УДК/UDC 808.5

Эффективные публичные коммуникации в системе связей с общественностью (PR)

Пошина Маргарита Александровна
студентка факультета управления
Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина
г. Краснодар, Россия
e-mail: poshina1998@mail.ru

Аннотация

В статье рассматривается роль публичных коммуникаций между общественными и государственными институтами. PR — это система информационно-аналитических и процедурно-технологических действий, которые направлены на гармонизацию взаимоотношений внутри проекта, а также между его участниками и внешним окружением в целях его успешной реализации. Отмечается, что профильные выступления характеризуются материалами разных жанров и любой темы, но напрямую должны быть связаны с профилем деятельности органа государственной власти или организации. Автор приходит к выводу, что PR-тексты, соотносящиеся с определенными сферами PR-деятельности, могут обладать различными стилистическими и структурно-семантическими особенностями, что обусловливается их дискурсной спецификой, прагматикой и интенцией. Но несмотря на различия, PR-тексты в условиях PR-коммуникации нацелены на оптимизацию коммуникативных связей между базовым субъектом PR и его целевой аудиторией.

Ключевые слова: общество, коммуникации, public relations, ораторское искусство, публичные выступления.

Effective Public Communications in the Public Relations System

Poshina Margarita Aleksandrovna
student of the Faculty of Management
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: poshina1998@mail.ru

Abstract

The article discusses the role of public communications between public and state institutions. PR is a system of informational, analytical, procedural and technological activities that are aimed at harmonizing relationships within the project, as well as between its participants and the external environment in order to successfully implement it. It is noted that profile performances are characterized by materials of different genres and any topic, but should be directly related to the profile of the activities of a public authority or organization. The author concludes that PR texts that relate to certain areas of PR activity may have different stylistic and structural and semantic features, which is determined by their discursive specificity, pragmatics and intention. But, despite the differences, PR-texts in the conditions of PR-communications are aimed at optimizing communication links between the basic subject of PR and its target audience.

Key words: society, communications, public relations, oratory, public speaking.

Значительная роль в современном обществе отведена публичным коммуникациям между общественными и государственными институтами — public relations (PR). Это технология создания и внедрения образа объекта в ценностную структуру общественной группы в целях закрепления данного образа как необходимого и идеального в жизни [1].

В своих трудах А. Н. Чумиков говорит, что PR — это система информационно-аналитических и процедурно-технологических действий, которые направлены на гармонизацию взаимоотношений внутри проекта, а также между его участниками и внешним окружением в целях его успешной реализации [2]. С. Блэк определял Public Relations как искусство и науку достижения гармонии посредством взаимопонимания,

которое основано на правде и информированности [3]. По мнению И. В. Алешина, PR — это самостоятельная функция менеджмента по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и ее общественностью. [4].

Изучение научной литературы позволило прийти к выводу, что связями с общественностью являются основной и неотъемлемой частью системы управления любой организации, которая заинтересована в благополучии и развитии своей деятельности.

Public relations — это одна из функций управления, способствующая установлению и поддержанию взаимопонимания и сотрудничества между организациями и общественностью.

Организация публичных выступлений состоит в подготовке материалов для выступления и для публикации в СМИ. Публичные выступления принято делить на два вида: профильные и непрофильные.

Профильные выступления характеризуются материалами разных жанров и любой темы, но напрямую должны быть связаны с профилем деятельности органа государственной власти или организации. Непрофильные выступления характеризуются тем, что материалы имеют социально-значимые темы и не касаются профиля деятельности организации.

Говоря о публичных выступлениях, необходимо отметить, что есть определенные этапы подготовки публичного выступления [5]:

1. Определение формата выступления: публичная речь требует детальной подготовки, сбора информации, анализа данных для выявления характерных тенденций и возможного прогнозирования развития ситуации.
2. Определение уровня компетентности аудитории: т.е. уровень подготовленности аудитории и знания ее проблемы выступления будет определять язык речи.
3. Определение цели выступления: речь должна быть рациональной, убеждающей и учитывать особенности аудитории. Необходим анализ и прогноз конкретной рассматриваемой проблемы,

а также примеры и аргументы.

Большую роль играет сбор и анализ информации, а также подготовка тезисов. В публичных выступлениях необходимо удерживать внимание слушающих. Для этого можно использовать риторические приемы, мимику и жесты, а также аудиовизуальные материалы. Важно отметить тот факт, что публичные выступления являются высокоэффективным инструментом PR как для внешней, так и для внутренней общественности.

В основе ораторского искусства лежит публичная речь. Оратор должен обладать следующими знаниями и навыками:

1) уверенность в себе;
2) умение непрерывно говорить на определенную тему;
3) умение выражать свои мысли и выстраивать их в точной последовательности;
4) умение привлечь внимание аудитории;
5) артистизм;
6) умение убеждать и т. д..

Важным моментом в публичном выступлении является умение оратора отвечать на заданные вопросы и демонстрировать личный интерес по имеющейся проблеме.

Таким образом, PR-тексты, соотносящиеся с определенными сферами PR-деятельности, могут обладать различными стилистическими и структурно-семантическими особенностями, что обусловливается их дискурсной спецификой, прагматикой и интенцией. Но несмотря на различия, PR-тексты в условиях PR-коммуникации нацелены на оптимизацию коммуникативных связей между базовым субъектом PR и его целевой аудиторией.

Список литературы

1. Музалевский М. Е. PR-проект: от проблемы к результату. Саратов: Научная книга, 2003. 96 с.

2. Голованова И. И. Методика публичного выступления: Учебное пособие. Казань: Центр инновационных технологий, 2009. 301 с.

3. Блэк С. Паблик Рилейшнз. Что это такое? М.: Новости, 1990. 239 с.

4. Воскресенская Н. О. Управление общественными отношениями: Учеб. пособие. М.: Вузовский учебник, 2010. 256 с.

5. Зырянова О. Г. Связи с общественностью в органах власти: учеб. пособие / О. Г. Зырянова. Краснодар: КубГАУ, 2017. 90 с.