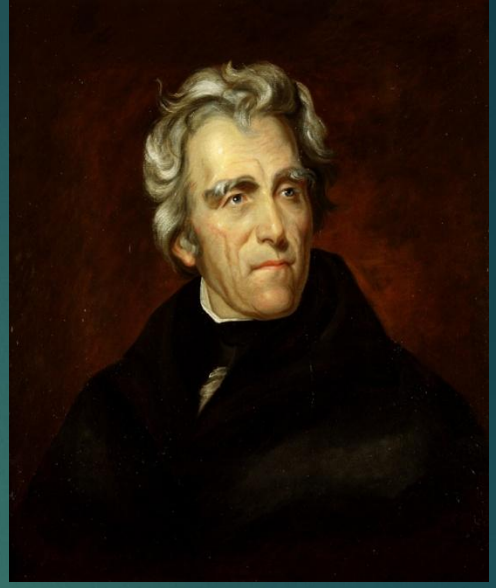
История PR в Америке

МОСКАЛЕНКО ВАЛЕРИЯ

Американский PR

Родина PR – США. В 1807 году термин Public Relations был употреблен в обращении к Конгрессу Джефферсоном.

В Америке PR развивался в основном политической в сфере. (А.Кендел – пресс-секретарь президента Джексона).

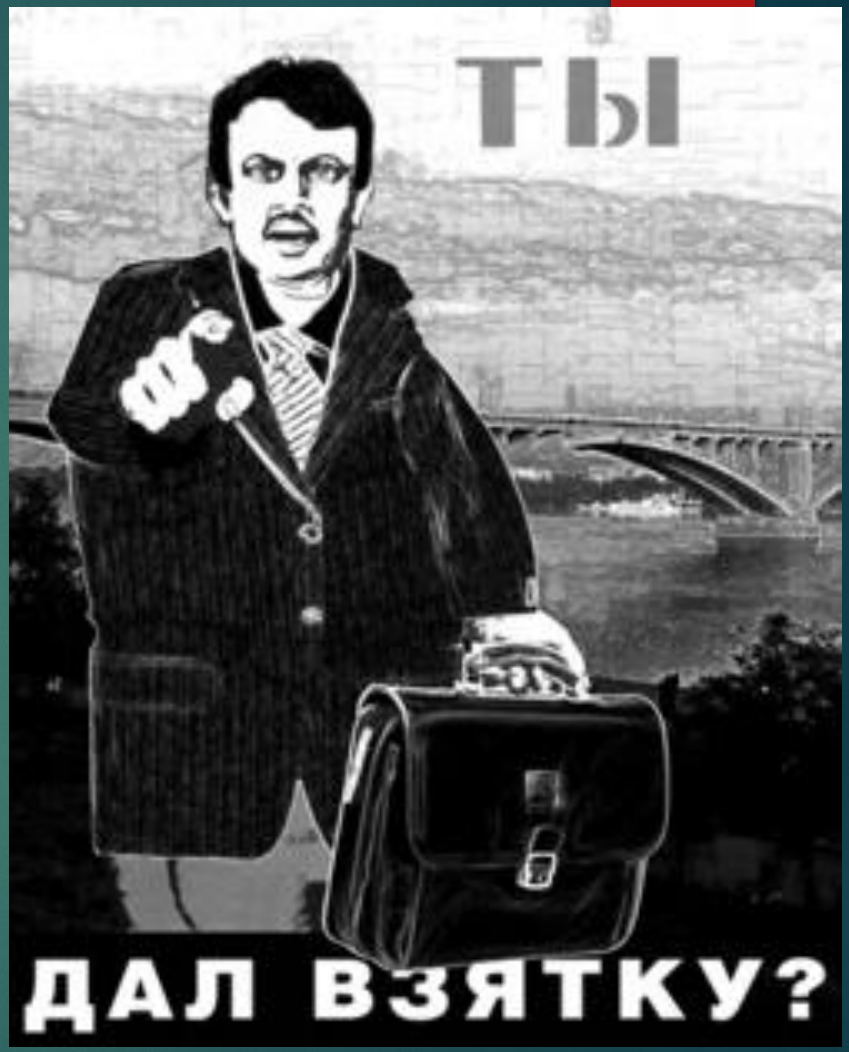


Следующий этап – распространение PR на общественные движения (например, движение за отмену рабства). Освоение Дикого Запада и развитие экономической сферы дали толчок к дальнейшему развитию PR.

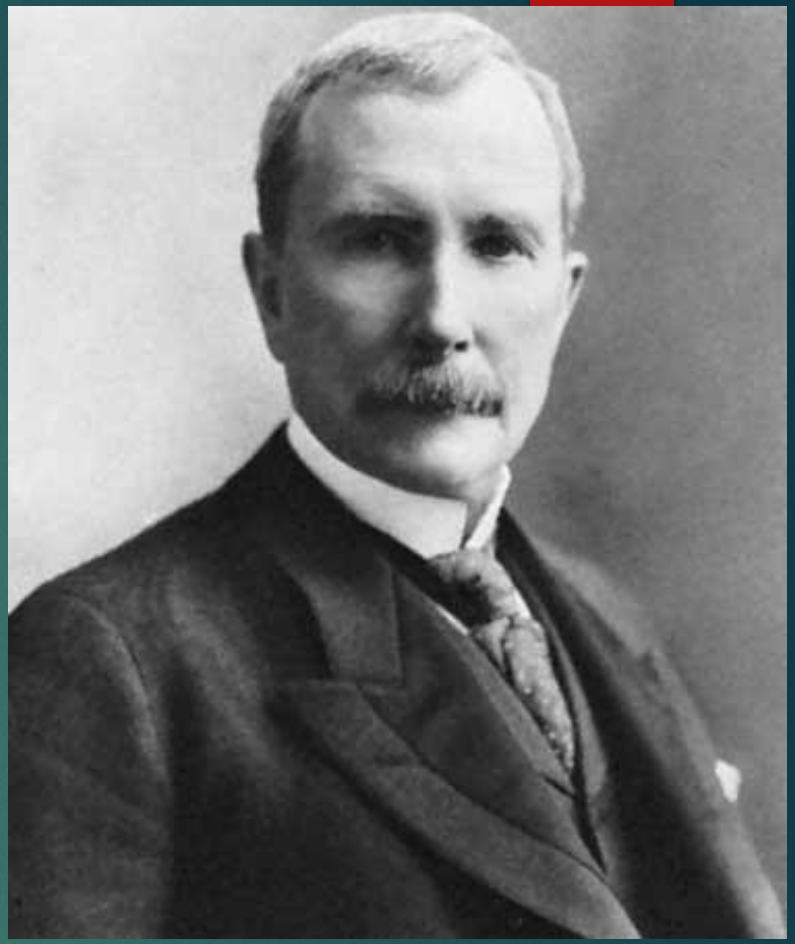
Зарождение связей с общественностью как самостоятельной науки относится к началу XX века

К концу XIX – началу XX века ряд предприятий признал необходимость добиваться расположения публики.

В начале XX века произошел ряд крупных скандалов в американском бизнесе – коррупция, нарушения трудового законодательства. Интервью, которые давали журналистам шли во вред бизнесу.



Рокфеллер: пожертвовал $500 млн. на благотворительность. Он был владельцем первого предприятия, где на работу брали PR-консультантов и создавали соответствующие отделы.



Одной из первых кампаний по связям с общественностью считают прием, придуманный лично Рокфеллером: раздача детям новых блестящих десятицентовых монеток.

Официальным “отцом” PR стал Айви Ли (1877 – 1934 гг.), он поставил ряд крупных финансовых магнатов в положение ответственности перед обществом, объявил себя консультантом, пригласил прессу участвовать в разборе сложившихся ситуаций.

Он же опубликовал декларацию о принципах PR – это стало полноправным утверждением новой профессии.

В 1900 году Гарвардский университет уже имел собственное бюро паблисити.

Penn
University of Pennsylvania

Офис паблисити также в 1904 году был создан в университете штата Пенсильвания.

В 1912 году было создано первое крупное бюро PR при Американском телефонно–телеграфном объединении (AT&T)

at&t

Промышленники убедились в пользе PR, им необходима была помощь в регулировании отношений с общественностью и правительством.

Ford Motors создала газету Ford Time для информирования общественности, проводила общественные опросы (1913 г.), а в 1917 году уже создала собственную корпоративную

Артур Пейдж в 1927 году выдвинул ряд важных идей:

1) Бизнес начинается с одобрения людей и выживает при благоприятном к нему отношении.
2) Компании должны иметь отделы PR с реальным влиянием на руководителя.
3) компании должны отражать потребности людей, быть ответственными перед ними.

В начале 30-х годов 20-го века в демократической партии США появляется должность советника по PR. Аналогичная должность в республиканской партии появляется в 1936 году. В этот период PR выделяется в самостоятельную функцию менеджмента, которая начинает пользоваться спросом в крупнейших компаниях США.

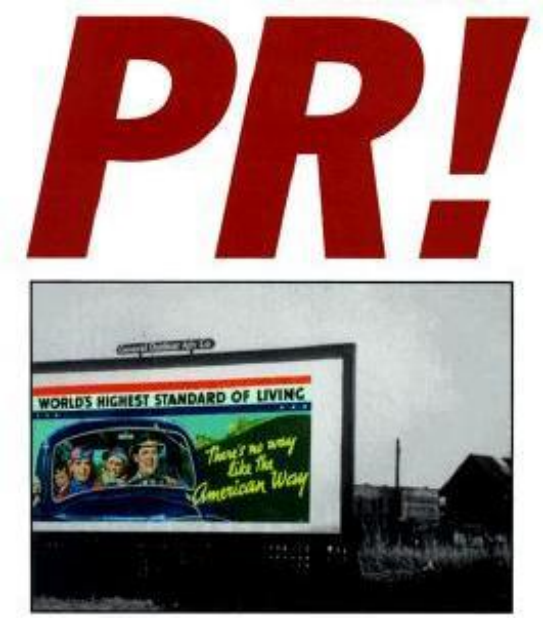
Бум Пиар

1945—1965 года — бум пиар в Соединенных Штатах Америки. Пиар окончательно выделяется в самостоятельное направление в менеджменте и продолжает бурно развиваться.

Public Relations Society of America

Американская ассоциация PR создана в 1948 году (во время Великой Депрессии). К 1949 году уже более 100 коллеждей и университетов обучали пиару. А в 1956 году была разработана программа аккредитации для PR-специалистов. Это был важнейший шаг к признанию профессиию. В это же время PR начинает пересекаться с менеджментом.

Пиар продолжает развиваться и сегодня. На сегодня в США в области паблик рилейшенз работает более 2-х тысяч компаний. В ней занято более 200 тысяч человек.



Сасибо за внимание!