

ІННОВАЦІЙНІ PR-ТЕХНОЛОГІЇ, ЯКІ ВИЗНАЧАЮТЬ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА УПРАВЛІННЯ МАСОВОЮ КУЛЬТУРОЮ

Косенко О.П., Петренко В.Є.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В роботі розглянуто питання інноваційних PR – технологій. Основним постулатом науки зі зв'язків з громадськістю є правдива інформація про об'єкт, але вона шокує, дивує і надовго залишається в пам'яті. Епатаж - це заплановане, екстраординарне, самодостатнє порушення загальноприйнятих норм за рамками традиційного сприйняття, що має за мету привернути увагу до продукту або послуги і розвитку сприйняття продукту або послуги з точки зору новаторства і впевненої переваги над конкуруючими продуктами і послугами. Серед найбільш популярних засобів управління масовою культурою є: «кітч» - це одне з явищ масової культури, в якому основна увага приділяється екстравагантності зовнішнього вигляду, крикливості його елементів; «провокація» - дія, спрямована на виклик прогнозованої реакції. націлена не на саме дійство, а на його наслідки; «сенсація» - якась нова інформація, якої раніше ніколи не було, її обов'язкова умова - впливати на чуттєву сторону сприйняття; «скандал» - широке публічне висвітлення інциденту, може бути заснований на приклад, на фактах, чи на помилкових твердженнях; «перфоманс» – це форма демонстрування сучасного мистецтва, в твір якого складають дії художника або групи в певному місці і в певний час. Епатаж як інноваційна технологія зв'язків з громадськістю надзвичайно важливий і затребуваний. Оскільки публіка стає все більш досвідченою, і дивувати стає все важче, маркетологам необхідно подбати про яскравість створюваного образу бренду, торгівельної марки чи товару. Скандальний імідж може включати в себе і епатажні дії, в тому числі рекламні кампанії, і спеціальні події, провокацію, сенсацію, а також різні екстраординарні перфоманси. Скандальний імідж володіє досить значним резервом піар-інструментів, а отже, він є ефективним для управління масовою культурою.

В роботі були охарактеризовані технології в сфері зв'язків з громадськістю, описані інноваційні піар-технології в сфері масової культури, що визначають напрями розвитку суспільства і управління масовою культурою, такі як епатаж, кітч, сенсація, скандал, провокація, перфоманс.

Література:

1. Абанкіна, Т. В. Інформаційний менеджмент: PR некомерційної організації: теоретичні основи сучасних PR - технологій і моделей комунікації; Музей майбутнього: інформаційний менеджмент / Упоряд. А. В. Лебедєв. М.: Прогрес-Традиція, 2001. С. 117.
2. Вільна енциклопедія. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Кітч>. (дата звернення: 7. 03. 2019).
3. Дукельский В. Ю. Інформаційний менеджмент: Проекти, комунікація, інформація Музей майбутнього: / Упоряд. А.
4. В. Лебедєв. М.: Прогрес-Традиція, 2001. С. 55-61. Навіщо PR – службі соцмережі. URL.: <https://prexplore.ru/prtech/zachem-piarshhiku-sotsseti/>. (дата звернення: 30.01.2020).
5. Словник рекламних термінів. URL: <http://pr-life.ru/?part=University&dictionary=1>. (дата звернення 8.06.2019).