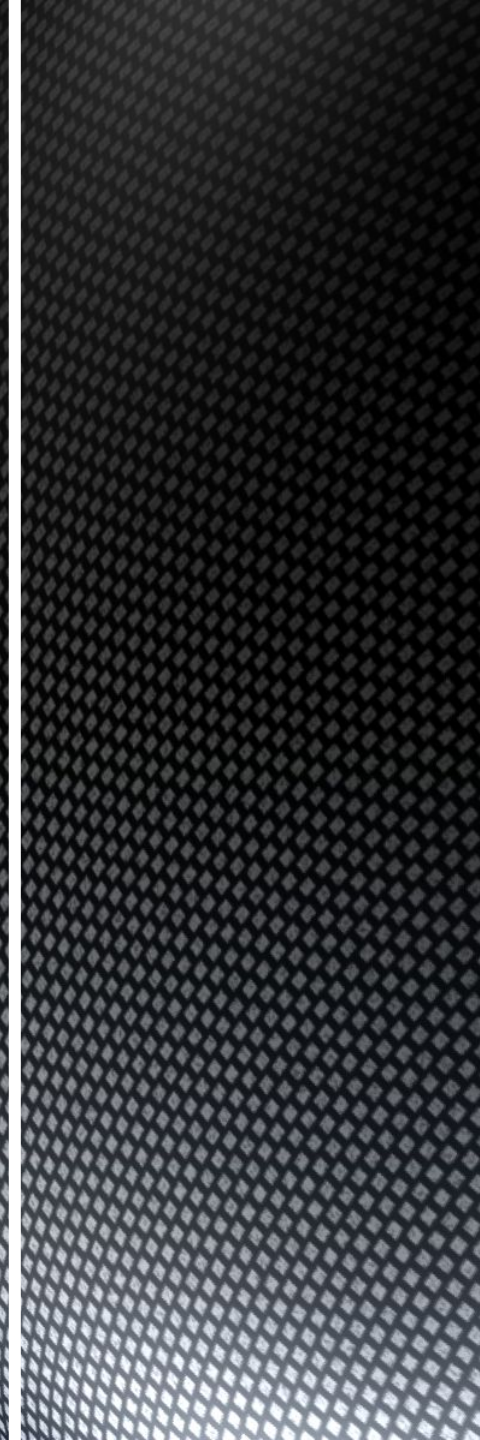


ТРАНСФОРМАЦІЯ  
ПОЛІТИЧНИХ PR-технологій  
до реалій  
сучасної України  
Дар'я Бурік



- Це означає, що його також треба “продати”. Тільки це набагато складніше, ніж продати морозиво.
- Політик використовує технології і піартехнології, щоб себе “продати”
- Основні використовувані політичні піартехнології: робота зі ЗМІ, благочинність, створення спеціальних подій, робота в інтернеті (включає в себе інтернет-ЗМІ)

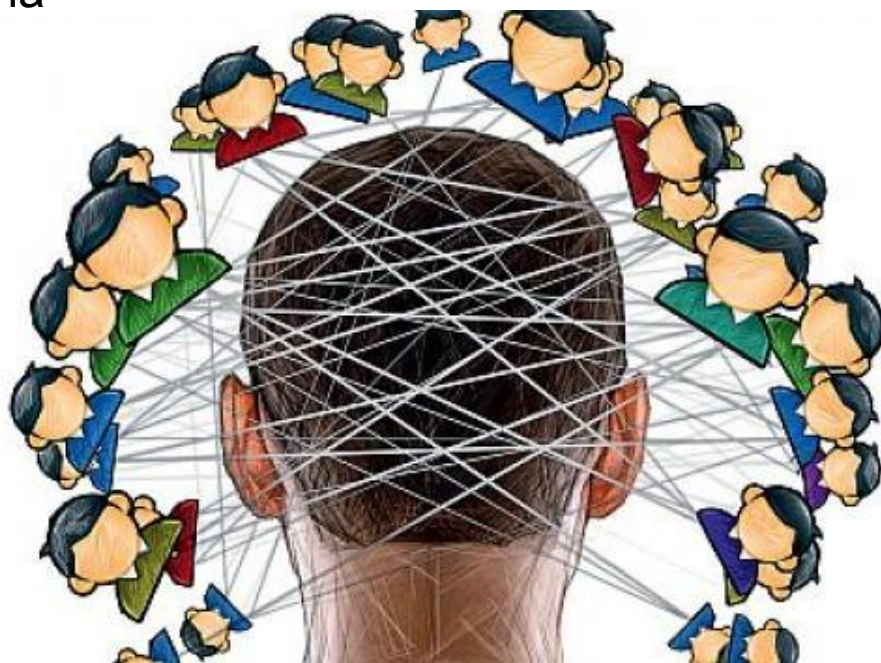
# Політик=Продук

Т



- Людина, яка живе (пов'язана, користується) в інтернеті та соціальних мережах
- Деякі дослідники масових комунікацій говорять про прийдешню епоху "медіакратії" - влади ЗМІ, які не просто відображає та інтерпретує дійсність, а конструює її за своїми правилами і на свій розсуд.

Що таке  
сучасна  
людина?



## РОБОТА ЗІ ЗМІ В УКРАЇНІ:

### ■ ТЕЛЕБАЧЕННЯ:

- Ефективне використання: експрес-опитування
- Телевізійні портрети (сторітелінг)
- «Джинса»
- Неєфективне використання: НЛП, публічні виступи, дебати, політична реклама

## РОБОТА ЗІ ЗМІ В УКРАЇНІ:

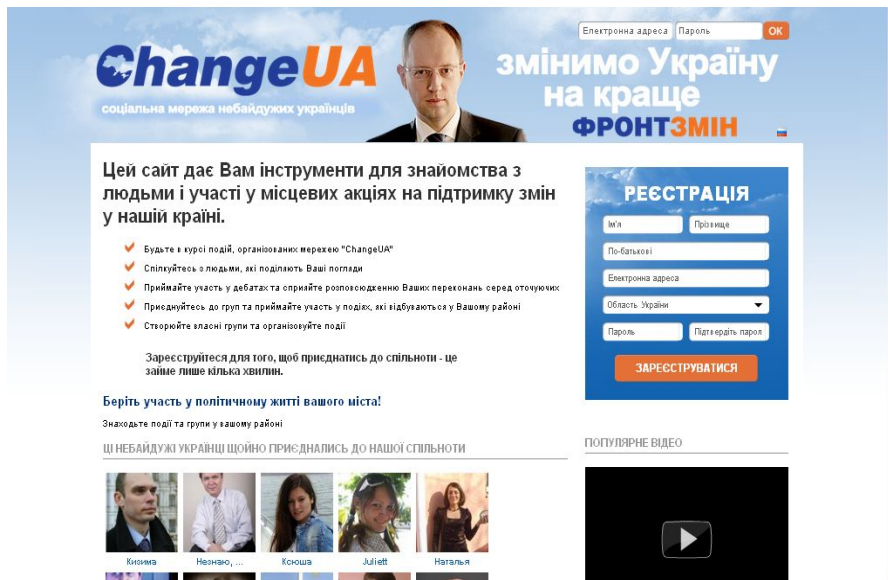
### ■ РАДІО:

- Дієвість: домогосподарки, пенсіонери, технічне обслуговування та ін.
- Молодь не охоплює. На неї спрямований лише комерційний PR

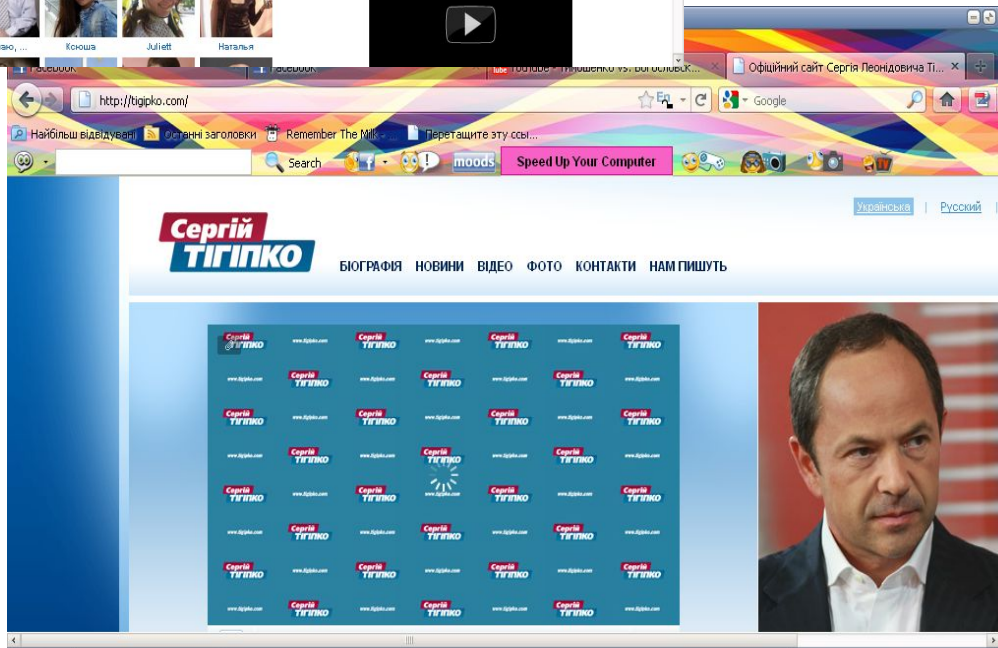
- «Передвиборчі газети» - Швейцарія, «виросли» із маніфестів
- Популярні - через розголос у колах технологів Америки.
- Недоліки українських передвиборних газет :
  - неякісний контент і верстка.
  - газети робляться «на ходу»
  - аудиторія отримує «сирий» продукт.
- США – залучають від 10 до 50 волонтерів, часто компенсують частину робочого часу.
- Україна – до 5-10 осіб на центральну газету.

## РОБОТА ЗІ ЗМІ В УКРАЇНІ: ДРУКОВАНІ ЗМІ





# Інструменти інтернет, що використовує сучасний політик в Україні







- Тенденції стосовно виходу та ефективності інтернет-ЗМІ зараз характерні і для Європи, зокрема, у Франції, Німеччині, а також Швеції та Австрії, де активно впроваджується інформатизація, покриття бездротовго інтернету є широким і майже завжди безкоштовним принаймні в центрі міст.

## ІНТЕРНЕТ-ЗМІ



- Усі технології – закордонні
- Впровадження - непрофесійне, неповне, технології рідко адаптуються до наших умов і в більшості залишаються «недовиконаними».
- Іноземні технологи не можуть вільно оволодіти знаннями про українську ментальність та особливість впливу політики на електорат.
- Кількість замовних матеріалів («джинси») в ЗМІ продовжує залишатися великою навіть у міжвиборчий період.
- Сучасні українські політики розуміють, що потрібно рухатися в напрямку цифрових технологій, проте роблять це невдало, допускаючи дуже багато помилок, що нівелює усі їхні зусилля.

І ЩО?

- вивчити ціннісно-психологічні особливості своїх цільових груп і впритул зайнятися проблемою побудови ефективних комунікацій з ними;
- усвідомити, що сторітелінг - це не брехня і не вигадка, а лише факти, ретельно відібрані і оброблені, піднесені певним чином і в правильному контексті;
- зайнятися пошуком підходящих матеріалів та фактів.

ЩО ВАРТО  
ЗРОБИТИ?

СТОРІТЕЛІНГ

- Для того, щоб якісно використовувати інтернет, топ-політикам необхідно вивчати досвід світу і не ставитися зневажливо до твітер-профілів Обами та Білого Дому, Ніколя Саркозі та Дмитра Медведєва, адже велика частка їхньої аудиторії спілкується та бере інформацію саме в різноманітних інтернет-сервісах та ресурсах.

## ЩО ВАРТО РОБИТИ?

### Інтернет



Дякую за увагу!