

Медийный образ современного политика на материалах телеграм-канала губернатора Самарской области

А.А. Ермохин

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия

Обоснование. Социальные медиа сегодня играют ключевую роль в формировании медиаобраза политиков. Особое место в политической коммуникации занимает мессенджер Telegram благодаря росту числа пользователей мобильного интернета и аудитории мессенджера, которая на начало 2025 г. составила 35,1 млн пользователей [1]. Разнообразные функции мессенджера позволяют политическим субъектам эффективно управлять контентом, учитывая интересы и реакции аудитории, конструировать позитивный медийный образ. В данном исследовании мы будем исходить из трактовки понятия «медиаобраз», которую предложила Драчева Ю.Н.: «образ в медиа» — образ, конструируемый в медиaprостранстве, или «образ через медиа» — образ, воспринимаемый через медиасферу» [2].

Цель — проанализировать особенности транслируемого в телеграм-канале образа губернатора Самарской области и его восприятие аудиторией.

Методы. Временными рамками исследования стали два периода работы телеграм-канала: 01.08.2024 — 13.09.2024 и 04.11.2024 — 11.12.2024. Первый период до выборов и официального вступления в должность характеризуется активными коммуникационными усилиями, направленными на формирование позитивного образа и укрепление доверия со стороны аудитории. Второй период после вступления в должность характеризуется завершением экспериментов с форматами и содержанием публикаций, стабилизацией стиля коммуникации, адаптацией риторики в ответ на реалии работы и отклик аудитории. Сравнение постов до и после вступления в должность позволяет отследить изменения в тоне, лексике и стилистике публикаций. При проведении исследования применялись количественные методы анализа для группировки постов канала по тематическим блокам, анализа реакций пользователей, а также контент-анализ для выявления наиболее часто используемой лексики.

Результаты. Анализ телеграм-канала показал высокую интенсивность коммуникации с пиковыми значениями в предвыборный период. Контент-анализ показал, что телеграм-канал губернатора направлен на создание медийного образа, в котором сочетаются следующие роли:

- активный управленец — значительное внимание уделяется контролю над выполнением работ, личным проверкам и анализу проблемных точек (используемая лексика: работа, работать — 85 раз; решение, решать — 84; задача — 43; совещание — 41; промышленность, промышленный — 34; экономика, экономический — 34; предприятие — 30; активно, активный — 20);
- решительный и патриотичный лидер — демонстрация способности принимать волевые решения, брать сложные вопросы на личный контроль (используемая лексика: решение, решать — 84 раза; задача — 43; СВО — 44; проблема, проблемный — 34; родина, отечество — 25; команда — 23; сила — 18);
- человек дела — посты содержат обещания, поручения и планы по улучшению ситуации (лексика: поручение, поручать — 20 раз; меры — 21; порядок — 20; контроль, контролировать — 18; ответственный, ответственность — 17);
- ориентированный на граждан — акцент на диалоге с жителями, реагирование на их запросы (используемая лексика: поддержка — 53 раза; жители — 41; социальный — 39; жизнь — 33; семья — 34; люди — 21; граждане — 17; обращения граждан — 15);
- стратег и реформатор — внимание к долгосрочным планам развития, структурным изменениям в управлении регионом (развитие, развивать — 78 раз; проект — 48; план, планировать — 29; предложение — 25; цель — 24; инициатива — 20).

Сравнение двух периодов выявило смещение акцентов: от эмоционально окрашенного диалога с населением до выборов к более формализованной, управленческой риторике после вступления в должность.

Изменилась и тематика: от проблем благоустройства к вопросам кадровой политики и административных реформ.

Выводы. Телеграм-канал губернатора Самарской области является эффективным инструментом политической коммуникации и формирования медиаобраза. Формируемый образ политика последовательно сочетает в себе черты решительного лидера и прагматичного управленца, ориентированного на развитие региона и отклик на общественные запросы. Выбор лексики, тематики и тона публикаций демонстрирует целенаправленную работу над укреплением доверия и поддержания имиджа сильного и ответственного руководителя.

Ключевые слова: политическая коммуникация; политик; медиаобраз; Telegram; телеграм-канал; аудитория; контент-анализ.

Список литературы

1. Telegram users by country 2025. В: World population review [Internet]. Режим доступа: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/telegram-users-by-country?ref=marketsplash.com> Дата обращения: 24.04.2025.
2. Драчева Ю.Н. Понятие медиаобраза и его описание в языковедческом и неязыковедческом аспектах // Вестник Череповецкого государственного университета. 2019. № 2(89). С. 134–146. doi: 10.23859/1994-0637-2019-2-89-13 EDN: XNOTZX

Сведения об авторе:

Андрей Алексеевич Ермохин — студент, группа 1403-240507D, Институт авиационной и ракетно-космической техники; Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия. E-mail: ermokhin-2003@mail.ru

Сведения о научном руководителе:

Мария Васильевна Михейкина — кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры социологии политических и региональных процессов; Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия. E-mail: mikheykina.mv@ssau.ru