

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://studservis.ru/gotovye-raboty/esse/240416>

Тип работы: Эссе

Предмет: Социология коммуникаций

-

Исследование данной темы целесообразно начинать с изучения понятийного аппарата и раскрывать его с учетом особенностей применения именно в рг-сфере и с учетом современных особенностей развития общественных отношений, социально-культурных и политических событий, происходящих в стране и в мире.

Public Relations (связи с общественностью) представляют собой «систему связей некоммерческого характера с общественными организациями, инструментов использования средств массовой информации для формирования общественного мнения, а также трактуют данный вид деятельности как одну из ключевых функций менеджмента, обеспечивающую установление и развитие общения, взаимопонимания, сотрудничества между предприятием и общественностью, необходимое предпринимательским организациям, правительственным учреждениям, различным ассоциациям, фондам и т. д.»

Также связи с общественностью – это «высший уровень коммуникационного менеджмента, который синтезирует в себе все его наиболее действенные приемы, методы и технологии» .

В определении И.М. Синяевой связи с общественностью – это «широкий комплекс мер по обеспечению формирования определенного отношения социума и целевой аудитории к компании посредством использования различных коммуникационных каналов и методов взаимодействия» .

Все вышеуказанные определения обозначают направленность рг-деятельности общественность, различные социальные группы, целевые аудитории и целью формирования в их сознании определенной позиции.

Однако, возможна более широкая трактовка, как способа интеграции с институтами общества, такими как культура или ее конкретные типы.

Связи с общественностью являются действенным ресурсом и инструментом влияния не только коммерческих, но и государственных и политических организаций, демонстрируя интересы разных политических групп. Это, в свою очередь, создает определенный диссонанс в восприятии рг только как технологии передачи информации во вне и доказывает что эта деятельность может управлять общественным мнением.

В данном аспекте следует обозначить сам термин «культура политкорректности», который в последнее десятилетие привлекает особое внимание ученых и характеризуется разнополярным толкованием.

Список источников

1. Леонтович О.А. Политическая корректность, инклюзивный язык и свобода слова: динамика понятий // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2021. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-korrektnost-inklyuzivnyy-yazyk-i-svoboda-slova-dinamika-ponyatiy> (дата обращения: 09.03.2022).
2. Лунева О.В. Адаптация социальная // Знание. Понимание. Умение. 2018. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/adaptatsiya-sotsialnaya> (дата обращения: 09.03.2022).
3. Роом, М. В. (2006) Философия и психология адаптивных процессов: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК». 296 с.
4. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникационные стратегии / под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. – М., 2016, С.11
5. Синяева И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности / И. М. Синяева; под ред. Г. А. Васильева. - М.: ЮНИТИ, 2018, С.51.
6. Тульчинский Г.Л. PR фирмы: технология и эффективность. СПб., 2019, С.162
7. Moller, Dan. 2020. Dilemmas of political correctness. Journal of Practical Ethics. URL: <http://www.jpe.ox.ac.uk/papers/dilemmas-of-political-correctness/> (accessed 11 August, 2020).
8. Fairclough Norman. 2003b. Political correctness: The politics of culture and language. Discourse and Society 14 (1). 17-28. DOI: 10.1177/0957926503014001927

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://studservis.ru/gotovye-raboty/esse/240416>