

**Особенности формирования и развития профессиональных сообществ в сфере связей с общественностью в Соединенных Штатах Америки и России**

**Кателина Ольга Михайловна**

*Студент (специалист)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: katelinaolga@yandex.ru*

Формирование любого рынка - сложный процесс, включающий в себя становление профессиональных объединений: сообществ, ассоциаций и др., - как способа саморегулирования через закрепление определенных стандартов работы. Рынок профессиональных объединений в сфере связей с общественностью в США формировался на протяжении длительного времени под влиянием множества факторов, в то время как российскими специалистами формат сообществ и ассоциаций появился одновременно с появлением первых компаний, оказывающих пиар услуги. Учитывая исторический контекст и специфические черты организации профессиональных объединений, автор считает возможным выявить фундаментальное различие: в США возникновение сообществ стало ответом на возросшую потребность частично сформированного рынка пиар услуг в саморегулировании и самопродвижении, в России же их появление являлось, по большей части, результатом заимствования одного из аспектов пиар деятельности в США. За последние двадцать пять лет - именно столько прошло с момента появления в России первой организации, чьей задачей было налаживание позитивных взаимоотношений с «группами влияния» - рынок услуг в сфере пиар прошел период «апробации» инструментов, наследованных у Запада, и вышел на уровень анализа используемых моделей и способов осуществления пиар деятельности с учетом российских реалий. Доклад на конференции посвящен результатам исследования - выявленным схожим и отличительным характеристикам формирования и развития профессиональных пиар сообществ в США и России и причинам, их породившим. Актуальность работы обусловлена тем, что сравнительный анализ позволит определить факторы формирования рынка связей с общественностью в России в целом, остро стоящие проблемы отечественного рынка и возможные пути их разрешения в перспективе.

**Источники и литература**

- 1) Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. «Паблик рилейшнз. Теория и практика», Вильямс, 2008
- 2) Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. «Основы теории связей с общественностью», Питер, 2008
- 3) Лукиева Е.Б. «Теория и практика связей с общественностью», ТПУ, 2006
- 4) Чумиков А.Н. «Связи с общественностью», Дело, 2000
- 5) Daniel J. McInerney «A Traveller's History of the USA», Interlink Publishing Group, Inc, 2000
- 6) Karen S. Miller «U.S. Public Relations History: Knowledge and Limitations», Communications Yearbook 23, 2000
- 7) Власихин В.А. «Основные черты правовой системы США», электронный журнал «Россия и Америка в XXI веке», №3, 2007,