

НОВІТНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Сторожук Я. В.

студент 4 курсу

Файвішенко Д. С.

к.е.н., доцент

кафедра журналістики та реклами

*Київський національний торговельно-економічний університет,
Україна*

Ключові слова: український PR, Інтернет, лідери думок, зв'язки з громадськістю.

Keywords: *Ukrainian PR, Internet, opinion leaders, public relations.*

Щодня народжуються нові тренди змінюються смаки та вподобання людей. Разом з тим змінюються і шляхи впливу на них. Сьогодення українського PR дуже відрізняється від того, що було раніше. Адже змінюються інтереси аудиторії, щодо джерел отримання інформації. За даними дослідження агентства Isobar Ukraine – Інтернет стає єдиним медіа в Україні у якого росте охоплення аудиторії, на відмінну від ООН, ТВ, преси та радіо. А тому PR все більше проникає в мережу Інтернет [4].

Надзвичайно популярним стало просування товарів та послуг в мережі Інтернет через лідерів думок, які розповідають про них у своїх блогах в соціальних мережах таких як You Tube, Instagram, Facebook, Twitter. У просуванні товарів через лідерів думок робиться акцент не ринок соціальних медіа в цілому, а на конкретну аудиторію за інтересами, яка слідує за певними блогерами [5].

Щодо майбутнього Public Relations – за даними USC Annenberg Center for Public Relations найбільш важливими тенденціями, що вплинуть на майбутнє PR сфери є діджитал storytelling, моніторинг соціальних мереж, Big Data, поведінкові дослідження, маркетинг впливу, маркетинг у реальному часі фірмовий контент, потокове відео на останньому місці віртуальна реальність та фейкові новини [3].

Фахівці з PR вірять, що в наступні п'ять років для успіху організації будуть необхідні такі навички: стратегічне планування, лідерство, письмове спілкування, соціальні засоби комунікації, розробка мультимедійного контенту, дані та аналітика, кризовий менеджмент, вербальні комунікації, спілкування співробітників, дослідження,

бізнес грамотність, медіа зв'язки, маркетинг впливу, консультування з питань етики, маркетинг у реальному часі, штучний інтелект, програмне забезпечення, реклама, медіазакупівлі. Навички вибудовані за спаданням від найбільш значимих навичок до найменш значимих [2].

Отже, сфера зв'язків з громадськістю стрімко розвивається разом з розвитком новітніх технологій.

Список використаних джерел

1. Global Communication report / Global Communication report – 2017. – Режим доступу: annenbergl.usc.edu/sites/default/files/KOS_2017_GCP_April6.pdf
2. Global Communication report / Global Communication report the evolution of ethics – 2018. – Режим доступу: assets.uscannenbergl.org/docs/2018-global-communications-report-evolution-of-ethics.pdf
3. The relevance report / The relevance report – 2019. – Режим доступу: assets.uscannenbergl.org/docs/relevance-report-2019.pdf
4. Медіа тренди України і світу Isobar Ukraine
5. Медіа тренди України і світу Isobar Ukraine – 2018. – Режим доступу: overview.isobar.com.ua/
6. Проникнення Інтернету в Україні / Проникнення Інтернету в Україні – 2018. – Режим доступу: inau.ua/sites/default/files/file/1806/ui_factum_group_ii_kvartal_2018.pdf

DOI: <http://doi.org/10.31617/k.knute.2019-03-19.67>

МОВНА МЕНТАЛЬНІСТЬ В ОПЕРАТИВНОМУ ПОЛІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Супрун Л. В.

к.н. із соц. комунік., професор, завідувач кафедри
кафедра журналістики

Національний університет «Острозька академія», Україна

Ключові слова: соціальні комунікації, мовна ментальність, мас-медіа.

Keywords: social communications, linguistic mentality, mass media.

Особлива роль засобів масової комунікації в житті сучасного суспільства зумовлює необхідність з'ясування питань про те, як саме мас-медіа беруть участь у формуванні соціуму та свідомості