

Анализ политического имиджа Владимира Вольфовича Жириновского



ПОНЯТИЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИМИДЖ (от англ. image - образ) - сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа эмоционально окрашенный образ политического лидера. Формирование имиджа происходит как стихийно, неосознанно, так и сознательно, когда тщательно отслеживаются особенности восприятия политика, продумывается новая стратегия и тактика формирования благоприятного образа. Политический имидж существует в общественном мнении на различных уровнях: рациональном (при воздействии программы, выступления, аргументации его носителя), эмоциональном (насколько лидер (группа) может способствовать мобилизации психических мотиваций общества), чувственном (внешний облик, черты поведения, манеры и пр. носителя политического имиджа). Как правило, политический имидж в общем и целом соответствует требованиям и чаяниям, существующим в данном обществе, представлениям населения о личности и роли политика. В немалой степени политический имидж складывается в средствах массовой информации с целью его дальнейшего внесения в массовое сознание.

Виды политического имиджа различны и зависят от конкретной политической ситуации: "человек из толпы", "интеллектуал", "обличитель", "борец", "крепкий хозяин", "ментор", "прагматик-профессионал" и пр. Роль создаваемого политического имиджа политика (политической группы) играет большую роль особенно в периоды предвыборных кампаний в обществах с политической культурой, ориентированной на обыденное, "чувственно-эмоциональное" сознание и на субъективные качества носителя политического имиджа. Последний может соответствовать внутреннему содержанию политика (политической группы) или быть маскировкой определенных черт и качеств, которые не нуждаются в публичности. Процесс создания и внесения политического имиджа в массовое сознание в основном подчиняется и определяется законами политической рекламы, и направлен на приобретение политиком (политической группой) общественной популярности. Цели создания политического имиджа: помощь его носителю в избирательной кампании, реализации собственной программы, мобилизации населения на решение социальных задач, стоящих перед обществом и т. п.

Политический имидж формируется за счет:

- ✓ манера одеваться, держаться, говорить, жестикулировать
- ✓ профессиональная грамотность
- ✓ эрудиция
- ✓ деловитость
- ✓ инициатива
- ✓ политическая платформа
- ✓ Программа действий

Т.е. личностные и профессиональные качества политика, полученные непосредственным путем: в личных встречах, выступлениях по радио, телевидению и т.п. Эта информация может усваиваться как на сознательном, так и на подсознательном уровне. Целенаправленное формирование политического имиджа - трудоемкий процесс, который под силу уже не одиночкам, а специализированным агентствам. Сейчас без помощи подобных специалистов не обходится ни один уважающий себя политик.

Жириновский Владимир Вольфович - лидер ЛДПР



Дата рождения: 25 апреля 1946 года

Место рождения: г. Алма-Ата

Образование

- ❖ Высшая школа В 1964-1970 гг. учился в Институте Восточных языков при МГУ им. М.В.Ломоносова (с 1972 г. - Институт стран Азии и Африки) по специальности "Турецкий язык и литература".
- ❖ В 1965-1967 гг. учился в Университете марксизма-ленинизма на факультете международных отношений.
- ❖ В 1972-1977 гг. учился на вечернем отделении юридического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова.
- ❖ Иностранные языки Владеет английским, немецким, французским, турецким языками.

Основные этапы биографии

В 1970-1972 гг. служил в политуправлении штаба Закавказского военного округа в Тбилиси.

В 1973-1975 гг. работал в Советском комитете защиты мира в отделе проблем Западной Европы.

С января по май 1975 г. - сотрудник в деканате Высшей школы профсоюзного движения.

В 1975-1983 гг. работал в Иньюрколлегии.

В 1983-1990 г. - руководитель юридического отдела в издательстве "Мир".

С 1990 г. - на партийной работе в ЛДПР.

В 1991 г. баллотировался кандидатом на пост президента России .

В 1993-1995 г. - депутат 5-й Государственной Думы РФ, руководитель фракции ЛДПР.

В декабре 1995 г. избран депутатом 6-й Государственной Думы РФ.

В январе 1996 г. выдвинут кандидатом в президенты РФ от Либерально-демократической партии России.

16 июня 1996 г. состоялись выборы президента России. По предварительным результатам Центральной избирательной комиссии РФ на 18 июня 1996 г., Владимир Жириновский набрал 5,78 процента голосов избирателей, принявших участие в голосовании, и выбыл из дальнейшей борьбы за президентский пост. После того, как в октябре 1999 г. Центризбирком отказал ЛДПР в регистрации федерального списка кандидатов в депутаты Госдумы был создан "Блок Жириновскоко".

На выборах в Госдуму в декабре 1999 г. "Блок Жириновского" набрал 5,98% голосов.

Владимир Жириновский вновь стал депутатом Госдумы.

19 января 2000 г. избран вице-спикером Государственной Думы.

В феврале 2000 года предложил временно ввести другой режим управления страной - вместо национальных республик сделать 15 губерний.

26 марта 2000 года участвовал в президентских выборах (17 февраля ЦИК отказал Жириновскому в регистрации кандидатом в президенты, а 7 марта кассационная коллегия Верховного суда отменила решение ЦИКа).

В мае 2000 года высказался за отмену губернаторских выборов и прямое назначение глав регионов президентом РФ.

В январе 2001 года на рассмотрение Думы внес законопроект "О защите интересов детей".

В феврале 2001 года на рассмотрение Госдумы им внесен законопроект о поправках в закон "О СМИ". Лидер ЛДПР предложил сделать уголовно наказуемым показ фильмов с жестокими сценами в вечернем телеэфире.

В марте 2001 года на рассмотрение Госдумы внес законопроект "О чрезвычайных мерах по изменению демографической ситуации в Российской Федерации".

Летом 2001 года выступил за восстановление монархии.

В декабре 2001 года официально заявил о смене внешнеполитического курса ЛДПР.

Осенью 2002 года Жириновский назвал президента Грузии Шеварднадзе "государственным преступником", которого "ждет Гаагский трибунал".

Согласно опросу социологов (сентябрь 2002 года), в рейтинге доверия населения Жириновский занимает четвертое место.

В ноябре 2002 года заявил, что обязательно будет участвовать в предстоящих президентских выборах и рассчитывает занять второе или третье место.

АВТОР КНИГ:

- "Последний бросок на Юг" (1993 г.)
- "Плевок на Запад" (1995 г.)
- "Последний вагон на Север" (1995 г.)
- "Каким быть государству Российскому" (1995 г.)
- "С танками и пушками или без танков и пушек" (1995 г.)
- "Идеологические основы Либерально-демократической партии России" (1995 г.)
- "ЛДПР и военная политика России" (1995 г.)
- "Нам нужны губернии одного Российского государства" (1995 г.)
- "ЛДПР и национальная экономика России" (1995 г.)
- "Политический ландшафт России" (1995 г.)
- "Последний удар по России" (1995 г.)
- "Наша цель - единое Российское государство" (в соавторстве с В. Г. Вишняковым)(1995 г.)

Звания и награды

Почетные и иные степени и звания

Имеет звание полковника "казачьих войск".

Приказом министра обороны N 107 от 27 марта 1995 г. "В соответствии с частью 3 статьи Закона Российской Федерации "О воинской обязанности и военной службе" и статьей 85 Положения о прохождении воинской службы офицерским составом

Вооруженных сил офицеру Жириновскому присвоено воинское звание подполковника. До этого Жириновский имел звание капитана.



Владимир Вольфович еще в 1993 года начал активно взаимодействовать со СМИ в качестве политика. Тогда он организовал свой первый «завтрак с прессой». Он отметил, что это не подкуп прессы, а стиль нашей партии в снятии общественный противоречий». При этом было заявлено, что подобные пресс-конференции будут сочетаться с легкой выпивкой и добротной закуской, ЛДПР предполагает проводить ежемесячно. Стремление быть на виду у публики вполне обосновано, ведь даже самый яркий типаж запоминается тогда, когда о нем говорят постоянно. Однако, решение проводить пресс-конференции обусловлено не только желанием запомниться публике, но и стремлением партии и лично ее лидера создать имидж открытой для общения с избирателями партии.

Имидж политика-спортсмена тоже включен в систему имиджа Жириновского. Этим объясняется учреждение турниров «на призы Владимира Жириновского» и турнира по бильярду «имени Жириновского», а также сам политик заявляет, что охоту, стрельбу, туризм и волейбол.

работе над имиджем —
акцентировка личности одних
качеств и других. Поэтому в начале своей политической
затушевывание личности других. Поэтому в начале своей политической
Основное требование к карьеры Владимира Жириновский активно
хорошо разработанное имидж «среднего
имиджу: он должен быть использован имидж человека,
приемлемым для россиянина», «такого как все», в месяц,
политика, то есть, имидж 200 рублей в квартире. Как
должен производить впечатление политическая
избирателей впечатление на политика, то есть, имидж
естественности поведения, на политика, то есть, имидж
и лидер с таким имиджем, он должен быть использован имидж
должен вызывать у избирателей чувство
доверия.

Поэтому в начале своей политической карьеры Владимир Жириновский активно использовал имидж «среднего человека», «такого как все», в месяц, в квартире. Как политическая карьера Жириновского была очень успешной, он претендовал на единственные роли в государстве политических лидеров, кто никогда не был ни крупным начальником, ни даже членом КПСС. В то же время, два высших образования, в том числе юридическое, позволяли ему рекламировать себя и как компетентного профессионала.

Владимир Вольфович стремится постоянно эпатировать публику своими поступками. Например, в октябре 1995 года в ходе обсуждения Семейного кодекса на пленарном заседании Госдумы он заявил, что не будет против, если все матери-одиночки России, успевшие родить до выборов 17 декабря, дадут своим детям его фамилию. «Я готов усыновить всех» - высказался Жириновский, - «Я всегда выступал за то. Чтобы женщины в России рожали как можно больше детей и называли отцами всех, кого захотят. Я даже буду рад, если вся фракция «женщины России забеременеет и вместо следующей Думы в полном составе отправится в роддома!». Подобные громкие выражения и поступки часто появляются в поведении лидера ЛДПР. Здесь мы можем говорить об интеграции поп-культуры в политику



Становится важна не сама по себе значимость или значительность произносимого, а его транслятивные возможности - важно то, что будет пересказываться в дальнейшем. То есть опора сделана не на основной канал коммуникации, где Жириновский может получать очень малый объем и по сути будет представлен только «говорящей головой», что никогда не повышало рейтинг, опора делается на нетрадиционные каналы коммуникации (участие в ток-шоу, различных программах развлекательного характера, где собирается большая зрительская аудитория). В последствии слова и поступки выступающего переходят в устный пересказ. По такому же принципу работают слухи и анекдоты, делая своего персонажа ближе к народу. Вообще стремление рассмешить свойственно лидеру ЛДПР, он как хороший пиарщик понимает, что в сознание народа легче войти с помощью юмора.

Иногда можно отметить стремление Жириновского преобразовать свой образ политика в образ обывателя. Он как бы спускается с политического Олимпа до уровня обычных людей, выдвигая лозунги типа «Женщинам – цветы, детям – мороженое». Тем самым он позиционирует себя на самую широкую аудиторию электората – подчиненных. Все с предложение, с которыми он выступает, ориентированы именно на них. Тем не менее, лидер ЛДПР обычно сегментирует аудиторию на более мелкие части, обращая отдельно к женщинам, отдельно к мусульманам, офицерам спецслужб и т.д. Политик отождествляет себя с народом и заявляет, что понимает их бытовые проблемы и знает, как их можно решить.

Лингвистический аспект имиджа



Жириновский очень резок и эмоционален, а его фразы простые и короткие. С одной стороны, он подтверждает свой имидж «такого, как все», выходца из простого народа, а с другой – то и дело задает риторические вопросы, иногда громко выкрикивая их («А наезжать на человека не тяжело?!», «Кто заплатит?», «А мы что даем?»). Он спекулирует статистикой жертв ДТП, аборт, размерами страховых выплат Соединенного Королевства, превращая цифры в повод для обличения всей системы автострахования. Его речь почти не содержит политических и научных терминов, не включает в себя цитат и ссылок на авторитеты. Она не адресована разуму, а вызывает эмоциональный отклик (раздражение или, наоборот, горячее одобрение). Прибавим к тому нервическую, агрессивную-наступательную интонацию, которую нетрудно воспроизвести у себя в голове.

Лидер ЛДТП подчеркнуто выступает не от себя, а от группы о людей (думской фракции либо недовольных законом страхования людей) - речь его наполнена местоимением «мы» и безличными модальными глаголами «надо» и «нужно» («Вот мы были», «что мы делаем?», «мы уже даже не можем», «надо все страховать», «надо, чтобы все понимали», «надо прекратить вывозить сырье», «об этом же нужно думать»). Цель произнесения этих словосочетаний легко достигается - создается впечатление, что Владимир Вольфович действительно только посредник между Думой и народом, ясно и четко диктующий, что надо делать.

Концовка выступления почти совпадает - оба оратора заканчивают на пафосно-трагической ноте: «Давайте на это заранее выделять деньги, нам будет не хватать количества мест в моргах» - грозно заключает Жириновский. Оба играют на том, что будет, если их идеи не поддержат и не воплотят в жизнь, - массовая гибель, почти апокалипсис. Конечно, это не совсем так, и оба лидера понимают это. Гиперболизация последствий служит, естественно, для убеждения, для подтверждения того, что их предложения действительно крайне важны для страны.

Жириновский
обращается к Думе с
монологической речью,
которая, однако,
построена как диалог с
безмолвной аудиторией
– Владимир Вольфович
сам задает себе вопросы
и сам отвечает на них.
При этом, он так же
использует
наступательную тактику:
эффект внезапности,
использование
шокирующих сведений,
при этом, весьма
гиперболизированных
(«врачи-убийцы
заставляют женщину
делать аборт, не имея на
то правовых
оснований»).



Любимые риторические приемы Жириновского:

- Подмена тезиса (аргументы в пользу ложного утверждения): «...в магазинах – импортное продовольствие. Вот наше с вами отношение к сельскому хозяйству».
- Использование ложных и недоказанных аргументов: «здесь [в Думе] должны сидеть 90 процентов юристов»
- Намеренное запутывание: «Кто виноват, что мы рождем уродов? Или наоборот. Вот ведь до чего дошло».
- Аргументы к публике и личности (личные нападки на оппонентов): «Я для вас как пастух, вас веду и веду все и никак не доведу до точки, до ручки, чтобы вы прозрели, наконец»
- Аргументы «к палке» (угроза неприятными последствиями): «будем до выборов понижать страховки, а после выборов количество мест будет увеличиваться в моргах.
- Аргументы к жалости (возбуждение в слушателях сочувствия): «они живут в халупах, где нет воды, мы им еще воду не дали...»

Встречаются в речи Жириновского и такие уловки, как умышленный уход от темы, попытки замаскировать основную мысль в гуще деталей и т.п. (например, рассуждения про аборты, про уродов и про бандитов в Государственной Думе).

Гибкость ума - свойство полезное. Однако у национал-популистских лидеров она зачастую направляется на то, чтобы с помощью риторических уловок выдать ложь за истину и добиться собственной политической цели.

Жириновский обычно избегает в своих речах любых проявлений вежливости, начиная доклад сразу с введения в проблему. Тем самым он хочет подчеркнуть, что он - рупор общественности, сама объективность, которая не нуждается в заискиваниях.

Еще одной характерной особенностью его риторики становится моментальное решение всех проблем - все только завтра. Известно, что людям больше нравятся цели, чем пути их достижения, поэтому Жириновский декларирует только цели без показа того, каким же путем все это можно решить. Он также опирается на то, что мы скорее сформированы социально, а не индивидуально, и отдает приоритетность одновременно и тем, и другим целям, как бы отвечая нашим потребностям сегодняшнего и вчерашнего дня одновременно.





newzz.in.ua -> novostey.com
Журиповский активно пользуется двумя параметрами: с одной стороны, он человек из народа, полностью свой; с другой стороны, он делает из себя единственного защитника великих целей, все остальные политики уже продались, от них нечего ждать правды. Он защитник и он мессия, вся истина мира – только из его уст. При этом присутствует и достаточная доля агрессивности, которую как раз и требует известная тяга к сильной руке.