

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В PR-МЕРОПРИЯТИЯХ

В. И. Тимофеев

*Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова,
пер. Стремянный, 36, 117997, г. Москва, Россия,
Timvlad-60@yandex.ru*

Рассмотрены основные подходы к использованию цифровых технологий в практике современных PR-мероприятий. Их изучение и понимание необходимо для повышения эффективности PR-деятельности в условиях новой цифровой реальности.

Ключевые слова: PR-мероприятия; цифровые технологии; цифровые компетенции.

THE USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN PR EVENTS

V. I. Timofeev

*Plekhanov Russian University of Economics,
36, Stremyanny lane, 117997, Moscow, Russia
Corresponding author: V. I. Timofeev (Timvlad-60@yandex.ru)*

The article considers the principal approaches to the use of digital technologies in the practice of modern PR events. Their study and understanding are necessary to increase the effectiveness of PR activities in the new digital reality.

Key words: PR-events; digital technologies; digital competencies.

Оценивая практику PR-деятельности в условиях новой реальности, с большой долей уверенности можно утверждать, что цифровые технологии стали ее неперенным атрибутом. Сегодня от них во многом зависит точность целевого воздействия, масштаб охвата аудитории, ее активное участие в PR-мероприятиях и ряд других условий и предпосылок возникновения эффективной социальной коммуникации. Они же

добавляют драйв в работу PR-специалистов и диктуют необходимость нового уровня их цифровой компетентности.

По мнению автора, можно выделить как минимум четыре подхода, которые характеризуют степень использования цифровых технологий в PR-мероприятиях.

Суть *первого* состоит в том, что проведение PR-мероприятий целиком и полностью строится на использовании цифровых технологий. При таком раскладе все PR-действия происходят в онлайн-пространстве. По большому счету речь идет об абсолютно новых, инновационных формах PR-мероприятий, которые стали возможными благодаря наличию современных цифровых технологий.

Примером может послужить формат вебинара, который стал одним из наиболее востребованных инструментов со стороны руководителей, аналитиков, экспертов, формирующих общественное мнение. Интенсивность его применения произошла на фоне пандемии коронавирусной инфекции, когда многие IT-компании предоставили бесплатный доступ к своим онлайн-площадкам.

Второй подход касается так называемых гибридных мероприятий, которые подразумевают сочетание офлайн и онлайн форматов мероприятий. В качестве примера можно привести онлайн-трансляцию мероприятия в сети Интернет. В этом случае у представителей целевых аудиторий, которые по каким-то причинам не могут принять участие в мероприятии по месту его проведения, появляется возможность присутствовать на нем виртуально. Тем самым увеличивается аудитория мероприятия.

Перечень событий, которые таким образом можно вывести в интернет-пространство, просто безграничен. Между тем, как свидетельствует практика, организаторы могут испытывать некоторые технические сложности в решении этой задачи, поэтому есть смысл обращаться за помощью в специализированные компании, которые способны обеспечить съемку и трансляцию с надлежащим качеством.

Третий подход ориентирован на формирование модели мероприятия, которая сочетает в себе физическое и цифровое измерения (fi(sical) + di(gital)). Мероприятия в формате фиджитал дифференцированы от гибридных и онлайн-событий и основаны на создании пространства смешанной реальности. В данном варианте первая часть не может существовать без второй и наоборот. Вместе взятые, они представляют собой единое целое в виде законченного мероприятия.

Цифровых технологий, которые могут использоваться в ходе мероприятия, великое множество. Самые распространенные из них – технологии виртуальной и дополненной реальности, которые создают новую среду и новые возможности для взаимодействия с аудиторией. Поэтому важнейшей задачей организаторов PR-мероприятий является определение потребности в технологии, ее конкретных параметров, места и роли в мероприятии, а также встраивание технологии в PR-мероприятие, что в свою очередь требует соответствующих компетенций. Надо иметь в виду, что в качестве подрядчика выступают как правило высокотехнологичные компании, которые умеют генерировать и реализовывать креативные цифровые решения, способные помочь заказчику в достижении поставленных задач с максимальной эффективностью.

Четвертый подход связан с частичным задействованием возможностей цифровых технологий при проведении мероприятий. К вариантам его реализации можно отнести создание страницы PR-мероприятия в социальных сетях, инфографику, видеоинфографику, когда графические картинки с информацией дополняют видеоконтент. Формат видео создает движение, изображение сопровождается голосом «за кадром», благодаря чему расширяется потенциал воздействия на аудиторию, появляется возможность донести и сделать легко усвояемым нужный объем информации. Развитие этого новшества столь стремительно, что уже появилась event-инфографика. Функционально она ориентирована на демонстрацию основных сообщений в период проведения PR-мероприятия.

Приведенный перечень будет неполным без упоминания о еще одной форме использования цифровых технологий – ярких и масштабных аудиовизуальных спецэффектах. По большей части они представляют собой 3D-проекции на физические объекты окружающей среды с учетом их уникальной геометрии и местоположения в пространстве. В качестве поверхности для проекции может быть выбран абсолютно любой объект: фасад здания, гора, крона дерева, свадебный торт. Применяемые технологии позволяют организовать демонстрацию изображения только на конкретный объект (например, на стену или торт), окружающие его предметы остаются вне проекции.

Привычные для концертов, ночных клубов, музеев, такие технологии вполне могут находить свое место и в PR-мероприятиях – возможности здесь самые широкие. Их использование добавляет мероприятию зрелищности, необычности, делает его запоминающимся, хотя, надо

понимать, использование такого рода технологий удовольствие не из дешевых.

Сказанное позволяет отметить, что стремительное развитие цифровых технологий открывает новые, пока еще во многом не исследованные горизонты возможностей в организации PR-мероприятий. Их появление стимулирует PR-специалистов творчески и со знанием дела использовать цифровые технологии, внедрять их в различные форматы PR-деятельности, делая их более информативными, эмоциональными. Вместе с тем цифровизация ставит вопрос о формировании соответствующих цифровых компетенций у тех, кому надлежит заниматься организацией PR-мероприятий. Овладение набором цифровых компетенций будет чрезвычайно важным ресурсом, который, на наш взгляд, позитивно повлияет на организацию PR-деятельности в условиях цифровизации.