

Бессонова Марина Юрьевна

магистрант

Микулина Ирина Викторовна

канд. филол. наук, доцент

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный

исследовательский университет»

г. Белгород, Белгородская область

ВЫБОР ЭФФЕКТИВНОГО КАНАЛА ИНФОРМАЦИОННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ПРОЕКТОВ

Аннотация: в статье рассматриваются методы и механизмы информационного сопровождения молодёжных проектов.

Ключевые слова: проект, информационное сопровождение, социальные сети, аккаунты, продвижение.

На сегодняшний день в информационных потоках случился большой скачок развития. Это произошло потому что с каждым днём растёт число компьютеров в виде различных гаджетов, баз данных, человеческих ресурсов, которые оказались автоматически вовлечены в сферу коммуникативной деятельности и технологий коммуникаций.

В эпоху информационных технологий происходит трансформация всего опыта коммуникативистики, переходящая в глобализацию средств массовой информации. Для современного человека во много раз выросла значимость и ценность информации, данная ситуация повышает актуальность изучения процессов коммуникативистики и в частности технологий PR.

Сейчас мы наблюдаем повышение конкуренции между различными информационными ресурсами, это обусловлено информационной революцией, которую совершило развитие глобальных компьютерных сетей. Эта ситуация поставила владельцев информационных ресурсов в ситуацию, при которой им необходимо адаптироваться и переходить в новые форматы коммуникации и внедрять современные технологии.

При продвижении какого-либо проекта необходимо учитывать специфику информационного ресурса, а значит, требуется обладать определёнными знаниями.

В исследовании были рассмотрены теоретические основы информационного сопровождения молодёжных проектов. Нами были подробно изучены понятия «проект», его формы и методы реализации. На основе изученного материала, мы можем рассуждать о том, что проектная деятельность – это инновационный процесс, реализация которого имеет ограниченные сроки, а результат которого послужит решению проблемных вопросов в обществе. Помимо этого сам процесс способствует личностному развитию и преумножению социального капитала.

Также было изучено понятие «информационное сопровождение» и способы его реализации. Нами были проанализированы следующие каналы информационного сопровождения:

- печатные СМИ;
- радио;
- телевидение;
- интернет-каналы;
- социальные сети;
- выставки и презентации;
- наружная реклама,
- пресс-конференции.

На основе преимуществ и недостатков данных информационных каналов нами составлены методические рекомендации по информационному сопровождению молодёжных проектов. Мы пришли к выводу, что для успешного информационного сопровождения необходимо задействовать комплекс каналов коммуникации. Следуя актуальным тенденциям развития каналов коммуникаций, преимуществом среди них пользуются социальные сети, эта площадка сможет расширить аудиторию и позволит своевременно отслеживать тенденции развития.

Список литературы

1. Кузнецов М. Психология PR и журналистики. Как позволить другим делать по-вашему / М. Кузнецов, И. Цыкунов. – М.: РИП-холдинг, 2002. – 148 с.
2. Маркони Дж. PR: полное руководство. – М.: Вершина, 2005. – 256 с.
3. Румянцев Д. Продвижение бизнеса ВКонтакте. – М.: Питер, 2016. – 400 с.
4. Юрасов А.В. Интернет-маркетинг / А.В. Юрасов, А.В. Иванов. – М.: Горячая Линия – Телеком, 2012. – 246 с.