Анастасия Андреевна Демичева

Союз пиарщиков России (Москва)

silasvz@yandex.ru

**Telegram-каналы как платформа для коммуникации внутри профессионального сообщества PR-специалистов**

Рассматривается актуальное состояние применения современных технологий в профессиональной коммуникации PR-специалистов. Материал исследования составил 61 Telegram-канал в области PR. Предлагается классификация Telegram-ресурсов для взаимодействия пиарщиков в зависимости от тематики: новостные, личные, агентские, вакансии и площадки для общения.

Ключевые слова: Telegram-каналы, коммуникация, профессиональное сообщество PR-специалистов.

 Актуальность статьи обусловлена ростом конкуренции на рынке, динамичностью развития отрасли и появлением новых технологий, таких как искусственный интеллект (ИИ), машинное обучение и дополненная реальность, – все это требует от специалистов PR-индустрии не только знаний мировых тенденций, но и умения взаимодействовать с коллегами. Одновременно с этим общество становится медиатизированным и цифровизированным, в связи с чем эксперты должны учитывать требования по работе в цифровом мире, такие как быстрота реакции на инфоповоды, создание контента с использованием ИИ, управление цифровой репутацией, а также этика и прозрачность. В свою очередь, коммуникация внутри профессионального сообщества может помочь адаптироваться к изменениям благодаря обмену опытом и знаниями, обсуждению возможностей в области цифровых технологий, которые позволят специалистам оперативно реагировать на изменения и внедрять новые инструменты.

В последние годы предпринимались попытки исследования явлений внутри PR-сообщества: роли сообществ в совершенствовании профессиональной культуры [2], анализу влияния объединений на отрасль [1], а также вопросов формирования региональных сообществ [3]. Стоит отметить, что в настоящее время мессенджеры вышли на передний план в повседневной коммуникации пиарщиков как внутри страны, так и за ее пределами.

На сегодняшний день Telegram – это популярная платформа для общения внутри русскоязычного сообщества PR-специалистов, так как она позволяет быстро коммуницировать и удобна для использования на мобильных устройствах. Telegram можно использовать в качестве площадки для организации мероприятий, вебинаров, лекций. Существует несколько типов каналов в Telegram, которые могут использоваться в целях профессиональной коммуникации.

Нами был проанализирован 61 ресурс, посвященных PR и связанных с ним сферам. Среди наиболее популярных каналов для пиарщиков можно выделить следующие направления. Каналы об отраслевых новостях, трендах, новых тенденциях и успешных кейсах, интересных проектах, передовых инновациях и других событиях в мире PR, такие как Русский маркетинг (132 тыс. подписчиков), Breaking Trends (52 тыс.), UnderПяр (39 тыс.), Sostav (26 тыс.), Adindex (20 тыс.), О digital (13 тыс.) и др.

Блоги PR-специалистов – личные мнения PR-экспертов по поводу актуальных событий, опыт, практические рекомендации и советы, кейсы, аналитические обзоры: Саша Чижов (51 тыс.), Dnative (67 тыс.), Aslanov PR (9 тыс.), Digital Eva (7 тыс.), Репутация и персональный бренд (6 тыс.), Hardy (2 тыс.).

Универсальные площадки для профессионального общения: обсуждения трендов, обмен опытом и идеями, обучения, объявлений о поиске партнеров и подрядчиков (SMM в России – 2 тыс., SMMщики – 2 тыс., PR\_Russia – 2 тыс., PR-мастер-майнд – 0,3 тыс.), а также региональные (#prspb – 1 тыс., #prmsk – 0,2 тыс.).

Каналы PR-агентств, в которых размещается информация об услугах, проектах, клиентах, достижениях: SETTERS (69 тыс.), Pressfeed (6 тыс.), Vinci means PR (3 тыс.), MEDIACOM.EXPERT (3 тыс.). Каналы, на которых публикуются вакансии для специалистов в области PR: Норм работа (64 тыс.), Вакансии SMM и Digital (42 тыс.).

Стоит отметить, что одним из интересных проектов для русскоязычных пиарщиков является «PR мастер-майнд», который объединяет более 300 специалистов для обсуждения актуальных тем, таких как ИИ в работе пиарщика, вопросы коммуникации с клиентами, профессиональная переподготовка, найм сотрудников и многих других.

Подводя итог, можно заключить, что общая тенденция свидетельствует о том, что Telegram-каналы стали важным коммуникационным инструментом для профессионального развития PR-специалистов, помогая быть в курсе последних тенденций, делиться опытом, решать профессиональные задачи, а также налаживать связи с коллегами и партнерами. На наш взгляд, взаимодействие внутри сообщества способствует повышению качества услуг и сплоченности PR-специалистов, а также может привести к возникновению ярких партнерских коллабораций.

Литература

1. Абрамов Р. Н. Связи с общественностью: профессиональные объединения и их влияние на PR-сферу // Социологические исследования. 2020. № 11. С. 96–106.

2. Илямакова Е. А., Шиняева О. В. Профессиональные сообщества PR-специалистов в контексте совершенствования профессиональной // Гражданское общество в России: вызовы современности. Ульяновск, 2016. С. 465–468.

3. Маркина Ю. М.. Пестова Я. Н. Профессиональное PR-сообщество на Дальнем Востоке: идентификация и самоорганизация // Власть и управление на Востоке России. 2021. № 1(94). С. 108–118.