

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и
бизнесе

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

(Бакалаврская работа)

На тему: Влияние PR-технологий действующей власти на политическую
оппозицию

Исполнитель: Гоголев Евгений Дмитриевич

Руководитель: кандидат педагогических наук, доцент

Зиновьева Наталья Олеговна

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой



д. э. н., проф.

Фирова И.П.

« 8 » июля 2018 г.

Санкт-Петербург 2018

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и
бизнесе

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

(Бакалаврская работа)

**На тему: Влияние PR-технологий действующей власти на политическую
оппозицию**

Исполнитель: Гоголев Евгений Дмитриевич

Руководитель: кандидат педагогических наук, доцент

Зиновьева Наталья Олеговна

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой

д. э. н., проф.

Фирова И.П.

«__» _____ 20__ г.

Санкт-Петербург 2018

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Теоретические аспекты применения PR-технологий в политической борьбе между властью и оппозицией.....	6
1.1 История возникновения и становления власти и оппозиции	6
1.2 Проблема взаимоотношений между властью и оппозицией.....	14
1.3 Политический PR, его цели и задачи.....	17
1.4 Политические PR-технологии.....	21
Глава 2. Власть и оппозиция в современной России.....	29
2.1 PR-технологии и анализ современной российской оппозиции на примере партий КПРФ, ЛДПР, «Справедливой России».....	29
2.2 PR-технологии и анализ современной российской власти на примере партии "Единая Россия"	42
2.3 Рекомендации для партии власти.....	49
Заключение.....	52
Список литературы.....	54

Введение

Политика всегда интересовала людей. Она интересовала и интересует как богатых, так и бедных, как мужчин, так и женщин. И это не просто так. От неё слишком многое зависит. Без грамотной политики, как внутренней, так и внешней невозможно привести народ к процветанию, устранять проблемы, которые накапливаются в обществе, и проводить необходимые реформы с целью развития государства. Огромное влияние на политику в стране оказывает правящая власть. От компетентности правителя и его чиновников зависит успех тех или иных политических решений. И не всегда эти решения правильные и идут на благо государства. История знает немало примеров, когда бездарная политика правительства приводила к тяжёлым последствиям, а иногда и к краху государства. Люди, не довольные властью, начинают её критиковать - так возникает оппозиция. Долгое время, а во многих странах и по сей день, власть не терпела никакого альтернативного мнения и жестоко расправлялась с инакомыслящими, но постепенно с развитием общества и становлением демократии, руководству страны стало необходимым воздействовать на людей и оппозицию иными средствами, не применяя насилие. Для этого необходимо грамотное использование PR-технологии.

Актуальность темы дипломной работы определяется, во-первых, значимостью PR-технологий в жизни современного общества. PR, изначально появившийся в сфере маркетинга, когда огромное количество одинаковых товаров продавалось по одинаково средней цене и когда выделиться и привлечь к себе новых покупателей становилось всё труднее и труднее - выходом из сложившейся ситуации стало внедрение PR-технологий. Аналогичная ситуация возникает и в политической сфере, где вся политическая система представляет из себя гигантский рынок спроса и предложения общественных товаров и услуг. Отсюда следует, что для успешного ведения политической борьбы и влияния на оппозицию важен профессиональный подход в решении коммуникативных задач, базирующийся на

использовании методов продвижения - политических технологий. В политике - избиратель предпочтёт того кандидата, который, по его мнению, лучше всех ему запомнился и понравился, сможет убедить его проголосовать за себя, или не голосовать за другого кандидата.

Во-вторых, тем, какое влияние PR-технологии действующей власти оказывают на оппозицию. Важно понимать, как взаимодействовать с аудиторией, чтобы менять её политические настроения, «выбивать почву» из - под ног оппозиционеров.

Цель исследования: изучить влияние PR-технологий действующей власти на политическую оппозицию.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие **задачи:**

- Объяснить появление и становление власти и оппозиции
- Раскрыть проблемы, возникшие между оппозицией и властью
- Объяснить сущность политического PR
- Рассказать о целях и задачах PR - технологий
- Рассмотреть и дать оценку современным методам политического PR
- Обобщить все PR - технологии, которые используются российской властью и оппозицией
- Сделать заключительный вывод

Объект исследования: политические PR-технологии, используемые властью для влияния на политическую оппозицию

Предмет исследования: процесс влияния PR-технологий действующей власти на политическую оппозицию, использование политических PR-технологии для улучшения своего имиджа в глазах избирателей.

В дипломной работе использовались следующие методы исследования:

- анализ полученных результатов
- обобщение полученных результатов
- анализ PR-технологий и PR- кампаний действующей власти и оппозиции

Практическая значимость работы заключается в систематизированном описании технологий СОВ политике, анализе и оценки их применения избирательных кампаниях, а также выявление новых идей, направленных на то, чтобы влиять на оппозицию и сознание людей.

Структура дипломной работы состоит из введения, двух глав, заключения и библиографии.

Первая глава «Теоретические аспекты применения PR-технологий в политической борьбе между властью и оппозицией» раскрывает основные моменты по данной тематике, рассказывает о становлении власти и оппозиции, о сущности, целях и задачах политического PR.

Вторая глава «Власть и оппозиция в современной России» расскажет об особенностях проведения политических PR-кампаний в России и даст нам объективную оценку и подробно расскажет о положительных и негативных сторонах отечественной власти и оппозиции.

Глава 1. Теоретические аспекты применения PR-технологий в политической борьбе между властью и оппозицией.

1.1 История возникновения и становления власти и оппозиции

Изначально, когда человек был ещё совсем диким - когда не было ни городов, ни дорог, ни современных средств связи и многого другого - чтобы прокормиться и выжить, он занимался собирательством: искал себе еду, чтобы утолить физиологическую потребность в пище. Это было не сложно - нужно было просто подойти к дереву или к кусту и сорвать плод. Людей на том этапе истории было немного и поэтому еды хватало всем. Для собирательства не нужны ни продуманный план, ни чёткая организация. От каждого по способностям - каждому по потребностям! Настоящий "коммунизм", правда, первобытный. Климат был жарким и поэтому человеку не требовались ни одежда, ни тёплый хорошо обустроенный дом. Однако времена менялись. Произошло глобальное похолодание, что привело к тому, что возникли потребности в жилище и одежде. Население Земли росло, а продуктов питания больше не становилось - так появилось соперничество между людьми за обладание тем или иным ресурсом. А, как известно, соперничество нередко приводит к конфликтам. Сильные особи могли спокойно отобрать еду у слабых, при этом ещё и нанести им травмы или даже убить и тут у человека стала появляться потребность не только в пище и в отдыхе, но и в безопасности. Чтобы выжить, необходимо было создать группу из людей, у которых были бы общие цели. Так появились первые общины, но с ними появились и лидеры этих общин. Кто-то должен был стоять во главе и принимать решения. Так и зародилась власть. Это был ответ на вызов времени. Конечно, "доисторическая власть" была крайне примитивной (ведь у человека в те времена даже речь отсутствовала), но всё-таки она позволяла решить очень важную задачу - обезопасить своих от чужих и обеспечить первых продуктами питания.

Из общин постепенно складываются племена, стали появляться орудия труда, произошло разделение труда, люди научились добывать пищу не только

путём собирательства, но и путём охоты, рыболовства, скотоводства, а позже и земледелия, появились жилища, произошли изменения как в отношениях между племенами - появились браки между мужчиной и женщиной, так и в духовной сфере - люди начали верить в богов (духов), стали им молиться, строить им специальные здания для молитв. Люди воюют друг с другом за земли, еду, различную утварь. Появляются первые армии. От вождя требуют защиты и мудрого правления, а он/она в свою очередь получает привилегированное положение в обществе (лучшую пищу, самый большой дом и прочее). Однако, это теория, а на практике - не каждый вождь был мудрым/мудрой, мог обеспечить процветание, ну или хотя бы достойную жизнь жителям своего племени/государства (на то много причин: от поражения в битве с другим племенем, до глобального изменения климата и резкого изменения обстановки не в пользу племени). Происходят разногласия между вождём и жителями. Появляется необходимость в альтернативном мнении, в решении конкретных задач, связанных с выживанием, развитием общества.¹

Начинают появляться "вольнодумцы" и "критики", которые ставят своей задачей донести своё мнение (которое с их точки зрения резко изменит обстановку в лучшую сторону) до масс. И на этом этапе начинается "борьба за умы" между властью в лице вождя и оппозицией в лице конкретного человека (можно предположить, что это охотники, и каждый говорит, что знает где лучше добывать пищу или где безопаснее жить для племени/общины.).

Общество никогда не было и не будет единым во взглядах (по крайней мере, во всём): всегда будет человек, у которого будет иное видение решения проблем и что важно, он/она пользуется авторитетом среди людей. Простым жителям, как правило, очень нравится, когда интересуются их мнением и положением дел. А также им нравятся герои, не побоявшиеся бросить вызов правящему режиму и, несмотря ни на что, отстаивающие права бедняков. Всё это ведёт к тому, что оппозиционеров начинают ценить, к их мнению прислушиваются массы. И,

¹ Владимир Петров. История Древнего мира: учеб. пособие для вузов.-Россия: 2010.-с 3

конечно же, это не может не попасть в поле зрения правящего человека. Отсюда вытекает следующее: власти, чтобы не утратить своих позиций, необходимо бороться с вольнодумцами - начинают появляться методы влияния, как на самих оппозиционеров, так и на население.

Теперь рассмотрим, как появилась демократическая власть (где правитель избирается гражданами его государства на определённый срок и который в ответе перед этими гражданами за политическую, экономическую, военную обстановку в государстве и где существует оппозиция) и власть авторитарная (где правитель не избирается и не несёт ответственности перед своими гражданами). Как уже говорилось раньше, людям был необходим правитель для решения сложных задач, связанных с обеспечением своих соплеменников продуктами питания и защитой их от посягательств со стороны других племён. Как правило, вождём выбирали самого достойного человека, который являлся либо самым лучшим охотником, либо самым сильным человеком, либо самым дальновидным и хитрым, который может принести значительную пользу обществу - на собраниях. Если по каким-то причинам, вождь не справлялся со своими обязанностями (или он попросту состарился и уже не может править) или его действия привели к большим людским потерям, то выбирали другого вождя.² Провинившегося вождя, в этом случае, ждала незавидная участь - его либо убивали, либо изгоняли из племени, что было смерти подобно, так как выжить в одиночку было очень трудно. Хотя чаще всего у бывшего вождя просто отбирали имущество, которое он старательно наживал, всё то время пока был у власти. Конечно, такую систему сложно назвать демократической. Власть при родоплеменном строе, как правило, патриархальна, то есть, женщины не имеют избирательных прав и свобод, а также из-за регулярных столкновений одних племён с другими, начинают появляться невольники или рабы, которые также не имеют прав распоряжаться своей жизнью, а, следовательно, и принимать участие в политической жизни государства

² Александр Шейн. История человека: учеб. пособие для вузов.-Россия: 208.-с 16

(племени). Избирательное право есть лишь у взрослых, свободных мужчин от которых и будет зависеть жизнь государства.³Такая система (правда, с изменениями) перекочевала из первобытного строя в античность. В частности, в Древнюю Грецию и Древний Рим, где, несмотря на избираемость власти и существование оппозиции, подавляющая часть населения в лице женщин и невольников (а их было огромное количество, причиной тому служили частые войны) - правами не обладала. Однако, несмотря на всю несправедливость и жестокость, эта система предусматривала выборы и критику правящей власти. В Древней Греции (а точнее в её полисах, она была крайне раздроблена) и в Древнем Риме были очень популярны ораторы, выступающие перед гражданами с речами, и которые могли хулить власть и высказывать своё мнение на счёт того или иного события. Важно отметить, что в Древней Греции были и тираны, то есть лица, которые узурпировали власть в стране и управляющие, так как им угодно, а в Древнем Риме - диктаторы, которые также обладали огромной властью в стране. Они назначались сроком на один год для спасения страны от хаоса.

С другой стороны, возникла и жёсткая авторитарная власть. Возникновение её происходит во многом из-за того, что одни племена, ведя постоянные войны со своими соседями, постепенно расширялись. Правители таких народов стали контролировать громадные пространства, на которых проживали многочисленные народы, у которых отличался уклад жизни, традиции, вера. Для успешного управления большим государством с многонациональным населением требуется сильная центральная власть. Просто захватить чужие страны (племена) - мало. Необходимо было их удерживать в составе своей державы - а для этого нужно их усмирить, причём, так чтобы больше они и не думали восстать. Лидер племени, покорившего другие племена, наделяется огромными правами. Он непререкаемый авторитет как для своих, так и для чужих. Его воля - закон. Это необходимо для того, чтобы избавить страну от лишних политических колебаний - ведь люди

³ Владимир Никишин. История Древнего Рима: учеб. пособие для вузов.-Россия: 2006.-с.231

скорее покорятся самому сильному и могущественному, тому, кто подобен богам в уме и силе. Это сводит на нет мятежи и бунты, так как при такой системе восстать против властителя - означает восстать против бога. Все должностные лица в таком государстве преданны государю и должны всегда ему повиноваться. Таким образом, легче всего управлять огромным государством и народами, проживающими в нём. Нет споров и разногласий в политике, экономике и в армии. Но в то же время, такая власть, которая никогда не прислушивается к мнению других членов общества часто может порождать бунты и недовольство. Ярчайшие примеры таких режимов - Ассирия, Древняя Персия, Древний Египет. Именно в этих государствах правящее лицо обладало колоссальной властью и было, подобно богам. При таких властителях оппозиционеров физически устраняли.⁴

В предшествующие эпохи власть часто прибегала к насилию. Она предпочитала не договариваться с оппозицией, а физически ликвидировать того человека (или группу лиц), который представлял для неё угрозу. Вспоминается чудовищная расправа сенаторов над народными трибунами в Древнем Риме. Речь идёт о Братьях Гракхах, Луции Сатурнине и Сульпиции Руфе. Они боролись за снижение цен на хлеб, раздачу завоёванных земель солдатам в Малой Азии и Африке (римской провинции), предоставление прав римского гражданства италийским союзникам, которые помогали Риму в его бесконечных военных кампаниях. И это не смотря на то, что плебейские трибуны обладали неприкосновенностью (убить их было актом святотатства) и поддержкой населения их убили, так как Римский Сенат боялся их растущего влияния.⁵ Стоит также заметить, что боролись они не только за благополучие простых жителей и союзников, но и за своё собственное. Жестокость со стороны власти, возникшая ещё в древнем обществе, проявлялась и во времена Античности, Средневековье,

⁴ Аристотель. Политика.-СПб.: Питер, 2014.-с.37

⁵ Антон Короленков (в соавторстве). Сулла.- Москва.: Жизнь замечательных людей, 2007.-с.102

Новом времени. Частым явлением было, к примеру, запугивание инакомыслящих всевозможными угрозами расправы или подкуп. И даже в настоящее время эта практика с убийством, запугиванием и преследованием инакомыслящих живёт в современных государствах, как правило, авторитарных. Власть, не смотря ни на что, уходит не желает (как я писал выше, из-за привилегированного положения). Необходимо было иметь сильную армию и хорошо подготовленных офицеров - дворян. А за хорошую службу надо щедро платить. Именно поэтому монархи дарили дворянам земли, крестьян. Получается замкнутый круг. Если хочешь проводить реформы - необходимо иметь стабильное государство (так как невозможно провести грамотные реформы в истерзанной войной стране), для этого, в свою очередь, важно обладать сильной армией и "дружить" с дворянами, а чтобы "дружить с дворянами" необходимо дарить им земли, людей и привилегии. А что же простые жители - крестьяне? Они в последнюю очередь. Понимая, что их просто используют в бесконечных военных компаниях и обворовывают путём сбора непомерно высоких налогов, крестьяне не редко поднимали оружие против дворян и королей. Бунты, мятежи, восстания, связанные с борьбой угнетённых за свои права (часто просто за снижение налогов и цен на хлеб), ещё больше осложняли небес того, итак, удручающую обстановку в государстве. Постоянное насилие и невежество мешали развитию образования и культуры, без которых невозможно было осуществлять преобразования в государствах. Это приводило, и, будет приводить к кровавым восстаниям, революциям, гражданским войнам, казням монархов и установлениям диктатур. Погибло множество людей, ещё больше пострадало, прежде чем власть поняла необходимость проведения реформ и улучшения жизни всего общества, а не отдельной его части (приближённой к правителю элиты).

Важно отметить роль просветителей таких как Монтескье, Вольтер, Руссо, оказавших огромное влияние на становлении будущей политической оппозиции, интеллигенции, которая заявит о себе в 19 веке - веке, который вошёл в историю

не только благодаря тому, что появились поезда, телеграф и "Кока-Кола", но и революциям, принятием конституций, национально-освободительным и рабочим движениям, формированием политических партий и профсоюзов. Люди с давних пор мечтали (и мечтают) о прекрасной стране возможностей и светлого будущего, где были бы и всевозможные свободы, и экономическое благополучие и не только для малой части населения, а для всех граждан: богатых и бедных, сильных и слабых. Достичь этого в средневековом мире было невозможным - правящие круги просто не желали делиться своей "божественной" властью с простыми людьми.⁶ Сама феодальная система предусматривала, что крестьяне - должны работать в поте лица и обеспечивать своих помещиков едой и всем необходимым и ничего, при этом, не требовать кроме защиты со стороны своего господина. Но времена шли и в умах наиболее просвещённой публики всё чаще и чаще стали возникать мысли о жуткой несправедливости бытия и необходимости перемен. Этому способствовало развитие образования и культуры. Власти также понимали необходимость в реформах и улучшении условий жизни для своих подданных. Они вели переписки с мыслителями (Вольтер - Екатерина Вторая), обсуждали различные политические темы, строили больницы, школы. Однако, непрекращающиеся и затяжные войны, которые тогда бушевали в Европе (как, впрочем, и в остальном мире), а вследствие этого огромные налоги, эпидемии и голод разоряли страны и их население и мешали планам по преобразованию.

К сожалению, строить государство нового типа, в котором были бы и свободы, и плюрализм мнений и отсутствие эксплуатации населения очень сложно и проблематично. Во-первых, чтобы начать проводить заветные реформы и преобразования важно прийти к некоему консенсусу со всеми политическими партиями и деятелями. В противном случае, если пренебрегать мнениями общественности (имеющей иные взгляды на происходящее) можно погрузить страну в тяжелейший политический кризис, а вследствие этого и к стагнации

⁶Сергей Кречетов. Власть в феодальном обществе: учеб. пособие для вузов.-Россия: 200.-с 12

экономики. Во-вторых (возьмём образованные в 1776 году США как пример государства нового типа), крайне трудно строить новое государство, которое, не обладая пока ещё серьёзными вооружёнными силами, граничит с могущественной империей (Канада, с которой граничили /граничат США была под контролем Великобритании - главного врага США в конце 18, начале 19 веков).⁷

Это был мучительно долгий процесс борьбы за улучшение условий проживания, но люди добились своего (к сожалению, не везде). Но, поскольку подавляющая часть населения политически безграмотна - ей необходимы люди, которые бы от лица народа донесли наверх о проблемах. Так и зародилась оппозиция в современном виде. Власть, хоть и пошла, идёт, и будем, надеется, пойдёт на значительные уступки обществу, всё же не спешит уходить. В современной жизни она использует все возможные технологии и возможности для завоевания расположения масс и давления, в той или иной мере, на оппозицию. Сильной ей в этом помогают различные PR-технологии. Это взаимодействие с телеканалами, радио, газетами и интернет-изданиями, создание средств наглядной агитации (листовки, плакаты и баннеры на улицах), непосредственное общение чиновников и депутатов с населением. Благодаря PR-технологиям очень эффективно, особенно, если государство ограничивает работу оппозиционных средств массовой информации, формировать положительный образ действующей власти и критиковать (или, наоборот, замалчивать) оппозиционеров, выставляя на всеобщее обозрение их недостатки (сюда можно отнести всё, что угодно - начиная от получения инвестиций из-за рубежа и заканчивая грубыми обвинениями в радикализме). Оппозиция тоже использует различные технологии для взаимодействия с публикой, однако её возможности ограничены, по сравнению с её прямым конкурентом (особенно это касается тех государств, которые только начали или до сих пор "идут" к демократии). Без грамотного PR и

⁷Виноградов П.В. История США.-Москва.:Эксмо,2004.-с.45

имиджмейкинга(как отдельного лица, так и партии/организации) в настоящее время невозможно эффективно влиять на массы и соперничать с оппозицией.⁸

1.2 Проблема взаимоотношений между властью и оппозицией.

В предыдущей главе я рассказал, как появилась власть и оппозиция. Первая возникла в результате радикального изменения обстановки не в лучшую сторону для людей и была необходима для безопасной жизнедеятельности человека. Вторая являла собой потребность в альтернативном взгляде на происходящее вокруг, решение той или иной проблемы в обществе. Теперь необходимо поговорить о проблемах во взаимоотношениях между правителями и оппозиционерами. В этой части я хотел бы рассмотреть несколько видов оппозиции: легальной, полуполюгальной и нелегальной, а также политические режимы. В зависимости от характера господствующего политического режима политические системы бывают демократическими, авторитарными и тоталитарными. Характерные черты политической системы демократического типа: - правление большинства; - свобода критики и оппозиции правительству; - защита меньшинства и, в свою очередь, его лояльность политическому сообществу; - право народа на участие в решении государственных дел; уважение и охрана права человека. Характерные черты авторитарной политической системы: -использование сильных, жестких средств решения социальных и политических проблем, опора на репрессивные органы в деятельности; - ограничение политических свобод граждан, подавление оппозиции; - централизация управления, подавление региональной и личностной автономии; - сосредоточение функций управления обществом в одном лице или узком социальном слое. Различие мнений, интересов, позиций, направлений политической жизни, порождаемое самой природой политики, ставит вопрос об отношениях между силами, обладающими политической властью, и теми, кто

⁸ Томас Грей «Оппозиция на самом деле».изд «Эксмо».-Россия: 2001.

борется против них.⁹ В тоталитарных, авторитарных политических системах отношения между властью и оппозицией - антагонистичны, власть не признаёт права на существование, какого бы то ни было иного мнения по развитию и улучшению страны кроме своего собственного. Диалог между этими двумя силами здесь либо отсутствует полностью, т.е. абсолютно все представители оппозиции (начиная от умеренных и заканчивая радикально настроенными) рассматриваются исключительно как враги, желающие лишь уничтожения и порабощения великой страны, либо вводятся существенные ограничения на работу оппозиционных партий, каналов, политиков. Если, в первом случае власть кого-то заподозривает в связях с оппозицией (или как в таких странах говорят "врагами народа"), то его немедленно арестовывают и признают виновным, а далее его ждёт или каторга или смертная казнь, то во втором, власть просто ограничивает доступ человека к информационным ресурсам, запугивает, может лишить работы путём давления на начальство той компании, в которой человек работает. Авторитарный режим можно рассматривать как своего рода «компромисс» между тоталитарным и демократическим политическими режимами. Он, с одной стороны, мягче, либеральнее, чем тоталитаризм, но, с другой стороны, жестче, антинародное, чем демократический. Авторитарный режим — государственно-политическое устройство общества, в котором политическая власть осуществляется конкретным лицом (классом, партией, элитной группой и т.д.) при минимальном участии народа.¹⁰ Главную характеристику данного режима составляет авторитаризм как метод властвования и управления, как разновидность общественных отношений (например, Испания периода правления Франко, Чили во времена власти Пиночета). В любом случае, в тоталитарных и авторитарных политических режимах между властью и оппозицией (или простым альтернативным мнением, так как в тоталитарных

⁹ Сидоров П.В. Политика в США.-Москва.:Эксмо,2004.-с.45

¹⁰ Новиков П.В. Оппозиция в Европе и США.-Москва.:Нот,2004.-с.45

странах оппозиции не существует, а есть лишь отдельные вольнодумцы) возможны только отношения отбрасывания, подавления. В демократической политической системе открывается возможность сосуществования, конструктивного взаимодействия как политических сил, обладающих государственной властью, так и тех, кто ей противостоит, оспаривает - оппозиции.¹¹ Оппозиция может использовать разные формы взаимодействия с властью и влияния на нее. Лояльная оппозиция действует как часть политической системы, соблюдая ее основные законы и принципы, отказывается от использования силы во взаимодействии с властью. Ее представители входят во все элементы политической структуры демократического общества, открыто и активно участвуют в политической жизни. Формы участия могут быть достаточно многообразны: избирательная деятельность, критика правительства и его действий, разнообразные формы влияния на принятие политических решений, иногда даже участие представителей оппозиции во властных структурах (конструктивная оппозиция). Власть и оппозиция в этом случае, несмотря на наличие очевидных противоречий, готовы к диалогу, сотрудничеству, особенно в сложных, кризисных условиях жизни общества. Легальная оппозиция располагает следующими возможностями: организация митингов и шествий в выходные дни в максимально удобное для людей время (как правило - это середина дня), присутствие лидеров оппозиционных партий на теледебатах, различных конференциях и мероприятиях, возможность использования для своей агитации государственные СМИ, хорошее государственное финансирование. Наличие ряда особых возможностей и привилегий с одной стороны помогает легальной оппозиции, хотя бы путём раскрутки на государственных каналах, так и наносит вред - другие оппозиционеры, не пользующиеся "льготами" со стороны правящей власти и часть населения говорят, что легальная оппозиция — это "ручной зверёк"

¹¹Ильински, И. М. государственная молодёжная политика: уроки недавнего прошлого // Вузовский вестник. – 2009. - №3.с76.

на "поводке" власти и создана исключительно для "галочки", для легитимизации правящей власти. Нелегальная оппозиция в силу разнообразных причин, зависящих как от правительства, так и от нее самой, исключается из политической системы, а ее права и притязания не признаются, а подавляются властными структурами. Нелегальная оппозиция осуществляет скрытую политическую деятельность, часто использует (или ее вынуждают использовать) насильственные средства борьбы.

Следует, однако, подчеркнуть и то, что нелегальная оппозиция существует или может существовать не только в странах с авторитарными и тоталитарными режимами, но и в демократических. Это происходит из-за того, что идеология этой оппозиции через чур радикальна и идёт в разрез с общепринятыми ценностями. Сюда можно отнести ультраправых, которые не скрывают своих симпатий к нацистскому режиму в Германии 1933-1945 гг., призывают к уничтожению секс-меньшинств, оправданию Холокоста и иных преступлений, совершённых нацистами и их пособниками. Полулегальная оппозиция включает политические силы, которые воздерживаются от открытого вызова и противостояния по отношению к власти, но и не сотрудничают с ней, предпочитая скрытную работу по дискредитации правящего режима, а также налаживание контактов со своими единомышленниками.

1.3 Политический PR, его цели и задачи.

Политический PR - разновидность информационной деятельности, направленной на создание положительного имиджа, соответствующих коммуникаций с целевыми аудиториями, поддержание доверительных отношений партнёров и контрагентов политических групп, организаций, участвующих в борьбе за власть в государстве¹². Политические PR технологии - интеллектуальные комплексы или системы, нормативно определяющие акции,

¹² Политические коммуникации/Отв.ред. А.И. Соловьев.- М.: Аспект Пресс, 2004.-с. 141

действия и т.д., повышающие эффективность политических групп, организаций, участвующих в борьбе за власть.¹³ Субъектом политического PR могут выступать любые субъекты политики, в том числе, когда они выступают представителями политических партий, властных структур, политических деятелей беспартийных и т.д. Любой политик, который хочет быть избранным на какую - либо определённую должность непременно сталкивается с конкуренцией. Её обеспечивают другие кандидаты от других партий (или самовыдвиженцы). Начинается нешуточная борьба за голоса граждан. Появляется явная необходимость в эффективной презентации своей программы и политических взглядов для того, чтобы именно они большего всего понравились и запомнились избирателям. А для этого жизненно важно обладать рядом умений, таких как: ораторское мастерство, умением расположить к себе людей, заинтересовать избирателя, другими словами, необходимо создать свой уникальный имидж, свою манеру подачи информации, которая отличала бы одного конкретного кандидата от других, при том, в лучшую сторону и позволяла ему выгодно смотреться в сравнении с другими кандидатами. Здесь стоит отметить различные телешоу и теледебаты, где политики, выступают, рассказывают о своих программах и критикуют других политиков, порой, критика бывает через чур грубой, что вызывает негодование как у конкретных кандидатов, так и у части избирателей. Для этого политики и пользуются услугами PR-специалистов, которые и помогают им в создании этого имиджа.

Отсюда можно также сделать вывод о том, что политический PR это ещё и специализированные действия субъектов политики, которые направлены на качественное управление их публичными коммуникациями и на повышении степени политической конкурентоспособности за счёт привлечения поддержки из общества. Тут необходимо рассказать и работе политика со СМИ, которые

¹³ Материалы Всероссийского семинара-конференции «Общество – выборы – СМИ – 1999 год: Между «чистыми» и «грязными» политическими технологиями (А.Ю. Кошмаров, Г.С. Кузнецов)»

приглашают его на интервью. Это прекрасная возможность заявить о себе. Важно отметить и поездки политика по стране. Там кандидат может провести запланированные встречи с избирателями: как правило, на этих мероприятиях он выслушивает проблемы, тревоги граждан, объясняет доступно свою программу, делает обещания и воодушевляет толпу (очень часто можно услышать следующие призывы: «Мы здесь власть!» «Необходимо пойти на выборы и проголосовать - выполнить свой гражданский долг!» «Власть должна бояться народа, а не народ власть!» Эти, уже давно зарекомендовавшие себя практики, позволяют существенно увеличить как число потенциальных избирателей, так и расширить интерес к своей персоне/партии.¹⁴

Иными словами, цель политического PR - обеспечение качественной коммуникации политического лидера/партии с его целевыми аудиториями, путём привлечения средств массовой информации, общественных организаций, населения, партнёров. Эффективность коммуникации достигается прежде всего, благодаря взаимопониманию, взаимоуважению, формированию положительной репутации, привлекательного образа политического лидера или партии, а также её первых лиц в глазах всего общества.

Существует ряд задач, которые необходимо выполнить для организации качественной коммуникации партии или конкретного лица и ЦА.

- Сначала крайне важно изучить мнение общественности относительно определённого политического деятеля/партии. Здесь можно проводить различные опросы (например, в Интернете, также сегодня существует возможность проголосовать за понравившегося кандидата прямо на теледебатах, отправив соответствующее сообщение с номером кандидата в программу) Для этого как уже писалось выше, кандидат и ходит на различные интервью, теледебаты, так как именно там публика может

¹⁴Чернушенко А.А. Федорова В.Д. Чёрный пиар в политике. Электронная версия. С.210-213.

познакомиться с кандидатом. Важно понимать, что и интервью и теледебаты это очень ответственный шаг, самое важное. Если здесь будут допущены серьёзные ошибки (частые запинки, невнятная речь, испуг), то у кандидата будут серьёзные трудности в формировании своей аудитории. Это будет использоваться и популяризироваться политическими конкурентами, жаждущими провала своих коллег.

- Второй шаг заключается в создании привлекательного образа политического деятеля или партии, который бы соответствовал ожиданиям ЦА или потенциальных избирателей (к примеру, образ "борца с несправедливостью и угнетением малообеспеченных граждан", который будет критиковать власть, коррупцию, олигархов и т.д.)
- Третий шаг - это формирование общественного мнения о том или ином политическом деятеле или партии. Это предполагает информирование общества о цели, состоянии, перспективах и целях, которые в обозримом будущем политик собирается осуществить, заняв ту или иную должность. Сюда можно отнести всевозможные обещания о том, что скоро все злодеи получат своё наказание за преступления, совершённые ими против страны и народа, и что простые люди будут жить лучше.
- Затем, мониторинг PR-информации, поступающей через различные каналы коммуникации.
- Отслеживание разнообразных недоразумений и конфликтов с общественностью. Это борьба с нежелательными слухами, которые нередко придумывают журналисты и конкуренты и которые нужны для того, чтобы подорвать авторитет политика. К примеру, один кандидат посещает ночные клубы, много пьёт (можно подделать фотографию в "фотошопе" или иных программах схожего профиля), имеет связи с криминалитетом.¹⁵

¹⁵ Цуладзе А.М. Формирование имиджа политика в России. – М.:2002

Политический PR способствует формированию определённой модели в сознании социума для реализации политических намерений, следовательно, ещё задолго до выборов, проведение грамотной PR-кампании позволяет проинформировать и расположить к себе избирателей, тем самым обеспечив себе победу на предстоящих выборах.¹⁶

Существенную роль в формировании общественного мнения о политике играет "дружба" этого политика с известными и уважаемыми в обществе людьми: деятелями искусства, спортсменами, военными, учёными, политиками. Кандидат, который состоит в дружбе с уважаемыми людьми, как бы показывает, что он действительно честен с людьми, ведь не будет же известный и уважаемый человек поддерживать дружеские отношения с коррупционером, обманщиком.

Необходимо отметить, что когда речь идёт об организации политического PR, то перед нами предстаёт весьма и весьма специфичная деятельность, в которой важно учитывать и административные и гражданские права и, конечно же, социально-экономическое состояние общества.

1.4 Политические PR-технологии.

PR-технологии в политике — это технологии, с помощью которых можно формировать у избирателей позитивный имидж конкретного человека или партии/организации, а также создавать успешные коммуникативные связи, позволяющие повышать эффективность деятельности кандидата или партии в политической борьбе с другими партиями и кандидатами. Важно внести различие в понятия "политический PR и его технологии" и "пропаганда". Пропаганда характеризуется наличием огромного спектра всевозможных манипулятивных, скрытых средств воздействия на аудиторию, и, как правило, такую возможность очень часто имеет лишь правящая партия с вождём. Распространена в странах с тоталитарными и авторитарными политическими режимами, реже в странах с

¹⁶ Соловьев. А.И. Политические коммуникации/ Отв. Ред. А.И. Соловьев. – М.: Аспект Пресс, 2004.-с. 141

демократическими политическими режимами. Она также строится на недостоверной и крайне субъективной информации о том или ином политическом, экономическом, военном событии, однако, пропаганда со стороны оппозиции, если такая вообще есть - недопустима, за неё предусматривается наказание согласно законам государства. С середины 20 века, термин "политическая пропаганда" начинает приобретать негативный оттенок, особенно в странах "западной демократии".¹⁷

Политический PR - характеризуется много большей открытостью и правдивостью. Здесь необходимо установить честные, открытые и гармоничные отношения между кандидатом/партией с одной стороны и аудиторией с другой. "Залог успеха PR - в правдивой и полной (объективной) информации, в непрерывной деятельности".¹⁸ Это происходит из-за того, что при наличии серьезной политической конкуренции (характерно, как правило, для демократических стран), кандидат, строящий свою политическую программу на лжи и недостоверности, быстро потеряет влияние и доверие со стороны граждан. Его будут обвинять во лжи, сокрытии важных фактов и очень скоро он просто потеряет возможность конкурировать со своими более честными и непредвзятыми коллегами.

Теперь следует рассмотреть задачи политических PR-технологий:

Первый шаг - формирование достойного имиджа политика или партии.¹⁹

- Имидж - объективный фактор, играющий ключевую роль в оценке любого политического деятеля/партии, который формируется целенаправленно в массовом сознании. Разработка собственного политического имиджа очень сложный и кропотливый процесс, ведь от него зависит будущее политического деятеля или партии, отношение к нему/ к ней со стороны избирателей, для его успешного формирования

¹⁷Сэм Блэк «Publicrelations. Что это такое?» «Новости», совместно с СП «АСЭС-Москва», 1990

¹⁸СэмБлэк «PublicRelations. Что это такое?» «Новости», совмсестно с СП «АСЭС-Москва»,1990

¹⁹ Зотова З.Избирательная компания: технологии организации и проведения.-М., 2005.

PR-специалисты опираются на внешность, темперамент, прошлое, образование политика. Имидж может меняться со временем (например, если политик переходит из одной партии в другую, т.е. меняет свои политические взгляды или, если в стране резко меняется обстановка)

- Встречи с избирателями
- Участие членов партии в общественно значимых событиях и других важных мероприятиях
- Выступление членов партии перед своей аудиторией
- Сопоставление реальных качеств кандидатов с ожиданиями ЦА посредством биографии кандидатов, лидеров партий и истории становления партии

Следующий шаг направлен на создание долговременных коммуникаций между политиком и его аудиторией. Сюда относятся:

- Проведение различных партийных мероприятий (митинги, субботники) и акций. Предполагается, что здесь будут задействованы и политики и простые граждане
- Информирование общественности о партийной жизни (как правило, это необходимо для разъяснения гражданам политики партии/политика, ответы политиков на вопросы)
- Интервью с кандидатом
- Теледебаты с оппонентами (на этих мероприятиях политик может выступать не просто со своей программой, но и с критикой своих соперников)
- Работа с печатными изданиями и интернет-изданиями (проведение опросов населения)

И, наконец, последнее, это сглаживание "острых углов". На этом этапе важно проанализировать работу СМИ (точнее проверить, что там происходит) и ликвидировать различные слухи и "неприятные" истории, которые распускают

политические оппоненты и которые могут подорвать авторитет политика/партии в народе.

Важно отметить, что такая система работает только в демократических странах, когда в "закрытых" государствах такое редкость. Как уже говорилось, власть в таких странах конкуренцию в лице оппозиции не терпит. Нельзя сказать, что в тоталитарных государствах нет никакой борьбы с действующим режимом, она существует, и даже может вести вполне активную борьбу с правящим режимом (самиздат, распространение листовок с призывами к революции/реформам, книг), однако, эта борьба не легальна. Если такие "группировки" разоблачают - то их представителей, как уже неоднократно подчёркивалось ждут наказания, вплоть до смертной казни.

В этой части я хотел бы рассмотреть несколько видов оппозиции: легальной, полулегальной и нелегальной, а также политические режимы. В зависимости от характера господствующего политического режима политические системы бывают демократическими, авторитарными и тоталитарными. Характерные черты политической системы демократического типа: - правление большинства; - свобода критики и оппозиции правительству; - защита меньшинства и, в свою очередь, его лояльность политическому сообществу; - право народа на участие в решении государственных дел; уважение и охрана права человека. Характерные черты авторитарной политической системы: -и использование сильных, жестких средств решения социальных и политических проблем, опора на репрессивные органы в деятельности; - ограничение политических свобод граждан, подавление оппозиции; - централизация управления, подавление региональной и личностной автономии; - сосредоточение функций управления обществом в одном лице или узком социальном слое. Различие мнений, интересов, позиций, направлений политической жизни,

порождаемое самой природой политики, ставит вопрос об отношениях между силами, обладающими политической властью, и теми, кто борется против них.²⁰

В тоталитарных, авторитарных политических системах отношения между властью и оппозицией - антагонистичны, власть не признаёт права на существование, какого бы то ни было иного мнения по развитию и улучшению страны кроме своего собственного. Диалог между этими двумя силами здесь либо отсутствует полностью, т.е. абсолютно все представители оппозиции рассматриваются исключительно как враги, желающие лишь уничтожения и порабощения великой страны, либо вводятся существенные ограничения на работу оппозиционных партий, каналов, политиков. Если, в первом случае власть кого-то заподозривает в связях с оппозицией (или как в таких странах говорят "врагами народа"), то его немедленно арестовывают и признают виновным, а далее его ждёт или каторга или смертная казнь, то во втором, власть просто ограничивает доступ человека к информационным ресурсам, запугивает, может лишиться работы путём давления на начальство той компании, в которой человек работает. Авторитарный режим можно рассматривать как своего рода «компромисс» между тоталитарным и демократическим политическими режимами. Он, с одной стороны, мягче, либеральнее, чем тоталитаризм, но, с другой стороны, жестче, антинародное, чем демократический. Авторитарный режим — государственно-политическое устройство общества, в котором политическая власть осуществляется конкретным лицом (классом, партией, элитной группой и т.д.) при минимальном участии народа. Главную характеристику данного режима составляет авторитаризм как метод властвования и управления, как разновидность общественных отношений (например, Испания периода правления Франко, Чили во времена власти Пиночета). В любом случае, в тоталитарных и авторитарных политических режимах между властью и оппозицией (или простым альтернативным мнением, так как в тоталитарных

²⁰Томас Грей «Оппозиция на самом деле».изд «Эксмо».-Россия: 2001.

странах оппозиции не существует, а есть лишь отдельные вольнодумцы) возможны только отношения отбрасывания, подавления. В демократической политической системе открывается возможность сосуществования, конструктивного взаимодействия как политических сил, обладающих государственной властью, так и тех, кто ей противостоит, оспаривает - оппозиции. Оппозиция может использовать разные формы взаимодействия с властью и влияния на нее. Лояльная оппозиция действует как часть политической системы, соблюдая ее основные законы и принципы, отказывается от использования силы во взаимодействии с властью. Ее представители входят во все элементы политической структуры демократического общества, открыто и активно участвуют в политической жизни. Формы участия могут быть достаточно многообразны: избирательная деятельность, критика правительства и его действий, разнообразные формы влияния на принятие политических решений, иногда даже участие представителей оппозиции во властных структурах (конструктивная оппозиция). Власть и оппозиция в этом случае, несмотря на наличие очевидных противоречий, готовы к диалогу, сотрудничеству, особенно в сложных, кризисных условиях жизни общества. Легальная оппозиция располагает следующими возможностями: организация митингов и шествий в выходные дни в максимально удобное для людей время (как правило — это середина дня), присутствие лидеров оппозиционных партий на теледебатах, различных конференциях и мероприятиях, возможность использования для своей агитации государственные СМИ, хорошее государственное финансирование. Наличие ряда особых возможностей и привилегий с одной стороны помогает легальной оппозиции, хотя бы путём раскрутки на государственных каналах, так и наносит вред - другие оппозиционеры, не пользующиеся "льготами" со стороны правящей власти и часть населения говорят, что легальная оппозиция — это "ручной зверёк" на "поводке" власти и создана исключительно для "галочки", для легитимизации правящей власти. Нелегальная оппозиция в силу разнообразных причин,

зависящих как от правительства, так и от нее самой, исключается из политической системы, а ее права и притязания не признаются, а подавляются властными структурами.

Следует, однако, подчеркнуть и то, что нелегальная оппозиция существует или может существовать не только в странах с авторитарными и тоталитарными режимами, но и в демократических государствах. Это происходит из-за того, что идеология этой оппозиции через чур радикальна и идёт в разрез с общепринятыми ценностями. Сюда можно отнести ультраправых, которые не скрывают своих симпатий к нацистскому режиму в Германии 1933-1945 гг., призывают к уничтожению сексменьшинств, оправданию Холокоста и иных преступлений, совершённых нацистами и их пособниками. Полулегальная оппозиция включает политические силы, которые воздерживаются от открытого вызова и противостояния по отношению к власти, но и не сотрудничают с ней, терпимо относятся к действиям других политических сил, выходящих за рамки разрешенного в данном обществе законом.

Подводя итоги первой главы данной работы, необходимо сделать выводы о следующем: отношения между властью и оппозицией определяются, прежде всего, существующим в конкретном государстве конкретным политическим режимом, от которого будут зависеть и существование оппозиции и рамки её возможностей воздействия на правительство и людей. В тоталитарных государствах оппозиции не существует - она преследуется, а её приверженцы подвергаются арестам и ссылкам, нередко дело доходит и до смертной казни, в авторитарных государствах оппозиция если и существует, то как правило, она либо "игрушечная", либо серьёзно притесняется со стороны действующей власти, оппозиционеров преследуют, ограничивают в правах, лишают возможности устройства на хорошую высокооплачиваемую работу, поступить в престижный университет/академию. В демократических государствах оппозиция и власть

строят свои отношения путём выстраивания диалога. Преследования оппозиционеров, как правило, нет.²¹

В современных демократических государствах, где присутствуют такие явления, как: многопартийность и плюрализм – необходим политический PR. Важно правильно донести свою идеологию до электората. Максимально эффективно преподнести свою партию. Для этого крайне важно: во-первых, создать яркий имидж (то, чтобы отличало вашу партию от других), во – вторых, постоянно работать с населением (по каналам коммуникаций), взаимодействовать со СМИ. От грамотной PR – кампании зависит очень многое (даже будущее партии/политика). Ваша партия должна быть лучше других во всех смыслах: начиная от степени узнаваемости партийного логотипа до хорошо подготовленных речей агитаторов на митингах. Только при условии использования PR – технологий, партия может успешно конкурировать с другими, не боясь стать забытой и не нужной.²²

²¹Морозова, Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии {Текст} / Е.Г Морозова. – М.: издательство РОССПЭН, 1999.-246с

²² Голова А.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – №10.- С.37-46.

Глава 2. Власть и оппозиция в современной России.

2.1 PR-технологии и анализ современной российской оппозиции на примере партий КПРФ, ЛДПР, «Справедливой России».

Для успешного PR важно обратить внимание не только на особенности вашей ЦА, каналы коммуникации с ней, но и прекрасно понимать особенности и положение в обществе базисного субъекта. В большинстве случаев эффективная коммуникация получается эффективной именно благодаря базисному субъекту, который является привлекательным для целевой аудитории.

«Правильно подобранный имидж представляет собой наиболее эффективный способ работы с массовым сознанием» отмечает Г. Почепцов²³.

В настоящее время в политике складывается ситуация, когда политическая программа (партии/кандидата) перестаёт влиять на процесс принятия политических решений избирателями. Другими словами, имидж партии, как и харизма политического лидера становятся товаром на политическом рынке.

На первый план выходят, во-первых, маркетинг политического лидера, которая основывается на изучении электората той или иной партии и на характеристиках того или иного кандидата. Тут учитываются практически все особенности политика: манеры, публичное поведение, биография, внешность и возраст (к примеру, политик носит простую одежду, ездит на бюджетном автомобиле, тем самым показывая, что он с народом – он за бедных!) А во-вторых, информационное воздействие на свою ЦА, для максимизации числа голосов избирателей.

Стоит добавить, что значимыми являются: наличие первоначальной узнаваемости, воли к победе (часто люди не голосуют за кандидата, так как уверены, что он не может победить, а существует просто для галочки), опыта (как политического, так и житейского) или наличия каких-либо иных ресурсов.

²³ Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии 20 века. М.: Рефл-бук: Киев: Ваклер, 2001.-348 с.

Также необходимо отметить ещё одну крайне важную деталь. На людей, какого возраста ориентируется партия или кандидат. Если партия (либо политическая организация) хочет ориентироваться на молодёжь, которой важно видеть современных, активных людей, обладающих определённым статусом в государственной и политических сферах и являющихся носителями прогрессивных взглядов, то необходимо полностью учитывать все пожелания этой ЦА. В противоположном случае, если наша аудитория – люди зрелого возраста, которым важны традиции, порядок и стабильность, важно учитывать их мнение и строить такой имидж, который бы понравился им. С другой стороны, в настоящее время не существует чёткого деления на «молодёжные» и «пожилые» партии. У многих партий, традиционно, пользующихся поддержкой людей старших возрастов существуют молодёжные крылья. Сюда можно отнести и КПРФ, ЛДПР и ряд других. Более того, на мой взгляд, партийная принадлежность человека зависит в большей мере не от его возраста, а от его убеждений. Так за КПРФ может голосовать как пенсионер, так и студент. Это обусловлено ещё и тем, что современные партии стараются максимально расширить свою целевую аудиторию. К примеру, они могут продвигать законы, которые одинаково хорошо бы подходили людям всех возрастов. КПРФ, например, предлагает сделать образование в нашей стране полностью бесплатным, что, несомненно, является огромным плюсом для молодёжи, так и является сторонником сохранения традиционных семейных ценностей, в сохранении которых заинтересованы люди старших возрастов.

Я счёл необходимым подробно анализировать российские оппозиционные политические партии для того, чтобы полностью разобраться в них: выявить сильные и слабые стороны, изучить ЦА.

КПРФ (коммунистическая партия Российской Федерации). Председатель ЦК КПРФ – Геннадий Зюганов.²⁴С целью установления и налаживания контактов со своей целевой аудиторией, у партии существует свой официальный сайт, а также группы в социальных сетях («Вконтакте», «Одноклассники»). Потенциальный избиратель можно легко ознакомиться с политической программой партии, посмотреть биографии кандидатов. Вся информация изложена простым языком. Если же у человека возникают вопросы, то он всегда может связаться с администраторами групп, которые смогут ответить на них. Также, важно отметить, что КПРФ всегда находится в центре политической жизни нашей страны, т.е. все наиболее важные последние новости, будут отражены на страницах групп в социальных сетях и на сайте, с соответствующими комментариями депутатов от этой партии. Там же сообщается информация о новых митингах. Как и во многих других партиях, о которых мы поговорим ниже, в КПРФ работают координаторы, занимающиеся организацией работы для избирателей.

Своей стратегической целью в долгосрочной перспективе лидер КПРФ называет построение в России «обновлённого социализма». Партия ставит перед собой задачи: приход к власти «патриотических сил», национализацию природных ресурсов РФ, усиление направленности политики государства.

В качестве эмблемы КПРФ приняты советские символы серп и молот – символ союза тружеников города, села, науки и культуры. Перед парламентскими выборами 1996 года эмблема коммунистов изменилась. К серпу и молоту добавились раскрытая книга и девиз: «Труд. Народовластие. Социализм. Россия» Флагом КПРФ является полотнище красного цвета, ширина которого составляет две трети его длины.

²⁴Официальный сайт политической партии КПРФ.{Электронный ресурс}Web:<http://kprf.ru/>



Рисунок №1. Флаг КПРФ.

Теперь следует поговорить о главе коммунистической партии - Геннадии Зюганове, так как глава партии является лицом организации, её самым активным и преданным сторонником, человеком, прекрасно разбирающимся в идеологии и имеющим огромный опыт. Исходя из его биографии, становится понятно, что перед вами крепкий, энергичный целеустремлённый человек, с могучей силой воли и железным характером, который точно знает, что необходимо исправить в нашей стране. Он является ярким противником современной политической системы, при этом предлагая осмысленную и чёткую позицию по всем жизненно важным вопросам. Геннадий Зюганов часто выступает на митингах, призывает народ к активным действиям. Он старается уделить внимание всем сторонам жизни российского общества, что, несомненно находит поддержку в лице избирателей всех возрастов. Все вышеперечисленные моменты совпадают с желаниями как людей пожилых, зрелого возраста, так и молодёжь.²⁵

²⁵Олехнович К.С.PR-технологии. – Ростов на Дону. - 2007



Рисунок № 2. Рекламный постер КПРФ.

Часто можно услышать, что КПРФ – единственная альтернатива правящему режиму. С другой стороны, многие критикуют КПРФ и Зюганова. Причиной этому являются, во – первых, довольно лояльное отношение власти в к КПРФ, религиозные взгляды Геннадия и Зюганова и членов партии (имеется ввиду взаимное отрицание между политической идеологией «марксизм» и религией), слишком лояльное отношение к СССР (здесь многие критики говорят об отсутствии многих элементарных человеческих свобод в Советском союзе и постоянном товарном дефиците товаров и услуг). Особенно этим недовольна молодёжь: «жить с оглядкой на СССР – этого ли хочет молодёжь?» Современная молодёжь крайне чувствительна к подавлению свобод (печати, слова, переписки), поэтому здесь возникают проблемы в коммуникации между КПРФ и молодёжью.

Также, согласно исследованиям ВОМ и «Левада - Центр» избиратели негативно относятся к КПРФ, из-за того, что не согласны с теми принципами и положениями, которые декларирует партия, а также отсутствием конкретных дел и пассивностью. Следует рассказать и о том, что КПРФ подвергается

массированной атаке со стороны власти. Здесь я имею ввиду отечественное кинопроизводство, особенно военно-патриотических фильмов, в которых присутствуют элементы антисоветской и антикоммунистической пропаганды. Ведь как писалось ранее, люди считают, что КПРФ – партия преемница КПСС, и поэтому будет строить свою политику так, как строила её предшественница. И, если КПСС показана, как «зло» от которого никто не может защититься, которая угнетает своё население - то происходит отторжение коммунистической партии со стороны избирателей.

У КПРФ, также, есть большие проблемы с PR – технологиями. Так, например, узнать о мнении лидеров, по интересующим общество вопросам, можно получить только на митингах и пресс – конференциях, которые проводят сами коммунисты. Тем самым партия показывает свою негибкость и закрытость. Современные PR технологии не коим образом ими не применяются. И коммунисты в этом сильно проигрывают. Лидер партии – Геннадий Зюганов боится внимания так называемой «враждебной прессы», подозревая в нем какую-то провокацию. Хотя эта самая «враждебная пресса» испокон веков проявляла²⁶ большое внимание к оппозиционным силам. При умело разработанной схеме общения уже давно можно было бы завоевать информационное поле.²⁷

К сожалению, надо отметить, что на сегодняшний день, кроме лобовой пропаганды, которая в лучшем случае утомляет, а в худшем – раздражает избирателя, слушателя и читателя. Таким образом, партия приближается к серьезному кризису именно из-за нежелания говорить с современным обывателем на понятном ему языке. Действия КПРФ сдерживает номенклатурное мышление, порождающее одинаковое поведение и привычки. К примеру, в «красных газетах» - «Советской России», «Правде» - Геннадия Зюганова представляют абсолютно безальтернативным лидером патриотической оппозиции. О деятельности других

²⁶Егорова – Гантман Е.М., Плешаков К.В. политическое консультирование. – М.: Никколо-Медиа, 2002. – 472с.

²⁷Рогозин П.К., КПРФ: проблемы и успехи. Издательство Эксмо.2007

лидеров лево-патриотического толка, к примеру, РКРП, «Трудовой России», как правило, замалчивается.²⁸ Однако, как ни странно, на Форум не явились представители ни «Советской России», ни газет «Правда» и «Завтра». Редакторы этих изданий слепо повелись Своей закрытостью на информационном пространстве. Компартия продемонстрировала даже по отношению к «Форуму лево-патриотической прессы», который проходил в Москве в начале июня. Казалось бы, вон она возможность – объединить всех идейных журналистов и направить их деятельность в нужное русло, особенно в период предвыборной гонимости «ценные указания сверху» - лучше затаиться, чем проявлять активность. Неслучайно многие журналисты в последнее время стали называть подобное поведение КПРФ – позицией страуса. Стратегия КПРФ сводится лишь к балансу (так называемой «золотой середине») между радикальной оппозиционностью лозунгов (позволяющей концентрировать протестный электорат) и персональным конформизмом вождей КПРФ. Другими словами, необходимо перестроить имидж партии («омолодить её») для того, чтобы сделать её более привлекательной, особенно для молодёжи. В КПРФ существует два типа подходов к информационным технологиям. Изначальный информационно-технологический метод работы компартии предполагает собой фактически беспроигрышную игру с «коллективным бессознательным» российского народа. Второй «прогрессивный» метод, ориентируется на смену менеджмента в КПРФ и появление в руководстве партии молодых лиц.²⁹

ЦА – коммунисты, патриоты, граждане от 35 лет

Таблица №1. SWOT анализ партии КПРФ.

²⁸ Лукашев А.В., Пониделко А.В. Чёрный PR как способ овладения властью, или бомба для имиджмейкера. Издательство: Бизнес-пресса, 2002.

²⁹ КПРФ во главе народного протеста. // КПРФ {Электронный ресурс}. – Официальный сайт Коммунистической партии Российской Федерации. – М., 2015. – Режим доступа: <http://www.kprf.ru/actions/53417.html>

<p>Сильные стороны.</p> <p>1. КПРФ уже много лет борется с действующей властью, у неё есть обширная ЦА.</p> <p>2. Хорошая узнаваемость благодаря яркому дизайну.</p>	<p>Слабые стороны</p> <p>1. Устаревшая концепция развития (А нужен ли нам социализм?)</p> <p>2. Прошлые ошибки и неудачи советского правительства, которые преследуют КПРФ (КПРФ наследница КПСС)</p>
<p>Возможности</p> <p>1. Привлечение в партию новых избирателей (благодаря яркой агитации и хорошей внутрипартийной организации)</p> <p>2. Получение большего финансирования от государства</p>	<p>Угрозы</p> <p>1. Малая активность избирателей на выборах</p> <p>2. Снижение доверия избирателей</p> <p>3. Низкая осведомлённость избирателей об идеологии партии</p>

Справедливая Россия (партия социал-демократов). Лидер партии Сергей Миронов. Также, как и КПРФ обладает собственным сайтом в интернете и группами в социальных сетях. Её лидер, позиционируется как интеллектуальный, предприимчивый человек, продвигающий в массы прогрессивные идеи, идеи справедливости и устойчивого развития. Главное отличие от КПРФ, в том, что у «СР» есть чёткая программа по молодёжной политике (стоит отметить и существование молодёжных организаций «Молодые специалисты России»). Наличие таких молодёжных партийных организаций даёт молодёжи возможность участвовать в жизни страны, продвигать идеи и решать проблемы, интересующие молодёжь. Что, несомненно, является огромным плюсом. Ведь очень часто молодёжь хочет быть услышанной, реализовать себя. В итоге все в плюсе.

Молодые люди получают возможность участия в политической жизни, партия – новых активных членов. Стоит отметить и ещё один очень важный факт.

Согласно исследованиям ВЦИОМа, ФОМа и «Левада - центра» у данной партии самый низкий антирейтинг. Также необходимо отметить, что у «СР» состоит в соц. Интерне с другими социал-демократическими партиями мира, т.е. они прекрасно знают о нововведениях в других социалистических партиях иных стран и всегда могут позаимствовать их опыт.³⁰

Своей целью считают построение справедливого общества в России с обновлённым социализмом и рыночной экономикой. В программе партии указано, что «СР» также будет бороться с коррупцией, засильем олигархов. Партия считает необходимым развитие отечественного образования и культуры (предлагается ввести дни бесплатных посещений музеев, увеличить количество часов русского языка и литературы, а также истории), создание мощной инфраструктуры в Российской Федерации.



Рисунок №3. Логотип "Справедливой России".

³⁰{Электронный ресурс}.Официальный сайт политической партии «Справедливая Россия» .
Web:<http://Spravedlivo.ru/>

С другой стороны и «Справедливая Россия» тоже очень часто подвергается критике за низкую активность своих избирателей и за довольно лояльное отношение к правящей власти. Также, как и в КПРФ, PR-технологии в «Справедливой России» развиты слабо. Партия, хоть и имеет молодёжное крыло, всё же ориентирована на лиц пенсионного возраста. У партии отсутствует яркий и запоминающийся имидж, нет чёткий каналов коммуникаций. На мой взгляд, Сергей Миронов не обладает нужной харизмой для того, что занять кресло президента России. Партия – пассивна, число митингов, например, у неё ещё меньше, чем у КПРФ. Лидер партии, Миронов, редко даёт интервью. «Справедливая Россия» подвергается критике и за отсутствие чёткого плана по выходу страны из кризиса (многие сомневаются в целесообразности построения социализма в России).



СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ

Сергей МИРОНОВ

**ПРИЗЫВАЕМ
ЛУЧШИХ!**

ЧЕСТНЫХ!
УМНЫХ! СИЛЬНЫХ!

8-800-755-55-77

**Стань кандидатом в депутаты
и побеждай вместе с нами**

СР
СПРАВЕДЛИВАЯ
РОССИЯ

Рисунок №4. Агитационный материал "Справедливой России".

ЦА- люди всех возрастов, социал-демократы, социал-либералы.

SWOT – анализ партии «Справедливая Россия»

Таблица №2. SWOT – анализ партии «Справедливая Россия».

Сильные стороны: 1. Партия обладает наименьшим анти рейтингом среди других российских партий – 6%. 2. Разработана отдельная программа по молодёжной политике.	Слабые стороны: 1. Молодой возраст партии 2. Низкий рейтинг среди избирателей 3. Сомнение избирателей в отношении партии по поводу её лояльности правящему режиму.
Возможности: 1. Повышение доверия целевых аудиторий.	Угрозы: 2. Низкая явка избирателей на выборы.

ЛДПР (либерально – демократическая партия России)³¹. Лидер Партии Владимир Вольфович Жириновский. Партия существует ещё со времён Советского союза, с 1989 года. Заявленная идеология – патриотизм и либерализм. Партия имеет молодёжные организации (стоит напомнить, что самый молодой член ЛДПР – 1996 года рождения), которые работают с молодёжью. ЛДПР, а особенно, её лидер, известны за свои жёсткие и провоцирующие высказывания в адрес правительства США и ряда других стран, которые находятся в плохих отношениях с Российской Федерацией, а также женщин, либералов, коммунистов и многих других. Это вызывает острую критику, особенно со стороны либеральных партий (Яблоко), так как «либеральная партия» в лице ЛДПР может призывать к восстановлению Советского Союза (напомню, что либеральная идеология в СССР

³¹{Электронный ресурс}.Официальный сайт ЛДПР Web: <http://www.ldpr.ru/>

была запрещена), увеличению армии и крайне агрессивной внешней политике, восстановлению монархии³². С другой стороны, людям нравится имидж Жириновского – «сильного и агрессивного мужика», которого будут бояться и вороватые чиновники, и все страны. Данные качества схожи с состоянием некоторой части населения, готовой активно бороться за своё будущее. При этом, у большей части населения, такой имидж вызывает отторжение. Многие склонны считать, что Жириновский – всего лишь клоун, а не состоятельный оппозиционер, у которого есть альтернативный взгляд на происходящее и который может обновить государству и провести реформы. Отсюда можно сделать вывод – у ЛДПР есть существенные проблемы с PR-технологиями. Имидж слишком отталкивающий. Если партия хочет ориентироваться на массы, ей необходимо переработать свой имидж (сделать имидж менее радикальным и понятным), осуществлять более успешные коммуникации с населением, сотрудничать с известными личностями для увеличения своей целевой аудитории.



Рисунок №5. Логотип партии ЛДПР.

³² Жириновский в гостях у Юрия Дудя. {Электронный ресурс}. <https://lenta.ru/news/2017/08/29/jirinovskiy/>

Стоит отметить, что, как и КПРФ – ЛДПР ведёт активную агитационную деятельность путём проведения митингов, выступлений на теледебатах и участия в ток-шоу. Как и многие другие оппозиционные партии России, очень часто обвиняется в недостаточной активности и довольно лояльному отношению к правящей власти. Согласно исследованиям «Левада-Центра» около 23% избирателей никогда не пойдут голосовать за ЛДПР. По мнению замглавы этой социологической службы, Алексея Гражданкина, разочаровавшиеся в ЛДПР избиратели чаще всего ставят в вину либерал – демократам «отсутствие конкретных дел» (21%), а также «заносчивость, грубость и высокомерие лидера либерал- демократической партии» (более 25%), а ещё 15% указывают на «сомнительную репутацию партии»³³

Рекламный баннер ЛДПР



Рисунок №6. Агитационный материал ЛДПР.

По итогам исследования фонда «Общественное мнение»: 19-20% респондентов регулярно оценивают партию негативно.

ЦА – люди всех возрастов, патриоты, реваншисты.

³³ «Левада центр» Аналитический центр Юрия Левады. Россияне о декабрьских выборах в Думу в 2016 году. Москва «Левада-Центр 2016 год.» <http://www.levada.ru/>

Таблица №3. SWOT анализ партии ЛДПР.

<p>Сильные стороны:</p> <p>1. Имидж Владимира Вольфовича (высокая степень узнаваемости).</p> <p>2. ЛДПР уже много лет выражает свою позицию (дольше всех других политических партий России).</p>	<p>Слабые стороны:</p> <p>1. Антирейтинг либерал-демократической партии составляет 30%³⁴.</p>
<p>Возможности:</p> <p>1. Расширение сферы деятельности</p> <p>Повышение доверия целевых аудиторий.</p>	<p>Угрозы:</p> <p>1. Снижение доверия приоритетных групп населения</p>

2.2 PR-технологии и анализ современной российской власти на примере партии "Единая Россия".

Официальная идеология партии - консерватизм, патриотизм, прагматизм. Декларируемая цель "Единой России" - создание сильного и процветающего государства, в котором будут мощная экономика, справедливость, достойная жизнь для граждан. Теперь поговорим о PR-технологиях, которые использует «Единая Россия». Во-первых, партия взяла курс на поддержку семьи как основы благополучия, молодёжи, развитие образования и здравоохранения, здоровый образ жизни. Во-вторых, партия считает, что в России есть все ресурсы, чтобы обеспечить достойную жизнь россиянам, необходимо сохранить национальный контроль над важнейшими месторождениями полезных ископаемых и защитить отечественное сельское хозяйство. В-третьих, идеология партии формировалась как надклассовая, таким образом, чтобы учитывались интересы всех граждан современного российского общества, а не определённой группы населения.

³⁴Известия. ЛДПР стала лидером партийных антирейтингов. Москва. 2011 год <https://iz.ru/news/504953>

Другими словами, идеология "Единой России" заключается в сохранении единства страны, идею равенства всех граждан России, идею консолидации и солидарности. Также можно считать, что идеология "Единой России" - этатизм, патриотизм. Партия, со времён своего основания, неуклонно поддерживает курс действующего правительства. Так, например, на парламентские выборы в 2007 году, "ЕР" шла под лозунгами поддержки курса Владимира Путина.

Символом партии является идущий медведь. 26 ноября 2005 года, съезд партии принял решения по изменениям в символике партии: вместо медведя коричневого цвета символом партии стал медведь белого цвета, по контуру очерченный синим цветом. Над изображением медведя - развивающийся российский триколор, под рисунком медведя располагается надпись - "Единая Россия". Медведь – символ могущества и благородства.

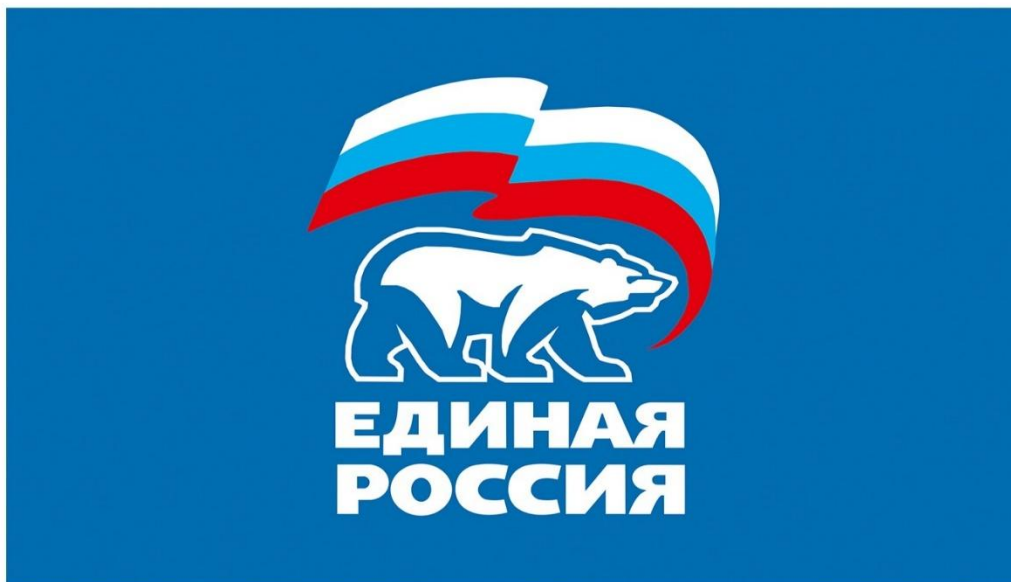


Рисунок №7. Логотип партии ЕР.

Партия ведёт активную медийную деятельность, тем самым она постоянно работает над своим имиджем. Очень часто, перед выборами, можно услышать по телевизору, на интернет - ресурсах и радио про успехи "ЕР" и про её планы на

будущее. Прекрасно осознавая, что наилучшим решением для продвижения партии и создания вокруг неё благоприятного имиджа, будут не пустые разговоры, а дела, "ЕР" часто проводит всевозможные акции в свою поддержку (митинги, селигеры, конференции).

Например, небезызвестное молодёжное движение "Наши", которое занимается агитацией молодёжи. Оно регулярно проводило массовые акции не только в поддержку правящего режима, но также являлось мощным оружием давления на оппозицию. Так, например, с 3 по 6 декабря 2007 года, движение "Наши" провело в Москве массовые акции, приуроченные к "избранию" Владимира Путина национальным лидером России". По словам активистов, акции представляли собой "общественный контроль" с целью не допустить повторения в России "оранжевой революции" (напомню, что такая произошла в Украине в 2004 году). Активисты движения пикетировали офисы партий СПС, Яблоко, Московской Хельсинской группы (правозащитная организация, существовавшая ещё со времён СССР).

Помимо этого, важно отметить следующее - партия (и подвластные ей организации и движения) также проводила мероприятия, направленные на улучшение жизни граждан: постройку учреждений, организацию праздников, борьбу с нелегальным алкоголем. Тем самым становясь популярнее, прежде всего, у простых людей. Важно, что на мероприятиях выступали известные политические деятели, такие как: президент России - Владимир Путин, Борис Грызлов, С. Журова.

Например, проект «Единая семья». Он соответствует самому главному принципу работы партии – заботы о людях. «Единая Россия» проводит и спортивные мероприятия – «Здоровые дети – здоровая нация», цель которого - пропаганда здорового образа жизни среди молодёжи. Партия также известна за проведения мотопробегов и других мероприятия, как правило, направленных на пропаганду здоровья и патриотизма. Данная политическая партия активно

занимается проведением разнообразных акций, которые создают вокруг неё хороший имидж, и благодаря которым, партия завоёвывает голоса избирателей. Эти PR – технологии: создание имиджа, проведение мероприятий и коммуникация с населением – позволяют «Единой России» уверенно держаться на «политическом Олимпе», оставив конкурентов далеко позади.

Ещё одна PR-технология, используемая партией власти заключается в том, что в СМИ "Единая Россия" представлялась как партия, которую выбирает сам президент, что является отличным пиаром поскольку Владимир Путин обладает весомой поддержкой среди простых людей, это даёт партии дополнительный бонус в виде новых избирателей. "Вместе с президентом голосуй за Единую Россию", - призывал партийный лозунг. Так партия показала, что она «дружит с правильными людьми». Также, стоит рассказать и о том, что "ЕР" имело больше всех других партий эфирного времени - её деятельность постоянно освещалось (в прайм-тайм). Лидером партии в настоящее время является Д.А. Медведев, который, заботясь о своем имидже и имидже партии, стремится поддерживать контакт с общественностью, гражданами страны, для чего активно пользуется интернетом. Он имеет блог в «Живом журнале», который ведется от его имени его помощниками (модераторами), ведет видео-блог, который располагается на под домене официального сайта Президента РФ.³⁵ К сказывающимся на имидже партии факторам можно отнести отождествлении «ЕР» в массовом сознании с Коммунистической партией Советского Союза, которая имеет ресурс кулуарного влияния на принятие решений. Хотя такое сравнение может быть оценено двойко, так как имидж КПСС во многом имеет такие недостатки как «бюрократизм», «чиновничество». Автоматическое восприятия Единой России как прототипа КПСС может вызывать в массовом сознании наравне с позитивными факторами, негативные клише.

³⁵Сильные и слабые стороны основных политических партий в России.// Mistokk.ru {Электронный ресурс}. – политические новости доступным языком

Деятельность других партий освещается гораздо меньше, и это касается не только эфирного времени на телевидении, но также и в количестве баннеров и плакатов на улицах, качестве видео - роликов (именно так Ельцин на выборах президента в 1996 году боролся против Зюганова), гораздо большего финансирования. Всё это привело в итоге к тому, что сначала, в массовом сознании укоренилось представление - "ЕР" - не просто общественно - политическое движение, — это "партия власти", а затем, что "Единая Россия" - "партия президента". Это выгодно отличало и будет отличать данную партию от других. Более того, за Единую Россию агитируют и другие известные люди (не обязательно политики, но уважаемые в обществе люди): актёры (Мария Кожевникова, Михаил Боярский), спортсмены (Николай Валуев). Что, также, несомненно, является прекрасным PR для партии власти – так как очень часто, люди настолько любят своих кумиров, что согласны отдать свой голос за того политика, которого предпочтёт их любимый певец, спортсмен и т.д. В предвыборные периоды (2007, 2011, 2016) "Единая Россия" всеми силами старается не допустить объединения оппозиции. Шла и идёт активная работа по расколу всех оппозиционных партий (стычки между СПС и Яблоком, крайне негативное отношение КПРФ к либеральным партиям, и либеральных партий к КПРФ). Ослабление оппозиции путём её раскола, а вследствие этого тяжёлого политического кризиса - традиционный метод власти. Оппозиционные партии, итак, слишком слабы, что противостоять "ЕР" (сказываются и пассивность их лидеров, недостаточное финансирование, поддержка СМИ), но тут их ещё разъединяют, не давая им объединиться и делая их слабыми и беспомощными.

На фоне остальных партий, «Единая Россия» выглядит «преуспевающим гигантом», т.е. такой партией, которая способна не только говорить, но и делать. Из-за этого «ЕР» очень часто обвиняют в «монополизации» власти в стране и давлением на оппозицию (особенно часто это можно услышать из западных СМИ). Оппозиция – слишком «вялая» и плохо мотивирована для того, чтобы

бороться с «Единой Россией». Всё же, несмотря на очевидные недостатки, Единая Россия, пользуется намного большей поддержкой, чем любая другая партия в стране.³⁶

Главным отличием Единой России является то, что у неё самая проработанная программа и она опирается на людей всех социальных групп и возрастов (а не только бедных или представителей малого бизнеса). Её сила в количестве и универсальности. Единая Россия не поставила какую-то единую идеологию, тем самым она не хочет допустить уменьшения количества своих избирателей. Де-факто идеологией данной партии является – патриотизм. Другими словами, партия рада не конкретным людям с конкретными идеологическими взглядами, а всем, кто печётся о благополучии своей страны. На мой взгляд, это очень разумный шаг. К примеру, КПРФ опирается на определённые социальные группы, когда как другим, она абсолютно не интересна. Аналогичная ситуация и в ЛДПР и «Справедливой России». Единая Россия постоянно подвергается критике со стороны оппозиции в «монополизации» политики в России, жульничестве (имеются ввиду выборы в Государственную думу) и регулярной лжи. С 2003 года партия обещает резкое улучшение жизни населению, 5 (по количеству ВВП) экономику, достойное отношение к личности, уважение к пенсионерам.

К сожалению, на сегодняшний день многие обещания по-прежнему остаются лишь обещаниями. Из-за этого авторитет партии страдает. Люди не доверяют партии. Более того, с момента своего существования, «Единая Россия» никогда не проигрывала выборы. Многие люди перестали верить в демократический режим в России именно из-за «ЕР». Также данная партия имеет постоянный высокий рейтинг. Что не может не настораживать. Ведь, в стране, в которой огромное количество недовольных властью людей, разве может быть

³⁶Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии 20 века. М.: Рефл-бук:Киев:Ваклер,2001.-348 с.

такой высокий рейтинг у правительственной партии? Из-за этого «Единую Россию» часто упрекают в фальсификации.



Рисунок №8. Рекламный баннер «Единой России».

ЦА – люди всех социальных групп, любых возрастов.

Лидером партии в настоящее время является Д.А. Медведев, который, заботясь о своем имидже и имидже партии, стремится поддерживать контакт с общественностью, гражданами страны, для чего активно пользуется интернетом. Он имеет блог в «Живом журнале», который ведется от его имени его помощниками (модераторами), ведет видео-блог, который располагается на поддомене официального сайта Президента РФ. К сказывающимся на имидже партии факторам можно отнести отождествлению «ЕР» в массовом сознании с Коммунистической партией Советского Союза, которая имеет ресурс кулуарного влияния на принятие решений. Хотя такое сравнение может быть оценено двояко, так как имидж КПСС во многом имеет такие недостатки как «бюрократизм», «чиновничество». Автоматическое восприятия Единой России как прототипа

КПСС может вызывать в массовом сознании наравне с позитивными факторами, негативные клише.³⁷

Таблица №4. SWOT – анализ партии «Единая Россия»

<p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Прекрасная узнаваемость. 2. Поддержка известных личностей (в том числе президента Российской Федерации). 3. Большое финансирование. 4. Универсализм. 	<p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Коррупционность. 2. Недоверие многих избирателей политикой партии. 3. Невыполнение обещания – частое подрывание авторитета.
<p>Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Расширение аудитории. 	<p>Угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Скандалы вокруг депутатов «Монополизация» политики в России³⁸

2.3 Рекомендации для партии власти

На основе анализа партии власти, а именно, «Единой России» можно сделать список рекомендаций, которые позволят ей существенно улучшить свой имидж и репутацию, тем самым, сделав её более популярной. Во-первых, необходимо разобраться с обвинениями в «монополизации власти», для этого нужно легализовать все оппозиционные партии (за исключением экстремистских партий и организаций), тем самым, показав, что «Единая Россия» не боится конкуренции, у неё много свежих идей. Во-вторых, важно перестать умалчивать о проблемах в России. Государственные СМИ должны объективно рассказывать о политической, экономической, военной обстановках в стране. Так люди поймут,

³⁷ Чумиков А.Н. Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. Москва, Дело, 2010.

³⁸ Малкин Е., Сучков Е. Политические технологии.-СПб.: Русская панорама,2007.-480с.

что власть – честна с ними и, с удовольствием, поддержат её на следующих выборах. В-третьих, на мой взгляд, люди устали от пустых обещаний, которыми их «кормят» политики разных уровней. Важно чётко продумать предвыборную программу (чтобы можно было осуществить большую или значительную часть задуманного в программе). Также, современные люди, всё хуже и хуже относятся к лобовой пропаганде – это значит, что пропагандистская деятельность должна быть более осмысленной и менее эмоциональной (здесь можно привести небезызвестные «отряды Путина», которые своим поведением сильно подрывают имидж власти, которые лишь позорят её). Важно понимать, что в настоящее время, когда существует множество блоггеров, журналистов и доступ к зарубежным средствам массовой информации, то умолчать о чём – то плохом (коррупция, чиновничий беспредел), вряд ли получится. Когда люди узнают о случившемся – то будут разгневаны, что, в свою очередь, очень сильно навредит имиджу партии и предоставит оппозиции карт – бланш. Эти рекомендации позволят существенно повысить интерес людей к правящей партии (власти), улучшить репутацию партии.

Подводя итоги второй главы выпускной квалификационной работы, стоит сделать выводы о следующем: уровень эффективности PR-технологий определяется, в конечном итоге, достигнутыми целями. Во время предвыборной гонки, PR – специалисты стараются привлечь как можно больше людей в свои партии. Именно поэтому, все оппозиционные партии опирались и опираются на настроения народа: недовольство властью, коррупцией, чиновничьим беспределом, фальсификацией выборов. Акции «За честные выборы», как раз, и были направлены на то, чтобы вызывать поддержку у людей. Эти мероприятия представляли собой объединённые акции протеста с участием оппозиционных партий против правящей партии и правительства.³⁹

³⁹ Зотова З. Избирательная компания: технологии организации и проведения.-М., 2005.

Социальные сети («ВКонтакте», «Одноклассники»), интернет – сайты и блоги служили отличными средствами коммуникаций с населением. Через них велась не только агитация электората, но и привлекались новые члены. Акции «За честные выборы» - прошли успешно - они прошли во многих городах России, на них присутствовало большое количество людей.⁴⁰

В настоящее время, в нашей стране существуют 4 крупные политические партии, с разными идеологиями и лидерами. Все они, однако, декларируют свою любовь к России. Все они занимаются агитацией населения. Некоторые успешно, другие не очень. Но, к сожалению, большая часть нашей оппозиции, отрицательно относящаяся к существующему режиму, внутренне раздроблена, по-разному представляет, что ему можно реально противопоставить, ищет ему альтернативу либо в советском прошлом, либо в ельцинизме, наступившем после перестройки. Она так и не смогла выйти за пределы спора между защитниками социализма в его советском понимании и поборниками рыночного капитализма в его толковании нашими неолибералами. Те и другие не замечают главной проблемы, которую Россия не смогла решить ни в советскую эпоху, ни в эпоху Ельцина (т.е. после всех происшедших в ней революций) – проблемы перехода от режима личной власти к парламентской демократии.

Напомню, что нынешний режим – это власть не одной партии и идеологии (как-то было в СССР или сегодня в Китае), а случайных людей, чьи личные качества, взгляды, политические убеждения, особые заслуги на государственном поприще никому не известны. Механизм их прихода к власти скрыт от глаз общественности за кремлевскими стенами и целиком обусловлен личными связями и внутрикорпоративными соглашениями. Их нелюбовь к демократии вполне понятна: за ней скрывается страх потери не только случайно свалившейся на них власти, но и нажитой с ее помощью собственности. Все режимы подобного

⁴⁰ Ильясов Ф.Н. политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. – М.: Издательство ИМА-пресс, 2000.-200 с.

типа поддерживаются теми, кто не признает легитимных путей и способов своего карьерного роста и обогащения. Ситуация, с моей точки зрения, чрезвычайно опасная для страны, грозящая ей серьезными внутренними и внешними потрясениями, бесконечными и скрытыми от глаз общественности разборками внутри самой правящей корпорации по поводу той же власти и собственности. Никакой стабильности и порядка (даже полицейского) такая власть гарантировать не может.

Заключение

Борьба между властью и оппозицией всегда существовала, существует и будет существовать (за исключением тоталитарных государств, в которых люди находятся под постоянным контролем со стороны государства и где фиксируются любые "отклонения" от нормы). Характер этой борьбы, в свою очередь, очень сильно отличается в зависимости от страны и установленного политического режима в ней. Где-то до сих пор можно попасть в тюрьму или выплатить крупный денежный штраф за безобидный, казалось бы, анекдот в адрес власти, в то время как в других (демократических) государствах - люди открыто и очень активно высказываются против власти: устраивают антиправительственные митинги, проводят забастовки, создают оппозиционные партии и СМИ.

Конечно, политический PR, на мой взгляд, может существовать только в демократических режимах, где есть политическая конкуренция и где есть необходимость в наиболее эффективной подаче и презентации себя и своей партии. PR – эта стратегия действий, направленная, в первую очередь, на то, чтобы добиться расположения масс – «завоевать» их сердца. Конкуренция на политическом рынке постоянно требует разного рода изменений, пересмотра политических доктрин, имиджа партии. Следовательно, чтобы оставаться на лидирующих позициях – партии следует усвоить одно очень важное правило: - «Без PR никуда!».

Очень часто, к сожалению, мы видим, как власть всё ещё применяет силу для решения проблем. Причём сила в отношении оппозиции применяется не только в тех странах, которые мы привыкли относить к несвободным, но и в демократических. С другой стороны, за последние 200 лет был совершён громадный скачок в области прав и свобод: появились профсоюзы, народные депутаты, различные партии и правозащитные организации, конституции. Всё это вывело человечество (пусть и не всё) на совершенно иной уровень. Современный человек гораздо лучше защищён от произвола власти, чем человек, живший 100 и уж тем более 200 лет. На сегодняшний день основной задачей PR-технологий – интеграция людей в общности, в группы, а также создание общих идей. Современные политики должны учитывать любые сценарии развития ситуации в стране, разрабатывать эффективные стратегии по выходу государства из кризиса.

Список литературы.

1. Владимир Петров. История Древнего мира: учеб. пособие для вузов.-Россия: 2010.-с 3
2. Александр Шейн. История человека: учеб. пособие для вузов.-Россия: 2008.-с 16
3. Владимир Никишин. История Древнего Рима: учеб. пособие для вузов.-Россия: 2006.-с.231
4. Аристотель. Политика.-СПБ.: Питер,2014.-с.37
5. Антон Короленков (в соавторстве). Сулла. - Москва.: Жизнь замечательных людей, 2007.-с.102
6. Сергей Кречетов. Власть в феодальном обществе: учеб. пособие для вузов.-Россия: 200.-с 12
7. Виноградов П.В. История США.-Москва.: Эксмо,2004.-с.45
8. Томас Грей «Оппозиция на самом деле». Изд. «Экспо». -Россия: 2001.
9. Сидоров П.В. Политика в США.-Москва.:Эксмо,2004.-с.45
- 10.Новиков П.В. Оппозиция в Европе и США.-Москва.:Нот,2004.-с.45
- 11.Ильинский, И. М. государственная молодёжная политика: уроки недавнего прошлого // Вузовский вестник. – 2009. - №3. с76
- 12.Политические коммуникации/Отв.ред. А.И. Соловьев. - М.: Аспект Пресс, 2004.-с. 141
- 13.Материалы Всероссийского семинара-конференции «Общество – выборы – СМИ – 1999 год:

14. Между «чистыми» и «грязными политическими технологиями (А.Ю. Кошмаров, Г.С. Кузнецов)»
15. Чернушенко А.А. Федорова В.Д. Чёрный пиар в политике. Электронная версия. С.210-213.
16. Цуладзе А.М. Формирование имиджа политика в России. – М.:2002
17. Соловьев. А.И. Политические коммуникации/ Отв. Ред. А.И. Соловьев. – М.: Аспект Пресс, 2004.-с. 141
18. Сэм Блэк «Publicrelations. Что это такое?» «Новости», совместно с СП «АСЭС-Москва», 1990
19. Сэм Блэк «PublicRelations. Что это такое?» «Новости», совместно с СП «АСЭС-Москва», 1990
20. Зотова З. Избирательная компания: технологии организации и проведения.- М., 2005.
21. Томас Грей «Оппозиция на самом деле». изд «Эксмо».-Россия: 2001.
22. Морозова, Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии {Текст} / Е.Г Морозова. – М.: издательство РОССПЭН, 1999.-246с
23. Голова А.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – №10.-С.37-46.
24. Почепцов Г.Г Коммуникативные технологии 20 века. М.: Рефл-бук: Киев: Ваклер, 2001.-348 с.
25. Официальный сайт политической партии КПРФ. {Электронный ресурс} Web:<http://kprf.ru/>
26. Олехнович К.С. PR-технологии. – Ростов на Дону. – 2007
27. Егорова – Гантман Е.М., Плешаков К.В. политическое консультирование. – М.: Никколо-Медиа, 2002. – 472с.
28. Рогозин П.К., КПРФ: проблемы и успехи. Издательство Эксмо. 2007

29. Лукашев А.В., Пониделко А.В. Чёрный PR как способ овладения властью, или бомба для имиджмейкера. Издательство: Бизнес-пресса, 2002.
30. КПРФ во главе народного протеста. //КПРФ {Электронный ресурс}. – Официальный сайт Коммунистической партии Российской Федерации. – М., 2015. – Режим доступа: <http://www.kprf.ru/actions/53417.html>
31. {Электронный ресурс}. Официальный сайт политической партии «Справедливая Россия». Web: <http://Spravedlivo.ru/>
32. {Электронный ресурс}. Официальный сайт ЛДПР Web: <http://www.ldpr.ru/>
33. Жириновский в гостях у Юрия Дудя. {Электронный ресурс}. <https://lenta.ru/news/2017/08/29/jirinovskiy/>
34. «Левада центр» Аналитический центр Юрия Левады. Россияне о декабрьских выборах в Думу в 2016 году. Москва «Левада-Центр 2016 год.» <http://www.levada.ru/>
35. Известия. ЛДПР стала лидером партийных антирейтингов. Москва. 2011 год <https://iz.ru/news/504953>
36. Сильные и слабые стороны основных политических партий в России. // Mistokk.ru {Электронный ресурс}. – политические новости доступным языком
37. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии 20 века. М.: Рефл-бук: Киев: Ваклер, 2001. - 348 с.
38. Чумиков А.Н. Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. Москва, Дело, 2010.
39. Малкин Е., Сучков Е. Политические технологии. -СПБ.: Русская панорама, 2007. - 480 с.
40. Зотова З. Избирательная компания: технологии организации и проведения. - М., 2005.

41.Ильясов Ф.Н. политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. – М.: Издательство ИМА-пресс, 2000.-200 с.