

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. аль-Фараби

Модели связи с общественностью

«Теория и
практика
паблик
рилейшнз»

Образовательная
программа 6В03203
- Связи с
общественностью



Лектор: доцент, к.филол.н. А.В. Рожков

Алматы,
2022

Исследователи

Модели – это форма отображения определенного фрагмента действительности (предмета, явления, процесса, ситуации), которое содержит существенные свойства моделируемого объекта и может быть представлено в абстрактной (мысленной или знаковой) или материальной (предметной) форме.



Развитие связей с общественностью в мире происходило неоднородно, на них оказывали влияние политические и экономические факторы, востребованность в коммуникационных услугах. Первую попытку предпринял определения моделей предпринял Дж. Грюнинг (1976 г.) вместе с Хантом (1984 г.). Они предложил **четыре модели деятельности PR**, описывающих набор ценностей и шаблон поведения специалистов-практиков и, с определенными оговорками, заявили, что деятельность той или иной PR-структуры может более или менее соответствовать одной из них.



Особенности

Эти модели различаются по направленности коммуникационных потоков (от организации к общественности и наоборот) и по сбалансированности учитываемых интересов (включаются ли интересы общественности в ожидаемый результат). Анализ моделей помогает понять различие сегодняшней коммуникационной практики. Зачастую специалисты по связям с общественностью и некоторые коммуникационные агентства практикуют свою деятельность в соответствии с ранними моделями, не принимая во внимание практику более развитых, современных структур. Основное различие моделей выражают характеристики коммуникационных потоков и баланса интересов (каким образом оценивается понимание общественности и включаются ли ее интересы в планируемый результат).



Особенности

В современных условиях всегда существует возможность искажения информации. Например, вопрос, заданный по телефону может быть нарушен внешними помехами, т.е. шумом, при использовании электронной почты также могут возникнуть помехи в виде «проблем интернет-связи». При использовании обычной почты, могут возникнуть трудности при прочтении написанного от руки письма, по причине неразборчивости почерка. После получения сообщения осуществляется обратная связь. То есть снова формулируется и кодируется сообщение, выбирается канал, происходит отправка сообщения получателю. Также в данной ситуации обе стороны учитывают цели, ради которых происходит формулирование сообщения и процесс коммуникации в целом.



Учебная литература

1. Горохов В.М., Гринберг Т.Э и др. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии. - М., 2018.
2. Блэк С. Паблик рилейшнз. - М., 2002.
3. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. - М., 2020.
4. Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. - СПб., 2018.
5. Johnston J., Sheehan M. Theory and Practice Public Relations. - Sydney, 2014.