

# РОЛЬ И МЕСТО ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

*Лемешко Ю.А., студент группы СГНЗ-12б*

*Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана*

*Научный руководитель: Шалдунова Т.Н., кандидат исторических наук, доцент кафедры «Информационная аналитика и политические технологии»*

**Аннотация:** В статье анализируются влияния аспектов информационно-аналитической деятельности на целевую аудиторию или общество в целом (PR). В условиях быстро меняющейся коммуникационной среды организациям необходимо применять эффективные информационно-аналитические методы для оценки общественного мнения, мониторинга репутации и выявления тенденций. Внимание уделяется инструментам аналитики, которые позволяют PR-специалистам собирать и обрабатывать данные о целевой аудитории, а также об эффективности реализуемых коммуникационных стратегий.

**Ключевые слова:** информационно-аналитическая деятельность, информация, информационное общество, анализ, изменения, процессы.

В современном информационном обществе, где данные стали ценным активом и двигателем развития, вопросов о необходимости аналитической деятельности не возникает. Использование информации и данных стало главным инструментом для эффективного и результативного взаимодействия с клиентами и общественностью. Главной целью информационно-аналитической деятельности и важнейшим фактором для принятия решений во всех сферах жизни становится получение не просто информации как таковой, а знания – информации с высоким уровнем достоверности, релевантности и качества, т.е. «социально и культурно значимой».

Информационно-аналитическая деятельность занимает центральное место в области связей с общественностью (PR), так как она обеспечивает эффективную коммуникацию между организациями и их целевыми аудиториями. Основная роль этой деятельности заключается в сборе, обработке и анализе информации, что позволяет специалистам в области PR оперативно реагировать на изменения во внешней среде и формировать соответствующие стратегии взаимодействия.

В процессе ведения наиболее эффективной информационно-аналитической деятельности учитываются различные факторы, которые могут существенно повлиять на результат. К таким факторам относятся:

## **1. Точное понимание аудитории:**

В основе любой успешной PR-компании лежит глубокое понимание целевой аудитории. Используя данные о потенциальных клиентах, специалисты могут определить ключевые сегменты аудитории, понять

их предпочтения и предугадать их потребности. Такой уровень понимания гарантирует, что PR-сообщения не просто транслируются, но и точно настроены на отклик от общества.

## **2. Адаптация сообщений для максимального воздействия:**

В эпоху аналитики данных PR-сообщения можно адаптировать под нюансы различных сегментов аудитории. Изучая, как разные группы реагируют на различные типы контента, специалисты по связям с общественностью могут создавать сообщения, которые напрямую отвечают интересам и проблемам каждого сегмента.

## **3. Оптимизация каналов и времени:**

Аналитика данных также играет решающую роль в определении наиболее эффективных каналов и отрезков времени для PR-кампаний. Анализируя показатели вовлеченности на разных платформах, специалисты по связям с общественностью могут определить, где и когда их аудитория наиболее активна и восприимчива. Эта информация помогает принимать стратегические решения о том, где сосредоточить усилия и распределить ресурсы.

## **4. Измерение успеха и окупаемости инвестиций:**

Одним из самых важных преимуществ аналитики данных в PR является возможность измерять успешность кампаний в режиме реального времени. Ключевые показатели эффективности (KPI), такие как охват, вовлеченность и настроения, можно отслеживать и анализировать для оценки воздействия PR-усилий. Это не только обеспечивает немедленную обратную связь о том, что работает, а что нет, но и демонстрирует возврат инвестиций (ROI) в PR-деятельность. Постоянно отслеживая эти показатели, специалисты по связям с общественностью могут совершенствовать свои стратегии для улучшения результатов.

## **5. Прогностическая аналитика и планирование будущего:**

Помимо анализа прошлых и настоящих данных, предиктивная аналитика позволяет заглянуть в будущее. Используя исторические данные для выявления тенденций и закономерностей, специалисты по связям с общественностью могут прогнозировать будущие результаты и разрабатывать соответствующие стратегии. Этот ориентированный на будущее подход позволяет осуществлять проактивное, а не реактивное планирование связей с общественностью, предоставляя организациям конкурентное преимущество в их коммуникационных усилиях.

Каким образом можно использовать аналитику данных в связях с общественностью?

**В создании контента** – для определения правильных ключевых слов, заголовков и названий, которые не только повышают органическую видимость контента, но и делают его более привлекательным для внимательного прочтения.

***В распространении контента*** – правильный портал для публикации контента можно определить с помощью данных, представляющих аудиторию и характер потребления этого портала. Несколько уровней бета-тестирования также могут помочь определить оптимальное время публикации контента.

***Актуальность для бизнеса и аудитории*** – правильные данные и их всестороннее понимание могут предоставить бесценную информацию о демографических и психографических характеристиках, а также потребительском поведении. Наиболее релевантная аудитория для контента может быть выбрана соответствующим образом.

Аналитика данных в связях с общественностью также может улучшить понимание того, как бизнес-цель транслируется в PR-деятельности. Этот подход снизу вверх особенно актуален для PR-деятельности, которая осуществляется впервые или для новых клиентов.

Хотя измерение отдельно взятой PR-деятельности может быть затруднительным, за определенный период времени ее эффективность можно оценить, например, по рейтингу одобрения бренда или по восстановлению после кризиса.

В заключении хотелось бы отметить, что интеграция аналитики данных в связи с общественностью знаменует собой существенный сдвиг в том, как разрабатываются и реализуются стратегии. Она обеспечивает научную основу для принятия решений, позволяя специалистам по связям с общественностью разрабатывать более целевые, эффективные и измеримые кампании. По мере того, как сфера связей с общественностью продолжает развиваться, роль аналитики данных будет только возрастать, преобразуя интуицию в понимание, а креативность в результаты. В эту эпоху, основанную на данных, способность анализировать и применять данные будет иметь ключевое значение для формирования будущего связей с общественностью и достижения совершенства в коммуникации.

#### **Литература и источники:**

1. Авдеева А.В., Маликова Т.О., Таров А.В. К вопросу о роли связей с общественностью в современном обществе // Вестник ТГТУ. 2013. Том 19. № 2.
2. Бочарников И.В., Овсянникова О.А. Риски и вызовы информационной работы при проведении специальных военных и полицейских операций // Вестник Академии военных наук. 20224. № 1. С. 22–29.
3. Галущенко О.В. Информационно-аналитическая деятельность и коммуникации // Известия вузов. Северокавказский регион. Общественные науки. 2010. № 4.
4. Ипатова Н.В. Использование данных и аналитики в рекламе и связях с общественностью: преимущества и недостатки // Молодой ученый. 2023. № 31 (478). С. 137–138.
5. Информационная аналитика в современном социально-политическом процессе: теория и практика / Ремарчук В.Н., Бочарников И.В., Артемьев А.А.,

Галаганова С.Г., Гришнова Е.Е., Егоров В.Г., Карась Р.А., Катков О.Н., Ламинина О.Г., Смутьский С.В., Шевчун В.Н., Урсул В.И. Москва, 2024.

6. Ремарчук В.Н. Управление смыслами как инструмент современной политики: технологии, вероятные последствия // Этносоциум и межнациональная культура. 2019. № 2 (128). С. 9–21.

7. Ремарчук В.Н. Модернизация России в социальном измерении В книге: Безопасность России – 2011. Экспертно-аналитическое обозрение. Москва, 2010. С. 111–124.

8. Украинский кризис в условиях трансформации современного миропорядка: тенденции развития, угрозы и вызовы для России / Баранов В.П., Бартош А.А., Бочарников И.В., Дульнев П.А., Караваев И.Н., Кардаш И.Л., Карпович О.Г., Корабельников А.А., Кулаков А.А., Манойло А.В., Овсянникова О.А., Петренко А.И., Ремарчук В.Н., Стригунов К.С., Сурма И.В., Суханов П.В. (2-е издание, исправленное) Москва, 2022.

9. Content of the process of formation of students' speech abilities at the university. Ovsyannikova O.A., Mishcherina M.A., Vocharnikov I.V. В сборнике: E3S Web of Conferences. 8. Сер. "Innovative Technologies in Science and Education, ITSE 2020" 2020. С. 18106.