

## ЛЕКЦИЯ 4

### Поиск общности журналистики и связи с общественностью

Современное общество остро нуждается в информации. Оно хочет быть в курсе всех вещей и знать, как и на что реагировать. В этом ему помогают средства массовой информации. От взаимоотношений специалистов по связям с общественностью и журналистов зависит эффективная работа и тех и других. Они находятся в постоянной зависимости друг от друга.

Журналистика – мощный инструмент воздействия на общественное сознание. Представители средств массовой информации принимают активное участие в формировании общественного мнения об организации (компании), продукте, услуге. Важно стремиться к тому, чтобы это мнение было положительным и устойчивым, ведь от данного процесса зависит известность и репутация компании, что в свою очередь либо способствует развитию предприятия, либо препятствует ему. Если связи со СМИ не налажены, существует большая опасность появления негативной или недостоверной информации об организации в прессе, на телевидении или на радио. И, наоборот, если связи установлены, в кризисной ситуации представители прессы, прежде всего, обратятся к специалисту по PR, а не к другим источникам.

Однако установить контакт с прессой не так-то просто. Ведь информация в связи с общественностью существенно отличается от журналистской. Прежде всего, она служит для информирования общественности о базисном субъекте PR. И специалисты по PR, и журналисты стремятся доносить определенные сведения до общества. Здесь их практики соотносимы. Однако специалисты по PR преследуют в своем информировании также чисто прагматические цели, что влияет на его качество. Журналист пишет о событиях, происходящих в реальности, о фактах действительности. Это может быть совершенно разная информация, в том числе резко негативная. PR же находится в зависимости от целей и задач базисного субъекта PR. PR-информация должна появиться в СМИ в таком виде, чтобы идти на пользу организации, но никак не во вред. Для этого нужно тщательно ее отбирать, компоновать и редактировать так, чтобы она вызывала исключительно положительную реакцию у общественности. Работая на определенный субъект, специалисты по PR выражают интересы только ограниченной социальной группы с учетом предполагаемого воздействия на общество.

В журналистике основной задачей является поиск социально-значимой информации, которая бы заинтересовала все общество, отражение событийной картины мира. Журналист старается наиболее полно и адекватно проанализировать факты, касающиеся социальных субъектов, процессов; в основном, он сам является инициатором этой информации.