PR-ТЕХНОЛОГИИ

PR TECHNOLOGIES

УДК 004.1082

Берестов А.А., студент, 5 курс, факультет “Международных Экономических Отношений”, Институт Международных Связей, Россия, г. Екатеринбург

Berestov A.A.

Аннотация. Статья посвящена исследованию понятия и сущности пиар-технологий. Определен термин Public Relations, проанализированы признаки и критерии пиар-технологий. Отмечено, что практическое применение PR-технологий в России значительно отличается от западной системы. Целью PR-деятельности является улучшение и упрочение на основе правды и достоверной информации доверительных отношений между субъектом и объектом PR. Для этого специалистам по связям с общественностью необходимо организовывать и проводить PR-кампании. Основная задача PR-технологий заключается во влиянии на мнения и поступки групп людей.

Annotation. The article is devoted to the study of the concept and essence of PR technologies. The term Public Relations is defined, signs and criteria of PR technologies are analyzed. It is noted that the practical application of PR technologies in Russia differs significantly from the Western system. The purpose of PR-activity is to improve and strengthen the trust relationship between the subject and the object of PR on the basis of truth and reliable information. To do this, public relations specialists need to organize and conduct PR campaigns. The main task of PR technologies is to influence the opinions and actions of groups of people.

Ключевые слова: PR-деятельность, PR-технологии, информационная глобализация, российское коммуникационное пространство, информационно-коммуникационные технологии.

Key words: PR activities, PR technologies, information globalization, Russian communication space, information and communication technologies.

Постановка проблемы. В условиях информационной глобализации PR располагает новейшими информационно-коммуникативными технологиями, происходит рост влияния коммуникативных технологий на формирование совершенно разных сфер деятельности человека. Сегодня в России PR приобретает широкую популярность, что обусловлено как внешними факторами - интенсивным внедрением западных стандартов ведения бизнеса и политической борьбы, так и внутренними факторами - российская элита бизнеса и политики приходят к пониманию необходимости использования конкурентоспособных технологий практически во всех сферах жизнедеятельности общества.

Анализ последних исследований и публикаций. Работы многих зарубежных ученых, практиков, консультантов в области PR и PR-технологий рассматривают этот вопрос в своих работах (Е. Бернайс, Н. Винер, П. Лазарсфельд, Харвуд Л. Чайлдс, Г.Лассуэлл, Т. Джефферсон, Д. Вестингхауз, Е. Бернез, Дж. Ерюниг, Т. Хант, Ж. Л. Шабо, С. Блэк и другие). Отечественные ученые проводили исследования различных аспектов применения PR-технологий - Л.А. Кочубей (политика), А.С. Дудко, А.В. Шевченко (международная деятельность), У.В. Ильницкая (создание положительного имиджа ВСУ), И.Ю. Мартынова (государственное управление и самоуправление) и др. Однако анализ опубликованных работ научных конференций и дискуссий, посвящаются раскрытию вопрос PR-деятельности в Украине, показывает, что эта проблема остается малоизученной как в теоретическом, так и в практическом аспектах.

Целью статьи является исследование развития современных пиар-технологий.

Изложение основного материала. Сегодня PR-деятельность - это совокупность различных практик. Она включает: пресс-посредничество; контроль над имиджем организации с помощью применения визуальных коммуникационных технологий; корпоративные коммуникации; проведение дней открытых дверей, бизнес-мероприятий, выставок, публичных промо-акций; другие технологии, направленные на взаимодействие и формирование доверительных взаимоотношений субъекта коммуникации с потребителями, персоналом и другими целевыми аудиториями.

Многие ученые пытались дать определение термину Public Relations (PR), сегодня официально имеем 472 формулировки понятия PR. В своей работе «The Engineering of Consent» (1955) Эдвард Бернейс, который считается одним из основателей паблик рилейшнз, рассматривает PR как «желание общественности принять определенную точку зрения и попытки добиться ее распространения» [6, с. 12]. В процессе развития сферы Public Relations появляются дефиниции, характеризующие пиар как взаимовыгодные коммуникации между организацией и людьми (Webster's Third New International Dictionary). Харвуд Л. Чайлдс, основатель Public Opinion Quarterly, утверждает, что основной функцией PR является помощь организациям адаптироваться к окружению [2]. Отечественные исследователи определяют PR как особый вид социальной коммуникации - конкретная система, нацеленная на реализацию связи человека с соответствующими жизненными ситуациями, которые конкретизированы коммуникативным контекстом, мотивом, планом и целью» [4]. «PR является осознанной организацией коммуникации, которая ориентируется на достижение взаимопонимания и установление конструктивных взаимоотношений между организацией и ее целевыми аудиториями с помощью двусторонней коммуникации» [3, с. 20].

Сфера деятельности PR связана прежде всего с проведением анализа различных социальных тенденций, изучением ситуации, которая существует на

данный момент, моделированием результатов действий, которые были осуществлены, исследованием и интерпретацией информации об общественном мнении и позиции различных участников коммуникации по определенным вопросам. Работа профессионала по связям с общественностью охватывает анализ, моделирование и выполнение проектов, определение результативности их влияния на общественность. С целью эффективного выполнения данных действий специалисты в области PR используют различные PR-технологии.

По дефиниции категории «PR-технология», достаточное количество ученых и практиков широко использует это определение (Г. Почепцов, А. Деревянко, В. Галкин и другие). Однако вопрос о сущности дефиниции все еще открыт. Проведенное исследование показывает, что большая часть авторов характеризует PR-технологии как отдельный вид коммуникативной технологии и объясняет ее как процедуру, а именно порядок конкретных операций (действий), которые приводят к определенным изменениям в общественном объекте. В. Кузнецов характеризует PR-технологию как «совокупность последовательно используемых действий, способов и методов деятельности по организации связей с общественностью, которые ориентированы оптимально и эффективно реализовывать цели и задачи субъекта управления в конкретное время и в конкретном месте» [5, с. 196]. Согласно Д. Гавре, «PR-технология - это социально-коммуникативная технология контроля над внешними и внутренними коммуникациями главного субъекта PR с его целевыми аудиториями с помощью средств PR» [1, с. 10]. Другие авторы рассматривают PR-технологии как особую технологию и методы, которые ориентированы на выявление положительного или отрицательного отношения к конкретному явлению, организации или субъекту. Технологии PR являются тактическими и стратегическими коммуникационными технологиями, которые были разработаны и используются для достижения взаимопонимания между различными общественными группами.

А.А. Калмыков и М.А. Денисова предлагают следующее определение: «PR-технология - это социально-коммуникативная технология контроля над

коммуникациями основного субъекта PR с его целевыми аудиториями, реализуемой средствами PR и представляет собой совокупность последовательно используемых деятельностных процедур, мероприятий и средств, направленных на оптимальное и результативное достижения целей и выполнения задач субъекта управления в установленное время и в установленном месте» [2].

Выводы. В условиях информационной глобализации PR получает в свое распоряжение новые информационно-коммуникационные технологии, увеличивается влияние коммуникативных технологий на развитие различных сфер человеческой деятельности. Проведенный анализ опубликованных работ научных конференций и дискуссий, посвящаются PR-деятельности в России, показывает, что эта проблема остается малоизученной как в теоретическом, так и в практическом аспектах. Поэтому возникает необходимость в базовой теоретической, научно-методологической и методической подготовке сотрудников, в оптимизации российского коммуникационного пространства, модернизации PR-технологий в контексте развития общества, а также в разработке исключительно российских методик паблик рилейшнз.

Библиографический список

1. Гавра Д.П. Социально-коммуникативные технологии: сегодня и завтра. PR диалог. 2019. № 2/3 (25/26). С. 10-13
2. Калмыков А.А., Денисова М.А. Системное описание PR-технологии. URL: http://jarki.ru/wpress/2010/02/15/430/
3. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. М.: АспектПресс, 2020. С. 195-196.
4. Литвин А. Становление научного направления развития PR в Украине. URL: http://ijimv.knukim.edu.ua/zbimyk/l_2/16-lytvyn.pdf
5. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: учеб.пособие. М.: Дело, 2019. С. 19-27.
6. Edward L. Bemays. The engineering of consent. University of Oklahoma Press in Norman. 1955. P. 10-26.

Bibliographic list

1. Gavra D.P Social and communication technologies: today and tomorrow. PR dialog
2. Kalmykov A.A., Denisov M.A System description of PR technology URL: http://jarki.ru/wpress/2010/02/15/430/
3. Kuznetsov V.F Public relations: theory and technology M.: AspectPress, 2020. C. 195-196.
4. Litvin A Formation of the scientific direction of PR development in Ukraine.
5. Chumikov A.N., Bocharov M.P. Public relations: theory and practice: textbook.stipend.
6. Edward L. Bemays. The engineering of consent. University of Oklahoma Press in Norman. 1955. P. 10-26.