

ТЕХНОЛОГИЯ ВЛИЯНИЯ – «ЧЕРНЫЙ» PR

«Черный пиар» – заведомое очернение объекта, которое направлено на ухудшение его имиджа. Этот термин российского происхождения. Он появился в конце 1980-х – начале 1990-х гг. для обозначения политической и коммерческой информации, распространяемой через заказные публикации в СМИ. Субъектами черного пиара выступают крупные компании, политики или представители шоу-бизнеса.

Главными целями «черного» пиара являются: вытеснение или частичное смещение конкурентов на рынке; нейтрализация и искоренение негативно настроенных человеческих групп и организаций; приобретение дополнительного влияния на партнеров, конкурентов, властные органы и структуры. Можно выделить такие основные методы черного пиара, как компромат, «плохая похвала», двойная аудитория, «крючок и наживка», общественное возмущение, административный ресурс.

Способами противодействия «черному» PR являются:

а) дезорганизация атаки. Суть: если у человека имеется информация о том, что на него готовится компромат, он должен очернить самого себя, используя СМИ и прочие средства распространения информации.

б) метод вспышки. В случае информационной атаки со стороны конкурентов должно быть искусственно создано событие, которое по своей значимости перекроет компрометирующий материал. Этот процесс должен протекать в другой информационной плоскости и иметь позитивный оттенок.

в) контратака. В ответ на информационную атаку нужно организовать свою войну с источником негативных и неправдивых сведений.

г) усиление «белого» пиара. Нужно как можно теснее работать со своей аудиторией, не обращая внимания на компромат, при этом демонстрируя только положительные качества.

Форумы, социальные сети и блоги – основные площадки, где работает «черный» PR в Интернете. Для гарантированного результата создаются целые сайты, наполненные негативной информацией, название которых очень похоже на название компании или бренда.

«Черный» пиар – действия, направленные на то, чтобы опорочить имя другого человека в глазах общественности. Сейчас мы живем в мире «черного» пиара, так как он повсюду – на телеэкранах, в газетах, за окном. Положительной чертой «черного» пиара может считаться его направленность на выявление истинных качеств участников любых конфликтов, выработку иммунитета у людей. Но использование этих технологий приводит к отрицательным последствиям, одним из них является реакция людей. В наше время необходима борьба с «черным» пиаром, причем не только со стороны отдельных политиков, но и, прежде всего, со стороны государства и общественности.