

9. Hughes C. It's not easy being green, white, red, and blue: constituency representations versus electoral competition in the Wisconsin green party // International journal of politics culture and society. 2020 [Electronic resource]. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10767-020-09365-5>
10. Neman M. Historical institutionalism and the European Union's post-Cold War Foreign Policy Development // Journal of International Analytics. 2021. № 12 (3). Pp. 72–84.
11. Reitz T., Jorke D. The reshaping of political representation in post-growth capitalism: A paradigmatic analysis of green and right-wing populist parties // Anthropological theory. 2021. № 21 (3). Pp. 287–314.
12. Roth L., Schwander H. Greens in government: the distributive policies of a culturally progressive force // West European politics. 2020. № 44 (3). Pp. 661–689.
13. Rudig W., Sajuria J. Green party members and grass-roots democracy: A comparative analysis // Party politics. 2020. № 26 (1). Pp. 21–31.
14. Thomas E., Daya-Winterbottom T, Swarbrick C. Green parties and environmental activism // Journal of human rights and the environment. 2020. № 11 (3). Pp. 181–188.
15. Vlasov N. The German «Greens»: a new «People's Party»? // Contemporary Europe. 2019. № 2. Pp. 118–128.
16. Wang C.C., Keith D. The greening of European radical left parties: red and green politics // Journal of contemporary European studies. 2020. № 28 (4). Pp. 494–513.

DOI: [10.34773/EU.2022.6.35](https://doi.org/10.34773/EU.2022.6.35)

Специфика «черного» PR в отечественной политике (локальный аспект)

The Specifics of «Black» PR in Domestic Politics (Local Aspect)

К. КУРГАЧЕВА

Кургачева Кристина Дмитриевна, ассистент кафедры политологии и связей с общественностью Уфимского университета науки и технологий. E-mail: kurgachevakristi@mail.ru

Статья посвящена анализу проблемы использования «черных» и недобросовестных PR-технологий в отечественных политических процессах локального уровня. Обосновывается необходимость повышенного внимания к локальным кейсам как в силу их малой изученности и освещенности в СМИ, так и вследствие их потенциального воздействия на общефедеральную повестку. Приводится анализ ряда практических ситуаций, демонстрирующих специфику «черного» политического PR локального уровня.

Ключевые слова: «черный» PR, политические процессы, электоральная кампания, СМИ, интернет-технологии, локальный уровень.

The article is devoted to the analysis of the problem of the use of «black» and unscrupulous PR technologies in domestic political processes at the local level. The necessity of increased attention to local cases is substantiated, both due to their little study and coverage in the media, and due to their potential impact on the federal agenda. The analysis of a number of practical situations demonstrating the specifics of black political PR at the local level is given.

Key words: «black» PR, political processes, electoral campaign, mass media, internet technologies, local level.

Основные положения

1. Фиксируется малая научная изученность использования «черных» PR-технологий в отечественной политической практике локального уровня.
2. Активное использование недобросовестной политической коммуникации на местах обусловлено крайней незначительностью общественного резонанса, который получают подобные действия.

3. В число выявленных факторов, влияющих на уровень общественной реакции, входят: специфика менталитета значительной части местного населения, а также малая заинтересованность крупных СМИ и лидеров мнений в освещении локальных кейсов.

4. Локальный уровень политических процессов является неотъемлемой частью федерального политического пространства. Недостаток внимания к проблемам данного уровня чреват разладом и стагнацией политической системы в целом.

Введение

Особую нишу в современной политической практике занимают «черные» PR-технологии. Под черным PR (здесь и далее – без кавычек, авт.) мы будем понимать один из методов недобросовестной конкуренции, «имеющий целью разрушение или ухудшение имиджа конкретного лица или организации» [2, 50]. Балансирующий на грани закона и часто напрямую нарушающий его, черный PR используется в политических процессах самого разного уровня: от общенациональных информационных кампаний до локальных акций районного или муниципального значения. Как правило, в фокус внимания аналитиков, СМИ и сетевого пространства попадают кейсы федерального или, как минимум, регионального масштаба. Повышенные риски и репутационные издержки, которые могут возникнуть в случае разоблачения, заставляют политических акторов и специалистов по коммуникации подходить к реализации проектов подобного уровня более вдумчиво, максимально используя субъектно-креативные, технические и технологические ресурсы, находящиеся в их распоряжении. В свою очередь недостаток внимания к локальным процессам порождает особую специфику черного PR в политической практике на уровне районов и муниципалитетов, где, как отмечают некоторые отечественные исследователи, «применение негативных технологий многим видится едва ли не единственным способом организации коммуникативного пространства» [9, 11]. Под локальным уровнем мы будем понимать политические процессы, происходящие в районах или населенных пунктах, удаленных от административных или культурных центров субъектов федерации.

Методы

В представленной работе используется системный подход, позволяющий рассматривать различные политические процессы как сложную эмерджентную систему, элементом которой является политическая коммуникация, включающая черные PR-технологии. Особое значение в рамках настоящей статьи приобретает опора на возможности метода ситуационного анализа. Осмысление конкретных кейсов позволяет наглядно продемонстрировать специфику политического информационно-коммуникационного пространства на локальном уровне, а также выработать комплекс шагов по минимизации воздействия черного PR.

Кроме этого, в статье применяются общенаучные методы анализа и синтеза, индукции и дедукции, аналогии, а также диалектический метод, фиксирующий связь различных явлений между собой и их динамику.

Результаты

Особой популярностью черных политических PR-технологий на локальном уровне (отдаленные районы, небольшие муниципалитеты и т.п.) способствует ряд факторов.

Во-первых, крупные СМИ и лидеры мнений относительно редко обращают внимание на социально-политические процессы столь малого масштаба. Также они менее освещены в релевантной научной литературе. Вследствие этого, вероятность информационного резонанса от использования грубых манипулятивных тактик достаточно мала.

Во-вторых, существует достаточно устойчивый (и отчасти подтверждающийся на практике) стереотип, заключающийся в том, что жители провинции в массе своей менее образованны и более доверчивы в сравнении с жителями мегаполисов. Необходимо отметить, что политические процессы, проходящие в крупных населенных пунктах, подобных столицам субъектов РФ, не подпадают под наше понимание локального уровня. Формирующаяся в них повестка может рассматриваться только как региональная или даже федеральная.

Провинция менее взыскательна в плане потребления информации, и ее жителями легче манипулировать. Как отмечает И.В. Воробьева, «ввиду недостаточного доступа к разнообразным источникам информации ... сознание жителей продолжает оставаться наиболее удобной нишей для масштабных внушений и манипуляций» [1, 95]. Несмотря на урбанизацию, глобализацию и информатизацию, специфика менталитета и уровень развития политической культуры отдаленных районов свидетельствуют о сохранении разрыва между центром и провинцией.

Тем не менее, черные PR-технологии, используемые, например, в ходе проведения локальных избирательных кампаний, достаточно интересны и демонстрируют специфику подхода к организации избирательного процесса в отдаленных районах и муниципалитетах РФ.

Проанализируем несколько ситуационных кейсов, взятых из практики организации политического информационно-коммуникационного пространства локального уровня.

Так, от имени одного из депутатов Государственной Думы РФ, представлявшего партию «Гражданская платформа», на празднике плуга и окончания весенних полевых работ «Сабантуй» Калтасинского района Республики Башкортостан в начале июня 2021 г. была организована бесплатная раздача сладкой ваты в брендированной палатке с изображением депутата под слоганом, включающим его имя [5]. Кроме этого, к информационной кампании открыто подключили детей, которые в эфире местного телеканала (на фоне раздачи сладкой ваты) декламировали текст, восторженно говоря о любви политика к детям Калтасинского района. Несмотря на использование грубого манипуляционного приема, подпадающего под статью федерального закона №67-ФЗ, фиксирующего запрет на использование изображений и высказываний лиц, не достигших возраста 18 лет, в агитационных материалах [8], данная ситуация не получила резонанса. Она официально транслировалась на уровне районных СМИ, не вызывая публичной негативной реакции и общественного резонанса. Рассмотренный пример не относится непосредственно к черному PR. Однако он наглядно свидетельствует о верности теоретических положений о легкости недобросовестного политического коммуникационного взаимодействия на локальном уровне, представленных в начале нашего рассуждения.

Следующий пример, который нам хотелось бы отметить, связан с публикацией ложной информации в рамках электоральной кампании 2020 г., которая проходила в г. Сосновоборске Красноярского края. Пост, размещенный в сообществе «ВКонтакте» «Подслушано в Сосновоборске», гласил: от имени кандидата в горсовет от Единой России и по совместительству директора деревообрабатывающего завода «Красфан» была осуществлена массовая рассылка сообщений в Telegram сотрудникам указанного предприятия с текстом: «Все желающие сотрудники (а также члены их семьи, друзья, соседи и пр.) могут заключить договор ГПХ по участию в выборах... каждому, заключившему договор будет выдано вознаграждение в сумме 1000 руб...» [3]. Вскоре в пресс-службе «Единой России» было заявлено, что данный вброс не соответствует действительности. Высказывались предположения, что информацию подобного содержания могли разместить недобросовестные конкуренты кандидата.

Данную ситуацию можно характеризовать как черную PR-технологию, использующую укрепившейся в массовом сознании политический миф о массовом использовании административного ресурса представителями «партии власти». Опора на укрепившиеся в сознании электората образы делает информацию более жизнеспособной, позволяет ей существовать, несмотря на официальные опровержения. Наилучшей стратегией борьбы с черным PR в данном контексте, на наш взгляд, является не точечная реакция на очерняющие сообщения (хотя она также должна быть), но повышение имиджа в целом. Например, показательные выговоры членам партии, уличенным в превышении должностных полномочий. Мы полагаем, что быстрее всего победу над одним мифом может одержать только «контрмиф», разрушающий ассоциативную связь между «Единой Россией» и административным ресурсом.

Особое значение в современной избирательной практике приобретают технологии черного PR, основанные на деконструкции непродуманного хайпового PR. Например, в 2021 г. в сообществе «Коррупционный Нефтекамск» появилась подкрепленная видеороликом публикация о встрече кандидата в депутаты от КПРФ с пострадавшими от пожара. Автор поста сообщал:

«Надев маску скорби, депутат, как всегда поохал, поругал власть и просто поболтал с пострадавшими, но никаких конкретных реальных действий для помощи не предпринял. Депутат не организовал сбор средств, не оторвал от своей зарплаты в 200 тыс. рублей какую-то денежку, не предоставил какую-то юридическую помощь пострадавшим и даже элементарно не помог составить обращение на свое имя прямо на месте. Еще раз обращаемся к читателям – как может подобный популист представлять наши интересы? Человек, не способный сам писать тексты, не способный помочь сам составить обращение, будет представлять наши интересы? Зачем такой плохой и неграмотный хайпожор нам нужен?» [6]. В данном случае мы видим, как попытка хайпа на пожаре была преобразована в очерняющую публикацию.

Гиперболизация, к которой относятся хайповые технологии, потенциально содержит в себе как повышенные возможности, так и риски. К числу нереализованных возможностей в данном случае относятся: повышение узнаваемости кандидата, формирование образа защитника обездоленных и радетеля за права человека. Риск же составляет выявление неискренности и ангажированности в действиях субъекта, что и произошло в данном случае. Необходимо максимально взвешенно подходить к использованию хайпа в политическом PR, так как вовлечение в информационный мейнстрим требует высокого профессионализма и грамотной стратегии. В противном случае велика вероятность самоудара по репутации.

Продемонстрированный материал наглядно свидетельствует об активном использовании черных и недобросовестных PR-технологий на местах. Именно на локальном политическом уровне начинают формироваться и функционировать устойчивые политические клише и мифы, происходит конструирование дискурса, фиксирующего предвзятое отношение масс к представителям власти и экстраполирующего подобные ассоциации на всю политическую систему в целом. Использование менталитета населения глубинки для достижения политической выгоды требует относительно малых ресурсов и позволяет политикам сохранять конкурентоспособность. Однако, пока отечественная политическая система не будет поставлена под более строгий контроль как со стороны гражданского общества, мониторящего недобросовестную политическую коммуникацию на всех возможных уровнях, так и ответственных властных структур, невозможно говорить о гармонизации и полноценной стабилизации отечественного политического пространства.

Обсуждение

В ходе работы над данной публикацией нами были проанализированы работы многих авторов, занимающихся исследованием обозначенной проблемы. Среди них необходимо отметить работы П.С. Камчатной [2], У.М. Мехдиевой [4], А.В. Россошанского [7] и др. Особое значение в контексте настоящей работы имеет анализ контента, представленного в региональных СМИ, а также в социальных сетях, преимущественно во «ВКонтакте». В целом, можно констатировать отсутствие системного научного дискурса, посвященного осмыслению специфики черного PR на локальном уровне. Акцент делается на теоретических аспектах либо на кейсах федерального уровня. При этом упускается из виду системный характер данной проблемы и невозможность ее решения без учета обращения к материалу, предоставляемому из отдаленных районов и муниципалитетов.

Заключение

Недобросовестные и черные PR-технологии являются частью отечественной политической практики самого разного уровня. Особую актуальность они приобретают на локальном уровне, что обусловлено как спецификой информационно-коммуникационного поля отдаленных районов, так и менталитетом, характерным для значительной части населения провинции.

Изучение черных PR-технологий, применимых на локальном уровне, является одним из наименее разработанных аспектов проблемы черного PR в отечественном политическом пространстве, но определенно значимой, так как политические процессы на местах с неизбежностью влияют на общеполитический дискурс и уровень стабильности политической системы в целом.

Таким образом, недобросовестные технологии способны не только воздействовать на имидж политика, но и управлять сознанием масс, конструируя ассоциативные маркеры, выгодные конкурентам. В сложившихся условиях необходимо, на наш взгляд, ряд мер, направленных на повышение уровня политической, правовой культуры и грамотности жителей глубинки, что позволит снизить риски манипуляционного воздействия от использования черных PR-технологий.

Литература

1. Воробьева И.В. Политическое участие жителей российского села // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2017. № 3 (9). С. 88–97.
2. Камчатная П.С., Савенкова М.С. Использование «черного пиара» в международной политике // Тенденции развития науки и образования. 2018. № 44-4. С. 50–54.
3. К нам поступила информация. Интересная электронная рассылка [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/wall-118509807_188107?access_key=cd4c7eb4c7c630bb13
4. Мехдиева У.М. Политический пиар как средство влияния на общественное сознание // *Juvenis Scientia*. 2017. № 1. С. 36–39.
5. Новости Калтасинского телевидения от 08.06.2021 / [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/video613417425_456239346
6. Предвыборный пиар на несчастье или помощь, которой нет [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/wall-70017110_116032
7. Россошанский А.В. Особенности «черных» информационно-политических технологий // *Власть*. 2011. № 5. С. 41–44.
8. Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» от 12.06.2002 № 67-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37119/
9. Чижов М.А. Особенности избирательных технологий в регионах России в 2006–2007 гг.: автореф. дис ... канд. филол. наук. М., 2008. 19 с.