

Пономарева П.В. Интернет в деятельности по связям с общественностью: понятие, используемые технологии // Академия педагогических идей «Новация». – 2018. – №6 (июнь). – АРТ 190-эл. – 0,2 п. л. – URL: <http://akademnova.ru/page/875548>

РУБРИКА: ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

УДК 338.1

Пономарева Полина Владимировна
Студентка 2 курса бакалавриата, факультет: корпоративной
экономики и
предпринимательства,
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет
экономики и
управления «НИНХ»,
г. Новосибирск, Российская Федерация
e-mail: polinka.ponomareva.19007@mail.ru

**ИНТЕРНЕТ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО СВЯЗЯМ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ: ПОНЯТИЕ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ**

Аннотация: Данная статья посвящена связям с общественностью в сети Интернет. В статье освещены основные понятия PR в Интернете, определена специфика связей с общественностью в сети Интернет, рассмотрена важность PR-технологий.

Ключевые слова: Интернет, связи с общественностью, PR-технологии, интерактивная комплексная коммуникация, PR-инструменты.

Ponomareva Polina

Student of the 2 nd year of bachelor's degree, faculty: corporate economy
and
entrepreneurship,
FGBOU VO «Novosibirsk state University of Economics and
management
«NINH»»
Novosibirsk, Russian Federation

**INTERNET IN PUBLIC RELATIONS: THE CONCEPT, THE
USED TECHNOLOGIES**

Abstract: This article is devoted to public relations on the Internet. The article highlights the basic concepts of PR on the Internet, specifies the specifics of public relations in the Internet, and the importance of PR technologies.

Keywords: Internet, public relations, PR-technologies, interactive complex communication, PR-tools.

Интернет — обширное поле деятельности для всех форм PR, он способствует продвижению товаров и услуг, обеспечивая тем самым выгоду и удобство, как для потребителей, так и для фирм. Туристические агентства также прибегают к размещению рекламы в Интернете. Все вышеуказанное определило актуальность данной темы.

Новикова Д.В. считает, что Интернет — глобальная совокупность виртуальных коммуникационных возможностей и новая информационная реальность, способная оказывать существенное влияние на механизмы управления восприятием [2, с.89].

Интернет как среда коммуникации постоянно прогрессирует и усложняется, а вместе с этим расширяются возможности продвижения компании в виртуальном пространстве [1, с. 233].

Интернет для PR-специалиста в наиболее общем виде рассматривается как глобальная совокупность виртуальных коммуникационных возможностей и новая информационная реальность, способная оказывать существенное влияние на механизмы управления восприятием [4, с.9]

По нашему мнению, связи с общественностью в сети Интернет – это построение и налаживание коммуникаций между различными группами общественности в онлайн пространстве.

Мы считаем, что, данное определение является более корректным, так как это определение в полном объеме соответствует описывает соотношение понятий «Связи с общественностью» и «Интернет».

Специфика связей с общественностью в Интернете заключается в создании интерактивной комплексной коммуникации различного уровня охвата, позволяющей напрямую взаимодействовать с любыми целевыми аудиториями в пределах Интернет-ресурсов.

Мы же считаем, что специфика связей с общественностью в Интернете, в отличие от традиционных способов их реализации заключается в том, что специалисты по связям с общественностью, выступающие в качестве адресата, получают возможность в пределах Интернет-ресурсов создавать интерактивную комплексную коммуникацию различного уровня охвата, общаться с любыми целевыми аудиториями, даже глобальными, напрямую.

На сегодняшний день известно, что для успешной реализации связей с общественностью в сети Интернет, необходимо применять PR-технологии.

PR-технологии - совокупность последовательно применяемых процедур, приемов и способов деятельности по организации связей с общественностью, направленных на наиболее оптимальную и эффективную реализацию целей и задач субъекта управления в определенное время и в определенном месте» [2, с. 197].

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод о том, что Интернет занимает важное место в деятельности по связям с общественностью за счет наличия преимуществ в установлении коммуникаций с аудиторией по сравнению с традиционными каналами, а также за счет большого количества инструментов и PR-технологий, которые могут быть реализованы на различных интернет-площадках, к которым относятся официальные сайты компаний, поисковые системы, социальные медиа, тематические сайты и сайты отзывов, Интернет-СМИ.

Список использованной литературы:

1. Боброва Т. С. Особенности использования информационных технологий в маркетинговых коммуникациях с клиентами в интернет-пространстве/ Т.С. Боброва, Т.Р. Милютенко, О.И. Мяло, Т.А. Усова Т. А. // Молодой ученый. — 2017. — №12. — С. 233-240.
2. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии: учеб. пособие / В.Ф. Кузнецов –М.: Аспект Пресс, 2015. – 302 с.

3. Новиков А.В. PR-коммуникации в интернете/ А.В. Новиков // Коммуникология. - 2014. - №3.- С. 88-94.

4. Чумиков, А.Н. PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0: учеб. пособие/А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, М.В. Тишкова. - М.: Альпина Паблишерз, 2014. - 132 с.

Дата поступления в редакцию: 03.06.2018 г.
Опубликовано: 03.06.2018 г.

© Академия педагогических идей «Новация», электронный журнал, 2018
© Пономарева П.В., 2018