

УДК 32.019.5

## ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТА

## POLITICAL PR IN THE CONTEXT OF INTERNET DEVELOPMENT

Е.В. Никандрова

*Санкт-Петербургский государственный университет  
(Санкт-Петербург, Россия)  
[st101661@student.spbu.ru](mailto:st101661@student.spbu.ru)*

E.V. Nikandrova

*Saint-Petersburg State University  
(Saint-Petersburg, Russia)  
[st101661@student.spbu.ru](mailto:st101661@student.spbu.ru)*

А.С. Матвеевская,

*Санкт-Петербургский государственный университет,  
(Санкт-Петербург, Россия)  
[a.matveevskaya@spbu.ru](mailto:a.matveevskaya@spbu.ru)*

A.S. Matveevskaya

*Saint-Petersburg State University  
(Saint-Petersburg, Russia)  
[a.matveevskaya@spbu.ru](mailto:a.matveevskaya@spbu.ru)*

**Аннотация:** В статье рассматривается такое понятие как политический PR и его аспекты в условиях развития Интернета. Для понимания данной темы в статье затрагиваются факторы развития Интернета и влияние этих факторов на политическую сферу общества. Опираясь на работы исследователей информационного общества, сформулировано каким именно образом политический PR оказывает влияние на ход политических процессов в обществе. Описывается понятие аспектов развития Всемирной сети Интернет. Отмечено повышение уровня оперативности обмена информацией с помощью Интернета и её доступности для всех акторов политического процесса, что так же положительно влияет на дальнейший успех пошляческого PR. Обозревается термин “политический консалтинг”, описываются его основные функции, черты и его сущность. Затрагиваются новые вызовы и задачи для пиар-специалистов, преодолеть которые возможно лишь имея нужные для современности навыки и умения.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** ИНТЕРНЕТ, МИРОВАЯ ПОЛИТИКА, ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR, ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ

**Abstract:** The paper considers such a concept as a political PR and its aspects in the context of the development of the Internet. In order to comprehend this topic authors, demonstrate the factors of the development of the Internet and the influence of these factors on the political sphere of society. Based on the work of researchers of the information society it is

formulated exactly how political PR influences the course of political processes in society. The concept of aspects of the development of the World Wide Web is described. Moreover, an increasing level of efficiency of information exchange via the Internet and its availability for all actors of the political process has been noted, which also has a positive effect on the further success of political PR. The term “political consulting” is reviewed, its main functions, features and its essence are described. New challenges and tasks for PR specialists are touched upon, which can only be overcome by having the skills and abilities necessary for modern society.

**KEYWORDS:** THE INTERNET, WORLD POLITICS, POLITICAL PR, PUBLIC RELATIONS, POLITICAL CONSULTING

В эпоху усиления процессов глобализации как никогда важным является влияние Всемирной сети Интернет на политическую сферу жизни общества. Информационные технологии оказали значительное влияние на все сферы жизни человечества [1]. Что же является факторами, которые способствуют развитию самого Интернета таким образом, что он сам начинает оказывать влияние на политическую сферу общества? Как политический PR влияет на ход политических процессов? В данной статье мы бы хотели затронуть новые тенденции, дальнейшие перспективы и основные аспекты развития Интернета и процесса политического PR и их участие, и влияние на современное общество.

Впервые термин PR был употреблён Т. Джефферсоном в 1807 г. в черновике своего Седьмого обращения к конгрессу. PR — это деятельность государственных, политических, общественных, экономических, культурных и других структур и подразделений, которая направлена на усиление взаимной информированности человечества и создание полноценного образа, представления о чём то, что требует продвижения [2]. Политический PR в свою очередь основан на активном продвижении кандидатов, связанных с государственной властью, построении связей путём задействования средств массовой информации.

Как пишет исследователь Е.С. Зиновьева: «Глобальное информационное пространство – это высокотехнологичная область, в которой находят отражение многие значимые тенденции мировой политики» [3, с. 136]. Интернет является ключевой инфраструктурой, вокруг которой формируется глобальное информационное общество, в котором ведутся информационные войны. Открытость Интернета способствует процессам глобализации и транснационализации, расширению числа участников международного взаимодействия, усиливают уязвимость межгосударственных границ, но эти процессы могут замедляться под влиянием информационных войн [4].

Во всём мире политики постоянно находятся в центре внимания. Агентства и PR-менеджеры обычно составляют и выпускают пресс-релизы и анонсы, с целью донести всю необходимую информацию о последних проектах, кампаниях и инициативах их работодателя. Нельзя не согласиться с тем, что СМИ играют большую роль в продвижении тех

или иных политических идей. Одним из самых популярных способов распространения информации для СМИ сейчас является именно Интернет [5]. Разнообразие информации и способов её подачи даёт возможность читателю определить свою точку зрения касательно конкретной проблемы или узнать другие мнения по поводу одного и того же события. Мы предлагаем вам углубиться в эту тему и более подробно её рассмотреть.

Политикам необходимо иметь хорошие отношения со СМИ. Это важно, так как обозреватели новостей должны донести сообщение политика так, чтобы все слушатели правильно поняли его посыл и ключевой смысл. Так же это имеет большое значение из-за того, что часто некоторые политики могут нелестно отзываться о тех или иных изданиях или ресурсах [6], что может повлиять на дальнейшее отношение этих СМИ по отношению к этому политику. Подобное поведение политика может повлечь за собой прекращение публикации ресурсом какой-либо информации об его деятельности. Тем самым, политик потеряет один из способов распространения информации о себе, а значит и охваты аудитории, на которую нацелена его программа снизятся.

Сейчас для СМИ наступило весьма сложное время, так как началась эпоха “постправды”. Заинтересованные люди предпочитают искать средства массовой информации, которые будут соответствовать их мировоззрению и публиковать максимально правдивую информацию. Это то, что называется предвзятостью подтверждения. Время от времени в информационное среде начинают появляться новости на одну и ту же тему, но которые противоречат друг другу. В этом случае они могут справедливо считаться фейковыми новостями. В настоящее время социальные сети переориентируются на то, чтобы вести круглосуточную новостную трансляцию. Доверие аудитории стало первой жертвой в нынешнюю эпоху быстро меняющихся новостей. Все средства массовой информации, имеют цель сохранить свою аудиторию и завоевать доверие и авторитет. Для специалистов по связям с общественностью сейчас стоит вопрос создания медиастратегии, задействующей множество средств массовой информации. В идеале PR сфера должна следовать по пути, формирующем твёрдое доверие широких масс для того, чтобы активно распространять информацию [7].

Стоит отметить, что политический пиар занимается ещё и созданием имиджа и образа определённого политика. Это важно, так как то, как их воспримет общественность, может потом оказать большое влияние на исход выборов. Именно из-за этого они всегда стараются оставаться на виду у публики и демонстрируют себя с лучшей стороны. Создание позитивного публичного образа привлекает внимание потенциальных избирателей и сторонников идей данного политика. Важным аспектом, который нельзя не упомянуть, является организация

конференций, политических дебатов и других соответствующих мероприятий [8]. За эту сферу тоже отвечает команда по связям с общественностью, которая обычно нанимается политическими организациями. Они ищут события и мероприятия, которые политик может посетить, чтобы продолжать оставаться на виду у общественности [9]. Подобные мероприятия способствуют сближению народа с политиком, а значит, в сознании избирателя формируется более позитивный образ данной персоны. Человек думает, что ему можно доверять.

С течением времени широкое распространение получили блоги и социальные сети, вследствие чего многие пользователи начали становиться не только активными потребителями, но и создателями нового контента. Желая себя выразить, они начали создавать серьезную конкуренцию ведущим медиакомпаниям. Подобное стремительное развитие Интернета стало одним из факторов, которые дают людям возможность быть причастными к политическим и социальным процессам путём не только открытого выражения своего мнения во Всемирной сети Интернет. Этот процесс дал людям шанс быть услышанными, найти своих сторонников и даже просто наблюдать за ходом политической борьбы в своём государстве и анализировать этот процесс.

Многие политики консультируются по поводу своей деятельности в социальных сетях с PR-менеджерами, но в основном управляют ею самостоятельно. Известны случаи, когда передача социальных сетей политиков сторонней и профессиональной компании приводила к гораздо лучшим результатам по сравнению с тем, когда политики управляли ими сами.

Примером, который можно привести в качестве неудачного ведения социальных сетей может послужить бывший президент США Дональд Трамп, аккаунты которого были заблокированы в большинстве социальных сетей из-за нарушения внутренних правил сайта.

В современном мире необходимо постоянно собирать и анализировать данные [10]. Существует большое количество методов анализа больших данных, которые сочетают в себе методы макроанализа статистических данных и математических алгоритмов. Главным оружием политических PR-специалистов в обработке колоссальных массивов информации в режиме реального времени стали технологии big-data. Эти технологии позволяют поддерживать постоянную обратную связь между государством и обществом. Такие технологии задействуются для определения реакции или отношения аудитории к каким-либо событиям в режиме реального времени [11].

В какой-то момент для проведения пиар кампании в Интернете будет необходимо потратить определённое количество денежных

средств для того, чтобы привлечь свою аудиторию. Для начала нужно понять кто именно входит в нужную аудиторию, какие у них политические предпочтения. Можно проанализировать выглядят демографическую статистику и обратить внимание на сформированные модели поведения. Владея этой информацией, главное понять, какие рекламные ходы и схемы могут помочь привлечь этих людей с наименьшими затратами.

Стоит отметить, что весьма сложно провести четкую грань между PR и рекламой. Некоторые авторы считают рекламу одной из составляющих PR. Сам же процесс PR стоит рассматривать как как скрытую рекламу, которую осуществляют нетрадиционными рекламными средствами. Из-за этого, у человека создаётся впечатление, что он сам принимает решения и несет за них ответственность. Сферу PR не следует рассматривать ни как форму рекламы, ни как ее часть. Тем более при задействовании Интернета.

Таким образом, развитие Интернета оказывает существенное влияние на современный ход политической жизни общества. Однако новые импульсы, которые Интернет придает мирополитическому развитию, имеют свою оборотную сторону и порой даже негативную сторону. Развитие информационных технологий порождает новые вызовы международной и национальной безопасности, преодолеть которые можно лишь коллективными усилиями международного сообщества. Нам кажется, что в условиях современности важно думать о важности грамотного анализа политической сферы жизни общества. Именно политический PR очень сильно влияет на эту сферу. От этой деятельности буквально зависят решения, которые принимает население. От решений, принимаемых населением, зависит их дальнейшая жизнь. PR специалистам важно обладать навыками составления привлекательного образа, опираясь на предпочтения и настроения в обществе. Именно Всемирная сеть Интернет может помочь в этом таким специалистам. Постоянно движущийся вперед процесс развития Интернета позволяет иметь PR специалистам доступ к широкому массиву данных, которые всегда будут играть значимую роль, так как они демонстрируют то, что нужно целевой аудитории. Именно это поможет создать позитивные тенденции в развитии политического PR и его дальнейшем влиянии на жизнь общества.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Evseeva L.I., Obukhova Ju. O., Tanova A.G. Network technologies and the new perception of communication // SGEM International Multidisciplinary Scientific Conference on Social sciences and Arts. 2017. № 6-1. С. 57-64

2. Политология: Учебное пособие / Под ред. А. С. Тургаева, А. Е. Хренова. — СПб.: Питер, 2005. — 560 с.

3. Зиновьева Е.С. Международно-политические аспекты развития Интернета // Вестник МГИМО Университета. 2013. № 4 (31). С. 135-140
4. Роль СМИ в военно-политических конфликтах современности // «Псих-фактор». - URL: <https://psyfactor.org/smi.htm> (дата обращения: 16.04.2022)
5. Евсева Л.И., Матвеевская А.С., Тараканова Т.С. Политическая коммуникация в условиях цифровизации // Коммуникативные стратегии информационного общества. Труды XI Международной научно-теоретической конференции. 2019. С. 195-197
6. Арканникова М.С. Механизмы формирования и функционирования политической власти // Политология. Конспект лекций. 2021. СПб. Изд-во: Политех-Пресс. – с. 39-68
7. Here is what you need to know about Political PR // Advertising & Media Insider. - URL: <https://www.businessinsider.in/advertising/ad-agencies/article/political-pr-what-you-need-to-know/articleshow/80920075.cms> (дата обращения: 16.04.2022)
8. Лазарева В.Н. Политический пиар как вид коммуникации с обществом // Информационная наука. 2015 - С. 210-211.
9. Everything you Need to Know About Political PR // Mediatoolkit. - URL: <https://www.mediatoolkit.com/blog/political-pr/> (дата обращения 17.04.2022)
10. Evseeva L.I., Bashkarev A.A., Pozdeeva E.G., Tarakanova T.S. Technologies of political system modernization in new communicative environments // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences. 2017. С. 349-356
11. Monroe B.L. Formal theory, causal inference, and big data are not contradictory trends in political science. PS: Political Science & Politics. 2015. V. 48. N 01. P. 71-74.

**Никандрова Екатерина Валерьевна**, студентка 1 курса Факультета Международных отношений, Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербург, Россия, [st101661@student.spbu.ru](mailto:st101661@student.spbu.ru)

**Матвеевская Анна Сергеевна**, кандидат географических наук, доцент кафедры Мировой Политики, Факультета Международных отношений, Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербург, Россия, [a.matveevskaya@spbu.ru](mailto:a.matveevskaya@spbu.ru)