

# Черный PR

- Намеренное распространение слухов.
- Ложная информация.
- Сублиминальное воздействие.
- Черная пропаганда.

# Сублиминальное воздействие

Джеймс Вайкери (James Vicary) будучи специалистом по рекламе тайно вмонтировал фразы «Ешь поп-корн» и «Пей кока-колу» в фильм. Фразы появлялись на  $1/300$  долю секунды. По свидетельству Вайкери продажи кока-колы выросли на 18,1%, а попкорна – на 57,7%.

# Сублиминальное воздействие - это

- послание настолько слабое, неясное или быстрое, что оно оказывается транслируемым ниже порога сознания (Эллиотт Аронсон, Энтони Праткинс);
- такое коммуникативное воздействие, которое происходит помимо внимания и сознания адресата (А.П. Назаретян).

# Эксперимент с подводниками.

В 70-е годы молодой офицер-психолог, чтобы продемонстрировать пренебрежительно настроенным генералам возможности своей науки организовал следующий эксперимент. Под предлогом проверки подводников на звуковую стрессоустойчивость в каюты несколько часов в сутки подавался «белый шум» т.е. хаотическое бессмысленное шумовое сопровождение. Для моряков, которые в течение двух предыдущих лет развелись с женами, шум на сублиминальном (подпороговом) уровне включал в себя фразу «А жена была хорошая...». По возвращении на берег большинство этих моряков вернулись к женам. Правда, история умалчивает, надолго ли...

## Задача из учебника математики (Вьетнам, 70-е годы)

---

- Из одного гранатомета можно уничтожить 5 американских империалистов. Сколько нужно гранатометов, чтобы уничтожить 20 империалистов?

# Брачное агентство (штат Техас)

Владельцы агентства предстали перед судом штата Техас по обвинению в использовании незаконных стратегий воздействия, т.к. у экспертов Общества защиты потребителей вызвал подозрение слишком высокий процент браков, заключенных при посредничестве этого агентства. Эксперты обнаружили в видеокассетах, представляющих претендентов и претенденток, наличие 25-го кадра со словами «Love me do!». Тем не менее судебное разбирательство не удалось довести до конца, поскольку никто из пострадавших не захотел выступать свидетелем обвинения – все заявили, что счастливы в новом браке.

Черная пропаганда - это  
сообщение с  
неверно указанным  
источником.



Серая пропаганда –  
сообщение без указания  
источника.





# Белая пропаганда - это

- Сообщение с верно указанным источником.



# Направления психологического сопровождения предвыборной кампании

- Исследовательская деятельность (команда разведки).
- Продвижение кандидата (команда усиления).
- Нейтрализация возможных нападений конкурентов (команда конверсии).

# Политические субъекты

- Народ – избиратели, приходящие на избирательный участок без четкого решения о кандидатуре голосования.
- Электорат – избиратели, имеющие решение о кандидатуре голосования, но выбор делается по внешним характеристикам.
- Электорат – избиратели, принимающие решение о голосовании на основе анализа предвыборных программ кандидатов.

# Образ кандидата при первой встрече.

- 7 % - содержание речи;
- 38 % - голос;
- 55 % - внешность.



# Составляющие запроса электората

- Пол – оптимальнее мужской.
- Возраст – средний. Не приветствуются в качестве кандидата молодые люди (отсутствие жизненного опыта) и пожилые.
- Семейный статус – наличие семьи и детей. Оптимален единственный брак.
- Социальный статус – наличие социальных успехов. Электорат не готов голосовать за человека низкого социального статуса.
- Происхождение – человек из народа.

# Программа кандидата.

- Программа-минимум содержит основные положения, сформулированные четко и кратко. Используется в листовках и иной агитации.
- Программа-максимум включает развернутые формулировки предвыборных положений, используется при встрече с избирателями для более развернутых ответов на вопросы.