

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

Ключевые понятия политических коммуникаций

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Михальченко Марта Владленовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: mihalchenko.mara@mail.ru

В настоящее время формирование общественного мнения в политике необходимо для создания подходящего имиджа самостоятельного политика или партии. Общественное мнение является важнейшим инструментом влияния на политические процессы, определяя дальнейший ход событий, принятие решений и даже смену власти. Политический PR становится видом коммуникации с обществом. PR технологии и связи с общественностью становятся фундаментом формирования общественного мнения в мире, который перенасыщен информацией. Политики и другие представители власти укрепляют свои позиции в медиа и других источниках коммуникации.

«Поскольку термин «политика» понимается и как деятельность по достижению и удержанию власти, и как деятельность по управлению обществом, то поэтому вопрос связей с общественностью в политике посвящен сразу двум проблемам - PR- сопровождению избирательных кампаний и PR - деятельности органов государственной и муниципальной власти» [2].

Современные политические PR - технологии строятся на связях с общественностью, социально - политическом мониторинге, обеспечении субъекта политики аналитической информацией, формировании благоприятного имиджа субъекта политики [1].

Исследователи нашего времени, такие как Н. Хомский и М. Кастельс обращали свое внимание на влияние медиа на формирование современной коммуникации в политике. Российский журналист Д. В. Ольшанский в своей книге политический PR затронул общее понятие политической рекламы, а также методы воздействия на аудиторию через коммуникационные каналы, заостряя свое внимание на технических особенностях массовой коммуникации [3]. Д. В. Новиков изложил в своей работе использование основных имиджевых стратегий и социологических исследований как инструментов политического PR в избирательном процессе [2].

Источники и литература

- 1) Лазарева В. Н. Политический PR как вид коммуникации с обществом - Международный научный журнал «инновационная наука» - № 10/2015. (дата обращения 03.01.2025)
- 2) Новиков Д. В. Связи с общественностью в политике - Учебное пособие. Комсомольск-на-Амуре, 2013 г.
- 3) Ольшанский Д. В. Политический PR - СПб, 2003г