

ПРЕДИМСТВА НА WEB 2.0 КОМУНИКАЦИЯТА ЧРЕЗ СОЦИАЛНИ МРЕЖИ В ИНСТИТУЦИОНАЛНИЯ ПР

Светозара Величкова¹
e-mail: zaravelichkova@abv.bg

Резюме

Статията е опит да се проследят предимствата на Web 2.0 комуникацията чрез социални мрежи за нуждите на институционалния ПР, както и да се анализират новите дейности, които институционалните ПР практики трябва да прилагат в условия на дигитална ера.

Целта е да се представят онлайн комуникационните инструменти, които са част от дигиталния ПР и техните предимства спрямо инструментите от традиционния ПР.

Изводите са, че институционалните ПР практики в България вече активно прилагат новите онлайн комуникационни инструменти, заради предимства, които предоставят като най-активно използваният инструмент е Web 2.0 комуникацията чрез социални мрежи. Има институции с по-добре развита онлайн комуникация, но има и такива, на които този процес предстои да се развие в бъдеще.

Научните методи на изследване, които са използвани са общонаучни методи – логически анализ и синтез, индукция, дедукция и наблюдение.

Ключови думи: институционален ПР, дигитален ПР, Web 2.0 комуникация, социални мрежи

JEL: Z00

Увод

През второто десетилетие на 21 век с развитието на социалните мрежи, информационните технологии и дигитализацията на медиите, ПР практиката в България претърпя пълна трансформация. Промените засегнаха и институционалния ПР, който се практикува в държавните институции. Институционалният ПР е ключов компонент в поддържането на двустранни отношения между правителството и обществеността. Институционалният ПР има за цел да поддържа добрия имидж на институцията и да представя по най-добрия начин нейната дейност пред обществеността.

Новите технологии не променят ролята и функциите на връзките с обществеността в организациите, те само добавят нови инструменти и въз-

¹ Докторант, катедра „Комуникация, връзки с обществеността и реклама“, СУ „Климент Охридски“

можности, чрез които се осъществява връзката с хората. Чрез тези инструменти комуникацията от едностранна, преминава към двустранна и интерактивна (Ванков, 2014, с. 47).

Институционалните ПР практики вече имат и нови задължения, сред които създаване на съдържание, управление и мониторинг на профили в социални мрежи, както и излъчвания на живо на пресконференции и брифинги.

Основните цели на комуникацията чрез социални мрежи са резултатите от дейността на институцията да достигне до по-голяма аудитория, с която да се осъществява двупосочна комуникация.

Преди еволюцията на дигиталния ПР и навлизането на инструментите му в областта на институционалния ПР, ПР експертите в държавните институции основно използваха инструментите на традиционния ПР. Това са създаване и разпространение на прессъобщение (press release), организиране на пресконференции, брифинги, провеждане на ПР кампании, семинари, конференции и събития.

В условия на дигитална ера обаче е нужно ПР практиците да отговорят на новите предизвикателства в сферата на комуникацията и да прилагат новите онлайн комуникационни инструменти, за да достигат до по-голяма аудитория и да бъдат емоционално обвързани с нея.

Предимствата на Web 2.0 комуникацията в институционалния ПР

След навлизането на инструментите на дигиталния ПР в институционалния ПР, дейността на ПР експертите в държавните институции претърпя своята трансформация и сред задълженията им започнаха да се изискват и нови умения, с които да реагират на предизвикателствата в дигиталната ера. Сред основните задължения, които ПР практиците започнаха да прилагат в своята дейност са създаване на съдържание и управление на профили в социалните мрежи на институциите и техните ръководители. Новата форма на комуникация на политиките с гражданите чрез социалните мрежи е много ефективна, защото това е комуникация в реално време. Тази нова комуникация бележи своето начало през 2008 г., когато кандидатът за президент на САЩ Барак Обама използва ролята на социалната мрежа Facebook в своята предизборна кампания.

В съвременния свят ролята на институционалните ПР експерти става все по-отговорна. В държавните институции директорът на дирекция „Връзки с обществеността и протокол“ в министерствата е част от политическия кабинет на министъра, като той има управленска функция и участва във вземането на решения за управлението на институцията. Това предразполага повече отговорности и очаквания към неговата дейност.

ПР експертите в институциите носят отговорността за ефективността на комуникацията, която вече трябва да се осъществява освен по традиционните канали и чрез онлайн комуникационните канали. Двупосочната комуникация, която се осъществява в реално време е едно от най-важните предимства на комуникацията чрез социални мрежи спрямо инструментите на традиционния ПР. Другата особеност на тази комуникация са онлайн въпросите, които се изпращат към обществената личност чрез Web 2.0 комуникацията и очакването за бърз и компетентен отговор. Тази комуникация вече е задължение на ПР експертите, които носят отговорността тази комуникация да бъде ефективна и за двете страни.

Много важно предимство на комуникацията чрез социалните мрежи е това, че тя има измерители за нейната ефективност като това са броят на харесванията и споделянията на публикацията. Това дава ориентир на ПР практиците за одобрението и/или неодобрението на дейността на институцията и нейния ръководител.

Друг основен онлайн комуникационен инструмент от дигиталния ПР, който се използва от институционалните ПР в тяхната дейност са „излъчванията „на живо“ на събития на институциите като заседания, пресконференции и брифинги. Излъчванията на живо имат своите предимства, но в същото време имат и недостатъци. В своята книга „PR в дигиталната ера“ Мила Серафимова пише, че излъчването на живо действително е алтернатива, но тя едва ли е в полза на професионализма както в PR, така и в журналистиката. Превръщането на PR-ите и журналистите в държачи на телефон, който предава в уеб платформите на живо, би било едно тъжно бъдеще и за двете професии (Серафимова, 2020, с. 37).

Всеки ПР практик трябва да прецени кои събития са подходящи за излъчвания на живо. Има случай, когато едно събитие трябва да се отрази само с прессъобщение, защото информацията, която се подава към журналистите и обществеността по този начин е контролирана. В случай, че имаме новина е по-ефективно да се организира брифинг или пресконференция. Всеки ПР експерт избира най-подходящия начин за отразяване на събитието. Най-често това се случва в симбиоза между инструментите на традиционния и дигиталния ПР. В традиционния ПР една от основните дейности на институционалните ПР експерти е създаването и разпространението на прессъобщения за дейността на институцията и нейния ръководител. В условия на дигитална ера в техните дейности вече се включват и прилагането на новите онлайн комуникационни инструменти, сред които и създаване на прессъобщение за социалните медии, което е придружено със снимки и/или видео клип.

С развитието на социалните мрежи ПР експертите започват все по-активно да използват инструментите на дигиталния ПР, които стават неразривна

част и от институционалния ПР. Това разширява функциите на институционалните ПР и им дава предимства, чрез които могат да разпространяват своите послания и важна информация, свързана с дейността на институциите до по-голяма аудитория.

Социалните мрежи са медии за социално взаимодействие и следователно могат да се използват за влияние. Затова те стават част от PR инструментариума, но много бързо променят парадигмите и принципите му (Серафимова, 2020, с. 40).

Каплан и Хайнлайн определят социалните медии като „група интернет базирани приложения, които се основават на идеологически и технологични функции на Web 2.0, които позволяват създаване и обмен на генерирано от потребителите съдържание. Тази дефиниция отчита технологичната основа на социалните мрежи, но подчертава, че именно потребителите създават съдържанието. Това определение се фокусира върху ролята на потребителите, която в социалните мрежи е различна в сравнение с традиционните медии – в тях потребителят може да се превърне в създател на съдържание (Серафимова, 2020, с. 61).

Web 2.0 комуникацията става все по-предпочитана, както от ПР експертите, така и от представителите на медиите заради нейните безспорни предимства и двете групи вече активно работят с новите онлайн комуникационни инструменти.

Постовите на политиците в социалните платформи стават новини, цитирани и публикувана от традиционните медии. Предаването на живо на пресконференции, брифинги и заседания на институциите вече са установена практика в ПР практиката в България. Институционалните ПР експерти вече активно прилагат онлайн комуникационните инструменти в институциите, в които работят: Министерски съвет, и министерства.

Статистика на последователи на профилите в социалната мрежа Facebook на Министерски съвет и министерства в България

Най-активни са следните институции:

- Министерство на здравеопазването – 132К;
- Министерство на образованието и науката – 67К;
- Министерство на външните работи – 39К;
- Министерство на отбраната – 33К;
- Министерство на труда и социалната политика – 33К;
- Министерски съвет – 29К;
- Министерство на туризма – 22К;
- Министерство на вътрешните работи – 17К;

- Министерство на младежта и спорта – 9,700К;
- Министерство на културата – 9,000К;
- Министерство на околната среда и водите – 7,300К;
- Министерство на иновациите и растежа – 6,800К;
- Министерство на икономиката и индустрията – 4,900К.

С най-малко последователи са следните министерства (под 3000К):

- Министерство на финансите – 2,900К;
- Министерство на земеделието и храните – 2,700К;
- Министерство на електронното управление – 1,800К;
- Министерство на енергетиката – 1,700К;
- Министерство на правосъдието – 1,600К.

Данните са към м. февруари 2024 г.

От данните става ясно, че трансформацията в държавните институции в България вече е факт, но в някои министерства Web 2.0 комуникацията чрез социални мрежи е по-добре развита, докато при други тя предстои да се развива.

В Министерски съвет всички брифинги на премиера и членове на правителството се излъчват на живо през профила на институцията в социалната мрежа Facebook. Много от заседанията на парламентарните комисии към Народно събрание също се излъчват на живо като това важи и за събития на някои министерства.

В България причината за някои институции да не практикуват излъчвания на живо е липсата на необходимата техника или кадри като процесът за тяхното обезпечаване е на различни етапи в държавните институции.

В световен план пример за установена практика за излъчванията на живо са заседанията на Съвета на Европейския съюз по земеделие и рибарство. В съвета участват всички министри на земеделието от страните членки на ЕС като техните заседания се провеждат всеки месец в Брюксел или Люксембург. Публичните точки от заседанията, винаги се излъчват на живо.

Предимствата на Web 2.0 комуникацията е да се достигне до по-големи аудитории без географски ограничения, както и до определени целеви групи, които са предимно в дигиталната среда. Такава целева група са хората от поколение Z, това са млади хора, които са предимно в социалните платформи и консумират медийното съдържание основно чрез смартфона си. Те се информират основно чрез Web 2.0 комуникацията и определено предпочитат социалните мрежи пред традиционните медии.

Институционалните ПР достигат до тази целева група чрез използването на инструментите на дигиталния ПР и по този начин разширяват своята аудитория. Комуникацията на политици чрез социалните мрежи Facebook и Instagram вече е утвърдена практика в институциите в международен план.

Към днешна дата институционалните ПР практики в България започнаха да използват инструментите на дигиталния ПР в симбиоза с традиционния ПР, но със сигурност има какво още да се направи в тази посока.

Заклучение

Развитието на социалните мрежи, информационните технологии и дигитализацията на медиите предполага активното използването на Web 2.0 комуникацията чрез социални мрежи както от представителите на медиите, така и от институционалните ПР практики.

За представителите на медиите тази комуникация помага за по-бързото отразяване и разпространение на новините. За институционалните ПР практики тя достига до по-голяма аудитория, с която се свързва в една обща комуникация помежду им.

Предимствата на двупосочната комуникация е, че тя свързва институциите и техните публики и ги обединява помежду им. При комуникацията чрез социални мрежи е важен контактът, а не само разпространението на информация. Друго предимство на тази комуникация е, че при нея институционалните ПР практики разпространяват информация директно до потребителите в реално време докато при традиционния ПР трябва да се изчака информацията, която е подадена до медиите да се разпространи чрез традиционните медийни канали.

Предимствата на Web 2.0 комуникацията чрез социални мрежи е, че тя е двупосочна и интерактивна. Това е комуникация, при която няма географски ограничения и се осъществява в реално време. Тази комуникация е ценен ПР ресурс, защото помага на ПР експертите да достигат до по-голяма аудитория и да получават обратна връзка в реално време. Инструментите на дигиталния ПР помагат на дейността на ПР практиките, но изискват придобиване на нови умения и разкриване на нови позиции в пресцентровете на държавните администрации.

Можем да бъдем сигурни, че с бъдещото развитие на информационните технологии и мобилни устройства ще се развива и Web 2.0 комуникацията чрез социални мрежи. Прилагането на инструментите от дигиталния ПР в институционалния ПР е процес, който със сигурност ще продължи да се развива и в бъдеще заради предимствата, които има в условия на дигитална ера. Това поставя и много въпроси пред ПР практиките, сред които каква трябва да е симбиозата при използването на дигиталните инструменти заедно с тези от традиционния ПР? Каква метаморфоза ще претърпи още институционалния ПР през следващите години и дали ще продължат да се използват инструментите на традиционния ПР?

Използвана литература

- Ванков, Н. (2014). Онлайн ресурси и инструментариум за дигитален ПР, Икономически и социални алтернативи, бр. 2, (Vankov, N., 2014, Onlayn resursi i instrumentarium za digitalin PR, Ikonomicheski I socialni alternativi, broj 2), available at: <https://www.unwe.bg/alternativi/bg/journalissues/article/5763>
- Серафимова, М. (2020). ПР в дигиталната ера, София: Ентусиаст. (Serafimova, M., 2020, PR v digitalnata era, Sofia: Entusiast).
- Серафимова, М. (2020). Интернет комуникации, Реторика и комуникации, бр. 42, (Serafimova, M., 2020, Internet komunikacii, Retorika I komunikacii, br. 42), available at: <https://rhetoric.bg/wp-content/uploads/2020/05/Serafimova-issue-42-January-2020-pp.59-72.pdf>
- Статистически данни, изготвени от дирекция „Връзки с обществеността и протокол“ на Министерство на земеделието и храните по време на правителството на акад. Николай Денков към м. февруари 2024 г. (Statisticheski dannii, izgotveni ot direktsia „Vrazki s obshtestvenostta i protokol“ na Ministerstvo na zemedeliето i hranite po vreme na pravitelstvoto na akad. Nikolay Denkov kam m. fevruari 2024 g.).

BENEFITS OF WEB 2.0 SOCIAL NETWORK COMMUNICATION IN INSTITUTIONAL PR

Svetozara Velichkova, PhD student
Department of Communication, public relations and advertising
Sofia University “St. Kliment Ohridski”
e-mail: zaravelichkova@abv.bg

Abstract

The article is an attempt to trace the advantages of Web 2.0 communication through social networks for the needs of institutional PR, as well as to analyze the new activities that institutional PR practitioners must implement in the digital era.

The aim is to present the online communication tools that are part of digital PR and their advantages over traditional PR tools.

The conclusions are that the institutional PR practitioners in Bulgaria are already actively applying the new online communication tools, because of the advantages they provide, as the most actively used tool is Web 2.0 communication through social networks.

There are institutions with better developed online communication, but there are also those where this process is yet to develop in the future. The scientific research methods used are general scientific methods – logical analysis and synthesis, induction, deduction and observation.

The scientific research methods used are general scientific methods – logical analysis and synthesis, induction, deduction and observation.

Keywords: institutional PR, digital PR, Web 2.0 communication, social networks

JEL: Z00