

РЕКЛАМА
ТА ЗВ'ЯЗКИ
З ГРОМАДСЬКІСТ
Огляди. Дослідження



УДК 659.4"20"

Р36

Колектив авторів:

С. Безчотнікова, М. Бутиріна, Т. Іванова, Л. Хавкіна,
Є. Ромат, А. Каспаравічус, О. Христов, У. Даттон,
Г. Почепцов, А. Безчотнікова, Й. Стромбак, Ф. Ессер,
Ч. Пічанді, Ф. Барклай, А. Венкат, Н. Алієв

У монографії, присвяченій 25 річниці створення Маріупольського державного університету, відображено новітні теоретичні та прикладні дослідження українських і зарубіжних учених у галузі реклами і зв'язків з громадськістю, які зосереджені на визначенні категорій та інструментів, що використовуються у галузі соціальних комунікацій, сучасних тенденціях розвитку реклами і зв'язків з громадськістю, етичних і правових нормах регулювання.

Видання адресоване науковцям, студентам вищих навчальних закладів, що вивчають журналістику, рекламу та зв'язки з громадськістю, аспірантам, слухачам курсів підвищення кваліфікації, працівникам ЗМК, представникам суміжних професій.

Рецензенти:

доктор філологічних наук, професор **В. Ф. Іванов**;
доктор філологічних наук, професор **О. Г. Ткаченко**;
доктор наук із соціальних комунікацій, професор **В. М. Галич**

Укладач і науковий редактор:

доктор філологічних наук, професор **С. В. Безчотнікова**

ЗМІСТ

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ЗАСІБ ПРОСВІТНИЦТВА ТА ГАРМОНІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН	14
1. КАТЕГОРІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ	
Бутиріна Марія (Україна) Архетип та міф як інструменти прикладних соціально-комунікаційних технологій	16
Іванова Тетяна (Україна) PR і реклама: спільне та особливе	25
Хавкіна Любов (Україна) Імідж як інструмент і результат комунікації	36
Ромат Євген (Україна) Роль реклами в процесах формування брендів	67
2. ЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ	
Каспаравічус Андріус (Литовська Республіка) Роль фахівця з паблік рілейшенз у XXI ст.	84
Христов Олександр (Болгарія) Саморегулювання в рекламній та піар діяльності з метою запобігання неетичних дій	93

Даттон Уільям (США) Розподілена громадська експертиза в глобальній мережі. Стратегія краудсорсингу для державного управління	97
--	----

3. МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ ТА МАСОВА КУЛЬТУРА

Почепцов Георгій (Україна) Трансформації м'яких впливів, або як на зміну кліповому мисленню прийшло серіальне	115
---	-----

Безчотнікова Світлана, Безчотнікова Аліна (Україна) Реклама в комп'ютерних іграх	127
--	-----

4. НОВІТНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСАХ

Стромбак Йеспер (Швеція), Ессер Френк (Німеччина) Розуміння медіатизації політики	139
---	-----

Пічанді Чинназвामी, Барклай Френсіс Філіп, Венкат Ануша (Індія) Індія – 2014: Facebook-Like як критерій прогнозування виборчих результатів	154
---	-----

Алієв Нурлан (Азербайджан) Нові інструменти комунікації: нові медіа у військових конфліктах	182
--	-----

Почепцов Георгій (Україна) Смислові війни в бізнесі та політиці	188
---	-----

Предметний покажчик	202
----------------------------	-----

Dutton, William H. (USA) Networking Distributed Public Expertise: Strategies for Citizen Sourcing Advice to Government	97
---	----

3. MASS COMMUNICATION AND MASS CULTURE

Pocheptsov Georgii (Ukraine) Transformation of mild effects or how the serial-thinking replaced the clip-thinking	115
Bezchotnikova Svitlana, Bezchotnikova Alina (Ukraine) Advertising in computer games	127

4. COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN SOCIAL AND POLITICAL PROCESSES

Jesper Stromback (Sweden), Frank Esser (Germany) Understanding the Mediatization of Politics: An Introduction	139
Pichandy Chinnaswamy, Francis P. Barclay, Anusha Venkat (India) India 2014: Facebook 'Like' as a Predictor of Election Outcomes	154
Aliyev Nurlan (Azerbaijan) New tools of communication: new media in military conflicts	182
Pocheptsov Georgii (Ukraine) Semantic wars in business and politics	188
Subject index	202

Dutton, William H. (USA)

Networking Distributed Public Expertise: Strategies
for Citizen Sourcing Advice to Government

3. MASS COMMUNICATION AND MASS CULTURE

Pocheptsov Georgii (Ukraine)

Transformation of mild effects
or how the serial-thinking replaced the clip-thinking

Bezchotnikova Svitlana,

Bezchotnikova Alina (Ukraine)

Advertising in computer games

4. COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN SOCIAL AND POLITICAL PROCESSES

Jesper Stromback (Sweden),

Frank Esser (Germany)

Understanding the Mediatization
of Politics: An Introduction

Pichandy Chinnaswamy,

Francis P. Barclay, Anusha Venkat (India)

India 2014: Facebook 'Like' as a Predictor
of Election Outcomes

Aliyev Nurlan (Azerbaijan)

New tools of communication:
new media in military conflicts

Pocheptsov Georgii (Ukraine)

Semantic wars in business and politics

Subject index

**РОМАТ
ЄВГЕН
(Україна)**

Голова Співки рекламистів України,
завідувач кафедри маркетингу та реклами
Київського національного торговельно-
економічного університету, професор

**СТРОМБАК
ЙЕСПЕР
(Швеція)**

Професор Університету Гетеберга,
екс-директор державної Комісії
Майбутнього Швеції при прем'єр-міністрі
Швеції (2011—2013), професор
Університету Флориди (США),
Університету Цюріха (Швейцарія),
власник консалтингової компанії
«CorestadAB».

**ЕССЕР
ФРЕНК
(Німеччина)**

Професор Інституту Масової Комунікації
та Медіадосліджень Університету Цюріха
(Швейцарія), професор Університету
Оклахоми в Нормані, Техаського
Університету в Остіні, Каліфорнійського
Університету в Сан-Дієго(США)

**ХРИСТОВ
ОЛЕКСАНДР
(Болгарія)**

Доктор філософії Університету
Національного та Світового Господарства,
директор піар-агенції «Сівітас»,
голова Товариства зі зв'язків
з громадськістю Болгарії (2011—2013)

**ХАВКІНА
ЛЮБОВ
(Україна)**

Завідувач кафедри журналістики
Харківського національного університету
імені В. Н. Каразіна; професор

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ЗАСІБ ПРОСВІТНИЦТВА ТА ГАРМОНІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН

Початок ХХІ ст. на Всесвітньому саміті Організації Об'єднаних Націй (Женева, 2003) визначено як період формування глобального інформаційного суспільства. Становлення нового світогляду відбувається під впливом активного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Наукові відкриття в галузях мікроелектроніки, комп'ютерної техніки та телекомунікацій породжують трансформації, що не тільки впливають на технологічні процеси, а й суттєво змінюють світосприйняття та спосіб життя сучасного людства, утворюючи нову картину світу. В цих процесах визначальним для світової спільноти залишається пошук ідеалів та цінностей, які стануть основою майбутнього громадського консенсусу. В програмних документах ЮНЕСКО сформульовано базові принципи суспільства знань. Це — якісна освіта, універсальний доступ до знань та інформації, повага до культурного та мовного розмаїття, свобода вираження думок.

Значну роль у впровадженні цих принципів, спрямуванні глобального інформаційного суспільства в напрямі гуманізації відіграють соціальні комунікації, що є дієвим засобом просвітництва та гармонізації соціальних відносин. Актуальність поставлених перед сучасною соціальною комунікативістикою завдань допомагає акцентувати увагу на її затребуваності майже всіма галузями сучасного виробництва в гуманітарній та технічній сферах.

На питання, в якому напрямі сьогодні рухаються сучасні соціальні комунікації, відповідає запропонована українському читачеві колективна монографія «Реклама та зв'язки з громадськістю: Огляди. Дослідження», в якій представлені наукові праці провідних учених з Індії, Німеччини, Швейцарії, Азербайджану, Литви, Болгарії та Сполучених Штатів Америки.

Загальносвітові тенденції свідчать про те, що механізми передавання інформації та впливу на масову аудиторію працюють за класичними схемами, де «в просторі між відправленням та отриманням відбувається трансформація кодів, сингалів, знаків, образів, і як зауважував Р. Дебре, здійснюється взаємодія технології та культури». При цьому осучаснюються інструменти, канали, методи представлення інформації, відбувається активна взаємодія методологічних підходів різних галузей знань.

Новітні технології реклами та зв'язків з громадськістю мають інтеграційний характер. Авторами цього видання під час аналізування успішних світових практик у галузі соціальних комунікацій виявлено тенденції до синтезу точних та гуманітарних наук; актуалізацію архаїчних форм колективної пам'яті; залучення ефектів масової культури та кінотелемистецтва; інтеграцію з інноваційними технологіями глобальної мережі Інтернет; активне використання новітніх каналів комунікації, таких як соціальні медіа та комп'ютерні ігри.

Укладачі висловлюють слова щирої подяки колегам та партнерам за люб'язно надані матеріали для цього ювілейного видання. Завдяки цьому світові наукові напрацювання стали доступні українському читачеві.

Професор Світлана Безчотнікова