

# ROI REPORT

Интервюта, мнения, примери от практиката, и всичко от ПР гледна точка

Месечно издание  
брой VIII, 2008  
[www.roibg.com](http://www.roibg.com)

4/04/2008

В този осми брой ви предлагаме пълния текст на интервюто с д-р Глен Бруум, част от което бе публикувано в брой 13 на вестник „Капитал“ от 29 март 2008 г.

## "Ако трябва да си гол, трябва да имаш хубава кожа"



Д-р Глен Бруум е почетен професор в училището по комуникации към университета в Сан Диего, щата Калифорния. Получава бакалавърска и магистърска степен от университета на Илинойс в Шампейн-Урбана. Започва кариерата си като редактор. Работил е и като радио консултант на Американската агенция за международно развитие в Аман, Йордания.

Премества се в Чикаго през 1968 г., за да създаде своя агенция за ПР и реклама „Концепт продъкшънс“. По-късно агенцията става част от чикагската консултантска фирма „Приложни поведенчески науки“, в която той работи като вицепрезидент и директор по ПР. Напуска компанията през 1972 г., за да се върне към академичната кариера.

Д-р Бруум защитава докторска степен по масова комуникация в университета на Уискънсин-Медисън и започва работа в университета като оглавява специалността ПР. През 1979 г. се премества в щатския университет в Сан Диего, където отново ръководи специалността ПР, а по-късно оглавява и департамента по журналистика. В периода 1985-1986 г. е гост преподавател в университета на Тексас в Аустин. През есенните семестри е гост лектор в кралския технологичен университет в Брисбейн, Австралия и други австралийски университети.

Автор е на над 35 научни статии. През 1986 г. в знак на признание за изследванията му Институтът по ПР му присъжда наградата за изследовател. През 1991 г. Американското общество за ПР (PRSA) му връчва наградата за „Най-добър преподавател“. През 1993 г. получава наградата „Джаксън & Уорнър“ за поведенчески науки на фондация „Джаксън“ и PRSA.

Д-р Бруум е съавтор на „Ефективен ПР“ от шестото издание на книгата. Заедно с колегата си от щатския университет в Сан Диего, написват книгата „Използване на изследванията в ПР“.

**Въпрос 1:** *Книгата "Ефективен ПР" през годините си извоюва прозвището "Библията на ПР", а някои за кратко я наричат "Кътлип и Сентър". Какво бе усещането да станете част от екипа, създал такава легендарна книга?*

Познавах и Скот Кътлип и Алън Сентър дълго преди да се захванем с редактирането на шестото издание, което излезе през 1985 г. И двамата поотделно ме поканиха да се присъединя към тях в работата по книгата. Аз естествено бях поласкан и приятно изненадан. Обещах им, че ще дам най-доброто от себе си, за да запазя позициите на книгата като най-авторитетното четиво и източник за цитиране в областта. Това беше голямо предизвикателство и изискваше много труд, но пък ме прави много щастлив от продължаващия успех на книгата. Радвам се, че наследството на Кътлип и Сентър се пази по целия свят.

**Въпрос 2:** *В деветото издание сте променили значителна част от главата, посветена на етиката и професионализма. Това следствие на нарастващата роля на етиката в ПР професията ли е?*

Етиката винаги е била тема на моите курсове и на работата ми със студенти и практики. Занимавах се професионално с публичен рилейшънс в продължение на десет години, преди да защита докторската си степен и да се захвана с академична работа. През тези години понякога виждах това, което наричам "поведение, подлежащо на съмнение" и наблюдавах последиците от непрофесионалните постъпки върху кариерата и живота на хората. Когато подготвях седмото издание, добавих нова глава за етиката и професионализма. В десетото издание, върху което работя в момента, обръщам последователността на думите в заглавието и то става "Професионализъм и етика", тъй като етиката в действителност е в основата на професионализма в служба на обществения интерес. По пътя към извоюването на статут на професия, етиката ще става все по-важна част както от подготовката на новите специалисти, така и от самата ПР практика. За да постигнат професионално признание, ПР практиците от всички страни по света, ще трябва

да се съобразяват с етичните професионални кодекси.

**Въпрос 3:** *Друга чувствително променена глава е тази, свързана с правните основи на ПР. Колко добре ПР практиците познават правната страна на професията си?*

В главата ясно се казва, че ПР практиците не практикуват право. Но те трябва да познават законите и да се съобразяват с местните, щатските и националните регулации. Някои аспекти на правото са толкова директни, че ПР практиците могат да си спестят много главоболия, ако просто прочетат тази част от книгата. Даваме и съвети кои аспекти на правото трябва да се имат предвид при определени ситуации в работата на ПР специалистите.

**Въпрос 4:** *Много често хората асоциират ПР с присъствие в медиите. Какво ви накара да отделите, и по този начин да откриете, вътрешните комуникации в отделна глава?*

До шестото издание на книгата, темата за вътрешните комуникации се разглеждаше на две места - при представянето на видовете публики и при медиите за вътрешни комуникации. В седмото издание обединих дискусията за вътрешните и външните медии в една глава, изцяло посветена на медиите. Когато дойде време за деветото издание, вътрешните взаимоотношения или взаимоотношенията със служителите отново получиха необходимото си място сред приоритетите на мениджърите. В резултат, промених посоката и разделих работата с вътрешни и външни публики в две отделни глави. В крайна сметка значението на човешкия капитал за организациите изисква да му се отдели специално внимание.

**Въпрос 5:** *В новото издание сте включили примери от различни страни по света. Смятате ли, че е дошло времето в "Библията на ПР" да влязат и примери от ПР практиката в Източна Европа?*

Естествено, бързото развитие на ПР в Източна Европа прави ПР, практикуван в тази част от света неотменна част от бъдещето на ПР. Същото се отнася и за развитието на ПР в Китай. Както показва нарастващият брой на примери в

"Ефективният ПР" от различни нации, аз се опитвам да разширя кръгозора на книгата и да запозная читателите в ПР практиката от цял свят. В десетото издание ще има още повече световни примери. С радост ще приема предложения от вас и колегите в Източна Европа, когато започна работата по единадесетото издание на книгата - в близките няколко години.

**Въпрос 6:** *Казахте, че приключвате редакцията на десетото издание. Мислите ли, че онлайн комуникациите ще променят ПР практиката?*

Интернет промени комуникациите в целия свят. Ето за пример ние с вас сме на огромно разстояние един от друг, и провеждаме интервюто онлайн. Хората си разменят електронни писма със скорост, почти равна на междуличностната комуникация. Всеки от нас има достъп до многообразна информация мигновено. Публиките днес търсят информация, когато поискат, и вече не трябва да чакат източникът да реши дали и кога да направи една информация публична. Но много е важно да си дадем сметка, че въпреки Интернет, тайните продължават да съществуват. Това, което се случва в живота на губернатора на Ню Йорк, се научава от хората по целия свят за секунди. Това, което се случва в Тибет се излъчва по телевизията, благодарение на туристите, които предоставиха кадрите на Си Ен Ен. Както пише на корицата на книгата "Голата корпорация: Как епохата на прозрачността ще революционизира бизнеса" - "Ако трябва да си гол, трябва да имаш хубава кожа".

**Въпрос 7:** *Мислите ли, че е дошло времето да посветите глава на онлайн комуникациите?*

Не, не планирам да посветя отделна глава на онлайн комуникациите, нито на други технологични промени. Ако го направя, ще променя насочеността на книгата, защото ще подчертая значението на тактиките и техниките в ПР. Вместо това просто вплитам новите форми на комуникация в книгата. По същата причина, няма отделна глава, посветена на международния ПР. Ако ПР се практикува глобално, как да преценим примери от кои точно страни да включим и да ги извадим от другите глави. Те се вписват чудесно като илюстриране на теорията в сегашните глави. А и защо да го правим? Има много хубави книги, посветени

изцяло на теорията и практиката на онлайн комуникациите, както има и книги за международната ПР практика. Това не са основни теми за книгата "Ефективен ПР".

**Въпрос 8:** *Какво мислите за новите социални медии? Ще променят ли принципите на ПР професията?*

Според мен, новите социални медии няма да променят нито принципите, нито теорията, зад ПР практиката. Ще стане, както се случваше с появата на всяка нова технология за комуникации. Новите социални медии ще променят начина, по който се реализират ПР програмите. Те дават на практиците още една група инструменти, за да постигнат ПР задачите и целите си.

**Въпрос 9:** *В увода към деветото издание казахте, че професионалната подготовка излиза от рамките на една-единствена книга или курс. Вие отблизо познавате ПР образованието в САЩ. Кои са силните страни на ПР образованието днес?*

Основната промяна е огромното признание, което ПР образованието завоюва и тези, които го притежават имат конкурентно предимство на пазара. Повечето хора, които навлизат в ПР професията днес в САЩ имат магистърска степен по ПР. Както каза и Комисията за ПР образование през 1999 г., както и в другите професии, университетското образование по ПР се превърна в изискване за кариера в ПР.

В резултат на това, университетите привличат все по-добре квалифицирани хора за академична кариера, които да обучават студентите. Много от младите преподаватели освен опит като преподаватели, притежават и практически и изследователски опит, което е основа за разширяването на теоретичната база на ПР, въз основа на която се практикува ПР.

От друга страна, напливът на огромен брой желаещи да учат ПР, ни позволява в университетите да влизат най-добрите и мотивирани млади хора. И тъй като ресурсите за обучение са ограничени, изискванията към обучаващите се покачват, за да могат да отговорят на търсенето на пазара. И така ние преподаваме на все по-добри студенти, които имат по-голям шанс за успех и за развитие на ПР професията.

**Въпрос 10:** *Блогвате ли? Ако да, имате ли любими блогове?*

Посещавам редовно много неща в Интернет, а един от любимите ми сайтове е този на "Раган комюникейшънс" ([www.ragan.com](http://www.ragan.com)). Голяма част от блоговете на този уеб сайт, разглеждат важни теми, понякога в голяма дълбочина и приятно чувство за хумор.

**Въпрос 11:** *Студентите от много страни по света навлизат в ПР с вашата книга. Българските са едни от тях. Какво прави "Ефективен ПР" толкова специална книга за световната ПР общност?*

Вие сте в по-подходяща позиция от мен да отговорите на този въпрос, тъй като отговорът е в очите читателите. По мои впечатления "Ефективен ПР" се радва на по-дълга история и наследство от останалите професионални книги, защото е въвел много поколения ПР практики в етичното практикуване на ПР и въпреки това остава (ако мога да бъда толкова нескромен) актуална и съвременна, следствие на многото редакции. И накрая, книгата винаги е била фокусирана върху теорията и принципите на практиката, а не на краткотрайните модни тенденции и техники, чиито срок на годност съвпада с този на едно авокадо.

**Въпрос 12:** *Какви са тенденциите, които вие забелязвате, които ще определят бъдещето на ПР?*

Едно от притесненията ми е продължаващата тенденция ПР да се бърка с маркетинга. Понякога, ПР е подчинен на маркетинговата функция, което го превръща в елементарни тактики в подкрепа на маркетинга. Организациите, в които това се случва, поемат риска да станат жертва на ограничената си визия, фокусирана основно върху клиентите, а всички останали групи публики биват пренебрегвани или получават недостатъчно внимание. Тези лещи на телеобектива не показват всички важни публики, които биха се видели, ако сложите широкоъгълен обектив, какъвто трябва да използват ПР практиците. Това объркване се вижда изключително ясно в семантичната тирания на термина "интегрирани маркетингови комуникации".

Другото ми опасение е свързано с въвеждането на практиката "плащане за публикуване" и

провеждането на конкурси, при които печели ПР агенцията, предложила най-нисък бюджет. Второ е опасно освен за практика, и за начина, по който ПР се възприема от мениджърите. На практика по този начин няма как дори да предложиш, ПР да стане част от мениджмънта. Тези подходи свеждат ПР до нивото на стока, която си купуваш на кило, на бройка или в друга разфасовка. И така се изпуска и най-малката вероятност ПР да заеме ролята си на съветник на мениджмънта.

От друга страна, съм силно обнадежден от професионализацията на ПР, която се случва навсякъде по света. Доказателство за това е растящият брой професионални асоциации и академични програми в университетите.

**Въпрос 13:** *Като преподавател по ПР, кой е най-важният съвет, който давате на студентите си?*

"Не правете нещо, което не можете да поправите". С други думи етичното и професионално поведение е в основата на репутацията и ефективността. Ако постъпите неетично, дори и ако така е наредил шефът ви, вие ставате неетични. Вие сте го сторили и другите знаят, че сте вие. Не можете да го поправите, нито да го заличите.

**Въпрос 14:** *Все още много хора смятат, че ПР е занаят, а не професия, която може да се изучи в университета. Как отговаряте на подобни твърдения?*

Качеството на ПР образованието зависи от програмата и от преподавателите. Съгласен съм, че много програми "обучават" хора на нивото, необходимо за занаят или чиракуване. В такива програми преподават основно хора, не от академичните среди, и за тях придобиването на знания, обясняващи практиката не е от голямо значение. Вместо това в подобни програми се набляга на техническите умения и "примери от практиката". Недостигът на академични кадри в САЩ и наивната концепция, че университетското образование най-общо е "новини, които можеш да ползваш" усложнява ситуацията и забавя процеса.

Програми, които комбинират добра теоретична подготовка и изследвания с натрупване на базисни умения, са в основата на доброто ПР образование в значителна част от

университетите. Програми, при които обучението се свежда от тренинги, изпращат ПР извън рамките на университетските дисциплини. В прекалено много университети, преподавателите по ПР се оплакват, че са "като временно пребиваващи" и не са длъжни да отговарят на същите високи стандарти в образованието като в другите дисциплини. И в същото време се чудят защо ПР образованието не е уважавано в университета им и не получава административната подкрепа, на която се радват останалите факултети.

Професионалното образование може и трябва да се базира на придобиване на необходими

знания, които да се поддържат през професионалната кариера. Уменията, свързани с технологиите, системите, хората и продуктите се променят постоянно. Университетското образование не може да се фокусира върху тези аспекти от практиката, които са толкова чувствителни към промените. Вместо това, университетското образование трябва да осигури основата за цял живот, върху която да стъпи всеки, за да се превърне в продуктивен гражданин и ефективен професионалист, способен да се адаптира към постоянно променящата се околна среда.

Можете да поставите линк към нашето издание, безплатно е. Но ви молим да ни информирате. Ако искате да използвате текста във ваше издание, можете да го направите като посочите източника:

ROI Report и поставите линк към нашия сайт – [www.roibg.com](http://www.roibg.com).

И, разбира се, информирайте ни.

За коментари, мнения и предложения: **ROI REPORT**