

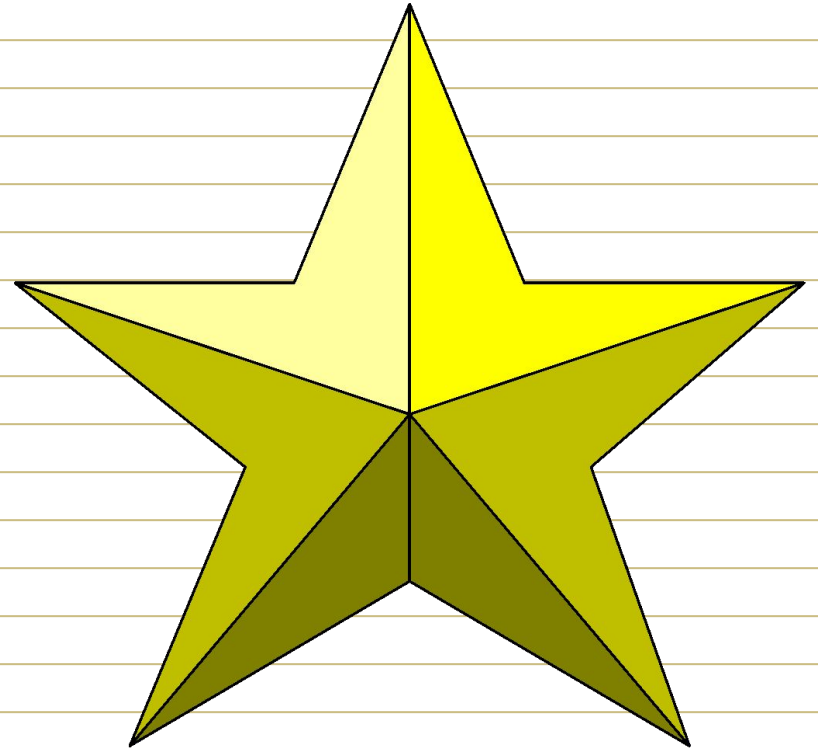
Общественность в сфере паблик рилейшнз

»1. Понятие общественности.

- Типология групп общественности.
- 2. Определение целевых групп общественности.
- 3. Приоритетные группы общественности.

Понятие общественности

- Под общественностью подразумевают любую группу людей связанную с жизнедеятельностью
- организации или учреждения



Ситуативный подход

Имеется ввиду любая группа людей, сплотившихся, при определённых обстоятельствах вокруг конкретных общих интересов или переживаний (Прагматик Дж.Дьюи).

Джеймс Груниг обратил внимание на три фактора ситуативного характера, которые благодаря коммуникации превращают латентную (скрытую) общественность в активную: 1. осознание проблемы, 2. осознание ограничений, 3. Уровень включённости

К какой группе отнести отдельного человека?

1)Прежде всего он относится к группе потребителей. Особого внимания заслуживает группа потребителей с условным названием «студенты».

2)далее, этот молодой человек может принадлежать к определённой организации: /политической, /общественной, /спортивной и т.д.

3)Наконец он может быть представителем определённой /национальности, принадлежать к отдельной /этнической или /религиозной группе.

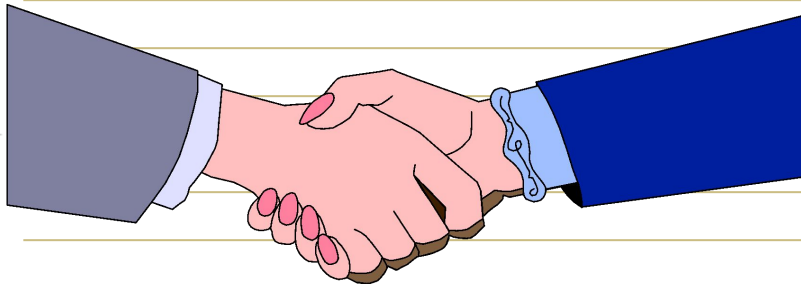
То же самое можно сказать о любом человеке.

Внешняя общественность

- Пресса, государственные органы, сфера образования, клиенты, поставщики
- жители ближайшей
- к организации местности и т.д.



Внутренняя общественность



- Люди организации:
- рабочие, ИТР,
- руководители, акционеры,
- совет директоров, т.д.

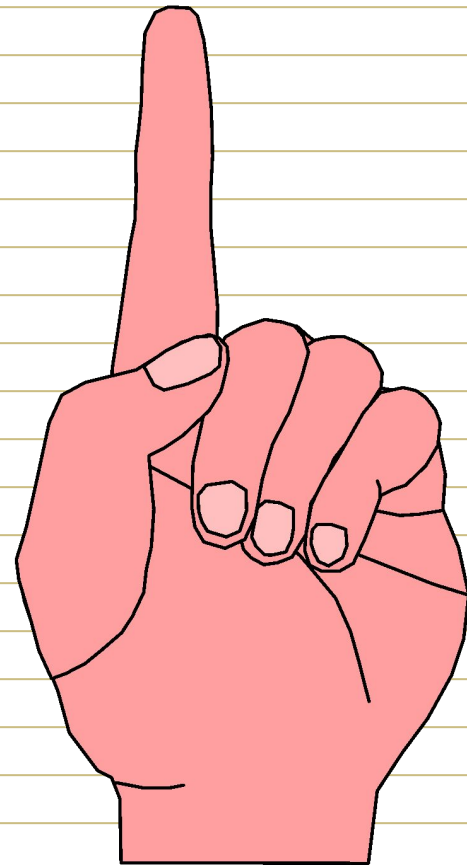
Главные группы общественности

(По Дж. Гендриксому)

- 1) работники СМИ;
- 2) общественность собственно организации;
- 3) местные жители;
- 4) инвесторы;
- 5) государственные органы;
- 6) потребители;
- 7) общественность групп особенных интересов

Около 150 разнообразных

- групп
общественности
различают в
развёрнутом
виде



По весомости выделяются:

- 1. Главная, второстепенная и маргинальная.
- 2. Традиционная и будущая.
- 3. Сторонники, оппоненты и безразличные.

Д.Груниг выделил четыре экологические группы общественности, по демографическим признакам:

1. Общественность, реагирующая на все проблемы.

2. Равнодушная общественность.

3. Общественность вокруг одной проблемы.

4. Общественность вокруг обострившейся проблемы.

Сеть типологии потребителей
(на основании их ценностных ориентаций и стиля жизни)

Реализаторы Максимальные ресурсы

Ориентированные
на принцип

Ориентированные
на статус

Ориентированные
на действие

Реализовавшие
себя

Испытатели

Исполнители

Верующие

Старательные

Мастера

Борцы

Максимальные
ресурсы

Ориентированные на принцип

Реализовавшие себя - зрелые, удовлетворённые, обеспеченные и мыслящие люди, которые ценят порядок, знания и ответственность.

Верующие - обычные консервативные люди, с конкретными убеждениями, базирующимися на традиционных, устойчивых кодексах: семьи, церкви, общины и нации

Ориентированные на статус

Исполнители- люди ориентированные на работу и делающие успешную карьеру; они не только стремятся контролировать свою жизнь, но и, как правило, контролируют её.

Старательные- люди, которые в своей мотивации и самооценке ищут одобрения со стороны окружающих.

Они хотят найти безопасное место в жизни.

Ориентированные на действие

Испытатели - молодые, энергичные, полные энтузиазма, импульсивные и бунтующие люди.

Мастера - практичные люди, владеющие мастерством конструирования и ценящие самостоятельность

Борцы(стоят особняком)

Жизнь борцов ограничена
. Хронически бедные, малообразованные, низкоквалифицированные, без прочных социальных связей, стареющие, озабоченные своим здоровьем, они пассивны, зачастую находятся на грани отчаяния. Главные их заботы - безопасность и осторожность. Они скромные потребители.

Самые полезные группы общестственности, базирующиеся на степени втянутости людей в проблемную ситуацию

1. Необщественность - люди не оказавшиеся в проблемной ситуации. Уровень их включенности незначителен.

2. Латентная общественность охватывает объективно причастных к проблемной ситуации людей, которые ещё просто не осознают своей причастности к другим людям.

3. Осведомлённая общественность - люди втянутые в проблемную ситуацию, но не общавшаяся между собой.

4. Активная общественность - люди осознавшие проблемную ситуацию и начавшие активно общаться и организовываться для овладения данной ситуацией

Автор Д.Грюниг