

## ТЕХНОЛОГИИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СТРУКТУРЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ

*Аннотация.* В статье на основе исследования деятельности специалистов по связям с общественностью Тюменской области доказывается необходимость расширения спектра коммуникативных технологий во всех сферах общества. Обосновывается тезис о том, что инструменты публич рилейшнз оптимизируют процесс взаимодействия субъектов общественных отношений, гармонизируя социальную среду, предотвращая напряженность и конфликты в обществе.

*Ключевые слова:* связи с общественностью, взаимодействие, технологии, коммуникации.

*Abstract.* The article proves the necessity of widening the communicatory technologies spectrum on the basis of PR specialists' activities research. The author substantiates a thesis that PR instruments optimize the integration process of social relations subjects by harmonizing the social environment and preventing frictions and conflicts in the society.

*Key words:* Public relations, interaction, technology, communications.

Решение проблем в современном обществе во многом определяется выбором методов социального управления, характером взаимодействия субъектов общественных отношений, сориентированных на обмен информацией, установление коммуникаций и взаимосвязей.

Основные свойства взаимодействия раскрываются в процессе включенности его участников в общую деятельность, осуществляя которую, они преследуют определенные цели, совместно выполняют действия и операции. Кроме того, такая корпоративная деятельность приводит к взаимному влиянию субъектов друг на друга, что в конечном итоге приводит к изменениям их состояния. Взаимодействие осуществляется на общесоциальном уровне, уровне социальных структур, отдельных личностей во всех областях общественной жизни. Содержательная составляющая взаимодействия, представляя собой взаимообусловленную и взаимосвязанную деятельность социальных субъектов или каких-либо их частей, инициирует трансформации, активизирует существующие и формирует новые отношения. Как писал И. Гофман, «любое взаимодействие... является источником информации и средством регулирования реакций коммуникантов в процессе общения. Более того, такое взаимодействие является «преднамеренно организованной системной деятельностью, направленной на достижение заранее определенных целей» [1, с. 285].

Взаимодействие – объект междисциплинарного исследования социологии, философии, социальной психологии. Так, Г. Зиммель, рассуждая о религии, обосновал понятие «единство», которое обнаруживается и в организме, и в социальной группе. Оно, по его мнению, уничтожает «все дифференциации бытия» и является ничем иным, как «единством взаимодействия, элементы

которого держатся друг за друга благодаря свойственным им взаимодействующим силам...» [2, с. 149].

На основе наблюдаемых образцов взаимодействия, объединенных в категории Р. Бейлза [3, с. 42], можно зафиксировать определенные формы проявления взаимодействия, экстраполировав их на общественные отношения (табл. 1).

Таблица 1

Сферы и проявление взаимодействия в обществе

<b>Сферы взаимодействия</b>	<b>Проявление взаимодействия</b>
Позитивные/негативные эмоции	Выражение солидарности, согласия, снятие напряжения / Антагонизм, выражение несогласия, создание напряженности
Постановка проблем	Запрос информации, изложение точек зрения, предписаний
Решение проблем	Предложения, указания, действия, координация

В нынешних условиях, когда в российском обществе продолжают модернизационные процессы, активно формируются новые связи и отношения, взаимодействие становится важной составляющей общественных отношений. Смысл и цель этого взаимодействия – гармонизация процесса, при котором совместная деятельность («со-действие») формирует у его участников желание совершить поступок, стать участником социально значимых событий и явлений. Социальное присоединение преобразует форму взаимодействия, позволяя, например, энергию критицизма заместить общественно полезными деяниями. Указанное направление требует соответствующего обеспечения коммуникативными технологиями, использование которых создает «целенаправленный процесс, представляющий собой систему, включающую ряд элементов: индивида, объект действия, средство действия, метод действия, реакцию на действие» [4, с. 84].

Содержание и формы взаимодействия связаны с общественными отношениями и опытом людей. Они являются необходимыми предпосылками функционирования и развития социальных систем, так как «обеспечивают связь между людьми, делают возможным накопление и передачу социального опыта, организацию совместной деятельности, управление и т.д.» [5, с. 202].

Многообразный коммуникативный инструментарий накоплен в связях с общественностью (паблик рилейшнз), которые в настоящее время являются теоретической и технолого-прикладной дисциплиной – «искусством и общественной наукой анализа тенденций, предсказания их последствий, консультирования руководителей и внедрения программ действий, которые служат общественным интересам» [6, с. 5]. По мнению ученых Британского института паблик рилейшнз (IPR), предмет науки паблик рилейшнз – «репутация какого-либо субъекта, который пытается с ее помощью получить поддержку в обществе, повлиять на мнения и поведение людей» [6, с. 5].

Эффективное решение задач взаимодействия субъектов общественных отношений связано с реализацией основополагающих принципов, на которых строятся связи с общественностью. В первую очередь это принцип «гражданского консенсуса, своеобразного общественного договора», присущего демо-

кратическому обществу. Его реализация предполагает профилактику конфликтов, поиск компромиссных решений и инструментов конструктивных взаимоотношений. Еще один ключевой принцип базируется на решении управленческих задач, исходя из знания и согласования интересов, учета ценностей участников коммуникации. «Связи с общественностью возникли из функциональной потребности найти такой способ управления, при котором субъект и объект управления существовали бы не как разнополюсные, подчас антагонистически разделенные субстанции, но как взаимозависимые субъекты общественных отношений» [6, с. 5–7].

Прикладной инструментарий связей с общественностью используется для реализации процедур взаимодействия во многих сферах современного общества. Наиболее активно он применяется в государственных структурах, но основа таких отношений – односторонняя коммуникация, при которой различные группы населения рассматриваются как объект устремлений власти с целью изменения их мнения и отношения, но без учета интересов и позиций. Связи с общественностью – это двусторонняя, симметричная и конструктивная коммуникация, диалогичная по форме, предполагающая установление обратной связи с целевыми аудиториями, обеспечивающая высокую степень вовлеченности участников в социальные процессы, в том числе управленческие.

Сегодня, когда граждане страны перестали быть только потребителями информации, отчетливо видна проблема традиционных СМИ, которые, доминируя на информационном поле, утрачивают статус социальных представителей интересов различных групп и слоев населения, перестают быть аутентичным каналом передачи их интересов, не выполняя свое социальное предназначение.

Сегодня технические возможности СМИ формально позволяют поддерживать двусторонние (интерактивные) связи между гражданами и журналистами, формировать общественное мнение, влиять на процедуры принятия политических решений, но растущая неудовлетворенность деятельностью традиционных СМИ приводит к формированию такого альтернативного канала выражения интересов и мнений граждан, как Интернет, представленный популярными блогами и социальными сетями. Они, как показали события на Манежной площади, способны сделать достоянием общественности социальные проблемы, мобилизовать участие граждан не только на поиск их решений, но и на активные действия.

Таким образом, эффективность взаимодействия во многом определяется количеством и качеством информации, которой располагают и оперируют люди, наличием интерактивных каналов коммуникации, позволяющим установить обратную связь, распространить сведения, сформулировать потребности, интересы, ожидания, конструктивные идеи, а также владением коммуникативных инструментов и методов. Синтез технологий СМИ и публич рилейшнз не только содействует установлению контактов, но также способствует их активизации и реализации на стратегическом и оперативном уровнях.

С целью выяснения технологических приемов публич рилейшнз, которые используются в процессе установления взаимодействия субъектов общественных отношений, в 2009 г. автором был проведен экспертный опрос специалистов по связям с общественностью Тюменской области, работающих на

руководящих должностях в департаментах информации, связей с общественностью, пресс-центрах г. Тюмени и области (рис. 1).

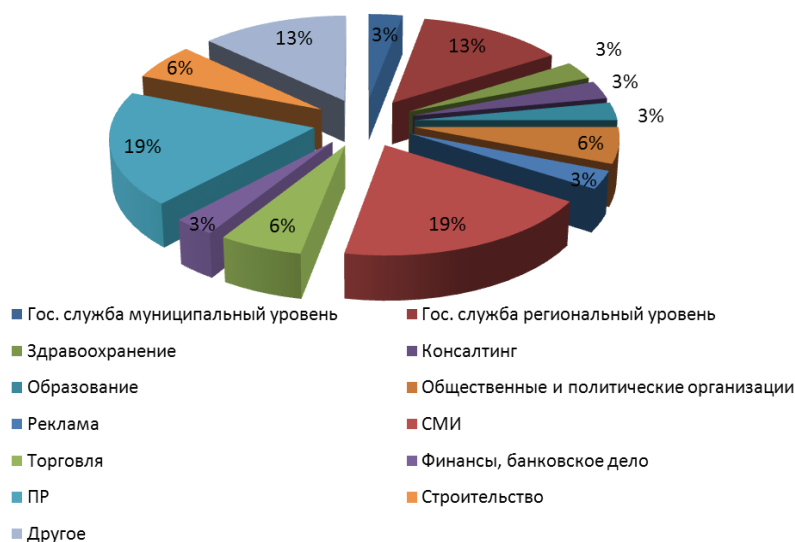


Рис. 1. Сферы занятости экспертов

Всего было опрошено 50 экспертов, среди которых представители государственного и частного секторов, специалисты, работающие в исполнительной, законодательной сферах, в различных коммерческих и бюджетных организациях<sup>1</sup>.

Опрос показал, что в арсенале работников сферы коммуникаций чаще всего используются традиционные способы взаимодействия: семинары, круглые столы – 11 %; участие в изготовлении сувенирно-рекламных материалов – 10 %; презентации – 9 %; пресс-конференции – 8 %; организация и проведение выставок и ярмарок, а также мероприятий для спонсоров предприятия – по 7 %. На первое место эксперты поставили такой коммуникативный ресурс, как личные контакты, – 12 % опрошенных (рис. 2).

Описывая функциональные направления своей деятельности, респонденты отмечали, что в организациях стабильно реализуются специальные события и взаимодействие со СМИ (по 11 %). Далее ответы распределились следующим образом: организация корпоративных коммуникаций – 9 %; проведение социологических/маркетинговых исследований – 9 %; участие в изготовлении сувенирной продукции – 8 %; создание и ведение веб-сайта предприятия – 6 %; написание рекламных и PR-текстов (копирайтинг) – 6 %; оказание консалтинговой помощи руководителям предприятий в вопросах имид-

<sup>1</sup> В опросе приняли участие специалисты по коммуникациям Правительства Тюменской области, Администрации г. Тюмени, работники предприятий нефтегазового сектора («Запсибгазпром», ООО «Лукойл – Западная Сибирь»), банковского сектора («Уралсиб», «Сбербанк России»), служащие агентств по коммуникациям («Пионер», «Профит», «Райд», «Able»), PR-специалисты средств массовой информации (ЗАО ИА «СибИнформБюро», «NewsProm.Ru», ООО «Радио Сити», газеты «Тюменский край» и «Тюменский курьер»), крупнейших предприятий региона («Тюмень Водоканал», Управляющая компания «Растам», «ЗАО Тюменский завод «Очаково») и др.

джейвой и репутационной стратегии – 5 %; спонсоринг – 5 %; выставки и ярмарки – 4 % и др. (рис. 3).

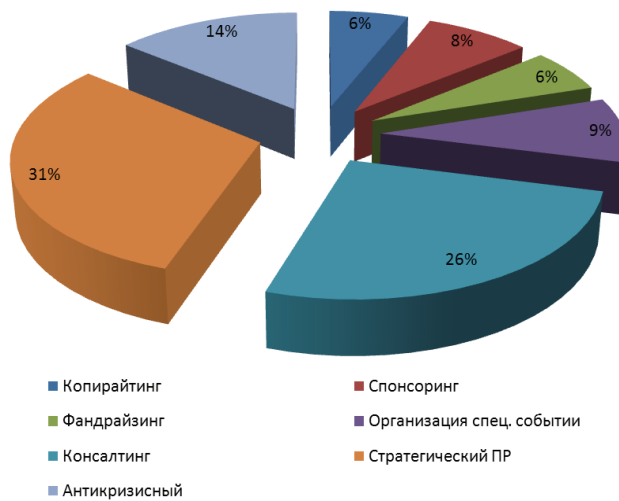


Рис. 2. Использование PR-технологий в организациях Тюменской области



Рис. 3. Направления PR- деятельности в организациях Тюменской области

Респонденты обратили внимание на ряд технологий, которые в регионе развиты недостаточно. Среди них стратегические публич рилейшнз – 31 %; консалтинг – 26 %; технологии антикризисных публич рилейшнз – 14 % (рис. 4).

Становление нового коммуникативного направления в Тюменской области не лишено трудностей и недостатков. На рис. 5 показаны основные проблемы, с которыми сталкиваются специалисты по связям с общественностью. Они связаны с ограниченными финансовыми и временными ресурсами (29 и 22 % соответственно).

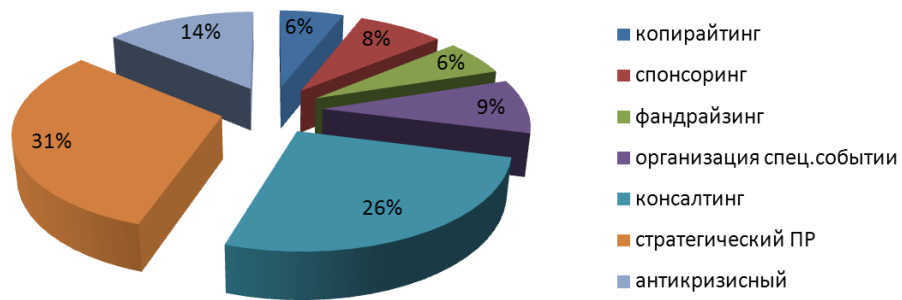


Рис. 4. Низкий уровень использования PR-технологий

Недовольство было высказано в адрес партнеров за ненадлежащим образом предоставленные услуги – 14 %; 7 % голосов набрали такие показатели, как некомпетентный персонал внутри фирмы и его нехватка в целом. Жалуются работники данного профиля и на то, что руководство не уделяет должного внимания PR-деятельности компании – 9 %, а 5 % респондентов считают, что им не хватает личного опыта и знаний (рис. 5).



Рис. 5. Проблемы и трудности специалистов по связям с общественностью

О потенциале развития связей с общественностью, необходимости совершенствовать и развивать PR-технологии свидетельствуют следующие данные опроса: только 10 % респондентов уверены в том, что уровень развития связей с общественностью в регионе высокий; 27 % посчитали его низким; 67 % затруднились с ответом (рис. 6).

Таким образом, региональный опыт развития связей с общественностью как технологической составляющей процесса социального взаимодей-

ствия показывает, что субъекты социальных отношений все чаще прибегают к инструментарию прямых коммуникаций, хотя они требуют качественного улучшения, внедрения инновационных методик и практик.

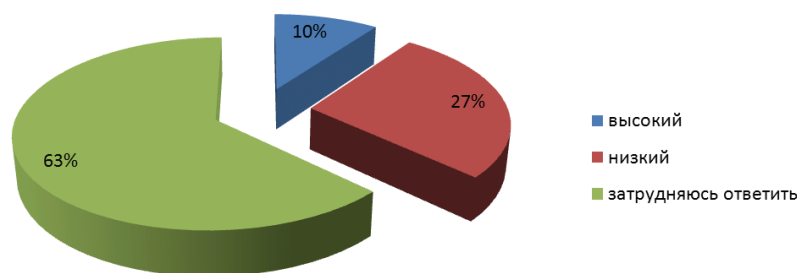


Рис. 6. Уровень развития связей с общественностью в регионе

Профессиональное использование связей с общественностью, наряду с традиционным ресурсом СМИ, способно не только продуцировать и тиражировать информацию, но и гармонизировать общественную среду, предотвращая социальную напряженность и конфликты.

#### Список литературы

1. **Гофман, И.** Представление себя другим в повседневной жизни : пер. с англ. / И. Гофман. – М. : Канон-пресс, изд. Кучково поле, 2000. – 304 с.
2. **Зиммель, Г.** Избранные работы : пер. с нем. / Г. Зиммель. – Киев : Ника-Центр, 2006. – 440 с.
3. Социальная психология / отв. ред. А. Л. Журавлев. – М. : ПЕР СЭ, 2002. – 351 с.
4. **Щепаньский, Я.** Элементарные понятия социологии / Я. Щепаньский. – М. : Наука, 1969. – 127 с.
5. Российская социологическая энциклопедия / под общ. ред. Г. В. Осипова. – М. : Издательская группа НОРМА-ИНФРА-М, 1998. – 672 с.
6. **Ньсом, Д.** Все о PR. Теория и практика публик рилейшнз : пер. с англ. / Д. Ньсом, Т. Д. Ван Слайк, Д. Крукеберг. – М. : Консалтинговая группа «ИМИДЖ – Контакт» : ИНФРА-М, 2001. – 628 с.

#### **Герасимова Галина Ивановна**

кандидат социологических наук, доцент,  
заведующая кафедрой социальных  
технологий, Тюменский государственный  
нефтегазовый университет

E-mail: gerasimova@tsogu.ru

#### **Gerasimova Galina Ivanovna**

Candidate of sociological sciences,  
associate professor, sub-department  
of social technologies, Tyumen State  
Oil and Gas University

УДК 316.472

**Герасимова, Г. И.**

**Технологии связей с общественностью в структуре взаимодействия субъектов общественных отношений** / Г. И. Герасимова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2011. – № 3 (19). – С. 67–73.