

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

**PR-технологии в региональных политических процессах (на примере Омского областного отделения КПРФ)**

**Научный руководитель – Никитина Елена Аркадьевна**

*Латыпова Владислава Валиахмедовна*

*Студент (бакалавр)*

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, Омск, Россия

*E-mail: vladislavalatypova@gmail.com*

Правительство РФ 14 июня 2018 года внесло в Государственную Думу РФ законопроект о пенсионной реформе. Он предусматривал поэтапный сдвиг возраста выхода на пенсию для мужчин до 65 лет, для женщин до 63 лет.

С момента объявления решения правительства в России началась волна акций протеста против спорной реформы. Недовольство населения вынудило Президента РФ Владимира Путина выступить с телеобращением к нации, в котором он объявил о смягчении первоначальных планов повышения пенсионного возраста и предоставления определенных гарантий некоторым группам населения.

На планы правительства по повышению пенсионного возраста отозвались и профсоюзы, и парламентская, и внесистемная оппозиция. Самой крупной политической силой, выступившей против реформы, стала КПРФ. Все депутаты от КПРФ в Госдуме голосовали «против» принятия законопроекта. Коммунистическая партия была также инициатором всероссийского референдума против пенсионной реформы и организатором массовых протестных акций.

Массовые протестные акции являются одной из форм политической борьбы. Это митинги, демонстрации, пикеты, забастовки, перфомансы и т.д. Термин «протестная акция» рассматривается нами сквозь призму теории коллективного поведения Г. Блумера и обозначает вид действующей толпы [1].

К протестным акциям относится и митинговая «волна», т.е. практически единовременная организация митингов по всей стране. В борьбе против пенсионной реформы КПРФ активно использовала этот метод.

22 сентября в городах России прошла Всероссийская акция протеста против пенсионной реформы правительства. Митинги против повышения пенсионного возраста были организованы коммунистами, профсоюзами, партией «Яблоко», и почти все согласованы властями. В них участвовали от нескольких сотен человек до нескольких тысяч. В акции приняли участие жители Владивостока, Новосибирска, Красноярска, Москвы, Казани, Самары, Екатеринбурга, Симферополя и других городов. Протестующие требовали отмены «антиконституционной и антинародной реформы», отставки президента и премьер-министра, перевыборов Госдумы.

В Омске главным организатором и координатором акции выступило Омское областное отделение КПРФ. Далее мы рассмотрим PR-технологии, которые использует эта партия в политических процессах Омского региона.

За годы своего существования Омский обком КПРФ провел сотни пикетов и митингов. Митинги против реформы образования, пикеты против реформы ЖКХ, против развала военно-промышленного комплекса, сход против закрытия сельских школ в Калачинске, комсомольский пикет против отмены студенческих стипендий - акции, инициаторами которых стали омские коммунисты.

Для того чтобы митинг достиг своей цели, необходима четкая организация и подготовка [3]. Важную роль при этом играет PR-сопровождение. Задача политического PR

состоит в том, чтобы установить плодотворные отношения между государственными и политическими органами и общественностью, где одну из главных позиций занимает СМИ [2].

В Омском областном отделении КПРФ деятельностью в области связей с общественностью занимается пресс-служба.

На подготовительном этапе акции были поставлены цели и задачи мероприятия, определена его концепция, разработан его план, выявлены основные группы ЦА.

Основными целевыми аудиториями партии в Омском регионе являются:

- население (его институты);
- выборные должностные лица;
- государственные служащие;
- действующие и потенциальные члены партии;
- средства массовой информации.

В соответствии с планом мероприятия были распределены обязанности между организаторами. Готовящийся митинг был согласован с властями города. Через информационные ресурсы, находящиеся в распоряжении Омского обкома КПРФ, была проведена работа по информированию омичей о предстоящем мероприятии:

1. Сайт Омского обкома КПРФ.
2. Сайт КПРФ.
3. Телеканал «Обком-ТВ».
4. Газеты «Красный путь», «Правда», «Омское время».
5. Паблик в социальной сети ВКонтакте «КПРФ Омск».
6. Паблик в социальной сети ВКонтакте «Я против пенсионной реформы».

На данном этапе на мероприятие были лично приглашены журналисты, спикеры и другие гости. Было обеспечено материально-техническое оснащение акции.

Акция длилась в течение часа. Она прошла в формате «открытого микрофона»: все, кто хотел высказать свое мнение о пенсионной реформе или о других важных событиях в политической, экономической и социальной сфере нашей страны, могли выйти на сцену. На митинг прибыли журналисты. Все мероприятие транслировалось молодыми активистами в режиме прямого эфира в социальную сеть «ВКонтакте».

Всего на митинг собралось около 2000 человек. Для Омска, города-миллионника, цифра не впечатляющая, однако Омский обком КПРФ остался доволен результатами. Пресс-служба опубликовала статью, в которой дала оценку количеству людей на митинге и его итогам. КПРФ считает, что в условиях отсутствия диалога власти и простых людей, подавления государством любых протестных настроений и усиленной телевизионной пропаганды, количество человек, пришедших на митинг, можно считать удовлетворительным.

После мероприятия 15 региональных Интернет-СМИ (ngs55, Новая Газета, В Омске, город55, bk55, ОмскИнформ и др.) опубликовали новость о нём, все в положительном или нейтральном ключе. Однако некоторые СМИ дали оценку всей Всероссийской акции КПРФ как провальной, поскольку во многих городах на митинг пришло намного меньше людей, чем ожидалось.

Таким образом, можно сказать, что PR-сопровождение протестной акции, организованное пресс-службой Омского обкома КПРФ, оказалось неэффективным. Многие жители города Омска не были в полной мере проинформированы о предстоящем мероприятии, что сказалось на количестве участников. Это свидетельствует об ошибке в выборе каналов коммуникации. Публикации о прошедшем мероприятии вышли только в нескольких Интернет-СМИ, крупные издания обошли событие стороной. Следовательно, успех политических акций во многом зависит от их PR-сопровождения и эффективности работы PR-специалистов.

### Источники и литература

- 1) Блумер Г. Коллективное поведение. М.: МГУ, 1994.
- 2) Владимиров А.А., Тиховодова А.В. Пособие учебно-методическое по политологии. Н. Новгород: изд-во ФГОУ ВПО «ВГАВТ», 2010. 40 с.
- 3) Кудинов О.П. Большая книга выборов: как проводятся выборы в России. М.: Арт Бизнес Центр, 2003. 663 с.
- 4) КПРФ Омск <https://omsk-kprf.ru>
- 5) КПРФ Россия <https://kprf.ru>