

**Efektīva
personiskā saziņa
sabiedriskajās
attiecībās**

Endijs Grīns

Rīga 2008

Veltīts Alanam Revelam (Alan Rawel) – piedod, ka neredzēji,
kā mani mīmi papildījās; Džimam Braitonam (Jim Britton)
par viņa laipnību un atklātību; un Amandai Māršai
(Amanda Marsh) – tu nekad netiksi aizmirsta.

UDK 159.9:316 (035)

Gr 614

Andy Green

Effective Personal Communication Skills for Public Relations

© Andy Green, 2006

First published in Great Britain and the United States in 2006 by Kogan Page Limited

Endijs Grīns

Efektīva personiskā saziņa sabiedriskajās attiecībās

No angļu valodas tulkojusi Dace Amsone

Literārā redaktore Ieva Āva

Maketētājs Artūrs Maurāns

Vāka noformējums Artūrs Maurāns

Grāmatu nodaļas vadītāja Rita Baroniņa

© SIA «Lietišķās informācijas dienests», 2008

Izdevējs: SIA «Lietišķās informācijas dienests»

Adrese: Graudu ielā 68, Rīgā, LV-1058

Tālrunis 67606110

Fakss 67606120

www.lid.lv

ISBN 978-9984-826-17-2 (latviešu val.)

ISBN 10: 0-7494-4407-X (angļu val.)

ISBN 13: 978-0-7494-4407-5 (angļu val.)

Saturs

<i>Priekšvārds</i>	13
<i>Pateicības</i>	15
<i>Īss pārskats</i>	17
Ievads	21
1. nodaļa.	Jūsu iekšējais zīmols – kas jūs esat? 23
	Fizioloģija. 1. daļa 24
	«Informācija»: pirmais solis ceļā uz savu intra-personisko spēju izpratni 25
	Ideju kartes: jūsu realitātes uztvere 27
	Uzskati un vērtības 28
	Attieksme 33
	Fizioloģija. 2. daļa 37
	Jūsu saziņas stūrakmens: jūsu domāšana 37
	Jautājumi par sabiedrisko attiecību nākotni 38
	Pašpārbaudes jautājumi 38
	Priekšvārds 2. nodaļai 39

2. nodaļa.	Jūsu saziņas koeficients – jūsu domāšanas resursi	41
	Četri koeficienti	42
	Inteliģences koeficients (IQ)	43
	Emocionālais koeficients (EQ)	45
	Vīzijas koeficients (VQ)	48
	Konkurētspējas koeficients (AQ)	51
	Četru koeficientu pielietojums saziņā: līdzsvara ievērošana	56
	Jūsu komunikācijas koeficients un personiskais zīmols	59
	Jautājumi par sabiedrisko attiecību nākotni	60
	Pašpārbaudes jautājumi	60
	Priekšvārds 3. nodaļai	61
3. nodaļa.	Jūs un jūsu inter-personiskās iemaņas	63
	Saziņa caur rīcību	64
	Integrēta saziņa	65
	Kā gūt uzticību	67
	Ķermeņa valoda	70
	Citi valodas veidi	74
	Apģērbs	76
	Aktīvā klausīšanās	77
	Aktīvā uzstāšanās	82
	Pārliecinātība	84
	Jautājumi par sabiedrisko attiecību nākotni	85
	Pašpārbaudes jautājumi	86
	Priekšvārds 4. nodaļai	86
4. nodaļa.	Vēstījuma veidošana, mīmi un «manipulēšana»	87
	Mīmi	87
	Paradigmu veidošana un manipulēšanas māksla	95
	Iespējas izmantot atšķirīgus rāmjus	101

	Neaizskaramās paradigmas	105
	Visas idejas pastāv 3D rāmjos – iepazīsimies ar «paramīmu»	107
	Atskats	111
	Jautājumi par sabiedrisko attiecību nākotni	112
	Pašpārbaudes jautājumi	112
	Priekšvārds 5. nodaļai	112
5. nodaļa.	Ziņa ir medijs – padariet savu saziņu zīmolam draudzīgu	113
	Kā valodas struktūra ietekmē saziņu	114
	Kā zīmola struktūrai būtu jāietekmē saziņu	116
	Ikonas	117
	Darbs ar ikonām	119
	Ikonu stratēģiskās kartes	121
	Vārdi	124
	Vērtības un informācija	126
	Vērtību audits	127
	Pozicionēšana	129
	Zīmola platformas	132
	Mīmiem-draudzīgs vēstījums	133
	Izcili saziņas veidotāji pielāgo savu vēstījumu	135
	Jautājumi par sabiedrisko attiecību nākotni	136
	Pašpārbaudes jautājumi	136
	Priekšvārds 6. nodaļai	137
6. nodaļa.	Vēstījuma izmantošana pārmaiņu veicināšanai	139
	Disonance	140
	Saziņas veidošanā svarīga ir nepieciešamība	142
	Motivāciju sajaukums	144

Veidojiet tiltu uz nākotni – no tagadnes	145
Pārdodiet priekšrocības, leģitimitāti un krasas atšķirības	146
Izmantojiet savus ietekmes punktus	152
Briopārraide: sazināšanās ar iedvesmu un aizrautību	155
Veidojiet savu vēstījumu pēc izmēra	159
Rīki dažādiem domāšanas veidiem	161
Veidojiet saziņu, lai liktu citiem cilvēkiem mainīt viņu uzvedību vai darboties	162
Jautājumi par sabiedrisko attiecību nākotni	162
Pašpārbaudes jautājumi	163
Priekšvārds 7. nodaļai	163

7. nodaļa.	Vēstījuma pielāgošana paziņu lokam: mutvārdu un interneta atsauksmes – jūsu virusālie draugi	165
	Kas ir mutvārdu atsauksmes?	166
	Atsauksmju spēks	167
	Negatīvās atsauksmes	169
	Mutvārdu atsauksmju trūkumi	171
	Kā vadīt mutvārdu atsauksmes?	172
	Būtisko un steidzamo jautājumu noteikšana	174
	Lēmumu pieņemšanas procesa stadiju noteikšana	176
	«Lipīgie» vārdi katra problemātiskā soļa paātrināšanai	177
	Mutvārdu atsauksmju izplatīšanas veidi	179
	Interneta atsauksmes	181
	Bezglīgā hipertelpa	181
	Hiperātrums – ātri un nekavējoties	182
	Hiperpieejamība un informācijas pārpilnība	183
	Hiperdemokrātija	184
	Jūsu vēstījuma un darbības hipersagrozišana	184
	Virusālo kampaņu taktika	185

	Brīdinājums – izvairieties no uztraukumiem	187
	Tīmekļa kopienu izmantošana	188
	Mutvārdu atsauksmes – sabiedrisko attiecību sastāvdaļa?	189
	Jautājumi par sabiedrisko attiecību nākotni	190
	Pašpārbaudes jautājumi	191
	Priekšvārds 8. nodaļai	191
8. nodaļa.	Jūsu paziņu loki	193
	Personiskā svētnīca	194
	Profesionālā svētnīca	195
	Iekšējais loks	197
	Ārējais loks	197
	Līdzdalība	198
	Līdzdalības vērtības noteikšana	199
	Sabiedrības grupas struktūra	200
	Sabiedrības grupu dinamika	204
	Ēnu organizācijas	205
	Zināšanu avoti	207
	Paziņu loka audits	208
	Partnerattiecību spēks	209
	Izcili sabiedrisko attiecību saziņas veidotāji veido un izmanto savus sakarus	212
	Jautājumi par sabiedrisko attiecību nākotni	212
	Pašpārbaudes jautājumi	213
	Priekšvārds 9. nodaļai	213
9. nodaļa.	Sabiedrisko sakaru pārvaldīšana	215
	Kas tieši ir sabiedrisko sakaru uzturēšana?	216
	Daži sabiedrisko sakaru uzturēšanas mīti	219
	Sabiedrisko sakaru veidošanas stratēģijas	220

Jo skaidrāk definēsiet savus mērķus, jo vieglāk būs tos atrast	221
Izcilu sabiedrisko sakaru veidotāju iezīmes	222
Sakaru nodibināšana: kā strādāt ar telpu	224
Sarunas uzsākšana	225
Apmaiņa ar kontaktinformāciju	226
Jūsu varenais draugs – jūsu vizītkarte	228
Saskaņa: tuneļa galā ir patika	228
Nodrošiniet attiecību attīstību	231
Turieties pie sistēmas	232
Saglabājiet disciplīnu	233
Sabiedrisko sakaru paplašināšana	233
Vai sabiedrisko sakaru veidošana ir formāls mārketinga saziņas rīks?	235
Jautājumi par sabiedrisko attiecību nākotni	236
Pašpārbaudes jautājumi	236
Priekšvārds 10. nodaļai	236
10. nodaļa. Konteksta spēks – saziņas vides pārvaldīšana	237
Stimuli – grupveida domāšana	239
Ceļojuma tālums: «pussoļu» spēks	240
Mīmu loma	248
Sociāli-ekonomiski-politiskie cikli	249
Saziņa ir kumulatīva	250
Pārskats par konteksta spēku: «Mein Kampf»	251
Jautājumi par sabiedrisko attiecību nākotni	254
Pašpārbaudes jautājumi	254
Priekšvārds 11. nodaļai	254
11. nodaļa. Elementu apvienošana	257
Mīlestības vīruss	257

Jēzus Kristus	260
Datortārpa un Dieva dēla paramīmi	264
Personiskā zīmola veidošana: sapņi, mīmi un komandas	265
Saziņa ir vairāk kā tikai preses relīze, 2. daļa: jūsu personiskā misija	269
Kopsavilkums	271
Terminu pārskats	275
Bibliogrāfija un literatūras apskats	279
Autora sabiedriskie kontakti	291

Priekšvārds

Sabiedriskās attiecības tieši tas arī ir – attiecību veidošana ar dažādām sabiedrības grupām, tādām kā klienti, vietējie iedzīvotāji, ieinteresētās puses, mediji vai pat atsevišķi cilvēki.

Lai gūtu panākumus, ir svarīgi ne tikai izstrādāt labu plānu ar reālistiskiem mērķiem un atbalsta taktiku, bet arī skaidra cilvēciskās dimensijas izjūta. Satūrīgu un ilgtermiņa attiecību izveidei ir nepieciešama skaidra izpratne par cilvēkiem, kas viņiem liek darboties, kas viņus motivē un padara atsaucīgus. Viņi ne vienmēr reaģēs tā, kā jūs to vēlaties, tomēr tāda ir attiecību daba. Atbildes saņemšana nozīmē, ka jūs vismaz esat sadzirdēti.

Šī grāmata aplūko to, ko mēdz dēvēt par sabiedrisko attiecību «delikatāko» daļu. Tā labi iederas starp citām šīs sērijas grāmatām, kas sniedz detalizētu skaidrojumu par sabiedrisko attiecību prakses daudzo funkcionālo jomu plānošanu un īstenošanu.

Grāmatā runāts par pašiem sabiedrisko attiecību speciālistiem. Kādi ir viņu personiskie uzskati, un kā notiek viņu domāšanas process. Tiek aplūkots, kā viņi veido savstarpējās attiecības ar citiem cilvēkiem, kādas ir viņu

inter-personiskās iemaņas, kā viņi rada saturīgu saziņu un efektīvi izmanto visa veida tīklus.

Tiek aplūkots arī konteksts, kurā strādā saziņas veidotāji, un kā tas ietekmē viņu darba efektivitāti. Manuprāt, tikai Endijs Grīns spēj nobeigt grāmatu, apvienojot datortārpu ar Jēzu Kristu, bet es neizpauđīšu beigas!

Laikmetā, kurā svarīga ir izsmalcināta plānošana, apmaksā pēc paveiktā un «ieguldījums zemākajā līmenī», ir viegli aizmirst, ka mūsu profesijas būtība ir sakaru veidošana ar cilvēkiem. Cilvēki ir sarežģīti, neparedzami un vienmēr kaut ko pieprasa, bet arī sniedz unikālu gandarījumu. Tāds ir arī mūsu darbs. Attīstot šajā grāmatā minētās iemaņas, mūs vērtēs ne tikai pēc mūsu darba kvalitātes un profesionālisma, bet mēs kļūsim par tiem raitajiem un efektīvajiem saziņas veidotājiem, par kuriem runā gan ar siltumu, gan apbrīnu.

Anne Gregorija

Pateicības

Lielu paldies es saku tiem beta lasītājiem, kas šo grāmatu palīdzēja darīt vēl labāku:

Annei Akersai (Anne Akers) no «North Kirklees Primary Care Trust»

Endrjū Danam (Andrew Dunne) no «Dunne Good consultancy»

Markam Evansam (Marc Evans) no «Civitas Cymru»

Ričardam Džounsam (Richard Jones) no «faragher//jones publishing»

Nātanam Leīnam (Nathan Lane) no «Golley Slater»

Deividam Māršam (David Marsh) no «Yorkshire Evening Post»

Adrianam Mahonijam (Adrian Mahoney) no «PR Store»

Danielam Filipsam (Daniel Phillips) no «GREEN communications»

Alenam Prīsam (Alan Preece) no Īstanglijas Universitātes

Džefam Robertsam (Geoff Roberts) no «Hidden Resources»

Deividam Teīloram (David Taylor) no «creativity@work»

Džonam Timperlijam (John Timperley) no «Winning business»

Heterai Jakslijai (Heather Yaxley) no «Applause Consultancy»

Liels paldies, protams, arī šīs sērijas redaktorei Annei Gregorijai (Anne Gregory) un Gro Elinai Hansenai (Gro Elin Hansen) no Sabiedrisko attiecību institūta par viņu neizsīkstošo pacietību un atbalstu.

Īss pārskats

Jūs varat uzzināt šajā grāmatā aplūkotos galvenos jautājumus, izlasot turpinājumā doto īso pārskatu vai kopsavilkumu, kas sniegts grāmatas beigās.

1. nodaļa. Jūsu iekšējais zīmols – kas jūs esat?

Jūsu domāšana pamatos nosaka to, ko jūs sakāt, dzirdat un darāt. Jūs esat dzīvs zīmols. No tā ir atkarīgs gan jūsu sabiedrisko attiecību speciālista, gan jūsu saziņas kampaņu panākumi.

2. nodaļa. Jūsu saziņas koeficients – jūsu domāšanas resursi

Jūsu domāšanas veidu nosaka jūsu dažādo inteliģences, emocionālo, konkurētspējas un vīzijas spēju īpatnības un dziļums apvienojumā ar jūsu prasmi nodrošināt starp tām optimālu līdzsvaru dažādās dzīves situācijās.

3. nodaļa. Jūs un jūsu inter-personiskās iemaņas

Jūs sazināties ar katru savu ķermeņa daļu un savu rīcību.

4. nodaļa. Vēstījuma veidošana, mīmi un «manipulēšana»

Jums nepieciešams revolucionāri mainīt savu saziņas domāšanu, neņemot vērā tikai vēstījuma sniedzēju un saņēmēju; vēstījumiem piemīt dabiska dinamika, kas tiem ļauj turpināt dzīvot patstāvīgi. Šo dinamiku sauc par «mīmu». Ikviens «manipulē» ar savu saziņu, izmantojot trīs dažādas metodes.

5. nodaļa. Ziņa ir medijs – padariet savu saziņu zīmolam draudzīgu

Veids, kādā jūs veidojat un pielāgojat savu vēstījumu, to padarīs iegaumējamu un tam sniegs spējas turpināt izplatīties arvien tālāk un tālāk.

6. nodaļa. Vēstījuma izmantošana pārmaiņu veicināšanai

Jūs varat izmantot virkni metožu, lai jūsu vēstījumam piešķirtu spējas radīt pārmaiņas.

7. nodaļa. Vēstījuma pielāgošana paziņu lokam: mutvārdu un interneta atsauksmes – jūsu virusālie draugi

Mutvārdu atsauksmes ir iespējams pārvaldīt. Nododiet tās tālāk.

Jaunās tiešsaistes tehnoloģijas var nodrošināt jūsu mutvārdu atsauksmēm hiperātrumu.

Ir nepieciešams pielāgot vēstījumu dažādajiem tīkliem.

8. nodaļa. Jūsu paziņu loki

Nav svarīgi, ko jūs zināt, bet gan – kurus cilvēkus pazīstat. Daži pareizie cilvēki jūsu pusē var izraisīt milzīgu saziņas vilni. Jūsu sakari vairumā gadījumu palīdzēs jums rast risinājumu jūsu problēmām. Jūs, iespējams, atrodaties ne tālāk par četriem soļiem no ikviena cita cilvēka uz šīs planētas.

9. nodaļa. Sabiedrisko sakaru pārvaldīšana

Jūs varat pārvaldīt savu sabiedrisko sakaru veidošanu un uzlabot savas spējas, lai panāktu izcilus rezultātus šajā neatzītajā mārketinga apakšnozarē.

10. nodaļa. Konteksta spēks – saziņas vides pārvaldīšana

Lai cik izcila būtu jūsu saziņa, tās vērtību noteiks tās konteksts. Bet jūs to varat pārvaldīt.

11. nodaļa. Elementu apvienošana

Divos piemēros aplūkots, kā viens cilvēks var radīt lielu saziņas vilni.

Grāmatas nobeigumā ir rodams plašāks kopsavilkums.