

СУЧАСНІ ТРЕНДИ У ЗВ'ЯЗКАХ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

CURRENTTRENDSINPUBLICRELATIONS

Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. кафедри маркетингу

Кірносова Марина Василівна

Здобувач бакалавріату Булгару Ірина Валеріївна

Supervisor: PhD, Associate Professor Department of Marketing

Kirnosova Maryna Vasylivna

Bachelor Bulharu Iryna

Анотація: Сфера зв'язків з громадськістю зазнає значних трансформацій під впливом цифровізації, змін у поведінці споживачів та розвитку комунікаційних технологій. Розглянуто ключові сучасні тренди у зв'язках з громадськістю, такі як використання соціальних медіа, персоналізація комунікації, контент-маркетинг та впровадження новітніх технологій. Особливу увагу приділено впливу штучного інтелекту на стратегії зв'язків з громадськістю, інтеграції віртуальної реальності та кризовому управлінню репутацією, а також використанню даних у прогнозуванні тенденцій на майбутнє.

Ключові слова: зв'язки з громадськістю; соціальні медіа; персоналізація; контент-маркетинг; цифровізація; новітні технології; кризові зв'язки з громадськістю; брендинг; штучний інтелект; репутаційний менеджмент.

Annotation: The field of public relations is undergoing significant transformations due to digitalization, changes in consumer behavior, and advances in communication technologies. Key contemporary trends in public relations are examined, such as the use of social media, personalization of communication, content marketing, and the implementation of cutting-edge technologies. Special attention is paid to the impact of artificial intelligence on public relations strategies, the integration of virtual reality, crisis management of reputation, and the use of data in forecasting future trends.

Keywords: publicrelations; socialmedia; personalization; contentmarketing; digitalization; newtechnologies; crisisPR; branding; artificialintelligence; reputationmanagement.

У сучасному світі, де інформація поширюється миттєво, зв'язки з громадськістю відіграють ключову роль у формуванні іміджу компаній, організацій і навіть окремих особистостей. Цифровізація комунікаційних процесів, зростання ролі соціальних медіа та зміна споживчих очікувань вимагають від фахівців із зв'язків з громадськістю гнучкості та інноваційного підходу. Впровадження нових стратегій у сфері зв'язків з громадськістю дозволяє не лише ефективніше взаємодіяти з аудиторією, а й зміцнювати довіру та лояльність до бренду. Саме тому дослідження сучасних тенденцій є актуальним і необхідним для розробки успішних комунікаційних стратегій у динамічному інформаційному середовищі.

Розглянемо сучасні тренди:

1. Використання соціальних медіа як основного інструменту у зв'язках з громадськістю. Соціальні мережі стали невід'ємною частиною PR-стратегій. Вони дозволяють компаніям безпосередньо взаємодіяти з аудиторією, підвищуючи рівень залученості та довіри. Завдяки алгоритмам платформ, таких як Facebook, Instagram, LinkedIn, бренди можуть ефективно здійснювати таргетовану комунікацію та аналізувати поведінкові фактори своєї аудиторії.

2. Персоналізація комунікації та аналіз даних. Сучасні споживачі очікують індивідуального підходу. Використання даних про поведінку та вподобання клієнтів дозволяє створювати персоналізовані повідомлення, що підвищує ефективність комунікації. Фахівці із

зв'язків з громадськістю активно застосовують методи штучного інтелекту та великих даних для автоматизації сегментації аудиторії та розробки унікального контенту для кожної групи споживачів.

3. Контент-маркетинг та сторітелінг як основа ефективних зв'язків з громадськістю. Якісний та релевантний контент сприяє залученню аудиторії та формуванню позитивного іміджу компанії. Сторітелінг, або мистецтво розповіді історій, допомагає встановити емоційний зв'язок із споживачами, що підвищує рівень довіри до бренду. PR-стратегії все більше зосереджуються на інтеграції відеоконтенту, блогів, подкастів і навіть інтерактивних веб-матеріалів.

4. Впровадження новітніх технологій у PR. Використання технологій доповненої (AR) та віртуальної реальності (VR) відкриває нові можливості для PR-кампаній, дозволяючи створювати інтерактивний контент. Дослідження показують, що використання AR-технологій у промо-кампаніях підвищує рівень взаємодії споживачів із брендом на 30%. Це дозволяє PR-спеціалістам створювати унікальні досвіди для клієнтів та зміцнювати зв'язок із брендом [1, с. 130].

5. Кризові зв'язки з громадськістю та управління репутацією. У сучасному цифровому середовищі негативна інформація поширюється миттєво, тому бренди змушені швидко реагувати на репутаційні загрози. Системне кризове управління допомагає зменшити негативний вплив скандалів та мінімізувати збитки для компаній. Зокрема, розробка кризових комунікаційних стратегій і побудова довгострокових відносин з аудиторією є ключовими аспектами сучасних зв'язків з громадськістю.

6. Штучний інтелект у зв'язках з громадськістю. Використання штучного інтелекту сприяє аналізу великих обсягів даних, прогнозуванню поведінки аудиторії та автоматизації процесів комунікації.

7. Корпоративна соціальна відповідальність як елемент зв'язків з громадськістю. Споживачі очікують від компаній відповідального ставлення до суспільства та екології. Бренди, що реалізують проєкти з корпоративної соціальної відповідальності, отримують вищий рівень лояльності споживачів. Це робить соціально відповідальні зв'язки з громадськістю важливою складовою стратегії компаній.

Отже, сучасні тенденції у сфері зв'язків з громадськістю вимагають від фахівців гнучкості та готовності до впровадження інновацій. Використання соціальних медіа, персоналізація комунікації, якісний контент, інтеграція новітніх технологій, кризове управління, штучний інтелект та корпоративна соціальна відповідальність є ключовими елементами успішних стратегій у цифрову епоху.

Список літератури

1. Балик У. О., Колісник М. В. Соціальний медіа маркетинг: сучасні тренди та перспективи розвитку. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія «Проблеми економіки та управління»*. 2020. Т. 4. № 1. С. 125–134. URL: <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/c390d255-13bb-40a9-8c8b-e706945d9a31/content> (дата звернення: 8.04.2025)