

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ

Наумова Н.М., кандидат технічних наук, Національний транспортний університет, Київ, Україна

Наумов В.О., кандидат філософських наук, Національний університет "Кієво-Могилянська Академія", Київ, Україна

ANALYSIS OF MODERN INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN PUBLIC RELATIONS

Naumova N.M., Ph.D., National Transport University, Kyiv, Ukraine.

Naumov V.A., Ph.D., National University of "Kyiv-Mohyla Academy", Kyiv, Ukraine.

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Наумова Н.М., кандидат технических наук, Национальный транспортный университет, Киев, Украина.

Наумов В.А., кандидат философских наук, Национальный университет "Киево-Могилянская Академия", Киев, Украина.

Постановка проблеми.

Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) широко використовують у різних сферах життєдіяльності людини. Актуальність роботи з інформацією посилюється зі здійсненням курсу на інноваційний розвиток економіки. Ринкові відносини пов'язані з активним пошуком партнерів, інвесторів, покупців, резервів підвищення ефективності виробництва, можливостей збуту. Інформація необхідна в комунікаційному забезпеченні менеджменту, маркетингової діяльності (вивчення ринку, попиту). Тому потрібен налагоджений високотехнічний обмін інформацією. В зв'язку з цим широкого використання набули ІКТ і у практиці зв'язків із громадськістю.

Якщо преса і реклама можуть здеформувати уявлення про суспільні процеси, то ІКТ не залежать від свого «власника», його «партійності». Однак, як вже помічено, побудований на основі високих технологій Інтернет, даючи змогу створювати наближені за своїми характеристиками до преси інформаційні ресурси, також зазнає політичної заангажованості. Тому його вже зараховують до засобів масової інформації, хоча законодавчо це ще не визнано.

Фінансова глобалізація, поряд з інтенсивним розвитком інформаційних технологій та стрімким поширенням мережі Internet, відкриває нові можливості у сфері зв'язків із громадськістю, а ІТ компанії постійно розробляють і впроваджують нові ідеї та ведуть активну інтеграцію з зовнішнім світом..

Поява і популяризація соціальних мереж змінила динаміку комунікацій: вони забезпечили вищий ступінь оперативності та сприяли якісному розвитку двосторонньої комунікації. Нові технології відкривають фахівцям зі зв'язків із громадськістю нові можливості формування суспільного діалогу та порозуміння.

Аналіз публікацій та постановка задачі.

Сучасний високотехнологічний світ може здійснювати інноваційні реформи лише шляхом використання інформаційно-комунікаційних технологій в усіх сферах людської діяльності..

Аналіз літератури показує, що питаннями впровадження ІКТ, створенням мережевого співтовариства та використанням Internet-технологій у сфері зв'язків із громадськістю займалися і займаються багато фахівців.

Серед них: Е. Дайсон, С.М.Катліп, А.Х.Сентер, Г.М. Брум, М. Кастельс, Д. Белл, Э. Тоффлер, О.І. Шкаратан, Д.М. Ігнат'єв, А.А. Бекетов, К.А. Баграновський, Е.Ю. Хрусталева, І.В. Крилов, С.С. Кондрашова та інші.

Використання інформаційно-комунікаційних технологій у зв'язках із громадськістю сприяє розвитку соціального прогресу, забезпечує безперервність інтелектуальної взаємодії, відкриває нові можливості для втілення основоположних цінностей громадянського суспільства, використання механізмів прямої участі громадян у соціальній творчості, політичних та економічних ініціативах та перетвореннях.

Тому актуальним виглядає дослідження впливу ІКТ і соціальних мереж, зокрема, на таку життєво важливу сферу сучасного суспільства, якою є зв'язки із громадськістю, на масову свідомість, психологію та психіку людини, на механізми формування порозуміння та суспільного діалогу.

Мета роботи полягає у визначенні місця та дослідженні характеру і особливостей використання інформаційних технологій в практиці зв'язків із громадськістю. ролі в цьому процесі найбільш популярних соціальних мереж, їх впливовості на суспільство в цілому та кожну людину зокрема.

Основна частина.

Інформаційні технології зв'язків із громадськістю (PR – «паблік рілейшнз») являють собою систему інформаційно-аналітичних дій, принципом яких є забезпечення реалізації цілей на основі задоволення потреб громадськості у життєво важливій інформації, формування ефективної двосторонньої симетричної моделі комунікації та чесного, відкритого і шанобливого ставлення до громадянина – отримувача інформації. Завдяки такій принциповій спрямованості, технології зв'язків із громадськістю, мають бути націлені на всебічне роз'яснення цільовим групам громадськості сутності існуючих проблем, обговорення можливих шляхів та засобів їх вирішення, на створення позитивного в їхніх очах образу (іміджу) комунікатора (організації, бренду), на забезпечення прийнятної громадськості суспільної атмосфери для реалізації передбачених дій, а також на завоювання і збереження високого авторитету (репутації) центрів прийняття рішень.

Таким чином, технології зв'язків з громадськістю включають в себе сукупність послідовних процедур, різноманітних прийомів та видів діяльності, що забезпечуються певними інформаційними технологіями, і які направлені на оптимальне і максимально ефективне виконання цілей і задач організації. Мета технологій зв'язків з громадськістю – формування прихильності, розбудова партнерських стосунків між організацією та цільовими групами громадськості та досягнення довготривалого порозуміння і довіри між ними.

У кінцевому рахунку така чітка лінія поведінки на інформаційному ринку веде до формування у людей стійкої ціннісної орієнтації, спонукає їх до свідомих дій. Таким чином, між комунікаторами і реципієнтами усувається багато перепон, в результаті чого рядові громадяни активно і послідовно долучаються до соціально-економічного і політичного процесів, залучаються до прийняття та здійснення рішень

Нові інформаційні технології, засоби масової комунікації багатократно підсилили можливості впливу на свідомість і підсвідомість як окремої людини, так і на великі групи людей та населення країни загалом.

Історична еволюція зв'язків із громадськістю виявила ряд відносно самостійних напрямків, кожне з яких володіє власним технологічним забезпеченням. Зокрема, PR - технології розрізняються залежно від того, які завдання вони виконують. Ці завдання досить різноманітні: обслуговування зв'язків комунікатора з державними та громадськими організаціями (public affairs), створення сприятливого образу особистості (image making), побудова відносин із ЗМІ (media relations), управління процесом сприйняття аудиторією і повідомленнями (message management), робота з персоналом інформаційних центрів (employee communications), громадська експертиза (public involvement), підтримка взаємин з інвесторами (investor relations), проведення презентаційних заходів: конкурсів, лотерей та ін. (special events), управління кризовими ситуаціями (crisis management) і т. і.

Кожен з цих напрямків PR являє собою певну систему управління інформацією, пов'язану з тими чи іншими способами виробництва новин, залучення уваги аудиторії, інтерпретації криз, з розглядом кожного інформаційного проекту з урахуванням його специфічних рис, з трансформацією шаблонних технологій в нестандартні і творчі. Ці напрямки орієнтуються на конструювання духовного та політичного середовища комунікації. У цілому така комунікативна інженерія висловлює прагнення політичних комунікаторів не нав'язувати людям ті чи інші позиції, а завойовувати, підкоряти їх свідомість ідейними методами. У такому випадку інформаційні технології перетворюються на інструмент демократичного суспільства, за допомогою якого має досягатися згода, встановлюватися консенсус між владою і суспільством.

Незважаючи на відмінності підсистем і напрямів PR, пов'язані з ними технології припускають наявність у приймаючих участь у їхніх акціях людей ідейної лояльності до програмованих цілей; сполучення інформаційних потоків з організаційними змінами; мінімізацію нечесних прийомів

інформування; орієнтацію на консенсуальні технології; обов'язкову інформаційну підготовку політичних дій; відстеження дій контрагентів; уточнення і коригування власних дій.

Інформаційні технології у зв'язках із громадськістю мають відповідати наступним вимогам:

- забезпечувати високий рівень розчленовування всього процесу обробки інформації на етапи (фази), операції, дії;
- включати весь набір елементів, необхідних для досягнення мети, та мати регулярний характер.

Етапи, дії, операції технологічного процесу можуть бути стандартизовані і уніфіковані, що дозволяє ефективніше здійснювати цілеспрямоване управління інформаційними процесами.[3]

Сьогодні Інтернет надає безпрецедентні способи отримання інформації. Можливості для розвитку сучасних комунікаційних систем у суспільстві, бізнесу, політики, освіти і культури, а також для спілкування і взаєморозуміння між людьми стають якісно новими. Крім того, розвиток інтерактивних, «діалогічних» комунікаційних систем, таких як технологія Web 2.0 дозволяє поширювати інформацію дійсно майже без меж. Цей спосіб поширення інформації є досить простим.

Щоб повідомити про свої думки, товари або ж послуги іншим, більше не потрібно купувати простір з газети чи журналу, передплачувати час по телебаченню і радіо. Web 2.0 робить правила гри однаковими перед урядом і окремими особами, для малих великих фірм, виробників і споживачів, для благодійних та політичних організацій.

World Wide Web (WWW) – це найбільш демократичний носій інформації: з її допомогою кожен може сказати чи почути сказане без проміжної інтерпретації, перекручування, маніпулювання та цензури, керуючись чіткими рамками етики та загальнолюдських цінностей. Інтернет забезпечує унікальну свободу самовираження особи і інформації [1].

Саме такий категоричний імператив і лежить в основі двосторонньої симетричної комунікації системи зв'язків із громадськістю. З кінця XX ст. зв'язки із громадськістю нарешті збагатилися інструментарієм, який може ефективно задовольнити людину в інформації та спілкуванні.

Головною особливістю Веб 2.0 є покращення та пришвидшення взаємодії веб-сайтів з користувачами, тобто більш досконале формування процесу двосторонньої комунікації, яка є органічною потребою кожної людини. Це призвело до стрімкого зростання активності користувачів. Це проявилось в:

- участі в Інтернет-спільнотах (зокрема, в форумах);
- розміщенні коментарів на сайтах;
- ведення персональних журналів (блогів);
- розміщення посилань у WWW.

Веб 2.0 запровадив активний обмін даними через: експорт новин між сайтами; активну агрегацію інформації зі сайтів. використання API для відокремлення даних сайту від самого сайту.

З точки зору реалізації сайтів, Веб 2.0 підвищує вимоги до їх простоти та зручності для звичайних користувачів. На передній план виносяться дотримання переліку стандартів та узгоджень (W3C). Зокрема це: стандарти візуального оформлення та функціональності сайтів; типові вимоги (SEO) пошукових систем; стандарти XML та відкритого інформаційного обміну [2].

З іншого боку у Веб 2.0 знизилися вимоги до «яскравості» та «креативності» дизайну та наповнення; потреби в комплексних Веб-сайтах (порталах); значення оффлайн-реклами; зменшився бізнес-інтерес до великих проектів.

Таким чином, Веб 2.0 зафіксував перехід WWW від окремих дорогих комплексних рішень до дуже типізованих, дешевших, легких у використанні сайтів з можливістю ефективного обміну інформацією. Основними причинами такого переходу стали: критична нестача якісного інформаційного наповнення; потреба активного самовисловлення користувача в WWW; розвиток технологій пошуку та агрегації інформації в WWW.

Для глобального інформаційного середовища Інтернет перехід до комплексу технологій Веб 2.0 має певні наслідки: успішність проекту визначається рівнем активного спілкування користувачів проекту та рівнем якості інформаційного наповнення; сайти можуть досягати високої успішності та рентабельності без великих капіталовкладень, за рахунок вдалого позиціонування в WWW; окремі користувачі можуть досягати значних успіхів в реалізації своїх ділових та творчих планів в WWW без наявності власних сайтів; поняття персонального сайту поступається поняттям «блог», «авторська рубрика»; з'являються принципово нові ролі активного користувача WWW (модератор форуму, авторитетний учасник форуму, блогер) [2,3].

Наведемо декілька прикладів відомих сайтів, що ілюструють технології Веб 2.0 і, фактично, змінили середовище WWW. Це зокрема:

- LiveJournal.com — глобальна спільнота блогерів;
- eBay.com — Інтернет-аукціон зі саморегульованою спільнотою;
- Wikipedia.org — найбільша у світі енциклопедія;
- ODP (dmoz.org) — найбільший каталог сайтів, котрі редаговані людиною.
- Facebook.com — глобальна соціальна мережа;
- Gmail.com — один із найпопулярніших сервісів електронної пошти;
- Reddit.com — соціальна мережа новин;

Крім цих проєктів, існують інші проєкти, які формують сучасне глобальне середовище і базуються на активності своїх користувачів. Сайти, наповнення та популярність яких формуються в першу чергу не зусиллями та ресурсами їх власників, а спільноти користувачів, зацікавлених у розвитку сайту, складають новий клас сервісів, які визначають правила глобального середовища WWW.

В сфері зв'язків із громадськістю широке застосування мають соціальні мережі. У первинному вигляді термін «соціальна мережа» означав певне коло знайомих людини, де сама людина – це центр соціальної мережі, а знайомі – гілки цієї мережі. Головним чинником формування мережі, групи чи, навіть, «дуєту» була потреба людини у спілкуванні.

Оскільки сучасний технологізований і глобалізований світ надає все менше можливостей безпосереднього спілкування людям, то виникнення «мереж» у Інтернет є закономірним процесом, і інституція «паблік рилейшнз» не може його ігнорувати. Мета зв'язків з громадськістю – це налагодження комунікацій та консенсусу у суспільстві і у цьому контексті розвиток «соціальних медіа» є неоціненним [5].

Результати численних досліджень свідчать, що соціальними мережами вже охоплено понад половина всіх користувачів Інтернету. Автори дослідження дійшли висновку, що соціальні мережі володіють гігантським потенціалом, надаючи новому поколінню фахівців з PR приголомшливі можливості інтерактивної взаємодії, оскільки Інтернет сьогодні є чи не основним комунікаційним каналом [6].

Практика показує, що фахівці зі зв'язків із громадськістю дедалі більше приділяють увагу веб-сайтам та соціальним мережам, зокрема блогам, навіть намагаються створити наукову базу для PR в соціальних мережах. Медіа-сфера змінилася, традиційні PR-техніки сьогодні вже не приносять бажаних результатів [6].

Окресливши основні особливості соціальних мереж, і показавши загалом основний механізм спілкування у межах соціальної мережі, можна розпочати аналіз тих можливостей PR-діяльності, які дають соціальні мережі. Ці можливості будуть безпосередньо впливати з особливостей соціальних мереж, і характеристик комунікації всередині них.

Розглянемо особистий PR. На відміну від блогів, соціальні мережі не надають таких широких можливостей для публікації будь-яких текстів на своїй особистій сторінці. Ведучи свій блог, людина розміщує у ньому від свого імені тексти будь-якого формату і обсягу, одержуючи в такий спосіб можливість привертати до себе увагу, заробляти, таким чином, певну репутацію і, як правило, можливість підвищувати власну популярність.

У соціальних мережах, навпаки, практично немає можливості написання і викладання на загальний огляд авторських текстів. Це не «незалежна журналістика» блогосфери, тут такої форми PR просто немає. Проте можливість особистого PR є. Профіль у соціальній мережі, будучи максимально формалізованим і інформативним, є, як певний аналог досьє на людину - досьє, що становить сама людина. Профіль є на кшталт добре розширеного резюме, де можна неформально та детально розповісти про себе. Все таки профілі-резюме стають способом просунути себе на ринку професійних послуг.

Дуже багато полів в профілі у соціальних мережах відведено діловій інформації про користувачів. Це дозволяє користувачеві просувати себе, немов професіонала, а зручна система пошуку дозволяє, як кадровим агентствам, так і безпосередньо роботодавцям, шукати майбутніх співробітників.

Профіль користувача на mykrug є формою резюме, але з одним додатком: отримавши доступ до профілю здобувача, замовник отримує як інформацію про його трудову біографію і фахові досягнення, так і доступ до людей, з яким він спілкується. Їх цілком безкоштовно можна використовувати без перевірки рекомендацій кандидата.

Що стосується PR через створення віртуальних груп, то слід ще раз підтвердити, що зв'язок між учасниками груп є одним з найважливіших типів зв'язків в соціальних мережах [7]. З урахуванням величезної кількості користувачів соціальних мереж, створення таких груп надає широкі можливості для PR.

Група у соціальній мережі є певним аналогом Інтернет-форуму з певної тематики. Різниця в тому, що кожен користувач соціальної мережі має гарну можливість простого, швидкого й масового запрошення до групи відразу всіх своїх друзів. До того ж, працює принцип снігової кулі: перший запрошує всіх чи багатьох своїх друзів, кожен із яких запрошує всіх своїх друзів і так далі. Отже, за лічені дні кількість залучених в групу користувачів може становити десятки тисяч осіб.

Через створення групи можна просувати різні речі, оскільки об'єктом PR може бути [6]:

а) конкретне місце: країна, місто або окрема визначна пам'ятка. Наприклад, створюються групи любителів північно - українських монастирів, мостів і храмів Санкт-Петербурга, певних країн та міст. Таким PR можуть займатися, наприклад, туристичні компанії;

б) конкретна подія, конкретний масовий захід. Так створюються групи, причетні до музичних фестивалів, концертів, днів міста і таке інше;

в) конкретна музична група. Особливо активно цією нагодою PR користуються початківці маловідомих груп, і такий PR виявляється насправді досить ефективним. Учасники музичної групи чи наближені до неї люди створюють групу у соціальній мережі, викладають до неї інформацію про цей музичний гурт та її музику. Після цього всім розсилають запрошення з повідомленням, про такий музичний колектив і, що у цій групі у соціальній мережі можна послухати його музику. Завдяки таким групам в соціальних мережах багато молодих музичних колективів виходять на новий рівень популярності.

г) конкретні політичні партії та окремі політики. Демонстрацією можливостей PR у цій сфері стала, наприклад, осінь 2013 року, коли дуже швидке інформування студрадою та опозицією студентів київських вузів та заклик до створення найбільшого страйку студентів на підтримку вступу України до ЄС, принесло важливий результат.

Отже соціальні мережі мають суттєвий потенціал для використання у двосторонніх комунікаційних технологіях. В той же час, як і кожне явище, вони також мають і свої обмеження та суттєві вади (у вигляді можливостей тиражування заангажованих повідомлень, тролів, явно замовних матеріалів маніпулятивного характеру, а також стереотипізованих повідомлень з арсеналу «психологічних війн» [8].

Висновки.

Проаналізувавши різні форми, напрямки та результати впливу ІКТ на таку сферу діяльності суспільства, як зв'язки із громадськістю, слід відмітити, що інформація, яка виступає в цих технологіях як комунікація є двигуном та основою створення ефективного зв'язку між людьми та організаціями.

Сучасні інформаційні технології дозволяють створити єдине інформаційне середовище, фізичною основою якого є інтегровані комп'ютерні мережі та системи зв'язку, що дозволяють супроводжувати та координувати як технологічні процеси, так і ділову сферу будь-якої організації.

Входження фахівців із зв'язків із громадськістю на території соціальних мереж задля вдосконалення двосторонніх моделей комунікації призвело до демократизації зв'язків із громадськістю як професійної галузі, оскільки соціальні платформи забезпечують широку участь громадськості й повертають учасників до обговорення важливих суспільних проблем, сприяють формуванню громадянської позиції, формують важливі громадські ініціативи.

ІКТ відкривають фахівцям зі зв'язків із громадськістю нові можливості формування суспільного діалогу та порозуміння.

Результати роботи можуть бути використані при викладанні навчальних дисциплін, пов'язаних з вивченням сучасних інформаційних систем та технологій, а отримані висновки сприяти підвищенню фахового рівня та професійної компетенції широких верств громадськості в сучасному інформаційному суспільстві.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Дайсон Е.. Жизнь в эпоху Интернета / Е. Дайсон — М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. — 224 с.
2. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество та культура / За ред. О.І. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЕ, 2009. — 339 с.

3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное будущее /Д. Белл —М.: Academia, 2008. — 255 с.
4. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер — М.: АСТ, 2008. — 781 с.
5. Игнатъев Д., Бекетов А. Настольная энциклопедия PublicRelations, 2-е изд. / Д., Игнатъев, А Бекетов. – М.: Альпина БизнесБукс, 2014. – 195 с.
6. Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшенз. Теория и практика. Пер.с англ., 8-е изд. / С.М. Катлип, А.Х. Сентер, Г.М. Брум —М.: Издательский дом «Вильямс», 2010. — 124 с.
7. Багрыновский К.А., Хрусталева Е.Ю. Новые информационные технологии / К.А., Багрыновский, Е.Ю Хрусталева — М.: ЭКО, 2006, -176 с.
8. Крылов И. В. Информационные технологии: теория и практика / И В. Крылов — М.: Центр, 2008. – 216 с.
9. Кондрашова С.С. Інформаційні технології в управлінні : навч. пос. / С.С. Кондрашова, - К.: МАУП. 2008. – 182 с.
10. Інформаційні технології. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: kunegin.narod/index.html.

REFERENCES

1. Dyson E. Life in the Age of the Internet. - M. : Alpina Business Books, 2012. - 224 p. (Rus)
2. Castells M. The Information Age. The economy, society and culture / Ed. Shkaratan O.I.. - M. : SU HSE, 2009. - 339 p. (Ukr)
3. Bell D. The Coming Post-Industrial Future. - M. : Academia, 2008. - 255 p. (Rus)
4. Toffler E. Third Wave. - M. : AST, 2008. - 781 p. (Rus)
5. Ignatiev D., Beketov A. Your Desk Encyclopedia of Public Relations, 2nd ed. - M. : Alpina ByznesBuks, 2014. - 195 p. (Rus)
6. Cutlip S.M, Center A.H., Broome G.M. Public Relations. Theory and Practice. 8th ed. - M. : Broome Publishing Home "Williams", 2010. - 124 p. (Rus)
7. Bahrynovskyi K.A., Hrustlev E.Y. New Information Technologies - M. : ECO, 2006, -176 p. (Rus)
8. Krylov I.V., Information Technologies: Theory and Practice - M. : Center, 2008. - 216 p. (Rus)
9. Kondrashova S.S. Information technologies in Management: teach. Ref. - K. : AIDP. 2008. - 182 p. (Ukr)
10. Information technologies. [Electronic resource]. - Access: kunegin.narod/index.html. (Ukr)

РЕФЕРАТ

Наумова Н.М. Аналіз сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у сфері зв'язків із громадськістю / Н.М. Наумова, В.О. Наумов // Вісник Національного транспортного університету. Серія «Технічні науки». Науково-технічний збірник. – К. : НТУ, 2016. – Вип. 1 (34).

В статті розглянуті деякі форми, напрямки та результати використання інформаційно-комунікаційних технологій, включаючи соціальні мережі, у сфері зв'язків з громадськістю.

Об'єкт дослідження - сучасні інформаційні технології у сфері зв'язків з громадськістю, включаючи соціальні мережі, як одна з складових в проектах Web 2.0.

Мета роботи - визначення місця та дослідження характеру і особливостей використання інформаційних технологій в практиці зв'язків із громадськістю, ролі в цьому процесі найбільш популярних соціальних мереж, їх впливовості на суспільство в цілому та кожну людину зокрема.

Метод дослідження – системний аналіз.

Фінансова глобалізація, поряд з інтенсивним розвитком інформаційних технологій та стрімким поширенням мережі Internet, відкриває нові можливості у сфері зв'язків із громадськістю, а ІТ компанії постійно розробляють і впроваджують нові ідеї та ведуть активну інтеграцію з зовнішнім світом.

Сучасне високотехнологічне суспільство може здійснювати інноваційні реформи лише шляхом використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), сучасних знань та інформації як найважливішого стратегічного ресурсу ХХІ століття.

Соціальна мережа – це інтерактивний веб-сайт, контент якого наповнюється власне самими учасниками мережі, і в найближчому майбутньому вона планується стати стандартом життя

Нова модель суспільства, що пов'язана з поняттям інформації, потребує сьогодні значного переосмислення уявлень сутності процесів розвитку людської цивілізації. Це дозволяє сприймати його не стільки як процес пошуків нових і більш ефективних засобів виробництва, скільки як процес пошуків нових і більш ефективних засобів комунікації.

Поява і популяризація соціальних мереж змінила динаміку комунікацій: вони забезпечили вищий ступінь оперативності та сприяли якісному розвитку двосторонньої комунікації. Нові технології відкривають фахівцям зі зв'язків із громадськістю нові можливості формування суспільного діалогу та порозуміння.

Входження фахівців із зв'язків із громадськістю на території соціальних мереж задля вдосконалення двосторонніх моделей комунікації призвело до демократизації зв'язків із громадськістю як професійної галузі, оскільки соціальні платформи забезпечують широку участь громадськості й привертають учасників до обговорення важливих суспільних проблем, сприяють формуванню громадянської позиції, формують важливі громадські ініціативи.

Результати статті можуть бути використані при викладанні навчальних дисциплін, пов'язаних з вивченням сучасних інформаційних систем та технологій, а отримані висновки сприяти підвищенню фахового рівня та професійної компетенції широких верств громадськості.

Прогнозні припущення про розвиток об'єкту дослідження - демократизація зв'язків із громадськістю як професійної галузі та якісний розвиток двосторонньої комунікації з новими можливостями формування громадянської позиції, важливих громадських ініціатив, налагодження суспільного діалогу та порозуміння.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, ЗВ'ЯЗКИ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ, ВЕБ-САЙТ, КОНТЕНТ, ВЕБ 2.0, БЛОГОСФЕРА,

ABSTRACT

Naumova N.M, Naumov V.O. Aanalysis of Modern Information and Communication Technologies in Public Relations. Visnyk National Transport University. Series «Technical sciences». Scientific and Technical Collection. – Kyiv: National Transport University, 2016. – Issue 1 (34).

This article discusses some forms, directions and results of using information and communication technologies, including social networks, in the area of public relations.

The object of study - modern information technologies in public relations, including social networks as one of the components in the Web 2.0 projects.

The purpose - to determine the place and study the nature and characteristics of the use of information technologies in the practice of public relations, the role of this processes in the most popular social networks and their influence on the society as a whole and each person in particular.

Research methods - system analysis.

Financial globalization, along with the intensive development of information technologies and the rapid spread of the Internet, opens new possibilities in the field of public relations and IT companies are constantly developing and implementing new ideas and are actively integrate with the outside world.

Modern high-tech society can implement innovative reforms only through the use of information and communication technologies (ICT), advanced knowledge and information as an important strategic resource of the XXI century.

Social Network - is an interactive website, the content of which is filled by the participants of the network, and in the near future it is planned to become the standard of life

The new model of society that is associated with the concept of information today requires considerable rethinking of ideas of nature of the process of human civilization development. This allows us to take it not only as a process of searching for new and more efficient means of production, but as a process of searching for new and more effective means of communication.

The emergence and popularization of social networking has changed the dynamics of communication: they provide a greater degree of efficiency and contributed to the quality of two-way communication model. New technologies offer skilled public relations opportunities and shape the public dialogue and mutual understanding.

Joining public relations experts to social networking areas in order to improve bilateral models of communication led to the democratization of public relations as a professional field, as social platforms provide broad public participation and attract participants to discuss important social issues, contribute to the formation of an active citizenship position, form important social initiatives.

The results of the article can be used in teaching disciplines related to the study of modern information systems and technologies, and the findings can help increase the professional skills and professional competence of the broad segments of general public.

Projected assumptions about development of the object of the research: the democratization of the public relations industry as a professional and qualitative development of the two-way communication model with new features of the civic positions development, important public initiatives and setting up the social dialogue and mutual understanding.

KEY WORDS: INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES, SOCIAL NETWORKING, PUBLIC RELATIONS, WEBSITE, CONTENT, WEB 2.0, THE BLOGOSPHERE,

РЕФЕРАТ

Наумова Н.М. Анализ современных информационно-коммуникационных технологий в сфере связей с общественностью / Н.М. Наумова, В.А. Наумов // Вестник Национального транспортного университета. Серия «Технические науки». Научно-технический сборник. – К. : НТУ, 2016. – Вып. 1 (34).

В статье рассмотрены некоторые формы, направления и результаты использования информационно-коммуникационных технологий, включая социальные сети, в сфере связей с общественностью.

Объект исследования - современные информационные технологии в сфере связей с общественностью, включая социальные сети, как одна из составляющих в проектах Web 2.0.

Цель работы - определение и исследование характера и особенностей использования информационных технологий в практике связей с общественностью, роли в этом процессе наиболее популярных социальных сетей, их влияния на общество в целом и каждого человека в частности.

Метод исследования - системный анализ.

Финансовая глобализация, наряду с интенсивным развитием информационных технологий и стремительным распространением сети Internet, открывает новые возможности в сфере связей с общественностью, а IT компании постоянно разрабатывают и внедряют новые идеи и ведут активную интеграцию с внешним миром.

Современное высокотехнологичное общество может осуществлять инновационные реформы только путем использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), современных знаний и информации как важнейшего стратегического ресурса XXI века.

Социальная сеть - это интерактивный веб-сайт, контент которого наполняется собственно самими участниками сети, и в ближайшем будущем она планируется стать стандартом жизни

Новая модель общества, которая связана с понятием информации, нуждается сегодня значительного переосмысления представлений сущности процессов развития человеческой цивилизации. Это позволяет воспринимать его не столько как процесс поисков новых и более эффективных средств производства, сколько как процесс поисков новых и более эффективных средств коммуникации.

Появление и популяризация социальных сетей изменила динамику коммуникаций: они обеспечили высокую степень оперативности и способствовали качественному развитию двусторонней коммуникации. Новые технологии открывают специалистам по связям с общественностью новые возможности формирования общественного диалога и понимания.

Вхождение специалистов по связям с общественностью на территории социальных сетей для совершенствования двусторонних моделей коммуникации привело к демократизации связей с общественностью как профессиональной области, так как социальные платформы обеспечивают широкое участие общественности и привлекают участников к обсуждению важных общественных проблем, способствуют формированию гражданской позиции, формируют важные общественные инициативы.

Результаты статьи могут быть использованы при преподавании учебных дисциплин, связанных с изучением современных информационных систем и технологий, а полученные выводы способствовать повышению профессионального уровня и профессиональной компетенции широких слоев общественности.

Прогнозные предположения о развитии объекта исследования - демократизация связей с общественностью как профессиональной области и качественное развитие двусторонней коммуникации с новыми возможностями формирования гражданской позиции, важных общественных инициатив, налаживание общественного диалога и взаимопонимания.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, САЙТ, КОНТЕНТ, WEB 2.0, БЛОГОСФЕРА,

АВТОРИ:

Наумова Н.М., кандидат технічних наук, доцент, Національний транспортний університет, доцент кафедри електроніки та обчислювальної техніки, e-mail: n-naumova@ukr.net, тел. +380506252085, Україна, 01103, м.Київ, вул. Кіквідзе, 42, к.202.

Наумов В.О., кандидат філософських наук, доцент, Національний університет "Кієво-Могилянська Академія", доцент кафедри зв'язків з громадськістю, e-mail: vadnaumov@ukr.net, тел. +380506383334, Київ, Україна, 01024, м.Київ, вул. Г. Сковороди, 2, к.258.

AUTHORS:

Naumova N.M, Ph.D., associate professor, National Transport University, associate professor, department of electronics and computer science, e-mail: n-naumova@ukr.net, tel. +380506252085, Ukraine, 01103, Kyiv st. Kikvidze, 42, k.202.

Naumov V.A, Ph.D., associate professor, National University of "Kyiv-Mohyla Academy", associate professor, department of public relations, e-mail: vadnaumov @ ukr.net, tel. +380506383334 Kyiv. Ukraine, 01024, Kyiv st H. Skovoroda, 2, k..258.

АВТОРЫ:

Наумова Н.М., кандидат технических наук, доцент, Национальный транспортный университет, доцент кафедры электроники и вычислительной техники, e-mail: n-naumova@ukr.net, тел. +380506252085, Украина, 01103, г. Киев, ул. Киквидзе, 42, к.202.

Наумов В.А., кандидат философских наук, доцент, Национальный университет "Киево-Могилянская Академия", доцент кафедры связей с общественностью, e-mail: vadnaumov @ ukr.net, тел. +380506383334, Украина, 01024, г..Киев, ул . Г. Сковороды, 2, к..258.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Чайковська О.А., кандидат технічних наук, професор, Київський Національний університет культури і мистецтв, завідувач кафедри комп'ютерних наук, Київ, Україна.

Данчук В.Д., доктор фізико-математичних наук, професор, Національний транспортний університет, професор кафедри електроніки та обчислювальної техніки, Київ, Україна.

REVIEWERS:

Tchaikovska O.A, Ph.D., professor, Kyiv National University of Culture and Arts, head of the department of computer science, Kyiv, Ukraine.

Danchuk V.D, Ph.D., Physics and mathematics (Dr.), professor, National Transport University, professor, department of electronics and computer science, Kyiv, Ukraine.