

Истоки и история развития ПР

- 1.Зарождение ПР
- 2.Институционализация ПР в США.
- 3.Создание научных основ и укрепление статуса ПР.
- 4.Глобализация ПР как профессиональной системы
- 5.ПР в России.

Истоки

Трудно сказать, к каким временам восходит зарождение ремесла паблик рилейшнз.

Неизвестно, кто является его основателем, в какой стране оно впервые возникло.

Можно предположить, что попытки установить связи с общественностью так же древни, как и сама цивилизация.

Чтобы жить в обществе, людям необходимо было поддерживать определённый минимум согласия, которое достигается путём межличностной и групповой коммуникации, а также умения убеждать и влиять.

Фактор убеждения и сегодня остаётся движущей силой паблик рилейшнз.

Приёмы и методы связей с общественностью выдвинутые Самуэлем Адамсом, вошедших в арсенал современных ПР:

1. необходимость *создания организации*, способной возглавить кампанию и сплотить людей;
2. *использование символики*, оказывающее эмоциональное воздействие;
3. *использование лозунгов*, отражающих сложные проблемы в виде простых, запоминающихся стереотипов;
4. *организация событий*, привлекающих внимание общественности;
5. *опережение оппонентов* в интерпретации происшедшего;
6. необходимость постоянного и непрерывного использования в ходе кампании *всех возможных каналов влияния* на общественное мнение и пропаганды новых идей и убеждений.

Ремесло, практика и тактика связей с общественностью на всём протяжении истории цивилизации в значительной мере определялись развитием средств коммуникации и распространения информации, техническими возможностями общества. Безусловно возможности эти не идут ни в какое сравнение с XX веком, когда связи с общественностью всё более стали полагаться на электронные средства коммуникации - телеграф, телефон, факсимильную связь, телексы, спутниковую связь, кино, радио и телевидение. А теперь ещё и компьютерные сети и сотовые телефоны.

Объективная необходимость в развитии профессионального института паблик рилейшнз

возникает только в обществе,

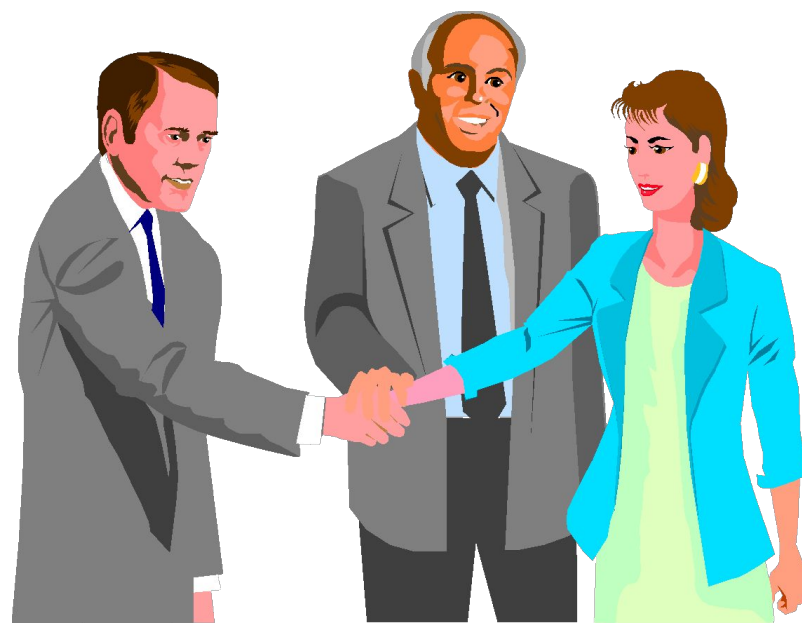
где личность пользуется всей гаммой гражданских прав и свобод,

где человек воспринимается как индивидуальность, на поступки которой можно повлиять лишь поощрением, убеждением, личной заинтересованностью, а не приказом или подчинением тотальной воле государства или коллектива.

В таких условиях возникает историческая потребность в паблик рилейшнз.

Эпоха Франклина Рузвельта

- ПР в действии. Это период «великой депрессии» 1929-1933 годов и эпоха
- «нового курса», когда президент вывел страну из кризиса.



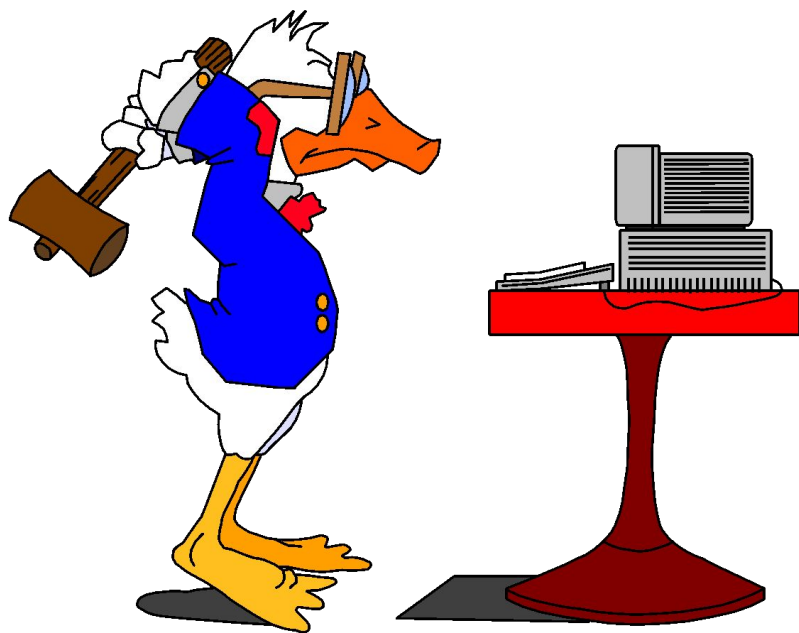
Основной метод Рузвельта - терпеливая разъяснительная работа с использованием всех средств коммуникации и, в первую очередь, личного влияния.

Он проектировал имидж уверенности в себе и счастливого человека, чего больше всего недоставало рядовым американцам.

В знаменитых «радиобеседах у камелька» в простой, доходчивой и интимной форме президент разъяснял соотечественникам суть и необходимость своих реформ.

«Новый курс», расширявший вмешательство государства в дела свободного рынка, стал поводом для разжигания борьбы монополий с государством. Чем масштабнее становилась эта кампания, тем острее чувствовалась потребность в пиэрменах.

Важнейшим стимулом развития ПР как системы стала концентрация и



- монополизация капитала.
- Одним из элементов этого стало появление массовой прессы.

Развитие института паблик рилейшнз стимулировалась также *причинами политического порядка*. Устанавливаются специфические отношения между государственными учреждениями и другими общественными институтами. Появляются «группы интересов», которые неразрывно связаны с «лоббизмом», который ни как не мог обойтись без опыта, науки и искусства паблик рилейшнз.

Существовали и *экономические причины* развития системы ПР. Они, безусловно, были весомее политических. Здесь имеются ввиду научная и практическая деятельность по изучению рынка (Marketing), «неценовая конкуренция», реклама, паблисити и т.д.

Общество ПР США

Ведёт свой отсчёт с 1936 г., с момента образования ведущими практиками этой сферы Национальной ассоциации советников по ПР

В 1948г. Ассоциация слилась с другой профессиональной организацией, основанной в 1939г., Американским советом по вопросам ПР Америки.

Наконец в 1961г. Произошло слияние с ещё одной национальной ассоциацией - Американской ассоциацией ПР.

Название осталось прежним - Общество ПР Америки. В нём насчитывается более 15 тыс. членов. Имеет более 100тыс. Отделений в различных городах США.

Еще ПР в США

Помимо Общества ПР Америки, являющегося организацией общенационального масштаба, в США существуют специализированные (отраслевые) ассоциации специалистов по ПР, работающие в области образования, сельского хозяйства, промышленности, здравоохранения и социального обеспечения, религии, спорта и пр.

Общество тесно связано с могущественной организацией бизнеса - Национальной ассоциацией промышленников.

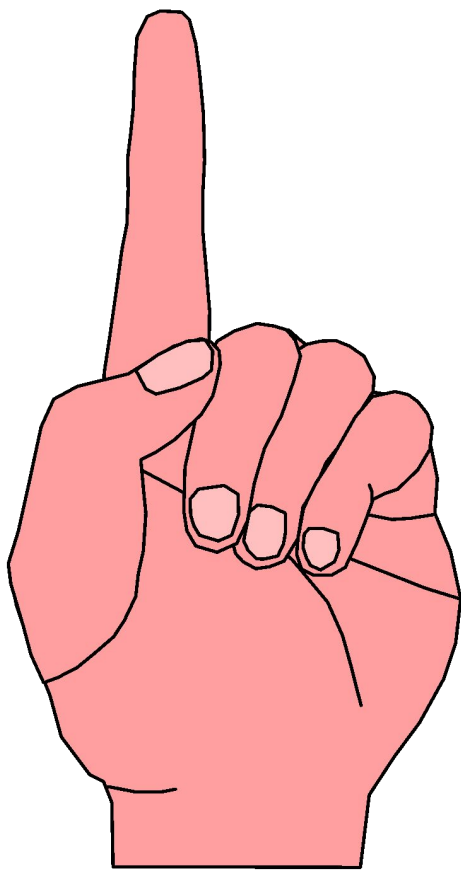
Все организации ведут исследовательскую работу, издают справочную и методическую литературу, проводят семинары, занимаются просветительской деятельностью.

ПР в Великобритании

- В 1984г. здесь начал свою деятельность
- Институт паблик рилейшнз, заложивший фундамент этой профессии в стране.



Национальные системы ПР



- возникли в Канаде, Франции, Германии, Голландии, Австрии, Греции, Испании и т. д.
- Более чем в 60 странах мира.

Международная организация ПР

Идея родилась ещё в 1949 г. в Лондоне во время частного совещания специалистов по вопросам связей с общественностью Голландии и Англии. В 1950г. Под эгидой Голландской королевской международной торговой ярмарки и голландского общества ПР в Амстердаме собралась группа руководителей ведущих фирм Великобритании, Голландии, Франции, Норвегии и США, работающих в этой области был создан Временный международный комитет. После 5 лет работы этого комитета, 1 мая 1955 года в Лондоне была основана Международная ассоциация ПР, избран Совет и одобрен официальный Устав МАПР.

Кодекс профессионального поведения МАПР

- Одобрен в 1961 г. в Венеции, и особенно Афинский кодекс 1965г., считающийся «моральной хартией». Базируется
- на Всеобщей декларации прав человека



В 1964 г. МАПР признана

- ООН, как советник Социально-экономического комитета ООН и ЮНЕСКО как внегосударственная организация по категории: «отношения взаимного информирования»

