

Под-секция 3. Политические технологии. PR.

**Казаков Г.І.**

студент 4 курсу соціально-гуманітарного факультету  
Бердянського державного педагогічного університету

Науковий консультант:

**Іванова Н.С.**

к. політ. наук (Бердянський державний педагогічний університет)

## РОЛЬ ЧОРНОГО ПОЛІТИЧНОГО PR-у В СУЧАСНОМУ СВІТІ

В сучасному суспільстві важливе місце у формуванні політичного іміджу політика відіграє PR, завдяки якому створюється певний імідж політика, ставлення до нього громадськості. Особливе місце PR набуває у ході виборчих кампаній. Внаслідок яких вдала PR - акція може як привести кандидата до перемоги, так і значно знизити його електорат.

Мета роботи – визначити роль "чорного" політичного PR-у в ході передвиборчих кампаній.

Питання політичного PR є сферою інтересів багатьох сучасних дослідників: В. Березенко, В. Бебик, В. Бугрим, І. Вороняк, Т. Ігнатенко, А. Коваленко. Але його вивчення відбувається фрагментарно, лише за певними питаннями.

Поділ політичного піару на "чорні" та "білі" політичні технології з'явився відносно нещодавно, в 1990-х рр. XX ст. Він зумовлений втручанням криміналітету, застосування незаконних методів впливу на волевиявлення виборців і, наскільки «коректуванням» небажаних для певних політичних сил результатів виборів [1]. Однак поділ PR на "чорний" та "білий" є умовним.

Не має єдиної точки зору стосовно "чорного" PR. Існує дві альтернативні позиції: "чорний" піар – явище негативне та "чорний" піар – як вищий пілотаж політтехнологій.

Прихильники першої думки вважають, що чорний піар – це піар, націлений на дискредитацію конкурента. Причому способи дискредитації можуть бути всілякими - як законними, так і незаконними, але саме дискредитація є основним показником "чорноти" піар-кампанії, незалежно від того, наскільки відповідає істині інформація, що використовується. а іншою теорією, досить молодою, чорний піар відносять до ідеального способу конкурентної боротьби [4, с. 398]. Тут пригадується вираз Н. Макіавеллі "для досягнення мети всі засоби хороши". Тобто, "чорні" PR технології виступають, як невід'ємна складова політичного процесу. Однак виділяючи такого виду PR, як спосіб політичної боротьби дослідники наголошують, що PR, побудований на брехні, приречений на провал [4, с. 399]. А отже, якщо і використовувати такого роду варіант політичної боротьби, то слід наголошувати на реальних, перевірених фактах.

Серед усіх понять поняття "чорний" PR, виділяється тлумачення надане В. Стоякіним. За ним "чорним" PR вважаються ті політичні технології, застосування яких передбачає пряме порушення діючого законодавства [1, 5], до яких відноситься

технології як відверто кримінальні (замахи на суперників, підкуп членів виборчих комісій), так і порівняно невинні, але все ж заборонені законом дії ("подарунки" виборцям, агітація з боку посадових осіб) [1], поширення неправдивих чуток.

Особливе місце подібні політичні технології набувають під час виборчих кампаній. Сьогодні між політичним PR і виборчими технологіями нерідко ставлять знак рівності. сьогодні між політичним PR і виборчими технологіями нерідко ставлять знак рівності. На думку професора В. Королька, *"виборча кампанія – це ті ж самі скоординовані, цілеспрямовані, але здійснювані протягом визначеного виборчим законодавством часу публічні зусилля з метою мобілізації підтримки кандидата виборцями і забезпечення його перемоги в день виборів"* [2, с. 298].

Чільне місце в ході виборчих кампаній займають саме "чорні" політичні PR технології. Деякі дослідники ототожнюють поняття "чорний" PR та "брудні" виборчі технології. Однак подібне порівняння є недоречним, адже "брудні" виборчі технології передбачають порушення певних законів у ході виборчої кампанії. PR же можливий і без усіляких порушень. Метою "чорного" PR є скомпрометувати небажаного політика, партію чи організацію і налаштувати проти них масову свідомість. Джерелами, які можуть бути використанні при цьому є компромат, утки і плітки, навмисна "плутанина" і "чорний гумор" [3]. Останній варіант використовують майже всі учасники виборчого процесу.

"Чорний" PR був створений не політ технологіями. Проте саме вони навчилися застосовувати його у ході передвиборчих кампаній, як у шкоду супернику, так в деяких випадках і на користь своєму кандидатові, виставляючи таким чином його, як жертвою своїх опонентів.

Таким чином, "чорний" PR активно використовується у ході виборчих кампаній. Проте, у сучасній Україні він застосовується лише в законній сфері, особливо у вигляді "чорного гумору" над своїми опонентами. Серед засобів протидії такого роду PR, дослідники пропонують створення серйозного і величного іміджу політика, що ніякий "чорний" PR у відношенні нього не буде сприйматися.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Василь Стоякін «Чорні», «білі» та «сірі» політичні технології // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
2. Королько В.Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : пі-друч. для студ. вищ. навч. закл. / В.Г. Королько, О.В. Некрасова. – 3-тє вид. доповн. і перероб. – К. : Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2009. – 831 с.
3. Макітра Я. "Маніпуляція свідомістю" // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua>
4. Остроухов В.В. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти) : підруч. / В. В. Остроухов [та ін.] ; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. - К.: КНТ, 2010. - 776 с.
5. "Чорний" політичний PR в сучасній Україні // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mediareform.com.ua/article.php?articleID=217>