежной среде (особенно провинциальной), связанные в первую очередь с отсутствием надежных социальных

---

<sup>4</sup> В статье использованы данные мониторинговых исследований Института социологии ФНИСЦ РАН, проведенных в 2014-2018 гг. по общероссийской выборке (N = 4000), репрезентировавшей население страны по региону проживания, а внутри него – по полу, возрасту, уровню образования и типу поселения, а также результаты исследования, проведенного в июне 2019 г. в сотрудничестве с Ассоциацией российских банков (N = 2000).

<sup>5</sup> Петухов В.В., Петухов Р.В. Запрос на перемены: причины актуализации, ключевые слагаемые и потенциальные носители. – Полис. Политические исследования. 2019. № 5. С. 119-133. [Электронный вариант] Режим доступа: <https://doi.org/10.17976/jpps/2019.05.09>  
Дата обращения: 02. 11. 2023

лифтов, позволяющих молодым россиянам планировать свое будущее хотя бы на среднесрочную перспективу.

Говоря об изменчивости общественных запросов, стоит отметить, что в последнее время значительная часть российского общества демонстрирует желание и готовность к смене парадигмы общественного развития<sup>6</sup>.

По своей сути запрос на перемены в его нынешнем виде – это не отрицание стабильности как общественного блага, а скорее понимание исчерпанности реализуемой властями инерционно-охранительной парадигмы общественного развития. Соответственно, можно ожидать постепенную переоценку роли государства в жизни общества.

Резюмируя, можно сказать, что партия «Новые люди», недавно созданная и быстро обретшая популярность у своего потенциального электората, хорошо «чувствует» и быстро подстраивается под меняющиеся тенденции в запросах общества. «Новые люди» умеют грамотно воспользоваться происходящими в стране событиями так, чтобы это положительно отразилось на их имидже и образе среди молодёжи. Да, их заявления об оппозиционности партии расходятся с реальностью, но относительно конструирования имиджа и умения подстроить его под современные запросы общества – безусловно показатель эффективной деятельности «Новых людей».

---

<sup>6</sup>Петухов В.В., Петухов Р.В. Запрос на перемены: причины актуализации, ключевые слагаемые и потенциальные носители. – Полис. Политические исследования. 2019. № 5. С. 119-133. [Электронный вариант] Режим доступа: <https://doi.org/10.17976/jpps/2019.05.09>  
Дата обращения: 02. 11. 2023

## Список литературы:

1. Депенян Р.А. Имидж политических партий. [Электронный вариант] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-politicheskikh-partiy/viewer>  
Дата обращения: 26. 10. 2023
2. Тарусин М.А. Общественные запросы и реакция власти. [Электронный вариант] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/obschestvennye-zaprosy-i-reaktsiya-vlasti/viewer> Дата обращения: 26. 20. 2023
3. Петухов В.В., Петухов Р.В. Запрос на перемены: причины актуализации, ключевые слагаемые и потенциальные носители. – Полис. Политические исследования. 2019. № 5. С. 119-133. [Электронный вариант] Режим доступа: <https://doi.org/10.17976/jpps/2019.05.09> Дата обращения: 02. 11. 2023
4. Воржецов А.Г. Общественный запрос на перемены и перспективы новой демократизации в России. [Электронный вариант] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/obschestvennyy-zapros-na-peremeny-i-konstitutsionnaya-reforma-v-rossii/viewer> Дата обращения: 02. 11. 2023