

ЛЕКЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«СВЯЗИ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Тема №1

Связи с
общественностью как
социальный
феномен

PR – это одна из функции управления, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между организацией и ее общественностью.

PR - это усилия, направленные на то, чтобы убедить общественность изменить свой подход или свои действия, а также на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности и наоборот.

Паблик рилейшнз (PR)

Идеология и технология управления, влияние на состояние общественного мнения, сознание человека определенных общественных групп, общества в целом, т. е. по сути составная часть системы управления, политического менеджмента

Деятельность, направленная на соглашение, согласие, сотрудничество между организацией и общественностью

Планируемые и продолжительные усилия по сбору, анализу и передаче информации, организации общения

Разработка рекомендаций для организации и осуществление программ действий, способствующих ее взаимопониманию с общественностью

Деятельность соответствующих PR-структур, направленная не только вовне, но и внутрь, для достижения корпоративного взаимопонимания

Public relations

Общественное мнение

Общественные отношения

Правительственные отношения

Жизнь общины

Промышленные отношения

Финансовые отношения

Международные отношения

Потребительские отношения

Исследования и статистика

Задачи PR

- информировать,
- объяснять,
- вызывать доверие,
- создавать положительное отношение

Функции PR



Связи с общественностью и менеджмент

В работе с руководством служба PR:

- ▣ осуществляет имиджмейкинг и паблисити руководителя;
- ▣ готовит статьи и тезисы выступления для руководства;
- ▣ подготавливает публичные выступления руководителя, включая постановку движения, дикции и голоса; консультирует по правилам хорошего тона; правит речь и освобождает от вредных привычек в поведении; обучает приемам овладения аудиторией.
- ▣ при необходимости консультирует руководство организации по вопросам формирования политики;
- ▣ участвует в выработке политических решений;
- ▣ влияет на руководство с тем, чтобы спланированные PR-программы были приняты;
- ▣ присутствует на всех встречах руководства,

Подходы к определению «Связи с общественностью»

- ▣ Альтруистический (С. Блэк) - деятельность, осуществляемая на благо общественности.
- ▣ Компромиссный (Э. Бернейз) – удовлетворение конкретных (а не абстрактных) интересов; организация учитывает интересы общественности, не оставляя в стороне и свои интересы.
- ▣ Прагматический (Дж. Рокфеллер, А. Чумилов) - умение общаться с людьми это товар, за который готовы платить больше, чем за что либо другое.

Вопросы для самостоятельного изучения по Теме №1 «Связи с общественностью как социальный феномен»

1. Содержание понятия «связи с общественностью». Основы коммуникации в связях с общественностью. Паблик рилейшнз как функция менеджмента.
2. Подходы к определению паблик рилейшнз: альтруистический, компромиссный, прагматический.
3. Сравнение PR и пропаганды, лоббизма, рекламы. Основные направления современной PR-деятельности.
4. Понятийный аппарат паблик рилейшнз. Механизм PR.