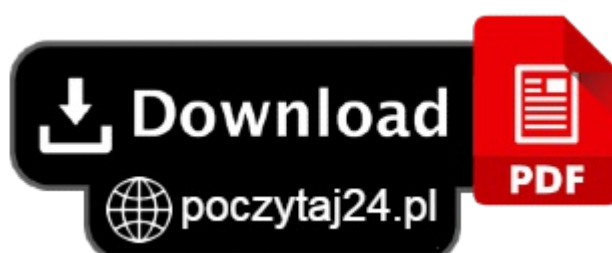


Weronika Madryas-Kowalska

# **Manipulacja informacją.**

# **Public relations w organizacjach szczególnego ryzyka**

Pobieranie Książek, Ebook - Pdf, Doc, Mobi, Epub





We współczesnych przedsiębiorstwach ukierunkowanych na rozwój, przewagę i wysoką rentowność, istnieje silne poparcie dla wszelkich innowacji, mogących polepszyć rezultaty realizowanych w firmie przedsięwzięć. Ważnym narzędziem budowania przewagi konkurencyjnej jest działalność public relations (PR). Profesjonalny PR przyczynia się bowiem do sukcesów firm, poprzez tworzenie wiarygodnego wizerunku i zyskiwanie zaufania określonych publiczności, np.: dziennikarzy czy klientów. Okazuje się jednak, że nie wszyscy przedsiębiorcy rozumieją istotę PR i sposób działania PR-owców. Niektórzy z nich zarządzanie informacją wypaczają tak bardzo, że dla osiągnięcia własnych celów reklamowych, marketingowych i handlowych, czynią z niego groźne narzędzie służące do manipulacji otoczeniem.

**Weronika Madryas Kowalska** – autorka książki pt. *Manipulacja informacją*, będącej Jej pracą doktorską, podstawowym celem swoich rozważań czyni organizacje szczególnego ryzyka. Termin organizacje szczególnego ryzyka został stworzony na potrzeby pracy i służy przede wszystkim odseparowaniu omawianych instytucji od tych, w których działalność public relations przebiega zgodnie z jej pierwotnymi założeniami i przyjętymi standardami rzetelnego PR. Lektura tej książki zapozna Czytelnika z podstawowymi definicjami public relations oraz dwoma modelami organizacji szczególnego ryzyka. Najistotniejszą cechą organizacji szczególnego ryzyka pierwszego typu jest naruszenie norm etycznych w obszarze public relations. Natomiast do organizacji szczególnego ryzyka drugiego typu zaliczyć można przede wszystkim te instytucje, które poprzez swoją działalność budzą kontrowersje bądź też poruszają problematykę tabu, wobec czego specjalista PR staje przed trudnym zadaniem. Wprowadzona klasyfikacja jest ważna, ponieważ wskazane typy różnią się zasadniczo od siebie. Oznacza to, że o ile przedstawiciele pierwszego rodzaju organizacji świadomie łamią normy etyczne, o tyle przedstawiciele drugiego nie poszukują łatwych rozwiązań, ale pomimo tego często rozważać muszą istotne dylematy etyczne.

**Książkę tę powinien poznać każdy szanujący się przedsiębiorca, jak i pracownicy działów public relations nastawieni na uczciwy i długoterminowy sukces.**