

«СЕЛЕБРИТИЗАЦИЯ» ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ

Узакбаев Даурен Досжанович

d.uzakbayev@gazprom.com

магистрант 2 курса факультета журналистики и политологии

ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

Научный руководитель – доцент, PhD Рыстина Индира Садыбековна

В современном мире с развитием социальных медиа, наблюдается тенденция к активному продвижению собственного бренда личности и использованию технологий инструментов так называемого «самопиара». Как известно, спрос рождает предложение, поэтому растет число различных тренингов, мастер-классов, а также онлайн-платформ, помогающих «раскрутить» свой бренд. Следовательно, это говорит о наличии интереса у населения к публичным или, как принято называть сегодня, «медийным» личностям. Подобное постоянное присутствие в публичном пространстве и проявление активности в нем ведут к формированию определенной идентичности коммуникатора, который превращается в некоего «персонажа» гламурного, глянцевого мира. Этот процесс и называется «селебритизацией».

Подобное явление характерно и для политической деятельности. Существует множество примеров, когда политические деятели, благодаря либо заранее продуманной коммуникационной стратегии, либо иногда сами того не подозревая, превращаются в настоящих «селебрити» персон экранов ТВ и обложек журналов. Также процесс селебритизации политической деятельности характеризуется и обратным процессом, когда уже известные медийные личности, как представители шоу-бизнеса, искусства или спорта, начинают не просто выражать свою гражданскую позицию (на что имеет право каждый гражданин страны), но и активно заниматься политической деятельностью, участвовать в выборах, создавать движения и партии. Данное явление также набирает обороты в мире и становится свойственным нашим политическим реалиям.

Актуальность и глубина выбранной темы заключается в том, насколько появившиеся возможности для политических деятелей быть всегда на виду благодаря современным технологиям влияют положительно или отрицательно на политическую коммуникацию. Казалось бы, с одной стороны, достоинства современных средств связи очевидны: это удобство, открытость, наличие обратной связи, бесплатная площадка для политической рекламы, своего рода рупор для широкого информационного освещения своей деятельности. Однако зачастую наблюдается и обратный эффект «захоронения» политической репутации и как следствие карьеры политика ввиду возникновения тех или иных непредвиденных обстоятельств в коммуникациях. Причиной подобных неудачных примеров может быть недооценивание важности выстраивания коммуникационной стратегии с учетом всех нюансов активной публичной жизни в медиапространстве, что приводит к потере управления информацией. Существует ряд авторов, которые настолько важное внимание уделяют публичной стороне жизни политических деятелей, что даже задаются вопросом, смогли бы такие выдающиеся политики в истории, как Вашингтон, Линкольн или Рузвельт быть избраны сейчас, в современную «эпоху

видео»[1]. Это еще раз подтверждает тот факт, насколько кардинально модифицировалась политическая деятельность, а именно ее коммуникационная составляющая, с бурным развитием медиа.

С развитием современных технологий нынешняя реальность становится такой, какой мы ее видим с экранов наших гаджетов, и она диктует свои правила. Поэтому на сегодняшний день для политических деятелей, если их основной целью является широкая поддержка общественностью проводимой им политики, неизбежным условием для эффективной деятельности является «медийность» - способность постоянно находиться в информационном пространстве, удерживать внимание аудитории и быть интересным, открытым и актуальным.

В данной статье, предпринята попытка охарактеризовать процесс селебритизации политики на примере избирательных кампаний кандидатов, выявить достоинства и недостатки данного процесса с точки зрения восприятия общественностью.

Итак, слово «селебрити» является заимствованным из английского языка. Кембриджский академический словарь дает ему определение, как «кто-то известный, особенно в развлекательном бизнесе». В отечественных источниках упоминание данного термина встречается очень редко. В одном из них истолковывается, как «человек, заслуживший известность и популярность благодаря непрестанному мельканию его фотографий и статей в газетной светской хронике, глянцевого журналах, желтой прессе» [2]. Таким образом, приходим к выводу, что под «селебрити» подразумевается не просто популярный человек, а, и главным образом, ведущий «светский образ жизни».

Если углубиться в историю зарождения и развития того, как те или иные политические деятели превращались в селебрити-персон, то все началось с изобретения телевизора в прошлом веке и буквально перевернул представление об избирательных кампаниях. Начиная с 50-х годов прошлого века, в США телевидение стало основным конвейером новостей. Новостное освещение предвыборных дебатов 1976 года в средствах массовой информации было сосредоточено не столько на проблемах или политике, а на самих дебатах, стиле, образах и реакциях кандидатов [3]. Однако, как утверждают авторы, не стоит думать, что с появлением телевидения политические деятели сразу же начали использовать эти возможности так же эффективно, как сейчас. Самым ярким и запоминающимся примером, а самое главное, одним из первых политиков, построивших свой имидж благодаря телевидению, несомненно, является президент США - Джон Кеннеди [4]. Уже тогда штаб Кеннеди занимался построением образа политика через телевидение не прямым, а косвенным образом, транслируя, например, экскурсии его супруги по Белому дому, позволяя себе быть чуть ближе к избирателям, практически впуская их к себе в дом.

Для более глубокого понимания данного явления рассмотрим основные характеристики процесса селебритизации. Во-первых, это персонализация политической деятельности, заключающаяся в сведении отдельных событий, новостей, а иногда целой политической кампании к личности или персоне одного человека. Дело в том, что избирателям намного легче воспринимать те или иные новости через призму жизни понятного простого человека, чем вдаваться в подробности сложных экономических, социальных или политических явлений. Этот принцип используется в журналистике и называется «фреймингом» (от английского «фрейм» - рамки), когда какая-либо новость подается в определенном, интересном и понятном для аудитории, контексте. Существуют различные виды фреймов, оперирующие теми или иными шаблонами мышления, позволяющие создавать логические причинно-следственные связи у читателей касательно тех или иных новостей. Как отмечают некоторые авторы, персонализация это тенденция к преуменьшению больших социальных, экономических, политических картин в сторону человеческих испытаний, трагедий и триумфов, которые лежат на поверхности событий [3].

Следующая характеристика процесса «селебритизации»—это наличие такой составляющей в коммуникации, как развлечение аудитории. Данная необходимость продиктована также законами медиа, которые складывались на протяжении долгого времени развития СМИ, пройдя все этапы от зарождения телевидения до появления интернета. Еще в середине прошлого века в США появился новый формат новостей, который в последующем назовут «инфотейнментом» (от англ. «information» и «entertainment»), совмещающем в себе информирование и развлечение, а сами новости разделят на категории «мягких» и «жестких» в зависимости от тематики, актуальности и важности. Этой характеристикой обусловлено доминирование новостей, касающихся личной жизни, быта, досуга, развлечений, хобби и прочих аспектов жизни, не имеющих отношения к политической деятельности. Соответственно и участие в передачах развлекательного формата (утреннее, вечернее шоу, ток-шоу, реалити и т.п.), интервью неполитическим изданиям также имеют место быть в коммуникации политиков-селебрити. Как отмечает один из авторов, «информация была заменена развлечением... реальная политика изящным маркетингом... политические дискуссии мелодрамными персональными боями»[5].

Еще две характеристики приводит автор Джон Стрит: «Статус селебрити – это вопрос управления имиджем и доступом. Речь идет о принятии решений о том, какие интервью, когда, кому и каким образом давать. Управление доступом – обеспечение достижения сообщений до своей целевой аудитории»[6]. Очень важное дополнение к двум вышеупомянутым характеристикам, учитывая, что не все популярные личности, которые часто попадают в СМИ, обретают статус «селебрити». С этой точки зрения, классические правила технологий связей с общественностью, касающиеся продуманности образа и управления этим процессом для того, чтобы достучаться до своей аудитории, остаются актуальными и базовыми, неважно выбираете вы путь медийности или нет.

Как известно, избирательная кампания всегда направлена на тех граждан, которые еще не определились с выбором. Переубедить ярых сторонников тех или иных политических сил – не невозможная стратегия, но, тем не менее, требует больших ресурсов, как минимум, в виде времени, которого в период предвыборной гонки очень мало. К сведению, на последних внеочередных выборах президента Республики Казахстан агитационный период длился всего лишь меньше месяца с 11 мая по 8 июня 2019 года. Таким образом, можно предположить, что вся агитационная работа направлена на аполитичных представителей общества, внимание которых, с большой вероятностью, возможно обратить на кандидата посредством не «жесткого» политического контента, а более «мягкого», персонализированного и развлекательного формата коммуникации.

«Подобному, как зрители выбирают более симпатичного им человека среди актеров, спортсменов, персонажей телевизионных программ, точно таким же образом они хотят определять своих кандидатов в президенты»[7]. К примеру, к категории населения, которую можно назвать неопределившейся в плане политических убеждений, относят домохозяйек или молодежь, которая к тому же составляет большую часть населения. «Неопределившиеся с выбором домохозяйки среднего возраста неравнодушны к семейным, харизматичным персонажам из дневных мыльных опер»[8] - пишут авторы. Поэтому «завоевание симпатий» представителей данной категории населения путем подобных техник сферы развлечений могут быть весьма эффективны.

Еще одним из характерных признаков предвыборных кампаний зарубежные авторы называют «псевдособытия», специальные постановочные мероприятия, как правило, для привлечения внимания. «Каждый кандидат снимает видео, где он собирает урожай картофеля в Айдахо или делает сыр в Висконсине. Политики создают постановочные события, чтобы выставить свое имя на всеобщее обозрение, как это делают селебрити» - отмечает один из американских авторов [7]. Подобные действия в период предвыборных кампаний характерны и для нашей страны.

Нередко можно увидеть новостные сюжеты или газетные заголовки о том, как политические деятели, окруженные молодежью и/или другими известными личностями, например, сажают деревья или убирают снег.

Также в некоторых источниках обращается внимание на то, что не все мягкие новости являются новостями в стиле «селебрити». Так, один из авторов выделяет следующий список критериев, которые определяют, преподносят ли те или иные медиаисточники новости о политических деятелях, как новости о селебрити-персонах:

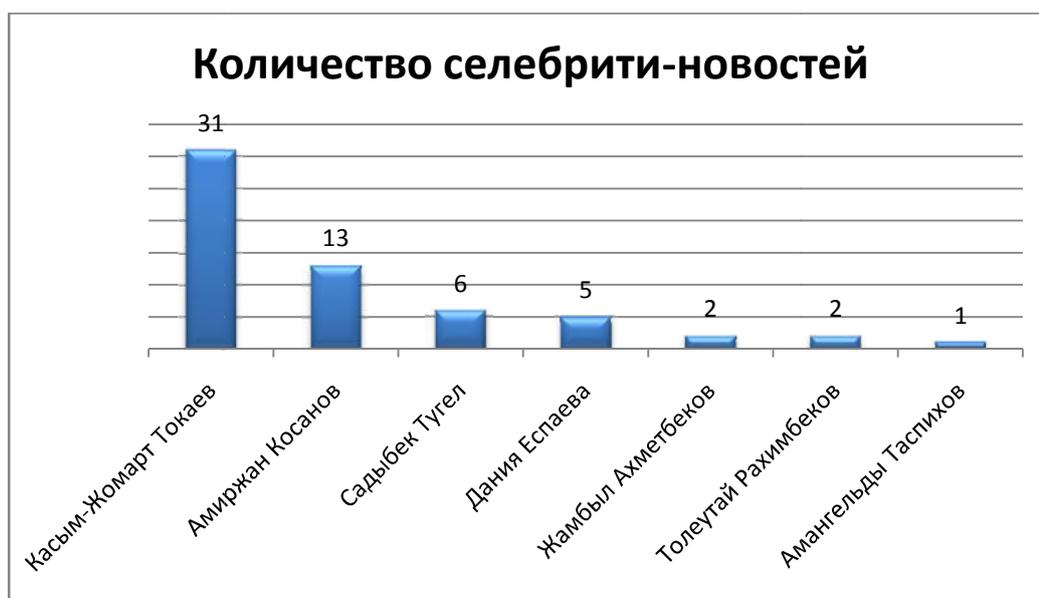
- Подчеркивание персональных черт миджа, таких как стиль одежды, симпатичность, подробности личной жизни;
- С кем «зависают» (прим.: «hanging out»), дружат;
- Где они «зависают»;
- На каких ток-шоу они появляются, их предстоящие игра/альбом/фильм;
- Показывают трейлеры или предпоказы этих игры/альбома/фильма;
- Личная жизнь, особенно если она связана со скандалом или интригами;
- Предыстория – откуда родом, где выросли;
- Как они себя ведут - их стиль и образ действий;
- Показывают видеосюжеты фирменном стиле или коронных фразах;
- Сплетни – какие слухи ходят на улице об этих людях;
- Вражда - с кем они не дружат и что говорят знаменитости о личной жизни и личностях друг друга [7].

Используя данные критерии, был проведен контент-анализ новостных порталов в период избирательной кампании выборов президента Казахстана с 11 мая по 8 июня 2019 года (Диаграмма 1). Целью данного анализа является выявление новостей о кандидатах в президенты, которые можно отнести к категории мягких новостей, а также определить существует ли взаимосвязь и определенная корреляция между количеством таковых новостей и общими результатами кандидатов на этих выборах.

Исходя из проведенного анализа, за данный период больше всего новостей на приведенные выше темы в стиле «селебрити» было про кандидата от партии «NurOtan» - Касым-Жомарта Токаева. Даже судя только по заголовкам имеющихся статей, несложно определить принадлежность новости к данной категории. Темы, затронутые в этих публикациях, касались: подробностей личной жизни, семьи кандидата, фактов из биографии, молодости, увлечения спортом, активностей в социальных сетях. Кроме того, в период предвыборной кампании кандидат отмечал свой день рождения, который стал интересной темой для обсуждения в СМИ (Таблица 1).

Амиржан Косанов хоть и на втором месте по количеству подобных новостей селебрити-формата, но по разнообразию затронутых тем, активности в социальных сетях, взаимодействию с аудиторией в прямых эфирах и упоминанию в одном контексте с представителями отечественного шоу-бизнеса определенно опережает всех кандидатов. Кроме того, вокруг личности данного кандидата витало множество слухов, начиная с того, чей он проект, заканчивая тем, звонил ли ему на самом деле президент Турции (Таблица 1).

Диаграмма 1. Контент-анализ «селебрити» новостей о кандидатах в президенты Республики Казахстан в период избирательной кампании 2019 года



На третьей позиции расположился СадыбекТугел, который запомнился своими рейдами в ночные клубы, высказываниями по поводу популярных молодежных телепередач и отличительным внешним образом на теледебатах (Таблица 1).

Дания Еспаева, как первая в истории страны женщина-кандидат в президенты, также привлекла особое внимание прессы. Кандидат от партии «Ак жол» также сама акцентировала особое внимание на своей гендерной принадлежности, заявляя «а где порядок? Там, где женщины» [9], (Таблица 1).

Таблица 1. Содержательная часть контент-анализа «селебрити» новостей о кандидатах в президенты Республики Казахстан в период избирательной кампании 2019 года

№	Заголовок	ссылка
Касым-Жомарт Токаев		
1	Касым-Жомарт Токаев отмечает день рождения	https://www.zakon.kz/4969917-kasym-zhomart-tokaev-otmechaet-den.html
2	«В честь кого назвали Касым-ЖомартаТокаева? Факты в день рождения президента».	https://ru.sputniknews.kz/society/20190517/10173869/prezident-tokaev-den-rozhdeniya.html
3	В Уральске Касым-Жомарт Токаев позволил сделать с ним селфи...	https://kursiv.kz/news/vybory/2019-05/v-uralske-kasym-zhomart-tokaev-pozvolil-sdelat-s-nim-selfi
4	Касым-Жомарт Токаев пользуется WhatsApp. Глава государства также признался, что «прикипел» к twitter.	https://365info.kz/2019/06/kasym-zhomart-tokaev-polzuetsya-whatsapp
5	Сбегал с уроков в кино, читал детективы отца: неофициальная биография Токаева	https://mir24.tv/articles/16362353/sbegal-s-urokov-v-kino-chital-detektivy-otca-neoficialnaya-biografiya-tokaeva
6	Касым-Жомарт Токаев: личность, биография, потенциал Размышления накануне выборов в Казахстане	http://kabar.kg/news/kasym-zhomart-tokaev-lichnost-biografiia-potentcial-razmyshleniia-nakanune-vyborov-v-kazakhstane/
7	В честь кого назвали Касым-ЖомартаТокаева? Факты в день рождения президента	https://forbes.kz//process/kasyim-jomartu_tokaevu_ispolnilos_66_let/

8	Касым-Жомарт Токаев: «Мечты сбываются только у тех, кто хорошо учится и много трудится»	https://liter.kz/2953-kasym-gomart-tokaev-mechty-sbyvayutsya-tolko-u-teh-kto-horoshou-uchitsya-i-mnogo-truditsya/
9	YouTube-канал ТоқауевТeam опубликовал три видео, где его поздравляют с днем рождения	https://top-news.kz/prezident-rk-kasym-zhomart-tokaev-prazdnuet-66-letie/
10	День рождения Касым-ЖомартаТокаева: факты из биографии	http://novoetv.kz/2019/05/%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%8C-%D1%80%D0%BE%D0%B6%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F-%D0%BA%D0%B0%D1%81%D1%8B%D0%BC-%D0%B6%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0-%D1%82%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%B5%D0%B2%D0%B0-%D1%84/
11	Касым-Жомарт Токаев рассказал, в честь кого ему дали двойное имя	http://today.kz/news/kazakhstan/2019-06-03/778382-kasym-zhomart-tokaev-rasskazal-v-chest-kogo-emu-dali-dvojnoe-imya/
12	«В случае драки — бежать»: Токаев и кандидаты в президенты Казахстана	http://www.rfi.fr/ru/tsentralnaya-aziya/20190514-v-sluchae-draki-bezhat-tokaev-i-kandidaty-v-prezidenty-kazakhstana
13	Касым-Жомарт Токаев отмечает день рождения	https://www.nur.kz/1794411-kasym-zomart-tokaev-otmechaet-den-rozdenia.html
14	Токаев рассказал о поручениях через WhatsApp и странице в Instagram	https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/tokaev-rasskazal-porucheniyah-whatsapp-stranitse-instagram-370492/
15	Касым-Жомарт Токаев посетил мечеть "Нур Астана"	https://baigenews.kz/news/kasym-zhomart_tokaev_posetil_mechet_nur_astana/
16	Касым-Жомарт Токаев отмечает день рождения	https://knews.kg/2019/05/17/kasym-zhomart-tokaev-otmechaet-den-rozhdeniya/
17	Касым-Жомарт Токаев посетил гала-концерт фестиваля «Жұлдызай»	https://liter.kz/2625-kasym-gomart-tokaev-posetil-gala-kontsert-festivalya-guldyzay/
18	Токаеву - 66 лет: как президент провел свой день рождения	https://ru.sputniknews.kz/society/20190517/10181689/tokaev-den-rozhdeniya.html
19	В честь кого назвали Касым-ЖомартаТокаева?	https://diapazon.kz/news/89698-v-chest-kogo-nazvali-kasim-zhomarta-tokaeva
20	Токаев опубликовал стильное черно-белое фото с главой МВФ в Instagram	https://ru.sputniknews.kz/society/20190523/10238662/tokaev-lagard-foto-sotsseti.html
21	Терпели поражения, давали сдачи: Токаев о своих драках в школе	https://ru.sputniknews.kz/society/20190603/10367918/tokaev-biografiya-prezident-kazakhstan-detstvo-interesnye-fakty.html
22	Фронтовик с трагической историей: Токаев рассказал об отце	https://ru.sputniknews.kz/radio/20190603/10366932/tokaev-otec.html

23	Касым-Жомарт Токаев помолился за благополучие Казахстана в мечети "Нур-Астана"	https://www.caravan.kz/news/kasymzhomart-tokaev-pomolilsya-za-blagopoluchie-kazakhstan-v-mecheti-nurastana-545686/
24	В честь кого назвали Касым-Жомарта Токаева? Факты в день рождения президента	https://timeskz.kz/53444-v-chest-kogo-nazvali-kasym-zhomarta-tokaeva-fakty-v-den-rozhdeniya-prezidenta.html
25	Касым-Жомарт Токаев сыграл в настольный теннис с подростками Уральяска	https://www.zakon.kz/4969397-kasym-zhomart-tokaev-sygral-v-nastolnyy.html
26	Путин поздравил Токаева с днем рождения	https://ru.sputniknews.kz/politics/20190517/10179374/putin-pozdravlenie-tokayev.html
27	Касым-Жомарт Токаев устроил для детей экскурсию по Акорде	https://www.total.kz/ru/news/vnutrennyaya_politika/kasimzhomart_tokaev_ustroil_dlya_detei_ekskursiu_po_akorde_date_2019_06_01_12_52_39
28	Токаев: Путин сразу произвел на меня впечатление своей тихой фундаментальностью	https://ru.sputniknews.kz/politics/20190602/10360003/tokaev-putin-vpechatlenie-fundamentalnost.html
29	Токаев рассказал, зачем сидит в соцсетях	https://www.zakon.kz/4972074-tokaev-rasskazal-zachem-sidit-v.html
30	Касым-Жомарт Токаев посетил медресе и мечеть "Нур-Астана"	https://almaty.tv/news/politika/1506-kasym-dgomart-tokaev-posetil-medrese-i-mechet-nur-astana
31	Кандидаты в соцсетях: Токаев – первый, Косанов подтянулся	http://www.matritca.kz/news/62561-kandidaty-v-socsetyah-tokaev-pervyy-kosanov-podtyanulsya.html
Амиржан Косанов		
1	АМИРЖАН КОСАНОВ - Кандидат или Сэндиат?	https://www.youtube.com/watch?v=QZYkbMDaKiM
2	Амиржан Косанов - откровенно обо всем / Баян Максаткызы	https://www.youtube.com/watch?v=v1ZAgALfKJU
3	Амиржан Косанов. Смелая поездка в такси	https://www.youtube.com/watch?v=4AzpsaF1SYM
4	Амиржан Косанов вышел в прямой эфир в социальных сетях	http://qosanov2019.kz/ru/archives/94
5	Биографию Амиржана Косанова рассказывают его сторонники избирателям	https://www.youtube.com/watch?v=LbH3PhmOIKo
6	Ануар Нурпеисов - за Косанова и за борьбу против фальсификации	https://www.youtube.com/watch?v=khBQP-nTMnA
7	Кандидаты в соцсетях: Токаев – первый, Косанов подтянулся	http://www.matritca.kz/news/62561-kandidaty-v-socsetyah-tokaev-pervyy-kosanov-podtyanulsya.html
8	Амиржан Косанов - подставной кандидат или шанс для оппозиции? Большое интервью	https://www.youtube.com/watch?v=OMMRbkaVbR8
9	Супер! Амиржан Косанов отвечает народу на все вопросы	https://www.youtube.com/watch?v=fjMGGeFwFEQ
10	Амиржан Косанов: Я проект мамы и папы, Акорда наш политический	https://www.youtube.com/watch?v=7eYwtKoAHT4

	оппонент.	
11	За Косановым стоит клан Дариги Назарбаевой/ БАСЕ	https://www.youtube.com/watch?v=vKL97kDXHgA
12	Фейк Эрдоган позвонил кандидату в президенты РК Косанову и поддержал его	https://factcheck.kz/claim-checking/verdict/fej/fej-erdogan-pozvonil-kandidatu-v-prezidenty-rk-kosanovu-i-podderzhal-ego/ .
13	Штаб Амиржана Косанова попросил избирателей удалить мемы, оскорбляющие других кандидатов	https://informburo.kz/novosti/shtab-amirzhana-kosanova-poprosil-izbirateley-udalit-memy-oskorblyayushchie-drugih-kandidatov.html
Садыбек Тугел		
1	Садыбек Тугел принял участие в турнире по тогызкумалак в Алматы	https://www.inform.kz/ru/sadybek-tugel-prinyal-uchastie-v-turnire-po-togyzkumalak-v-almaty_a3529421
2	Шоу как "Қалаулым" надо закрывать, - кандидат Садыбек Тугел	http://www.matritca.kz/news/62938-shou-kak-alaulym-nado-zakryvat-kandidat-sadybek-tugel.html
3	На волне консерватизма. Портрет кандидата в президенты Садыбека Тугела	https://vlast.kz/politika/33471-na-volne-konservatizma-portret-kandidata-v-prezidenty-sadybeka-tugela.html
4	"Вместо водки нужно пить кумыс". Кандидат в президенты Тугел пришёл с рейдом в ночной клуб	https://informburo.kz/novosti/vmesto-vodki-nuzhno-pit-kumys-kandidat-v-prezidenty-tugel-prishyol-s-reydom-v-nochnoy-klub.html
5	В Щучинске прошел творческий вечер кандидата в Президенты Садыбека Тугела	https://www.inform.kz/ru/v-schuchinske-proshel-tvorcheskiy-vecher-kandidata-v-prezidenty-sadybeka-tugela_a3527174
6	Выборы в Казахстане - кандидаты: Садыбек Тугел пришел на дебаты в чапане и с камчой	https://politics.nur.kz/1796716-sadybek-tugel-prisel-na-debaty-v-capane-i-s-kamcoj.html
Дания Еспаева		
1	Банкир и мать. Портрет кандидата в президенты Дании Еспаевой	https://vlast.kz/politika/33434-bankir-i-mat-portret-kandidata-v-prezidenty-danii-espaevoj.html
2	Дания Еспаева - о себе, власти и коррупции / Баян Максаткызы	https://www.youtube.com/watch?v=a97HN5WuTfw
3	Единственная женщина-кандидат в Казахстане рассказала о плюсах своего выдвижения	https://ru.sputniknews.kz/society/20190605/10390989/vybory-kazakhstan-zhenshchina-kandidat-daniya-espaeva.html
4	Кандидат Еспаева дала видеинтервью Баян Алагузовой	http://www.matritca.kz/news/63024-kandidat-espaeva-dala-videointervyu-bayan-alaguzovoy.html
5	Дәния Еспаева Арыстанбап және Қожа Ахмет Иассауикесенелеріне зияраттегі	https://qazaquni.kz/2019/05/28/100325.html
Жамбыл Ахметбеков		
1	Красный каратист. Портрет кандидата в президенты Жамбыла Ахметбекова	https://vlast.kz/politika/33503-krasnyj-karatist-portret-kandidata-v-prezidenty-zambyla-ahmetbekova.html
2	С серпом наперевес: почему	https://camonitor.kz/33057-s-serpom-

	коммунисты Казахстана «стесняются» своих идеалов?	napereves-pochemu-kommunisty-kazahstana-stesnyayutsya-svoih-idealov.html
Толеутай Рахимбеков		
1	Семья — Рахимбеков Толеутай	https://rakhimbekov.kz/category/%D1%81%D0%B5%D0%BC%D1%8C%D1%8F/
2	На встрече штаба Толеутая Рахимбекова с талдыкорганцами станцевали кара жорга	https://www.inform.kz/ru/na-vstreche-shtaba-toleutaya-rahimbekova-s-taldykorgancami-stancevali-kara-zhorga_a3529688
Амангельды Таспихов		
1	Выборы в Казахстане - кандидаты. Таспихов заявил, что живет в ауле и не сидит в "ютубе"	https://politics.nur.kz/1796724-taspihov-a-zivu-v-aule-ne-sizu-v-utube.html

Остальные кандидаты не привлекли особого внимания прессы. В ходе анализа новостей информации об их неполитической стороне жизни оказалось совсем незначительное количество.

На итоги голосования на выборах, конечно же, влияет множество факторов, но, тем не менее, между уровнем селебритизации кандидата и его результатами на выборах все-таки наблюдается определенная корреляция. Личности трех кандидатов К. Токаева, А. Косанова и Д. Еспаевой, которые с наибольшим отрывом от других кандидатов заняли 1, 2 и 3 места соответственно, пользовались большей популярностью в медиа-пространстве и заинтересованностью со стороны избирателей. Однако наблюдается и некоторое несоответствие между двумя этими показателями на примере кандидата С. Тугел, который намеренно или нет, но фактически привлекал внимание СМИ и общественности различными высказываниями и организованными специальными мероприятиями, однако по итогам голосования занял последнее место среди всех кандидатов.

Таким образом, подводя итоги проведенного анализа, можно заключить, что селебритизация является неотъемлемой составляющей эффективной политической коммуникации, однако не каждый популярный политик добивается значительных результатов на выборах. Цель селебритизации политического деятеля заключается не просто в повышении уровня популярности, а в достижении конкретных целей посредством своей известности. Резюмируя основные инструменты построения имиджа селебрити-политика, можно предложить следующие виды целей, которые могут быть достигнуты посредством них:

1) Персонализация политической коммуникации – подходящий инструмент для построения «понятного» образа политического деятеля, политика «с человеческим лицом», которому «ничто человеческое не чуждо»;

2) Наличие развлекательного формата в коммуникации – не только способ удержания внимания общественности, но и расширения ядерного электората, выход на новую аудиторию, возможно, более лояльную;

3) «Псевдособытия» в эпоху цифровизации также претерпели определенные изменения. Способы привлечения внимания СМИ тоже переместились в онлайн-формат, и сейчас публикации публичных личностей в социальных сетях порой становятся поводом для новостных сюжетов. Поэтому активность не только в офлайн режиме, но и в онлайн может спровоцировать интерес аудитории;

4) Заключительные положения касаются управления имиджем и доступом. Как следует из проведенного анализа, не всякая публичность может принести свои положительные плоды. Раньше сам факт попадания в эфир телеканалов или на полосы газет могли значительно повлиять на имидж человека, однако сейчас благодаря социальным сетям и другим онлайн-платформам одного присутствия в медиа недостаточно. Поэтому необходим профессиональный подход в коммуникациях в виде

привлечения специалистов по PR, брендингу, SMM, имиджмейкеров, спичрайтеров и других, для повышения узнаваемости и формирования собственной медийной идентичности политического деятеля.

Источники:

1. Blume, Keith. 1985. The Presidential Election Show: Campaign 84 and Beyond on the Nightly News. South Hadley, MA: Bergin and Garvey.
2. Сыдыкназаров Мухит-Ардагер. Спин-менеджмент (спин-докторинг) в деятельности политической партии. Методические рекомендации. – Астана: Академия политического менеджмента, 2018.
3. Benoit (2007, 194) Benoit, William L. 2007. Communication in Political Campaigns. New York: Peter Lang.
4. Dover 1994, 29 Dover, E.D. 1994. Presidential Elections in the Television Age. Westport, CT: Praeger.
5. VanZoonen 2003, 103 Van Zoonen, Liesbet. 2003. “After Dallas and Dynasty we have...Democracy: Articulating Soap, Politics, and Gender.” In Media and the Restyling of Politics: Consumerism, Celebrity, and Cynicism, ed. John Corner and Dick Pels. London: SAGE.
6. Street, John. 2003. “The Celebrity Politician: Political Style and Popular Culture.” In Media and the Restyling of Politics: Consumerism, Celebrity, and Cynicism, ed. John Corner and Dick Pels. London: SAGE.
7. Jonathan Bradford Long, Union College June, 2009, The Role and Growth of Celebritization in Presidential Campaign Coverage.
8. Polsby and Wildavsky Polsby, Nelson and Aaron Wildavsky. 1991. Presidential Elections. New York: The Free Press.
9. <https://factcheck.kz/socium/kandidaty-v-prezidenty-daniya-espaeva/>