

22.00.00 Sociological sciences

22.00.00 Социологические науки

UDC 316

MODEL OF AN ESTIMATION OF AN IMAGE OF THE EXPERT IN PUBLIC RELATIONS IN PERCEPTION OF VARIOUS SOCIAL GROUPS

¹ Alisa S. Simavoryan
² Simon Zh. Simavoryan

¹ Sochi State University for Tourism and Recreation
Sovetskaya street 26a, Sochi city, Krasnodar Krai, 354000, Russia
Student of the 2th year
² Sochi State University for Tourism and Recreation
Sovetskaya street 26a, Sochi city, Krasnodar Krai, 354000, Russia
PhD (Technical), associate professor
E-mail: Simsim58@mail.ru

In the article a model over of estimation of appearance of specialist is brought on public relations, from point of different task forces.

Keywords: The expert in public relations, estimation model, linguistic variables, social group.

В современном обществе существует множество трактовок такого неоднозначного определения как образ специалиста по связям с общественностью. Кто такой специалист по связям с общественностью? Прежде всего, это специалист, который работает с общественным мнением как внутри организации, так и за ее пределами. Помогает формировать необходимый образ организации и руководства. Знает законы распространения информации, умеет с ней работать. По сути – это управленческая деятельность, способствующая установлению и поддержанию общения и взаимопонимания между организацией и общественностью, что достигается посредством самых разнообразных методов и технологий. Среди них: сбор и анализ информации, организация пресс-конференций, акций, презентаций, семинаров, конференций, а также разработка планов и стратегий развития организации, стратегий взаимодействия со средствами массовой информации, органами власти и т.д. Эта одна из высокооплачиваемых специальностей востребована во всех сферах жизнедеятельности, начиная от коммерческих структур и заканчивая органами власти. Сегодня в эру информации невозможно не заниматься формированием образа. В любом случае его формирование необходимо сделать профессионально, а главное им должны доверять многие социальные группы [1].

Данную проблему исследовали различные ученые, среди которых можно выделить таких, как: У. Аги, Г. Кэмерон, Ф. Олт, Д. Уилкоккс [2], Е.Н. Богданов, В.Г. Зазыкин [3], Ф. Буари, К.А. Гусев [4], А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров [5], Э.В. Кондратьев, Р.Н. Абрамов [6], Р.Ю. Почекаев [7], М.И. Тимофеев [8], Ширли Харрисон [9], Шомели Жан [10], М.Д. Милан [11].

На рис. 1 приводится разработанная технологическая схема получения экспертно-лингвистических оценок образа специалиста по связям с общественностью в восприятии различных социальных групп. Приведенная схема при наличии достаточного количества (не менее 25) человек определенной группы

позволяет получать данные, оценки образа специалиста в восприятии конкретной социальной группы. Организация сбора исходных данных для решения этой задачи связана с определенными трудностями, требующими больших ресурсов и времени.

Рассмотрим ниже краткое описание блоков технологической схемы.

В блоке 1 формируется состав социальной группы не менее 25 человек. В состав социальной группы целесообразно включать тех людей, которые заинтересованы в решении данной задачи и согласны с тем, что они относятся к данной социальной группе.

В блоке 2 участникам предоставляется возможность ознакомления с существующими объективными предпосылками данного опроса, т.е. со статистическими и справочными данными, относящимися к данной задаче. Обсуждение рекомендуется производить в случае отсутствия достаточного опыта по оценке образа специалистов или в случае отсутствия статистических данных, или справочных данных.

В блоке 3 формируется бланк (таблица) для проведения опроса. Пример такого бланка приведен на рис. 2.

В блоке 4 организуется сам процесс заполнения бланка. Например, с помощью лингвистических переменных [12].

В блоке 5 организуется обработка экспертных оценок на основе единых принятых правил.

В блоке 6 проводится анализ полученных результатов, т.е. анализ полученных оценок образа специалиста по связям с общественностью опрашиваемой социальной группой.

Существуют различные способы обработки лингвистических переменных. Один из них связан с переводом значений лингвистических оценок с помощью шкалы желательности Е. Харрингтона в интервальную оценку[12].

Блок 1. Формирование состава социальной группы
Блок 2. Ознакомление участников с объективной необходимостью решения поставленной задачи (цели) - определение образа специалиста по связям с общественностью
Блок 3. Формирование бланка (таблицы) для проведения экспертизы
Блок 4. Организация процесса заполнения бланка
Блок 5. Обработка полученных оценок на основе единых правил
Блок 6. Анализ полученных результатов

Рис. 1. Технологическая схема получения экспертно-лингвистических оценок имиджа специалистов связей с общественностью различными социальными группами

БЛАНК ЭКСПЕРТНОГО ЛИСТА

Социальная группа _____
 Область работы специалиста по СО _____

	Вопросы по оценке образа специалиста						Суммарная оценка по каждому участнику
	Вопрос 1	Вопрос 2		Вопрос М-1	Вопрос М	
Участник 1							
Участник 2							
.....							
Участник N-1							
Участник N							
ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА по социальной группе							

Рис. 2. Бланк проведения опроса.

На практике с целью получения достоверных оценок могут быть использованы дополнительные механизмы (блоки стимулирования деятельности экспертов), такие как соревновательные механизмы экспертизы, оптимальные процедуры экспертизы [13].

Примечания:

1. Чекалов Д.А., Кондрашов В.А., Копорулина В.Н. Новейший философский словарь. 3-е изд., Издательство: Феникс, 2008. 668 с.
2. Аги У., Кэмерон Г., Олт Ф., Уилкоккс Д. Самое главное в PR / Пер. с англ. СПб., 2006. 122 с.
3. Богданов Е.Н., Зазыкин В. Г. Психологические основы «Паблик рилейшнз». СПб, 2007. 160 с.
4. Буари Ф.А. Гусев К. А. Связи с общественностью в экономике. М., 2003. 28 с.
5. Чумиков А.Н, Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учебн. пособие. М.: Дело, 2003.
6. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. Связи с общественностью: Учебное пособие. М., 2006.132с.
7. Почекаев Р.Ю. История связей с общественностью. СПб.: Питер., 2007. 288 с.
8. Тимофеев М.И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз). Учебное пособие. Изд-во: РИОР, 2004. Саранск, 2000. 16 с.
9. Ширли Харрисон. Связи с общественностью: вводный курс. М.: Олма-Пресс, Инвест, 2003. 368 с.
10. Шомели Жан. Связи с общественностью. 9-е изд., год выпуска: 2003. Издательство: Нева; Киктев С.В. Образование как процесс, результат, система // Вестник СГУТиКД. 2007. № 1–2. С. 183–191.
11. Милан М.Д. Реклама на радио, TV и в Интернете: Учебное пособие / Пер. с англ. М., 2006. С. 362.
12. Заде Л.А. Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений: пер. с англ. М.: Мир, 1996.
13. Луков В.А., Миневиц Я.В. Социализация студентов и социальное проектирование: Применение технологии социального проектирования для развития социальных умений будущих специалистов. М. : Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2006. 54 с.;

УДК 316

**МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ ОБРАЗА СПЕЦИАЛИСТА ПО СВЯЗЯМ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ВОСПРИЯТИИ РАЗЛИЧНЫХ
СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП**

¹ Алиса Симоновна Симаворян

² Симон Жоржевич Симаворян

¹ Сочинский государственный университет туризма и курортного дела
354003, Россия, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26 а
Студентка 2-го курса

² Сочинский государственный университет туризма и курортного дела
354003, Россия, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26 а
Кандидат технических наук, доцент
E-mail: Simsim58@mail.ru

В статье приводится модель оценки образа специалиста по связям с общественностью, с точки зрения различных социальных групп.

Ключевые слова: специалист по связям с общественностью, модель оценки, лингвистические переменные, социальная группа.