

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/doklad/285138>

Тип работы: Доклад

Предмет: Связи с общественностью

-

Доклад

В практике, как и в теории связей с общественностью важным значением обладает проблема определения и группирования «активной аудитории» или целевых групп общественности. Подход, который используется данной наукой с целью определения групп общественности, в большинстве своем созвучен тому, которым пользуются социальная психология и социология.

К вопросу определения целевых групп общественности специалисты по связям с общественностью подходят по большей части с прагматических позиций, определяя в ней те группы, которые тот или иной институт (государственное учреждение, корпорация, общественно-политическая организация или отдельное лицо) считает «своими». В данном случае речь идет о тех группах общественности, на которые оказывает влияние та или иная организация и от отношения, которых к организации непосредственно зависит неудача или успех ее деятельности [5, с. 37].

В литературе по связям с общественностью в большей степени распространенной и вместе с тем обобщенной категоризацией общественности выступает деление ее на две основные группы: внешнюю и внутреннюю. Внешнюю общественность представляют собой группы людей, которые непосредственно не связаны с организацией: государственные органы, пресса, клиенты, работники сферы образования, поставщики, жители ближайшей к организации местности и др. Внутренняя общественность выступает в качестве группы людей, которые входят в состав той или иной организации: рабочие, руководители, инженерно-технические работники, совет директоров, акционеры, и т.д.

Специалисты связей с общественностью под «внутренней общественностью» в ряде случаев подразумевают людей, работающих исключительно по найму. Но данный подход имеет значительный недостаток с точки зрения социальных функций института связей с общественностью, так как вместо того, чтобы рассматривать всех работников организации в качестве единой команды, он жестко разделяет их на подчиненных и руководителей. Это обстоятельство способно приводить к возникновению «гетто-эффекта» относительно сознанию рядовых работников и несколько усложнять проблемы коммуникации внутри организации, особенно это относится к тому, если на основании данного противопоставления профсоюз рабочих, в качестве примера, начинает конфликтовать с руководством организации.

Положительно оценивая разделение общественности на внутреннюю и внешнюю в целом, стоит заметить, что это представляет собой слишком обобщенный подход, малоэффективный для практики связей с общественностью.

Наиболее плодотворной принято считать типологизацию общественности, которая была предложена американским исследователем Джерри Гендриком. Для коммуникативной целенаправленной деятельности всякой организации он рекомендовал выделять следующие целевые группы общественности [4, с. 173]:

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью: учебное пособие / С. А. Варакута. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 207 с.
2. Герасимова, Г. И. Терминологическая система связей с общественностью / Г. И. Герасимова // Российская пиарология: тренды и драйверы: Сборник научных трудов в честь профессора М.А. Шишкиной / Под редакцией А.Д. Кривоносова. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – 261 с.
3. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 337 с.
4. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 263 с.
5. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум: учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. – Москва:

Издательство Юрайт, 2021. – 173 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/doklad/285138>