

Типы информационных кампаний

Трансформация массового сознания в настоящее время производится через четко спланированные информационные кампании.

Информационная кампания – это спланированный с определенными целями и задачами поток информации, который характеризуется протяженностью во времени, интенсивностью и распространенностью. Информационные кампании, соответственно, различаются: по цели на стратегические и тактические, по временной протяженности на длительные и кратковременные, по интенсивности на массированные и дискретные, по распространенности на глобальные и локальные.

Стратегические информационные кампании ориентированы на достижение стратегических целей, как–то сохранение и смена конституционного строя, достижение страной международного авторитета и т.п., и как правило отличаются большой протяженностью во времени (длятся иногда годами). Тактические кампании ориентированы на достижение тактических целей, как–то обеспечение поддержки тех или иных программ, формирование имиджей политическим лидерам и их движениям и т.п.

Долговременность и кратковременность кампании как правило зависит от цели, на которую ориентирована информационная кампания.

Массированными называются информационные кампании, генерирующие непрерывный поток информации, как–то предвыборные кампании, кампании по подготовке референдума. Дискретными называются кампании, в ходе которых генерируется прерывистый поток информации.

Глобальные кампании – ориентированы на формирование общественного мнения в пределах страны и международного сообщества, или формирование массового сознания всего общества. Локальные – ориентированные на конкретный регион или формирование массового сознания конкретной социальной группы.

Выбор того или иного типа информационной кампании зависит прежде всего от целей коммуникатора и тех стратегий, которые он выберет.