

СЕВАСТЮК АЛІНА ОЛЕКСІЇВНА

експертка із PR (досвід роботи: Coca Cola, Avon, KPMG, UkraineInvest, Huawei Ukraine), старший викладач кафедри зв'язків з громадськістю НаУКМА

Практичні аспекти зв'язків з громадськістю у цифрову добу в Україні та світі

В умовах інформаційної війни та дезінформації, масштаби та швидкість їхнього негативного впливу збільшуються через використання технологій. Тому особливо актуальним є 1) стратегічне мислення та 2) оновлена роль українських PR-фахівців у міжнародних комунікаціях, які можуть розв'язувати практичні задачі у світовому масштабі.

1. Стратегічне мислення передбачає визначення стратегічних пріоритетів і адаптацію практики PR в умовах війни з метою змінення довіри, створення змісту та якісно нового діалогу із зацікавленими сторонами:

а) прозорість, повнота фактів для інформування і постійного зміцнення довіри: Побудова довіри є першочерговим завданням у цифрову добу. Аудиторія прагне справжніх зв'язків з організаціями, очікує прозорість та автентичність у комунікаціях. Фахівці зі зв'язків з громадськістю можуть забезпечити прозорість, налагодивши чіткі канали комунікації та поширюючи точну і повну інформацію про прогрес і потреби України. Перевірка фактів, проста візуалізація, зрозуміла інфографіка, звітування на основі даних та проактивні комунікаційні стратегії мають важливе значення для протидії дезінформації та розбудови довіри;

б) створення сенсів та переконливого змісту (нарративу) в комплексному використанні текстових, фото- та відеоматеріалів, а також контенту соціальних мереж, цільових комунікаційних кампаній в певних географічних регіонах з урахуванням вимог кібербезпеки та особливості сприйняття представниками різних культур, щоб привернути увагу світової спільноти до фактів та пояснити вигоди для партнерів постійної підтримки України у її захисті та відновлення саме зараз;

в) визначення пріоритетних зацікавлених сторін та їх ефективне залучення: PR-фахівці у будь-якій галузі в Україні виходять за рамки традиційної роботи, оскільки фактично стають носіями інформації для міжнародних цільових аудиторій [4]. Звернення до міжнародних партнерів, постачальників, клієнтів, інвесторів, потенційних донорів та світової бізнес-спільноти через цифрові канали може забезпечити не лише досягнення цілей окремої організації, а важливі ресурси та партнерства для захисту суверенітету, економічної підтримки, зеленого переходу, цифрової трансформації та відновлення України [1];

г) удосконалення діалогу PR-фахівців з журналістами в Україні та світі: PR-фахівці мають переглянути якість, швидкість, регулярність, момент у часі та форму взаємодії в нових умовах війни для забезпечення якісного, безпечного для життя та етичного результату для всіх зацікавлених сторін.

2. Оновлена роль українських PR-фахівців у міжнародних комунікаціях з метою підтримки та відновлення України:

а) фандрейзинг та відносини з донорами: Фахівці зі зв'язків з громадськістю можуть використовувати цифрові інструменти та платформи для налагодження зв'язків з міжнародними донорами, неурядовими та благодійними організаціями. Запуск цільових кампаній у соціальних мережах, створення переконливих фандрейзингових ініціатив та демонстрація впливу донорських внесків можуть сприяти глобальній підтримці відновлення України в короткостроковій і довгостроковій перспективі;

б) сприяння залученню інвестицій: Залучення іноземних інвестицій має вирішальне значення для економічного відродження України [5]. Фахівці зі зв'язків з громадськістю можуть розробити цілеспрямовані комунікаційні стратегії, які висвітлюють інвестиційні можливості, демонструють бізнес-реформи та створюють позитивний імідж інвестиційного клімату України на світовому ринку;

в) практична цінність: Результати наукових досліджень PR-фахівців та мають бути корисні для зацікавлених сторін шляхом їх залучення у PR-проекти від наміру до підбивання підсумків і оцінки результатів;

г) інклюзивність: Необхідно формувати PR-стратегії з урахуванням потреб та можливостей всіх громадян, незалежно від їхнього походження, віку, гендеру, місця проживання, етнічної приналежності, доступу до цифрових технологій чи інвалідності. Управління репутацією та щодення PR-діяльність мають сприяти досягненню організацією або країною Цілей сталого розвитку ООН і узагальнюватись у спеціальних комунікаціях про прогрес і звітах про вплив.

Перспективними для наукових досліджень у сфері соціальних комунікацій є науково-дослідні експерименти, наукові гуртки (творчі студії) та експертні обговорення концепції «Цифрова людина та соціальні комунікації» із залученням науковців із різних галузей знань [3], включаючи зв'язки з громадськістю, журналістику, психологію, соціологію, культуру, мистецтво, інформатику, кібербезпеку, штучний інтелект, робототехніку, біотехнології та цифрові гуманітарні науки. У перспективі пропонується розробка програм для виховання у студентів більш реалістичних та інтерактивних поглядів, бачення «цифрових людей» [2], розвиток їхнього потенціалу, прогресивного погляду на застосування цифрових технологій, а також етичні та соціальні наслідки їхнього існування. В сфері соціальних комунікацій, а також задля потреб економіки України у зв'язку з демографічною кризою і необхідністю підготовки висококваліфікованих спеціалістів, збільшення «людському капіталу» з перспективним баченням інноваційного, зеленого та інклюзивного відновлення.

Висновок. У практиці PR поняття «цифрова людина» є сучасним прикладом ефективної взаємодії людини і технологій з метою формування довіри зацікавлених сторін, розуміння природи цифрової людини, її потенційних можливостей та впливу на суспільство. Із розвитком технологій цифрові люди, ймовірно, відіграватимуть дедалі важливішу роль у нашому житті, порушуючи нові питання і проблеми, які потребують наукового вивчення, системного осмислення та практичного використання, зокрема фахівцями із зв'язків з громадськістю.

Список використаних джерел:

1. УКРАЇНА 2030: Доктрина збалансованого розвитку. Видання друге. — Львів: Кальварія, 2017. — 164 с. [URL](#)

2. Скіннер Кріс. Людина цифрова / пер. за англ. Якубовської. Харків, 2020. 272 с.
3. Цифрова економіка: Вплив інформаційно-комунікаційних технологій на людський капітал та формування компетентностей майбутнього: монографія / Л. Л. Антонюк, Д. О. Ільницький, Л. О. Лігоненко, О. О. Денісова та ін.; за ред. Антонюк Л., Ільницького Д., Севастюк А.. Київ: КНЕУ, 2021. – 337 с. [URL](#)
4. The Routledge Companion to Public Relations. Edited By Donnalyn Pompper, Katie R. Place, C. Kay Weaver. Routledge, 2023. [URL](#)
5. KPMG Startup Trend Index [URL](#)