

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

Политический пиар в Узбекистане. Каналы коммуникации власти с обществом.

Научный руководитель – Сегал Александр Петрович

Петроченкова Анастасия Андреевна

Студент (бакалавр)

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в
г.Ташкенте, Ташкент, Узбекистан
E-mail: petrochenkova.1994@mail.ru

Стремительное развитие мирового сообщества требует активных изменений в коммуникации между различными группами. Основной задачей пиара является формирование положительного и благоприятного общественного мнения и управление им. Но следует отметить, что пиар является не только механизмом формирования общественного мнения, но также служит и своеобразным транслятором позиции власти, что в свою очередь оптимизирует процедуры разработки, подготовки, внедрения и реализации политических решений.[2]

В современном Узбекистане политический пиар - это особая сфера деятельности, которая появилась относительно недавно в том виде, в котором она известна обществу. Не смотря на то, что в современном Узбекистане политический пиар как особая сфера деятельности, появилась относительно недавно и ранние предпосылки к нему были ещё в 80-х годах 20 века, всё же именно с капитализма он стал активно внедряться во взаимодействие с обществом.

Политический пиар имеет огромное значение не только во время предвыборных агитаций, но и в период между самими выборами. Каждый день правительство взаимодействует со своими гражданами и очень важно формировать их правильное мнение об этой деятельности.

С этой целью свои пиар службы имеют не только политические партии, но и в крупные институты государственной власти: министерства, ведомства, аппарат президента, хокимияты городов и районов, центральный банк Республики и другие объекты, осуществляющие законотворческую и законоприменительную деятельность. Ежедневно общество оповещают о нововведениях, законах, социально значимых проектах и т.д. Особое внимание уделяется квалификации сотрудников пиар служб, качеству выстроенной стратегии взаимодействия, постоянно развиваются каналы коммуникации - всё это неотъемлемая часть политического пиара во всём его проявлении.

Наиболее яркое проявление политического пиара - избирательные кампании, которые в красках и наглядно показывают большой массив проделанной работы. Политический пиар избирательных компаний является многоступенчатой деятельностью и включает в себя несколько этапов:[1]

1. Организация и реализация встреч с избирателями
2. Привлечение административного ресурса
3. Создание образа положительного и социально ответственного кандидата
4. Анализ социально-политической обстановки в регионах
5. Введение предвыборной кампании
6. Взаимодействие с обществом путём различных каналов коммуникации и другое.

Вся деятельность избирательных кампаний в Республике Узбекистан регулируется законодательством, в частности «Избирательным кодексом РУз»[4].

В качестве основных каналов коммуникации власти с обществом используются СМИ.[3] Свобода слова и деятельности журналистов в Узбекистане значительно выросла за последние 7 лет. Это позволяет открыто освещать в средствах массовой информации все текущие события, новости и другую социально значимую информацию и доносить её до граждан. Все официальные заявления ведомств, информация о происходящем за пределами республики, и о предстоящих мероприятиях в первую очередь публикуется средствами массовых информации. К ним относится национальное телевидение:

- телеканалы Ахборот, Узбекистан 24, Ташкент и другие;
- периодические печатные издания: Свобода слова, Узбекистан Овози;
- телепередачи с выступлениями экспертов из различных областей,
- деловые журналы Зе Мэг и многое другое.

Сегодня телевидение остаётся одним из основных каналов коммуникации политического пиара.

Оставшуюся долю каналов коммуникации делят:

- распространение полиграфического материала: листовки, флаер, брошюры, плакаты;
- видеоролики на цифровых носителях на улицах города;
- встречи с избирателями на местах;
- проведение конференций с обсуждением важных вопросов и другие.
- пресса

И не стоит недооценивать данные каналы, ведь они несут в себе легкую смысловую нагрузку, не перегружают сознание общества. В них в краткой и понятной форме изложены все основные тезисы.

В заключение хотелось бы отметить, что политический пиар в жизни любого государства является информационным мостом между властью и обществом. Он имеет тонкую грань, которую легко нарушить любым не продуманным шагом. Поэтому к его формированию стоит подходить крайне ответственно и не принижать роль и значение политического пиара в нашей жизни.

Источники и литература

- 1) Лазарева В.Н. «Политический PR как вид коммуникации с обществом»
- 2) Сидельник Э.А. «Пиар в политике: проблемы и перспективы»
- 3) Саъдуллаева О.Н. «PR и СМИ: СМИ как PR-инструмент органов власти и политических партий»
- 4) «Избирательный кодекс РУз»