

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

І. Ю. АФАНАСЬЄВ

ІСТОРІЯ PR

Навчальний посібник

Київ • Алерта • 2016

УДК 659.4:005.1](091)(075.8)

ББК 76.006.5я73

A94

*Рекомендовано до друку
Вченою радою Київського університету імені Бориса Грінченка
як навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів
(протокол № 2 від 25.02.2016 р.)*

Рецензенти:

Сабадаш Ю. С. – д-р культурології;

Добровольська В. В. – канд. наук із соціальних комунікацій.

Афанасьєв І. Ю.

A94 Історія PR : навч. посіб. – Київ : Алерта, 2016. – 140 с.

ISBN 978-617-566-374-5

Навчальний посібник висвітлює еволюцію теорії та практики зв'язків з громадськістю, від прото-PR у Стародавньому світі до глобальних зв'язків з громадськістю у 2000-і роки. Значну увагу приділено українським особливостям історії PR. Книга ґрунтується не лише на сотнях публікацій з питань соціальних комунікацій та всесвітньої історії, але й на багаторічному досвіді її автора як менеджера PR.

Для студентів, аспірантів, викладачів вищих навчальних закладів, за спеціальностями та напрямками підготовки з PR, реклами, журналістики, історії, політології, а також для практиків реклами та зв'язків з громадськістю.

УДК 659.4:005.1](091)(075.8)

ББК 76.006.5я73

ISBN 978-617-566-374-5

© Афанасьєв І., 2016

© Видавництво “Алерта”, 2016

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
------------	---

Розділ 1.

Теоретичні засади PR

1.1. Ключові поняття теорії та практики PR.....	8
1.2. Предмет, мета, завдання, методологічна база історії PR.....	13
<i>Запитання для самоконтролю</i>	14

Розділ 2.

Цілеспрямоване формування громадської думки в державах Стародавнього світу та раннього Середньовіччя

2.1. Державна інформаційна політика у стародавніх країнах Азії.....	15
2.2. Прото-PR в античних державах.....	16
2.3. Елементи PR у діяльності основних соціальних груп Стародавнього світу та раннього Середньовіччя. Релігія, мастєцтво, чутки	22
2.4. Висновки.....	25
<i>Запитання для самоконтролю</i>	26

Розділ 3.

Поширення елементів PR у діяльності держав та корпорацій як складова модернізації суспільства (XV – перша половина XIX ст.)

3.1. Елементи PR у країнах Азії в XV–XVII століттях.....	27
3.2. Радикальні соціально-економічні зміни в Західній Європі як передумови розвитку прото-PR у XV–XVII століттях	28
3.3. Міжконфесійна полеміка. Поява терміну «пропаганда».....	30
3.4. Використання перших газет державними лідерами для прото-PR та пропаганди	33
3.5. Репутація в комерції, засоби її створення та підтримання.....	35
3.6. Соціально-економічні зміни XVIII – першої половини XIX ст. та їх вплив на розвиток елементів PR	36
3.7. Значення французької «Енциклопедії» та Наполеонівських війн в історії PR	38
3.8. Елементи зв'язків з громадськістю у політичній діяльності в США (друга половина XVIII – перша половина XIX ст.).....	41
3.9. Висновки.....	44
<i>Запитання для самоконтролю</i>	45

Розділ 4.**Початок доби професіоналізму в PR.
Систематизація зв'язків з громадськістю
(друга половина XIX ст. – перша чверть XX ст.)**

4.1. Перетворення ЗМІ на «четверту владу». Міжнародні інформаційні кампанії в XIX столітті	46
4.2. Формування PR у діяльності приватних корпорацій.....	49
4.3. Розвиток PR у політичному житті США у другій половині XIX століття.....	52
4.4. Поява перших PR-фірм, усвідомлення PR як професії	53
4.5. Нове бачення зв'язків з громадськістю. Айві Лі та Едвард Бернейз як теоретики та практики PR.....	55
4.6. PR у діяльності британських та американських громадських організацій	57
4.7. Висновки.....	59
<i>Запитання для самоконтролю</i>	<i>60</i>

Розділ 5.**Вплив воєнно-політичної пропаганди
1914–1950-х рр. на теорію та практику PR**

5.1. Пропаганда та PR під час Першої світової війни	61
5.2. Інформаційна політика урядів США та тоталітарних держав у міжвоєнний період (1918–1939 рр.).....	64
5.3. Пропаганда під час Другої світової війни та на початку «холодної війни»	68
5.4. Висновки.....	69
<i>Запитання для самоконтролю</i>	<i>71</i>

Розділ 6.**Еволюція PR у діяльності бізнес-корпорацій США,
Західної Європи та Японії другої половини
1920-х – кінця 1950-х років**

6.1. Бізнес-PR у США та Західній Європі другої половини 1920-х – у 1930-і роки.....	72
6.2. Розвиток PR у США в 1940–1950-і роки	74
6.3. Розповсюдження PR у Західній Європі в 1940–1950-і роки	76
6.4. Особливості PR у Японії в 1930–1950-і роки.....	77
6.5. Висновки.....	79
<i>Запитання для самоконтролю</i>	<i>80</i>

Розділ 7.**Розквіт PR на ґрунті соціально-економічної лібералізації, демократизації, розвитку громадянського суспільства (1960–1980-і рр.)**

7.1. Соціально-економічні зміни в світі як основні чинники розвитку PR у 1960–1980-і роки	81
7.2. Поява та розвиток перших PR-фірм з міжнародною системою представництв.....	85
7.3. Професійна література та освіта у сфері PR	87
7.4. Міжнародні, національні, регіональні, галузеві та інші спеціалізовані громадські об'єднання професіоналів PR	88
7.5. Етичні кодекси PR-професіоналів	89
7.6. Висновки.....	91
<i>Запитання для самоконтролю</i>	92

Розділ 8.**Технологічна революція в PR-діяльності: поширення нових форм, прийомів у 1990–2000-і роки. Глобалізація PR**

8.1. Глобалізація PR: її технологічні та політичні чинники.....	93
8.2. Якісні зміни у PR	95
8.3. Провідні міжнародні організації та постаті у PR.....	97
8.4. Глобальний розвиток громадських об'єднань PR-професіоналів	99
8.5. Головні зміни в PR у 1990–2000-і роки.....	99
8.6. Початковий період історії PR у незалежній Україні: 1991–2004 роки.....	101
8.7. Розквіт ринку PR в Україні: 2005–2008 роки	102
8.8. Криза в українському PR: 2009–2010 роки.....	104
8.9. Висновки.....	105
<i>Запитання для самоконтролю</i>	106

Завдання для перевірки знань з матеріалу всіх розділів

Контрольні відкриті запитання.....	107
Тестові завдання.....	108

Список рекомендованої літератури	125
---	-----

<i>Основна література</i>	125
---------------------------------	-----

<i>Додаткова література</i>	125
-----------------------------------	-----

Короткий словник термінів	131
--	-----