

# Черный PR как средство продвижения продукта.

Аб-2

Сегодня PR (или public relations, связи с общественностью) выступает одним из важнейших инструментов реализации стратегических и тактических бизнес-задач. Его значение при выводе и продвижении нового товара на рынок сложно переоценить.





# Чёрный пиар

Материал из Википедии — свободной энциклопедии

[ править | править код ]

Текущая версия страницы пока не проверялась опытными участниками и может значительно отличаться от версии, проверенной 25 февраля 2019; проверки требуют 6 правок.

**Чёрный пиар** (англ. *negative campaigning; mud slinging* (разг.)) — деятельность (пиар), направленная на уничтожение благоприятного имиджа какого-либо лица, организации, политической силы и т. п.

Термин «Чёрный PR» — русского происхождения. В иностранной (англоязычной (США)) практике выражение *Black PR* встречается только в смысле «PR в поддержку афроамериканцев (амер. англ. *Black*)». Термин появился в конце 1980-х — начале 1990-х годов для обозначения политической и коммерческой информации, распространяемой через заказные публикации в СМИ и листовки, оплачиваемые неофициально. Как правило, данные публикации содержали компромат или другую информацию, негативно влияющую на имидж персоны или объекта.<sup>[1]</sup>

Несмотря на русское происхождение самого термина, аналогичная деятельность существует давно и чрезвычайно хорошо развита и в иностранных государствах. Она маскируется под позитивные виды деятельности, но её смысл, задачи и методы аналогичны. К чёрному PR прибегают все крупнейшие корпорации мира и мировые политики. Чёрный PR активизируется во время избирательных кампаний.<sup>[1]</sup>

В 2000-х годах круг активностей, которые можно отнести к "черному PR" сильно вырос пропорционально каналам коммуникаций, которые могли влиять на общественное мнение. Так активно начал использоваться BTL - массовые пикеты, одиночные пикеты, акционисты - все это стало активно использоваться в PR-кампаниях, как правило, чтобы обозначить реакцию народа на инфоповод. Развитие соцсетей также внесло свою лепту - в данный момент организация инстаграм-эстафет или любого интернет флеш-моба в рамках PR-кампании - это вопрос компетенций PR-менеджера, а не реальной "народной воли".

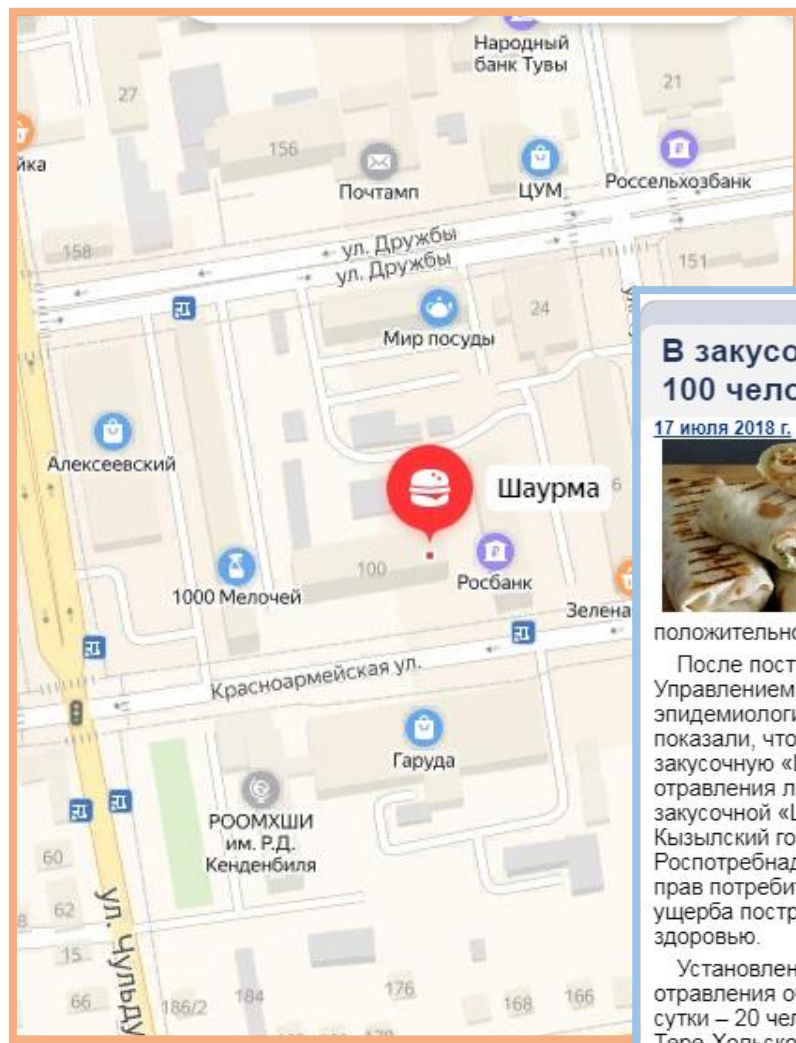
Существуют сложности оценки PR-кампаний, в которых присутствовал "черный PR", так как зачастую экономическая эффективность отходит на второй план, если целью кампании были не публикации. Как бы то ни было, эксперты выделяют следующие критерии оценки эффективности:

- Количество и качество упоминаний в СМИ
- Количество и качество упоминаний в социальных сетях
- Достижение личных целей (передача "сообщения", репутационные или деловые потери)



# «Чёрный пиар — тоже пиар»

- Данная поговорка означает, что даже чёрный пиар способен в некоторых случаях, вопреки желаниям лиц, которые его проводят, принести объекту пользу. Дело в том, что при любом пиаре, в том числе и чёрном, об объекте узнают люди, которые ранее, возможно, даже не подозревали о его существовании. Таким образом, общая известность объекта в итоге повышается.



ОБЩЕСТВО

## В закусочной "Шаурма" на Кызылском Арбате более 100 человек отравились шаурмой

17 июля 2018 г. | 2845 просмотров | 0 комментариев



В Туве в Республиканскую инфекционную больницу с признаками острого кишечного отравления с 12 по 17 июля обратилось 92 человека в возрасте от 4 до 69 лет, из которых госпитализировано 50 человек, остальные находятся на амбулаторном лечении. Среди заболевших 17 детей. Состояние больных стабильное, с

положительной динамикой.

После поступления первого сигнала о факте массового отравления людей Управлением Роспотребнадзора по Республике Тыва незамедлительно начато эпидемиологическое расследование. Предварительные итоги расследования показали, что групповая заболеваемость зарегистрирована среди лиц, посетивших закусочную «Шаурма» на площади Арбата. По факту массового пищевого отравления людей составлен протокол о временном запрете на деятельность закусочной «Шаурма», административные материалы дела направлены в Кызылский городской суд с иском о закрытии заведения. Управлением Роспотребнадзора готовятся также судебные иски в соответствии с законом о защите прав потребителей с требованием о возмещении морального и материального ущерба пострадавшим за некачественное оказание услуг и нанесение вреда здоровью.

Установлено, что в первые сутки за медицинской помощью с признаками отравления обратилось четыре человека, во вторые сутки – 15 человек, в третьи сутки – 20 человек, проживающих в городе Кызыле, Пий-Хемском, Тандинском, Тере-Хольском кожуунах и поселке Каа-Хем Кызылского кожууна. В ходе эпидемиологического расследования отобраны образцы продуктов на лабораторные исследования, обследуется состояние больных и персонала закусочной. По предварительным данным лабораторных исследований на 16 июля у 12 больных обнаружена ДНК сальмонеллы. Выявлен один работник закусочной

ТЕАТР ТАНЦА И КОСТЮМА

«ЭДЕГЕЙ»



Министерство культуры Республики Тыва

20 июл в 14:28

Руководитель ООО «Театр танца и костюма «Эдегей» Кима Донгак обратилась к депутату Государственной Думы от партии ЛДПР Сергею Натарову с обращением, о том что, цитируем, «ансамбль "Эдегей" выселяют из их помещения, не дают выступать на тувинских площадках». Информация была опубликована на странице ЛДПР в социальных сетях.

Министерство культуры Республики Тыва сообщает, что данная информация не соответствует действительности.

