

PR

В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Г. Л. ТУЛЬЧИНСКИЙ



ПЛАНЕТА
МУЗЫКИ



ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН
www.m-planet.ru

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ

В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Г. Л. ТУЛЬЧИНСКИЙ

**PR
В СФЕРЕ
КУЛЬТУРЫ**

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ



Санкт-Петербург • Москва • Краснодар

ББК 65.290-2я73
Т 82

Тулъчинский Г. Л.

Т 82 PR в сфере культуры и образования: Учебное пособие. — СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2011. — 576 с., ил. — (Учебники для вузов. Специальная литература).

ISBN 978-5-8114-1241-9 (Лань)
ISBN 978-5-91938-035-1 (ПЛАНЕТА МУЗЫКИ)

В учебном пособии систематически изложены вопросы PR организации, учреждения, освещены цели, технологии этой деятельности, возможности анализа эффективности решения этих задач. В большей степени книга ориентирована на PR в деловой активности и особенно в социально-культурной некоммерческой сфере. В приложениях содержатся материалы и образцы документов, важные при практической организации PR.

Книга может использоваться как для самостоятельного знакомства с PR, так и для преподавания соответствующих курсов в вузах.

ББК 65.290-2я73

Tulchinsky G. L.

Т 82 PR in the sphere of culture: Study guide. — Saint Petersburg: Publishing house "Lan"; Publishing house "THE PLANET OF MUSIC", 2011. — 576 pages. — (Textbooks for universities. Specialist literature).

The questions of PR organization and institute are considered methodically in this study guide. The book also tells about the aims and technologies of this activity, analysis options of effective completing the tasks. The book is generally aimed at PR in business activity and especially in social cultural non-business sphere. The enclosure contains the materials and patterns of documents, which are important for practical organization of PR.

The book may be used either for self-study or for teaching relevant courses at universities.

Обложка
А. Ю. ЛАПШИН

Охраняется законом РФ об авторском праве. Воспроизведение всей книги или любой ее части запрещается без письменного разрешения издателя. Любые попытки нарушения закона будут преследоваться в судебном порядке.

© «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2011
© Г. Л. Тулъчинский, 2011
© «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», художественное оформление, 2011

ПРЕДИСЛОВИЕ

Public relations — специфический сектор деловой активности, направленный на создание благоприятной и доброжелательной социальной среды. В современном менеджменте, предпринимательстве, политике, административной работе public relations (PR) все более и более явно выходит на первый план, а владение технологией PR становится одним из основных требований к компетентности современного делового человека (предпринимателя, менеджера, политика и т. д.).

Осознание этого обстоятельства и широкий интерес к PR нарастают исключительно динамично. Еще несколько лет назад, когда автором была подготовлена одна из первых систематических публикаций о PR — фактически первое отечественное учебное пособие, — сама эта тематика выглядела еще довольно экзотично. Ситуация радикально изменилась.

Современная политическая жизнь, бизнес, социально-культурная сфера немислимы без опоры на технологии PR. В основных вузовских курсах по технологии менеджмента (организация, планирование, контроль, учет, работа с персоналом и т. д.) неоднократно вводятся и затрагиваются темы, сюжеты PR. Здесь проблемы и культуры управления, и работы с персоналом, и технологии нововведения, особенно в связи с управлением сопротивлением нововведению — как внутренним, так и, конечно же, внешним. Вопросы PR приходится затрагивать и в маркетинге, и в психологии управления, развитии мотивации. Еще более остро эта проблематика проявляется в организации повышения квалификации и переподготовки

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	3
------------------	---

Глава 1

СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И PR.....	8
1.1. Выбор имени.....	8
1.2. Сущность, цели и задачи PR.....	14
1.3. Место PR в современном менеджменте и предпринимательстве.....	20
Эволюция современного бизнеса.....	20
К истории собственно PR. Три источника PR.....	31
PR и пропаганда.....	39
Проблема «черного пиара».....	41
PR и реклама. Брендинг.....	44
PR и маркетинг.....	50
Четыре модели PR.....	56
PR как культура и философия современного бизнеса.....	64
1.4. PR, культура и сфера культуры.....	70

Глава 2

ТЕХНОЛОГИЯ PR.....	76
2.1. Социальная среда фирмы (контактные группы — адресаты PR).....	76
2.2. Имидж, репутация и брендинг.....	82
Имидж и репутация.....	82
Бренд.....	88
Брендинг и культура массового общества.....	94
2.3. Корпоративная культура и фирменный стиль как условие, цель и средство PR.....	117
Организационная культура.....	121
Корпоративная культура.....	123
2.4. PR с потребителями и инвесторами.....	127
2.5. Работа и отношения со СМИ.....	135
Принципы отношений.....	136
Виды СМИ: какие они бывают и с кем можно иметь дело.....	143
Текущая работа: мониторинг и фоновая информация.....	149
Медиа-планирование.....	160
Пресс-релиз: требования к подготовке и рассылке.....	161
Работа с радио и телевидением.....	169
Пресс-конференция.....	171
Менеджмент новостей.....	181

Медиа-планирование.....	189
PR в кризисной ситуации.....	192
2.6. Политическое влияние (лобби).....	200
Специальные первоначального накопления и PR.....	201
2.7. Спонсорство, патронаж, благотворительность.....	230
Цели и формы спонсорства.....	232
Спонсорство и сфера культуры.....	232
Благотворительность.....	234
2.8. Коммунальные отношения.....	248
2.9. Внутренний PR.....	252
Средства внутриорганизационных коммуникаций.....	257
Непосредственные коммуникации с руководством.....	260
2.10. Слухи и «информационные войны».....	263
2.11. Обеспечивающие средства PR.....	270
Фотография.....	270
Кино- и видеоматериалы.....	272
Письменные материалы.....	273
Печатная продукция.....	275
Мультимедиа и Интернет.....	277

Глава 3

ЛИЧНЫЕ КОНТАКТЫ В PR.....	290
3.1. Устная речь.....	292
3.2. Подготовка текстов выступлений (спичрайтинг).....	294
Виды публичной речи.....	295
Технология подготовки к публичному выступлению.....	297
Написание текста публичного выступления.....	302
Организация выступления.....	305
3.3. Культура деловой аргументации.....	310
Структура и виды аргументации: спор, дискуссия, полемика.....	311
Корректные приемы аргументации.....	313
Некорректные приемы аргументации.....	319
Приемы борьбы с некорректной аргументацией.....	323

Глава 4

ОРГАНИЗАЦИЯ, УПРАВЛЕНИЕ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ PR.....	330
4.1. Организация и управление PR.....	330
4.2. Материально-техническое обеспечение PR, оргтехника.....	338
4.3. Информационное обеспечение PR.....	340
4.4. PR-исследование.....	343
4.5. Планирование PR.....	346
4.6. Креативные технологии в PR.....	354
4.7. Проблема эффективности PR.....	364
Виды эффективности.....	369
Уровни эффективности.....	370

Показатели эффективности	371
Индикаторы оценки эффективности работы пресс-службы	374
Организация (процедуры) анализа и оценки эффективности	378
4.8. Требования к специалистам PR	382
PR и компетентность современного менеджера	382
Понятия и идеи	382
4.9. Подготовка и профессиональный статус PR-работников	392

Глава 5

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И PR: БИЗНЕС, ГОСУДАРСТВО И ОБЩЕСТВО В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ	400
5.1. Социально-культурное значение деловой активности	401
ВОПРОСЫ ДЛЯ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ	413
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА	416

Приложение 1

КРАТКИЙ ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ	424
--------------------------------	-----

Приложение 2

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОДЕКСЫ PUBLIC RELATIONS	431
Кодекс профессионального поведения и этики ИПРА (Венецианский кодекс)	431
Афинский кодекс	432
Кодекс профессионального поведения института PR (ИПР)	434
Европейский кодекс профессионального поведения в области PR (Лиссабонский кодекс)	436
Декларация принципов поведения журналистов	440
Римская хартия	441
Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью	444
Кодекс профессиональной этики российского журналиста	448
Хартия принципов сотрудничества и конкуренции на российском рынке услуг по связям с общественностью	451

Приложение 3

МИНИМАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВА (МСК) В ОБЛАСТИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	455
Методики: направления и требования	458
Исполнение: направления и требования	460
Профессиональные навыки: виды и требования	462

Приложение 4

ПРИМЕРНЫЕ ТЕКСТЫ ДОЛЖНОСТНЫХ ИНСТРУКЦИЙ СОТРУДНИКОВ ОТДЕЛА ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	464
Должностная инструкция начальника службы (отдела) по связям с общественностью	464
Должностная инструкция PR-менеджера подразделения службы (отдела) по связям с общественностью	467
Должностная инструкция специалиста по связям с общественностью	470

Приложение 5

ПРИМЕРЫ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ	473
Компания «Пенн Венчэрс Интернэшнл» приглашает вас в мир американских инвестиций	473
Краткий обзор делового опыта	477
Некоторые из наших деловых контактов	479
Список вопросов	480

Приложение 6

ПРИМЕР РЕЗЮМЕ (CURICULUM VITAE, CV)	483
---	-----

Приложение 7

ДОГОВОР О СПОНСОРСКОЙ ПОДДЕРЖКЕ	485
---------------------------------------	-----

Приложение 8

ПРОГРАММА КУРСА «PUBLIC RELATIONS»	487
--	-----

Приложение 9

БАЗОВЫЙ ОПОРНЫЙ КОНСПЕКТ ПО PR	494
Тема 1. Источники и история возникновения и развития PR	494
Тема 2. Функциональное содержание и особенности PR	496
Тема 3. Социальная среда, контактные и целевые группы PR	498
Тема 4. Информационное обеспечение PR	503
Тема 5. Работа со СМИ	508
Тема 6. Устные и личные коммуникации	519
Тема 7. Гостеприимство и специальные события	525
Тема 8. Политическое влияние	531
Тема 9. Коммуникативные технологии социального партнерства	533
Тема 10. Организационная культура и фирменный стиль	540
Тема 11. PR и брендинг	546
Тема 12. Планирование и управление PR	550
Тема 13. Оценка эффективности PR	565

Григорий Львович ТУЛЬЧИНСКИЙ

PR
В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ
Учебное пособие

Grigoriy Lvovich TULCHINSKY

PR
IN THE SPHERE OF CULTURE
Study guide

Координатор проекта А. В. Петерсон
Редактор О. В. Некруткина
Верстка Д. А. Петров
Корректоры О. В. Гриднева, Е. В. Тарасова

IP № 065466 от 21.10.97
Гигиенический сертификат 78.01.07.953.П.007216.04.10
от 21.04.2010 г., выдан ЦГСЭН в СПб

«Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ»
www.m-planet.ru
192029, Санкт-Петербург, Общественный пер., 5.
Тел./факс: (812) 412-29-35, 412-05-97, 412-92-72;
apeterson@mail.ru; chief@m-planet.ru

Издательство «ЛАНЬ»
lan@lpbl.spb.ru
www.lanbook.com
192029, Санкт-Петербург, Общественный пер., 5.
Тел./факс: (812) 412-29-35, 412-05-97, 412-92-72

Подписано в печать 13.09.11.
Бумага офсетная. Гарнитура Школьная. Формат 84×108 1/32.
Печать офсетная. Усл. п. л. 30,24. Тираж 1500 экз.

Заказ № 1602

Отпечатано в полном соответствии с качеством
предоставленных диапозитивов в ОАО «Издательско-
полиграфическое предприятие «Правда Севера».
163002, г. Архангельск, пр. Новгородский, 32.
Тел./факс (8182) 64-14-54, тел.: (8182) 65-37-65, 65-38-78, 20-50-52
www.ippps.ru, e-mail: zakaz@ippps.ru

«Издательство
ПЛАНЕТА МУЗЫКИ»



КНИГИ «ИЗДАТЕЛЬСТВА
ПЛАНЕТА МУЗЫКИ»
МОЖНО ПРИОБРЕСТИ
В ОПТОВЫХ КНИГОТОРГОВЫХ
ОРГАНИЗАЦИЯХ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

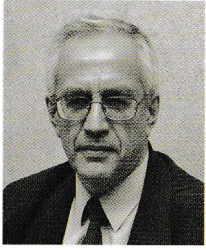
ООО «Лань-Трейд»
192029, Санкт-Петербург, ул. Крупской, 13,
тел./факс: (812)412-54-93,
тел.: (812)412-85-78, (812)412-14-45,
412-85-82, 412-85-91;
trade@lanbook.ru
www.lanpbl.spb.ru/price.htm

МОСКВА

ООО «Лань-Пресс»
109263, Москва, 7-я ул. Текстильщиков, 6/19,
тел.: (499)178-65-85;
lanpress@lanbook.ru

КРАСНОДАР

ООО «Лань-Юг»
350072, Краснодар, ул. Жлобы, 1/1,
тел.: (861)274-10-35;
lankrd98@mail.ru



Тулчинский Григорий Львович — эксперт, лектор, публицист. Заслуженный деятель науки РФ, доктор философских наук, профессор кафедры прикладной политологии ГУ Высшая школа экономики (СПб филиал). Автор более 400 публикаций, разработчик ряда региональных и международных программ и проектов по социально-культурному развитию, менеджменту, коммуникациям и социальному партнерству.



ПЛАНЕТА
МУЗЫКИ



ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН
www.m-planet.ru

ISBN 978-5-8114-1241-9



9 785811 412419