

РІЛЕЙШНЗ

О.Ф. Шаповал, канд. екон. наук, доцент

Л.О. Коннова

Національний університет харчових технологій

Комунікаційні ситуації в паблік рілейшнз (ПР) обумовлюють необхідність використання професіональних комунікаційних технологій, які дозволяють встановити гармонійні і взаємовигідні зв'язки між суб'єктами соціуму.

За своїм змістом комунікаційні технології об'єднують систему методів і прийомів, що дозволяють отримувати заплановані результати в ході здійснення комунікаційного процесу.

В професійній діяльності ПР-фахівців комунікаційні технології реалізуються через структуру маніпуляційних дій-комплексів та впливів, що спрямовані на досягнення визначених завдань та підтримки комунікаційно-організаційних функцій ПР. До таких функцій відносяться: інформаційно-посередницькі, забезпечення зовнішніх зв'язків, а також сприяння ефективній роботі підприємства (організації).

Характерними рисами комунікаційних технологій, які використовуються в ПР є:

- універсальність – обумовлює застосування комунікаційних технологій на різних за чисельністю соціальних об'єктах;
- конструктивність – пов'язана з націленістю на вирішення визначної проблеми;
- результативність – обумовлює досягнення кінцевого ефекту комунікаційного процесу;
- гнучкість – визначає здатність адаптації комунікаційної технології за обставин, що змінюються.

Теоретико-методологічні основи використання комунікаційних технологій в ПР відображені в працях таких науковців як: С. Блек, Ф. Джефкінс, С. Катліп, Р. Харріс, Г. Почепцов, М. Назаров, О. Холод та ін.

Проведені дослідження свідчать про те, що з точки зору ексклюзивних завдань здійснення впливу на аудиторію комунікаційні технології можна поділити на низько- та високоінтенсивні [1].

Використання низькоінтенсивних комунікаційних технологій дозволяє досягти мети комунікаційного процесу в майбутньому періоді часу. Особливістю низькоінтенсивних комунікаційних технологій є те, що цілі комунікації в ході комунікаційного процесу є відомими лише ПР-фахівцю, але невідомі отримувачам інформації.

Низькоінтенсивні комунікаційні технології використовуються в ході проведення ПР-кампаній і дозволяють «перевірити» ситуацію з точки зору реакції аудиторії на організований виток інформації. Так, негативна реакція аудиторії дозволить «відмінити» можливий розвиток подій, а позитивна – привести їх у дію.

Застосування високоінтенсивних комунікаційних технологій дозволяє в короткий період часу досягти визначених результатів комунікації, оскільки мета комунікаційного процесу не є прихованою, а зрозумілою для кожного суб'єкту комунікативної взаємодії.

Отримання комунікативного ефекту після проведення ПР-кампанії на основі застосування високоінтенсивних комунікаційних технологій обумовлено використанням спеціальних прийомів цілеспрямованого впливу на аудиторію.

В PR цінується досягнення ефектів комунікаційних технологій, які обумовлені оптимальним сполученням триади: цільова аудиторія, ключові повідомлення та канали комунікації [2].

Формування цільової аудиторії за визначеними ознаками (демографічні, соціальні) та її знання дає змогу PR-фахівцю не тільки підготувати ключові повідомлення, а і обрати відповідні типи комунікаційних технологій та канали комунікації.

Сучасна концепція застосування комунікаційних технологій в PR обумовлює визначення оптимальних каналів комунікації для спілкування з цільовою аудиторією та використання інноваційних технологій візуального представлення інформації.

Здійснення електронних PR-комунікацій на базі мережі Інтернет – сфера підвищеного інтересу для більшості PR-фахівців, оскільки охоплює прогресивну та демократичну частину цільової аудиторії.

Більшість каналів комунікації в мережі Інтернет адаптуються до формату відкритої системи, що обумовлює інтеграцію взаємодії виробників і споживачів повідомлень. Серед основних характеристик сучасних комунікаційних каналів Інтернет можна відмітити: глобальність, інтерактивність, мультимедійність, можливість диференціації аудиторії за інтересами і наявністю сервісів щодо оперативного визначення реакції аудиторії на розміщений матеріал.

На основі електронних каналів мережі Інтернет PR-комунікації будуються максимально ефективно шляхом підтримки зворотного зв'язку з реципієнтами, оперативного аналізу та своєчасного реагування щодо сприйняття PR-повідомлень.

Отже, використання комунікаційних технологій в PR сприяє не тільки реалізації визначених управлінських стратегій, а і відкриває множину нових комунікаційних можливостей.

ЛІТЕРАТУРА

1. Почепцов Г.Г. Коммуникационные технологии / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 348 с.
2. Холод О.М. Соціальні комунікації: навч. посібн. / О.М. Холод. – Львів: ПАІС, 2011. – 288 с.