

О тематическом номере «Технологии политического PR и пропаганды в цифровом обществе»

On Special Issue about Political PR and Propaganda in Digital Society

УДК 32.019.2

Получено: 22.08.2019

Одобрено: 15.09.2019

Опубликовано: 25.09.2019

Быков И.А.

д-р полит. наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет
e-mail: i.bykov@spbu.ru

Bykov I.A.

Doctor of Political Sciences, Associate Professor, Saint Petersburg State University
e-mail: i.bykov@spbu.ru

Аннотация

Тематический номер «Технологии политического PR и пропаганды в цифровом обществе» охватывает широкий спектр проблем, которые можно разделить на три блока. В первом блоке рассматриваются теоретические проблемы трансформаций политической коммуникации в цифровом обществе. В первую очередь речь идет о появлении новых игроков в информационном пространстве, а также трансформации старых, что ставит вопросы в области адаптации политических элит к изменившейся реальности. Второй блок статей посвящен анализу зарубежного опыта современных политических коммуникаций, включая страны Северной Америки, а также Западной и Восточной Европы. В третьем блоке статей акцент делается на исследовании прикладных технологий интернет-коммуникаций. Речь идет об анализе таких технологий, как управление виртуальными сообществами, повышение политической мобилизации в социальных сетях и использования фрейминга в политических блогах для формирования имиджа страны. Номер ориентирован на специалистов в области политической коммуникации и прикладной политологии.

Ключевые слова: политический PR, политическая пропаганда, политическая элита, связи с общественностью, политическая коммуникация, цифровое общество.

Abstract

The thematic issue “Political PR and Propaganda in Digital Society” covers a wide range of topics that can be divided into three blocks. The first block examines the theoretical problems of the transformation of political communication in a digital society. First of all, we are talking about the emergence of new players in the information space, as well as the transformation of old ones, which raises questions in the field of adaptation of political elites to changing reality. The second block of articles is devoted to the analysis of the foreign experience of modern political communications, including the countries of North America, Europe, and also Russia. The third block of articles focuses on the study of applied Internet communications technologies. It is an analysis of technologies such as managing virtual communities, increasing political mobilization on social networks and using framing on political blogs to shape the country's image. The issue is aimed at specialists in the field of political communication and applied political science.

Keywords: political PR, political propaganda, political elite, public relations, political communication, digital society.

«Журнал политических исследований» предлагает читателям свой второй тематический выпуск, состоящий из статей преимущественно одной тематики. Собственно, сама идея тематического выпуска «Журнала политических исследований» появилась благодаря устойчивому интересу к проблемам политического PR и пропаганды в современном обществе. Этот интерес, в частности, был подтверждён работой секции «Современные элиты и политикумы: стратегии и тактики коммуникации», которая состоялась в рамках ежегодного форума «Медиа в современном мире. Петербургские чтения» в Санкт-Петербургском государственном университете (апрель 2019 г.). Секция была организована кафедрой связей с общественностью в политике и государственном управлении СПбГУ — одним из первых специализированных учебно-научных подразделений в России, фокусирующимся на проблемах государственно-политического PR. По итогам интересной дискуссии было предложено сформировать тематический выпуск «Журнала политических исследований», в котором были бы представлены результаты исследований участников секции с учетом состоявшейся в ходе работы апробации. Расширенные и доработанные версии докладов сформировали костяк тематического выпуска. Для подтверждения тезиса о значительном интересе к теме можно указать на широкую географию авторов статей, которая охватывает не только города России (Москва, Санкт-Петербург, Уфа, Владимир), но и зарубежные страны — Францию и Беларусь.

Первоначально предполагалось, что секция «Современные элиты и политикумы: стратегии и тактики коммуникации» будет преимущественно посвящена исследованию роли политических элит и в политическом PR. Но уже в ходе подготовки к секции и по мере поступления докладов стало понятно, что тема политических элит и современных связей с общественностью сильнее всего связана с основными тенденциями развития цифрового общества. Отсюда наметились основные направления расширения тематики специального номера в сторону проблем политического PR и пропаганды в цифровом обществе. Любопытно, что первый тематический выпуск журнала также был связан с цифровой повесткой. В первом тематическом номере «Big Data в политическом универсуме» авторы сконцентрировались на проблематике использования больших данных в политическом процессе. Очевидно, что большие данные — это продукт жизнедеятельности современного цифрового общества. Так или иначе, текущий тематический выпуск журнала не мог обойтись без анализа проблем политической коммуникации в цифровом обществе.

Структура тематического выпуска распадается на три больших блока. В первом блоке рассматриваются теоретические проблемы трансформаций политической коммуникации в цифровом обществе. В первую очередь речь идет о появлении новых игроков в информационном пространстве, а также трансформации старых, что ставит вопросы в области адаптации политических элит к изменившейся реальности. В статье Ю.В. Ключева и Д.В. Зубко «Элиты и политикумы в пространстве коммуникации: актуализация элитологического дискурса» раскрывается проблема появления новых акторов в политическом пространстве, которые «представляют собой активные социальные группы, обособившиеся от большинства и проявляющие интерес к управлению обществом. В коммуникативном плане их деятельность основана на максимальной открытости и публичности, которая включает широкое присутствие в повестке дня СМИ и активную самопрезентацию в интернете» [1]. Ранее в специальной литературе для обозначения похожего феномена широко использовался термин лидеров общественного мнения. Мы предлагаем читателям ознакомиться с авторской позицией по данному вопросу. В статье И.А. Быкова «Государственный PR и политическая элита в современной России» анализируются причины и следствия «силового фактора» в современном государственном PR России [2]. Автор указывает, что поворот к патриотической повестке и силовому отстаиванию политических интересов легко предсказывался исследователями политической элиты России уже два десятилетия назад. Фактически, политическая элита

России выступила в качестве трендсеттера в области политического и государственного PR. В статье С.Н. Федорченко «Легитимность политического режима и PR: актуальны ли советы Макиавелли?» творчество Никколо Макиавелли изучается с точки зрения его значимости для современных приемов связей с общественностью [3]. Тогда как связи с общественностью рассмотрены как составные элементы достижения и упрочнения легитимности политического режима. В статье М.Г. Бреслера, Р.Р. Мурзагулова и А.Р. Сулейманова «Трансформация политической коммуникации и PR-деятельности в цифровом обществе» предлагает новую теоретическую модель PR-коммуникаций – «сетевую» модель, которая помещает субъекта PR – актора – в систему коммуникаций сетевого сообщества [4].

Второй блок статей посвящен анализу зарубежного опыта современных политических коммуникаций, включая страны Северной Америки, Европы, а также Западной и Восточной Европы. В статье М.Н. Грачева и Р.В. Евстифеева «Политический язык и жанры политической коммуникации в современном Интернете (опыт стран Северной Америки и Западной Европы)» систематически изучаются и обобщаются результаты современных зарубежных исследований политического языка и жанров политической коммуникации в Интернете [5]. В статье В.В. Косова «Дискурсивные стратегии и тактики президентов России и Франции в формате прямого общения с аудиторией: модели коммуникации для управления конфликтными ситуациями» проводится сравнительный анализ двух коммуникативных форматов – «Прямая линия с Президентом» в России и «Большие национальные дебаты» во Франции, которыми предусматривается прямой контакт глав государств с представителями различных социальных групп [6]. Статья А.В. Потребина «Мониторинги российских медиа в информационном пространстве Республики Беларусь: интерпретация в целях пропаганды» исходит из предположения о том, что одни и те же данные о присутствии российского контента и российских медиа в медиaprостранстве Беларуси получают диаметрально противоположные оценки и используются в политической полемике и политической пропаганде [7].

В третьем блоке статей акцент делается на исследование прикладных технологий интернет-коммуникаций. Речь идет об анализе таких технологий, как управление виртуальными сообществами, повышение политической мобилизации в социальных сетях и использования фрейминга в политических блогах для формирования имиджа страны. В этом блоке мы бы хотели выделить статью Д.С. Мартянова и Н.А. Мартяновой «Управляемость виртуальных сообществ: сравнительный анализ политизированных групп Вконтакте» [8]. Авторами было проведено прикладное исследование 115 популярных виртуальных сообществ социальной сети «Вконтакте», в ходе которого произведен сравнительный анализ коммуникативных стратегий и поведения администрации, участников сообществ и критиков доминирующего в сообществе дискурса. Делается вывод, что для российских виртуальных сообществ характерна субъект-объектная модель управляемости, когда солидаризация подписчиков достигается там, где последовательно демонстрируется активное управление сообществом со стороны администрации.

Таким образом, тематический номер «Технологии политического PR и пропаганды в цифровом обществе» получился довольно насыщенным, отражающим современные тенденции в исследованиях, посвященных трансформации политического PR в современных условиях. Авторы исследуют самые разные аспекты проблемы. Показательно, что в совокупности статьи номера приобретают системный характер не только из-за того, что затрагивают общую проблематику политических коммуникаций, но и по той причине, что вместе формируют определенную симфонию самых различных уровней знания – теоретического, методологического и эмпирического.

Литература

1. Клюев Ю.В. Элиты и политикумы в пространстве коммуникации: актуализация элитологического дискурса // Журнал политических исследований. – 2019. – Т. 3. – № 3.

2. Быков И.А. Государственный PR и политическая элита в современной России // Журнал политических исследований. – 2019. – Т. 3. – № 3.
3. Федорченко С.Н. Легитимность политического режима и PR: актуальны ли советы Макиавелли? // Журнал политических исследований. – 2019. – Т. 3. – № 3.
4. Бреслер М.Г., Мурзагулов Р.Р., Сулейманов А.Р. Трансформация политической коммуникации и PR-деятельности в цифровом обществе // Журнал политических исследований. – 2019. – Т. 3. – № 3.
5. Грачев М.Н., Евстифеев Р.В. Политический язык и жанры политической коммуникации в современном Интернете (опыт стран Северной Америки и Западной Европы) // Журнал политических исследований. – 2019. – Т. 3. – № 3.
6. Косов В.В. Дискурсивные стратегии и тактики президентов России и Франции в формате прямого общения с аудиторией: модели коммуникации для управления конфликтными ситуациями // Журнал политических исследований. – 2019. – Т. 3. – № 3.
7. Потребин А.В. Мониторинги российских медиа в информационном пространстве Республики Беларусь: интерпретация в целях пропаганды // Журнал политических исследований. – 2019. – Т. 3. – № 3.
8. Мартьянов Д.С., Мартьянова Н.А. Управляемость виртуальных сообществ: сравнительный анализ политизированных групп Вконтакте // Журнал политических исследований. – 2019. – Т. 3. – № 3.

Refeneces

1. Klyuev Yu.V. Elity i politikumy v prostranstve kommunikatsii: aktualizatsiya elitologicheskogo diskurs [Elits and politicums in communication] *Zhurnal politicheskikh issledovaniy* [Journal of Politic Research]. 2019, V. 3, I. 3.
2. Bykov I.A. Gosudarstvennyy PR i politicheskaya elita v sovremennoy Rossii [Governmental PR and political elite in Russia] *Zhurnal politicheskikh issledovaniy* [Journal of Politic Research]. 2019, V. 3, I. 3.
3. Fedorchenko S.N. Legitimnost' politicheskogo rezhima i PR: aktual'ny li sovery Makiavelli? [Legitimacy of political regime and PR] *Zhurnal politicheskikh issledovaniy* [Journal of Politic Research]. 2019, V. 3, I. 3.
4. Bresler M.G., Murzagulov R.R., Suleymanov A.R. Transformatsiya politicheskoy kommunikatsii i PR-deyatelnosti v tsifrovom obshchestve [PR and political communication in digital society] *Zhurnal politicheskikh issledovaniy* [Journal of Politic Research]. 2019, V. 3, I. 3.
5. Grachev M.N., Evstifeev R.V. Politicheskii yazyk i zhanry politicheskoy kommunikatsii v sovremennom Internete (opyt stran Severnoy Ameriki i Zapadnoy Evropy) [Political language and ganres of political communication in the Internet] *Zhurnal politicheskikh issledovaniy* [Journal of Politic Research]. 2019, V. 3, I. 3.
6. Kosov V.V. Diskursivnye strategii i taktiki prezidentov Rossii i Frantsii v формате pryamogo obshcheniya s auditoriey: modeli kommunikatsii dlya upravleniya konfliktnymi situatsiyami [Strategy and tactics of direct communication by Presidents in Russia and France] *Zhurnal politicheskikh issledovaniy* [Journal of Politic Research]. 2019, V. 3, I. 3.
7. Potrebin A.V. Monitoringi rossiyskikh media v informatsionnom prostranstve Respubliki Belarus': interpretatsiya v tselyakh propagandy [Russian media in information space of Belarus] *Zhurnal politicheskikh issledovaniy* [Journal of Politic Research]. 2019, V. 3, I. 3.
8. Mart'yanov D.S., Mart'yanova N.A. Upravlyaemost' virtual'nykh soobshchestv: sravnitel'nyy analiz politizirovannykh grupp Vkontakte [Managing virtual communities in Vkontakte] *Zhurnal politicheskikh issledovaniy* [Journal of Politic Research]. 2019, V. 3, I. 3.