

## ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ И ЭТИКА PR

Дурдана Пердебаева <sup>1</sup><sup>1</sup> Магистрант факультета Международной журналистики при УзГУМЯИНФОРМАЦИЯ О  
СТАТЬЕ

## АННОТАЦИЯ:

ИСТОРИЯ  
СТАТЬИ:*Received: 12.03.2025**Revised: 13.03.2025**Accepted: 14.03.2025*КЛЮЧЕВЫЕ  
СЛОВА:

связи с  
общественностью,  
цифровая коммуникация,  
управление репутацией,  
этическая  
коммуникация,  
социальные сети,  
кризисная  
коммуникация,  
аналитика данных.

Связи с общественностью (PR) претерпели значительную трансформацию за последние десятилетия, вызванную достижениями в области цифровых технологий, изменением общественных ценностей и возросшими требованиями к прозрачности и подотчетности. В этой статье рассматриваются ключевые элементы, определяющие современный PR, с упором на его стратегическую роль в управлении репутацией, взаимодействии с заинтересованными сторонами и этических практиках коммуникации. Мы изучаем влияние социальных сетей, аналитики данных и новых технологий на стратегии связей с общественностью, а также рассматриваем проблемы, связанные с дезинформацией, кризисной коммуникацией в цифровую эпоху и необходимостью согласования усилий в области связей с общественностью с организационными ценностями.

**ВВЕДЕНИЕ.** Традиционно рассматриваемая как функция, в первую очередь ориентированная на отношения со СМИ, PR превратился в стратегическую дисциплину, неотъемлемую часть организационного успеха. Современные специалисты по связям с общественностью работают в сложной экосистеме, характеризующейся мгновенной коммуникацией, фрагментированной аудиторией и

---

---

повышенным вниманием. Рост цифровых платформ, особенно социальных сетей, демократизировал распространение информации, позволяя организациям напрямую взаимодействовать с заинтересованными сторонами, одновременно подвергая их беспрецедентному уровню общественной критики. Это требует более тонкого и сложного подхода к связям с общественностью, который ставит во главу угла подлинность, прозрачность и проактивное построение отношений.

Появление цифровых технологий кардинально изменило ландшафт связей с общественностью, а именно:

переход от массовых коммуникаций к целевому взаимодействию: традиционный PR полагался на средства массовой информации для охвата широкой аудитории, а современный PR использует цифровые платформы и аналитику данных для выявления и взаимодействия с определенными группами заинтересованных сторон, адаптируя сообщения для максимального воздействия.

– рост социальных сетей как основного канала коммуникации: платформы социальных сетей обеспечивают прямой доступ к потребителям, позволяя организациям формировать повествования, реагировать на отзывы и создавать онлайн-сообщества. Однако они также создают проблемы в управлении репутацией бренда и борьбе с дезинформацией.

– контент-маркетинг и сторителлинг: современный PR делает акцент на создании и распространении убедительного контента, который находит отклик у целевой аудитории. Сюда входят записи в блогах, видео, инфографика и другие форматы, предназначенные для информирования, развлечения и формирования лояльности к бренду.

– принятие решений на основе данных: специалисты по связям с общественностью теперь имеют доступ к огромным объемам данных, которые можно использовать для информирования о стратегии, измерения эффективности кампании и выявления новых тенденций. Такие инструменты, как платформы для прослушивания социальных сетей и веб-аналитика, позволяют в режиме реального времени отслеживать и оптимизировать усилия по связям с общественностью.

Современный PR признает, что успешное управление репутацией зависит от построения прочных отношений с различными заинтересованными сторонами, включая:

– взаимодействие с клиентами через социальные сети, онлайн-форумы и другие каналы для решения проблем, получения отзывов и создания адвокации бренда.

– внутренние программы коммуникации, которые способствуют прозрачности, вовлеченности и чувству общей цели. Адвокация со стороны сотрудников может быть мощным активом для создания внешней репутации.

– предоставление своевременной и точной информации инвесторам и аналитикам для поддержания доверия и поддержки.

– взаимодействие с местными сообществами посредством спонсорства, волонтерских программ и других инициатив для создания доброй воли и укрепления позитивных отношений.

– поддержание открытой коммуникации и соблюдение этических практик лоббирования для влияния на политику.

– партнерство с соответствующими влиятельными лицами для охвата новой аудитории и укрепления доверия посредством надежных рекомендаций.

Amazon, мировой гигант электронной коммерции, начал цифровую трансформацию, которая произвела революцию в розничной торговле. Используя технологии, аналитику данных и искусственный интеллект, Amazon преобразовал процесс онлайн-покупок. Они внедрили такие функции, как заказ в один клик, персонализированные рекомендации и быстрая доставка, установив новые стандарты для удобства клиентов. Кроме того, Amazon оптимизировал свою логистическую сеть с помощью передовых алгоритмов, обеспечивающих эффективное управление запасами и быстрое выполнение заказов.

Цифровая трансформация Amazon произвела революцию в электронной коммерции и логистике, но она также поднимает этические вопросы. Компания сталкивается с пристальным вниманием к трудовым практикам, конфиденциальности данных и влиянию ее операций по доставке на окружающую среду. Баланс между удобством и эффективностью и этической ответственностью является постоянной проблемой для Amazon.

Нельзя не упомянуть, что усиленное внимание к организациям в цифровую эпоху повысило важность этических практик коммуникации. Это в свою очередь прилагает не мало ответственности для специалистов по связям с общественностью. Например:

– потребители все больше опасаются пиара и манипуляций, PR специалисты должны отдавать приоритет прозрачности и подлинности во всех коммуникациях.

– борьба с распространением дезинформации и обеспечение точности всей информации, распространяемой организацией.

– раскрытие аффилированности и конфликтов интересов: четкое раскрытие любых аффилированностей или конфликтов интересов, которые могут поставить под угрозу доверие к коммуникации.

– защита конфиденциальности: уважение частной жизни отдельных лиц и соблюдение правил защиты данных.

– ответственная коммуникация в кризисных ситуациях: быстрое, честное и сочувственное реагирование на кризисы. Избегание уклончивости или попыток преуменьшить серьезность ситуации.

Netflix, изначально работавший в качестве сервиса проката DVD, осознал потенциал цифрового потокового вещания и изменил способ потребления развлечений. Благодаря стратегической цифровой трансформации Netflix перешел с физических носителей на платформу потокового вещания на основе подписки. Используя аналитику данных и алгоритмы машинного обучения, Netflix произвел революцию в рекомендациях по контенту, предоставив персонализированный просмотр миллионам подписчиков по всему миру. Этот прорыв изменил индустрию развлечений, бросив вызов традиционным моделям кабельного и вещательного телевидения.

Цифровая трансформация Netflix в индустрии развлечений поднимает этические вопросы о конфиденциальности данных и модерации контента. Использование компанией аналитики данных для персонализации рекомендаций и отслеживания поведения пользователей вызывает споры о правах на конфиденциальность и ответственном использовании данных клиентов. Обеспечение прозрачности и защита конфиденциальности пользователей являются важнейшими этическими соображениями для Netflix.

Социальные сети увеличили скорость и охват кризисов, сделав эффективную коммуникацию в кризисных ситуациях более важной, чем когда-либо. Проактивное планирование в кризисных ситуациях помогает разрабатывать всеобъемлющего плана коммуникации в кризисных ситуациях, описывающего роли, обязанности и процедуры реагирования на различные типы кризисов. Признание влияния кризиса на заинтересованные стороны и принятие ответственности за любые правонарушения.

Использование различных каналов коммуникации, включая социальные сети, веб-сайты и традиционные СМИ, для охвата различных аудиторий.

Несколько новых технологий готовы еще больше преобразовать ландшафт связей с общественностью, в том числе:

– искусственный интеллект (ИИ): инструменты на базе ИИ могут автоматизировать такие задачи, как мониторинг СМИ, создание контента и управление социальными сетями, освобождая специалистов по связям с общественностью для сосредоточения на более стратегических мероприятиях.

– дополненная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR): AR и VR можно использовать для создания захватывающих впечатлений, которые вовлекают заинтересованные стороны и формируют лояльность к бренду.

– технология блокчейн: блокчейн можно использовать для проверки подлинности информации и предотвращения распространения дезинформации.

Tesla произвела революцию в автомобильной промышленности

Tesla, производитель электромобилей, произвел революцию в автомобильной промышленности с помощью цифровой трансформации. Объединив передовые технологии электромобилей с передовыми программными системами, Tesla произвела революцию в концепции электромобилей. Их автомобили предлагают исключительную производительность, инновационные функции и беспроводные обновления программного обеспечения, обеспечивая непревзойденный опыт вождения. Цифровой подход Tesla преобразил автомобильный ландшафт и ускорил принятие электромобилей во всем мире.

Цифровая трансформация Tesla в автомобильной промышленности представляет этические последствия, связанные с устойчивостью и автономным вождением. Сосредоточение компании на электромобилях и возобновляемых источниках энергии соответствует экологической этике, но вопросы, касающиеся этической разработки и внедрения технологий автономного вождения, сохраняются. Достижение баланса между инновациями, безопасностью и этическими соображениями имеет решающее значение для цифровой трансформации Tesla.

Современные связи с общественностью — это динамичная и развивающаяся дисциплина, которая играет важную роль в формировании репутации организации, построении отношений с заинтересованными сторонами и преодолении сложностей цифровой эпохи. Используя цифровые технологии, отдавая приоритет этическим методам коммуникации и взаимодействуя с заинтересованными сторонами прозрачным и аутентичным образом, специалисты по связям с общественностью могут помочь организациям завоевать доверие, повысить свою репутацию и достичь

---

своих стратегических целей. Будущее связей с общественностью будет определяться новыми технологиями и постоянно растущими требованиями к прозрачности и подотчетности, требующими от специалистов постоянной адаптации и инноваций, чтобы оставаться эффективными.

#### Список использованной литературы:

1. Груниг, Дж. Э. и Хант, Т. (1984). Управление связями с общественностью. Холт, Райнхарт и Уинстон.

2. Катлип, С. М., Центр, А. Х. и Брум, Г. М. (2006). Эффективные связи с общественностью. Pearson Education.

3. Смит, Р. Д. (2018). Стратегическое планирование связей с общественностью. Routledge.

4. Этика и «цифра»: этические проблемы цифровых технологий: аналитический доклад. URL: <https://ethics.cdto.center>.

5. Паспорт национального проекта «Национальная программа “Цифровая экономика Российской Федерации”». URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_328854/?ysclid=m45wfacea1870023573](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_328854/?ysclid=m45wfacea1870023573).

6. Кодекс этики использования данных. URL: <https://ac.gov.ru/projects/project/kodeksetiki-ispolzovania-dannyh>.