

# **Лекция: Связи с общественностью как профессиональный вид деятельности: история и современность**

## **Учебные вопросы:**

- 1. Социально-исторические условия возникновения и развития связей с общественностью как профессии**
  - 2. Логико – исторический анализ развития связей с общественностью как профессии**
- 

# Целевая установка

**Цель лекции:** раскрыть историю становления и развития связей с общественностью как профессионального вида деятельности

**Задачи лекции:**

- Раскрыть социально-исторические условия возникновения связей с общественностью как профессионального вида деятельности
- Провести логико-исторический анализ развития связей с общественностью как профессии

# Актуальность темы

**1. Теоретико-методологический аспект** (За менее чем 20-летнюю историю PR в России возникает много вопросов о содержании PR в России, об их особенностях, перспективах развития и т.д.)

**2. Профориентационно-образовательный аспект** (Студенты, поступившие на специальность «Связи с общественностью» испытывают потребность в более или менее четком представлении о будущей специальности)



# Социально-исторические условия возникновения и развития связей с общественностью как профессии

- Становление и развитие гражданского общества в США в 19 веке (развитие демократических институтов в американском обществе)
- Развитие капитализма, становление рыночной экономики в США

# Социально-исторические условия возникновения и развития связей с общественностью как профессии

Конкретные проявления гражданского общества и рыночной экономики в США во второй половине 19 века нашли свое отражение в *свободной конкуренции* в сфере политики, экономики и шоу – бизнесе

# Доисторический период

Хронологические рамки, география	Типичные формы проявления
<p><b>От первых государств до начала XIX века</b> (Др. Китай, Др. Индия, Др. Египет, Др. Греция)</p>	<p><b>Первые социальные институты, идеи мыслителей</b> <i>(Конфуция, Сенека, Платон, Аристотель и др.)</i></p>

# Предистория PR

Хронологические рамки, география	Типичные формы проявления
<b>Первая половина XIX века ( США)</b>	<b>Введение в оборот понятия PR</b> <i>(30-е годы XIX в. по оценке Э.Бернейза; 1807 г. в седьмом обращении к Конгрессу президента Томаса Джефферсона - по другим оценке).</i> <b>Первые попытки профессиональной деятельности в условиях конкуренции</b> <i>(Эндрю Джексон-Амос Кендалл, пресс-посредничество )</i>

# Начало институционализации PR

Хронологические рамки, география	Типичные формы проявления
<b>Вторая половина XIX века. США.</b>	<b>Первые штатные сотрудники</b> ( <i>пресс-посредники бродячих цирков, театральных групп и др. (Ф.Барнум, 1868 г.)</i> )

# Первая институционализация PR

Хронологические рамки, география	Типичные формы проявления
<b>Начало XX века США</b>	<p><b>Первые PR-агентства</b> (<i>«Паблицити-бюро» Дж. Михаэlsa, 1900 г., г.Бостон; «Паркер энд Ли» Джорджа Паркера и Айви Ледбеттера Ли, 1904 г. и др.</i>)</p> <p><b>Первые успехи</b> (<i>«Паблицити-бюро» - 1906 г., защита интересов железных дорог; А.Ли – 1906 г., крупная катастрофа на Пенсильванской ж/д, история с семьей Рокфеллеров</i>)</p>

# Вторая институционализация PR

Хронологические рамки, география	Типичные формы проявления
<b>30 – 40 годы XX века. США, Европа, Азия</b>	<b>Создание PR отделов в крупных корпорациях</b> ( <i>AT&amp;T; «General Motors»</i> ) <b>Массовая подготовка специалистов</b> ( <i>1949 г. - 100 колледжей и университетов США предлагают курсы PR</i> ) <b>Первые профессиональные союзы и организации</b> ( <i>США – NAPRC (1936г.), ACPR (1939г.); Канада – CPRS (1948г.); Великобритания – IPR (1948)</i> )

# Третья институциализация PR

Хронологические рамки, география	Типичные формы проявления
<b>Вторая половина XX века. Америка, Европа, Азия, Африка, Австралия</b>	<b>Создание международных ассоциаций PR</b> ( <i>IPRA (1955г.); CERP (1959г.); IABC (1970г.); ICO (1986г.)</i> ) <b>Принятие профессиональных кодексов</b> ( <i>Венеция IPRA (1961г.); Афинский кодекс IPRA и CERP (1965г.); Лиссабонский кодекс CERP (1978г.); Профессиональная хартия ICO (1991г.); Хельсинская хартия IPRA, CERP, ICO (1997г.) и др.</i> )

# Новая история PR

Хронологические рамки, география	Типичные формы проявления
<p data-bbox="208 668 724 1043"><b>Начало XXI века</b> <b>Америка,</b> <b>Европа, Азия,</b> <b>Африка,</b> <b>Австралия</b></p>	<p data-bbox="778 668 1825 882"><b>Новая история</b> <b>Функционирование PR в новом информационном и социальном пространстве</b></p>

## **Задание на самостоятельную работу**

### **Литература:**

- 1. Вуйма А.Ю. Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только. – СПб.: БХВ- Петербург, 2005.**
- 2. Демин Ю.М. Бизнес-PR.-М.: Бератор-Пресс, 2003.**
- 3. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс.-СПб.: Питер, 2005.  
(Глава 1)**
- 1. Ольшанский Д. и др. Политический консалтинг. – СПб.: Питер, 2005.**
- 2. Русаков А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михалова В.А., 2006. (Глава 3, Глава 5).**
- 3. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: учеб. Пособие. – М.: Дело, 2003. (с.42-43; 368-402;422-435)**

# Практические задания

Подготовить доклады:

1. Организация связей с общественностью в благотворительной организации (на примере конкретной организации).
2. Некоммерческие организации как объект связей с общественностью.
3. Союз благотворительных организаций России
4. Связи с общественностью в крупной промышленной организации (на примере конкретной организации)
5. Обзор журнала «PR&Спорт. Кто и как это делает» (2-3 номера)
6. PR в шоу-бизнесе по материалам журнала «Пресс-служба», июнь 2007