

Public Relations の和訳

広報 (Public Relations) の定義には、①ステレオタイプと、

②一般的な理解と、③本来の定義の三種類がある。

①ステレオタイプ II メディアに働きかけてタダで行う広告、プロモーション、プロパガンダ。

②一般的な理解 II 組織や個人がパブリックに働きかけることによって、パブリックの意見や行動を変え、組織や個人の意見・思想・立場・視点を理解させる。広めることを目的にした活動のこと。ここで言うパブリックとは、組織や個人にとつてのすべてのターゲットとなる人々をきっちりセグメントした上で設定するべきだが、しばしばこれを「一般市民」とか「一般大衆」など実態のない定義にしてしまい、砂漠に水を撒くような PR をやっているケースがざらにある。また、「PR をやっている組織」の中にも、この一般的な理解の PR を受動的に行っているだけで、能動的活動のないものも多く見られる。

③本来の定義 II 組織とパブリックの間に双方の利益をめぐらして、双方向のコミュニケーションを維持するすべての活動。前述の②一般的な理解で示した【組織 ↓ public】のコミュニケーションと並行し、【public ↓ 組織】のコミュニケーションと並行し、「public ↓ 組織」のフローを確保し、パブリックとのコミュニケーションを通じ、組織の意見や行動も修正・順応することを含む。

日本では「広報」のほか、「パブリック・リレーションズ」或いは「PR (ピー・アール)」という名称・呼称も一般的になってきたが、最も広く使われている「PR (ピー・アール)」は、マーケティング・プロモーションの意味合いのみである場合が多い。パブリック・リレーションズ (PR) が、ビラ・パンフレット作り、或いは報道対応 というのは誤解。ツール作り、報道対応も Public Relations のツールのひとつだが、根幹ではない。広告、宣伝、マーケティング、プロモーションとしばしば混同して語られるが、機能的に異なる。

広報

とは？

企業の広報活動に「大企業」も「中小企業」も関係ありません。

大切なのは、
会社や事業、商品を知ってもらい、
好感をもっていただくことで、
売り上げが伸び、利益が出て
お客様や会社が幸福になること。

ホームページやメルマガなどインターネットから、
FAX 同報、チラシ、会社案内、企業広報誌まで…
広報コンサルティングのことは

株式会社アルファエスアイ

732-0811 広島県広島市南区段原 2-20-1-1F
電話 082-567-2201 FAX 082-567-2234

担当：時盛 (トキモリ)

(経歴：週刊経済誌、スポーツ雑誌、企業広報誌の編集者、企業ホームページの構築・運営)