

На правах рукописи



НЕВОСТРУЕВА Антонина Федоровна

**ИНСТИТУЦИАЛИЗАЦИЯ ПРЕСС-СЛУЖБ
В СИСТЕМЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**Специальность: 22.00.04 – социальная структура,
социальные институты и процессы**

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук**

Екатеринбург – 2009

Работа выполнена на кафедре социологии и политологии ГОУ ВПО
«Пермский государственный технический университет»

Научный руководитель: доктор социологических наук, профессор
Стегний Василий Николаевич

Официальные оппоненты: доктор философских наук, профессор
Олешко Владимир Федорович

кандидат социологических наук, доцент
Боронникова Галина Александровна

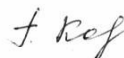
Ведущая организация: кафедра социологии и политологии
ГОУ ВПО «Пермский государственный университет»

Защита состоится « 21 » апреля 2009 года в 15 часов на заседании диссертационного совета Д 212.286.05 по защите докторских и кандидатских диссертаций при ГОУ ВПО «Уральский государственный университет имени А.М. Горького» по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, ауд. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ГОУ ВПО «Уральский государственный университет имени А.М. Горького».

Автореферат разослан « 16 » марта 2009 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
доктор социологических наук,
профессор



Г.Б. Кораблева

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Проблематика коммуникации давно переросла рамки традиционных исследований естественных и гуманитарных наук, и представляет интерес, практически, для всей системы научного познания. XX век, наполненный драматическими катаклизмами во многих сферах нашей цивилизации, динамизмом жизни человечества, на первый план выдвинул проблемы не столько важности общения, сколько важности искусства диалогического взаимодействия. Новое качество развитости современной цивилизации, в основе которой одно из центральных мест занимают коммуникационные процессы, требует теоретического осмысления их места в общественном развитии.

Созданная во второй половине XX века социологическая парадигма «*постиндустриального*» общества стала основой для принципиально новых направлений исследований обществоведческих наук. В рамках данной теории происходило дальнейшее конкретизирование сущностных черт современной цивилизации, постепенно принимающих вид определенных структурированных концепций общества: «*технотронное*», «*постэкономическое*», «*посткапиталистическое*», «*сетевое*», «*программированное*». Именно в это время на Западе рождается чрезвычайно популярная теория, – концепция «*информационно-коммуникационной*» системы общества. На созданной теоретической базе происходит актуализация научных дисциплин, связанных с разработкой проблем коммуникации, что порождает множество направлений исследований.

Всё отмеченное выше относится к проблемам научного познания одного из основных типов коммуникации – *социальной коммуникации*, объектом которой является организованная и структурированная форма общества, т.е. – социальные институты и социальные практики. Высказанная еще в 30-х годах XX века идея о том, что «*общество только кажется статичной суммой социальных институтов: в действительности оно изо дня в день возрождается или творчески воссоздается с помощью определенных актов коммуникативного характера, имеющих место между его членами*»¹, актуальна и в современный период.

В системе связей с общественностью (публик рилейшнз, PR), выступающей в качестве одного из институтов социальной коммуникации, ключевое место занимают пресс-службы. В отличие от зарубежной практики, где

¹ Сепир Э. Коммуникация // Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.: Издат. группа «Прогресс-Универс», 1993. С. 152.

преобладающей организационной формой связей с общественностью являются PR-агентства и фирмы, в российской действительности наибольшее распространение получили именно пресс-службы, за короткое время прошедшие путь от первых форм их организации в высших структурах государственной власти до массового распространения, практически, во всех сферах жизни общества.

Пресс-службы играют основополагающую роль в государственной информационной и коммуникационной политике, в органах местного самоуправления, в коммерческих структурах и общественных организациях. В условиях глобализации информационного пространства владение информацией приобретает особое экономическое и политическое значение. Удовлетворение потребности общества в достоверной информации теоретически обосновывают роль и место современных пресс-служб в жизни общества.

Актуальность проведенного исследования обосновывается также тем, что в современной России пресс-службы, в силу разных причин, все больше влияют на политические, экономические и социальные процессы, являясь механизмом и идеологической составляющей социальной коммуникации. Это влечет за собой необходимость научно-теоретического анализа проблем институционализации пресс-служб в системе связей с общественностью и осмысления их функционирования на практике.

Степень научной разработанности проблемы. Особенностью разработки основных понятий, создания категориального аппарата и обобщающих теорий коммуникации являлись исторические рамки западноевропейской социологии второй половины XIX-начала XX века. Основным объектом исследований были механизмы когнитивного саморазвития человека, а сам процесс коммуникации понимался как факт передачи, восприятия, переработки и понимания сообщения, что в дальнейшем становилось основой консолидации или деструкции общественных отношений – О. Конт, Г. Спенсер, Э. Дюркгейм, Г. Зиммель, Ф. Тённис, Т. Веблен, М. Вебер и др.

В 30-50 годах XX века широкое распространение получает классическая модель коммуникации: *«Кто, что говорит, по какому каналу, кому, с каким эффектом»*² и количественный метод обработки документов – *контент-анализ*³. Создаются теории: *«социального действия»*, *«феноменологического действия»*, *«этнометодологии»*, *«символического интеракциониз-*

² См.: Лассуэлл Г. Структура и функции коммуникации в обществе / Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М., 2000.

³ Гнатюк О.Л. Из истории американской коммуникологии и коммуникавистики: Гарольд Лассуэлл (1902-1978) // Актуальные проблемы теории коммуникации. Сб. научн. трудов. СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. С. 12.

ма», актуализируются созданные еще в начале века «теория кодов», «семиотическая концепция» – Р. Барт, Г. Блумер, Дж. Мид, Ф. Соссюр, Ч. Пирс, А. Шюц, Р.О. Якобсон и др.

В середине XX века появление кибернетики, а затем создание сложных систем искусственного интеллекта приводит к теоретическому оформлению категорий «информация», «коммуникация», «социология коммуникации», «социальная коммуникация», «паблик рилейшнз» – Г. Бейтсон, Л. Берталанфи, Н. Винер, К. Шеннон, У. Эшби и др.

К началу 70-х годов XX века количество теоретических публикаций, а в большей степени, практических работ по различным аспектам социальной коммуникации увеличилось в два раза и достигло 10 тысяч. Особенностью этих публикаций являлось обращение к проблемам «микроуровня» на основе выяснения проблем межличностного общения, организационной идеологии. Создаются работы, содержащие теоретические концепции социальной коммуникации и убедительные научные обоснования PR-работы⁴.

В научной терминологии исследований советского периода синонимом «коммуникации» выступали «взаимодействие, взаимосвязь, взаимоотношения, влияние, процесс развития». В этих рамках активно разрабатывались проблемы содержания коммуникационных процессов в области психологии и социальной психологии, биологии и физиологии, лингвистики и языкознания, зарождающейся культурологии. В нашей стране понятие «коммуникация» в научный оборот начинает входить на рубеже 50-60-х годов XX века, что было связано, как и на Западе, с развитием кибернетики, а затем информатики. Несмотря на прикладной характер социологии, дававшей для систем управления новый источник информации и конкретный исследовательский материал для идеологических органов правящей партии, вопросы изменчивости и эволюции общественных отношений все больше входили в научный оборот, создавая теоретическое и практическое поле для научного дискурса – И.В. Бестужев-Лада, Б.А. Грушин, В.Г. Афанасьев, Л.Н. Коган, В.З. Коган, Л.Г. Ионин, М.Н. Руткевич и др.

Отечественные ученые и практики активно разрабатывают общетеоретические и практические представления о коммуникации⁵, генезисе социаль-

⁴ См.: Бернейз Э. Паблик рилейшнз. М., 1994.; Катлин С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз: Теория и практика. М., 2001.; Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М., 2003.; Блэк С. Паблик рилейшнз: Что это такое? М., 1990.; Бодуан Ж.-П. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство. М., 2001.; Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз. М., 2003.; Grunig J, Hunt T. Managing Public Relations. New York, 1984. и др.

⁵ См.: Гавра Д.П. Основы теории коммуникации: учебное пособие. СПб.: Роза мира, 2005.; Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации. М.: ЮНИТИ, 2002.; Курлов А.Б. Основы теории коммуникации: Учеб. пособие. Уфа: БГУ, 2002.; Основы теории коммуникации: учебник для вузов / Под ред. М.А. Васили-

ных институтов применительно к коммуникационным процессам⁶. Так в работах уральских социологов, философов, историков, политологов, филологов есть интересные исследования, касающиеся современных социальных институтов и институционализации новых социальных практик⁷.

Происходит теоретическое оформление прикладной дисциплины «*связи с общественностью, пиар, PR, публик рилейшнз*». Важной составной частью PR становится выявление этической направленности профессиональной деятельности, её ценностной составляющей. И с этим трудно не согласиться. Однако слабо используется накопленный теоретический и социологический материал, созданный ранее и в новейшее время отечественными учеными⁸. За период с 2000 года появилось большое количество диссертационных исследований по различным типам коммуникации⁹, проблемы социальной коммуникации отражены в 20 диссертациях, рассматриваемые, в основном, на философском, экономическом (организационном), филологическом уровнях, в

ка. М.: Гардарики, 2006.; *Василик М.А.* Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации // Актуальные проблемы теории коммуникации. Сб. науч. трудов. СПб., 2004.; *Володина Я.В., Карпухина О.К.* Деловое общение и основы теории коммуникации. СПб., 2002.; *Федотова М.Г.* Основы теории коммуникации: учебное пособие. Омск: Изд-во ОмГТУ, 2005.; *Шишкина М.А.* История публичной коммуникации. СПб., 2005.; *Конечкая В.П.* Социология коммуникации. М., 1997; *Шарков Ф.И.* Основы теории коммуникации. М., 2002.; *Почепцов Г.Г.* Теория коммуникации. М.-Киев, 2001.; *Яковлев И.П.* Ключи к общению. Основы теории коммуникаций. СПб.: «Аквалон», 2006.; *Кузнецова М.А.* Социальные системы и процессы: методология исследования. Волгоград, 2004.; *Савруцкая Е.П.* Феномен коммуникации в современном мире // Актуальные проблемы теории коммуникации. Сб. науч. трудов. СПб., 2004.; *Кашкин В.Б.* Введение в теорию коммуникации: Учеб. пособие. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2000.; *Переверзев В.Н.* Методологические аспекты теории коммуникации // Теория коммуникации и прикладная коммуникация: Сб. науч. трудов. Вестник Рос. коммуникативной ассоциации. Вып. 1. Ростов н/Д, 2002. и др.

⁶ См.: *Гавра Д.П.* Понятие социального института // Социально-политический журнал. 1998. № 2.; *Макеев С.А.* Социальные институты: классические трактовки и современные подходы к изучению // Социология: теория, методы, маркетинг. 2003. № 4.; *Чудновская И.Н.* Категории системности в коммуникации // Россия и социальные изменения в современном мире. Ломоносовские чтения – 2004. Сб. науч. докладов. М.: МАКС Пресс, 2004.; *Черныш М.Ф.* Социальные институты и мобильность в трансформирующемся обществе. М.: Гардарики, 2005.; *Быченков В.М.* Институты: Сверхколлективные образования и безличные формы социальной субъективности. М.: Рос. акад. соц. наук, 1996.; *Клейнер Г.Б.* Эволюция институциональных систем. М.: Наука, 2004.; *Глотов М.Б.* Социальный институт: определение, структура, классификация // Социс, 2003, № 10. и др.

⁷ *Коган Л.Н.* Социология культуры. Екатеринбург, 1992.; *Андреев Ю.П., Коржевская Н.М., Костина Н.Б.* Социальные институты: содержание, функции, структура. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1989.; *Олешко В.Ф.* Журналистика как творчество. Екатеринбург, 2002.; *Баразгова Е.С.* Нетрадиционная социология в России? // Социс. 1997, № 10.; *Орлов Г.П.* Категории социологии: проблема классификации // Социс. 1997, № 10.; *Корпоративная культура и корпоративные ценности современной фирмы: международный опыт и российская практика* / Под ред. Д.Л. Стровского. Екатеринбург, 2003.; *Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д.* Массовая коммуникация: модели влияния. Как устанавливается повестка дня? Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного ун-та, 2001. и др.

⁸ *Каган М.С.* Философская теория ценности. СПб., 1997.; *Коган Л.Н.* Цель и смысл жизни человека. М., 1984.; *Стегний В.Н.* Личность и будущее. Пермь, 1970.; *Его же.* Осознание личностью своего социального будущего. Пермь, 2007.; *Вишневский Ю.Р., Рубина Л.Я.* Социальный облик студенчества 90-х годов // Социс. 1997, № 10.; *Генин Л.В., Вишневский В.Ю., Кораблева Г.Б.* Кадровый потенциал работы с молодежью // Социс. 1997, №10.

⁹ По сведениям фонда авторефератов РГБ за период с 2000 по 2007 годы защищено 365 кандидатских диссертаций, относящихся к коммуникационной тематике: <http://www.sigla.rsl.ru/>

политической области¹⁰. Теме связей с общественностью, «*паблик рилейшнз, PR, пиар*» посвящено более 60 диссертационных работ¹¹. Исследования деятельности пресс-служб рассредоточены по массам работ, где им отводится подчиненное положение. На сегодняшний день опубликовано только три монографии и два методических совета, специально посвященных пресс-службам, защищено лишь две диссертации¹².

Анализ современной научной литературы и социальной практики выявил, что проблема институциализации пресс-служб в системе связей с общественностью является недостаточно разработанной в социологическом ключе и требует своего научного осмысления.

Объект исследования – система связей с общественностью.

Предмет исследования – институциализация пресс-служб в системе связей с общественностью.

Цель исследования: раскрыть сущность и особенности институциализации пресс-служб в системе связей с общественностью.

Задачи исследования:

- выявить место, роль, значение социальной коммуникации в современном российском обществе;
- раскрыть содержание, структуру, многообразие форм связей с общественностью (пиар, PR, паблик рилейшнз) как института социальной коммуникации;
- выделить и дать характеристику модели организации и деятельности современных пресс-служб, выявить специфику их институциализации в системе связей с общественностью (пиар, PR, паблик рилейшнз);

¹⁰ См.: *Гармаева С.С.* Социальные коммуникации в управлении организацией: автореф. дис....к. социол. н., СПб, 2002; *Громова Т.Н.* Социальная коммуникация в системе государственного управления: региональный аспект: автореф. дис....к. социол. н. Казань, 2002; *Сметана В.В.* Социальная коммуникация: (социально-философский анализ коммуникативных отношений и коммуникативного дискурса): автореф. дис....к. филос. н. Ростов н/Д, 2004; и др.

¹¹ См.: *Зименков А.Б.* Паблик рилейшнз в политике: содержательный и технологический анализ: автореф. дис....к. полит. Н. Ростов н/Д, 2002; *Коханов Е.Ф.* Паблик рилейшнз в сфере групповых взаимоотношений социума: автореф. дис....к. филол. Н. Воронеж, 2005; *Травин М.Ю.* Паблик рилейшнз как инструмент снижения дивергенции внутрифирменных интересов: автореф. дис....к. э. н. Тамбов, 2004; *Кривонос А.Д.* PR-текст как инструмент публичных коммуникаций: дис....д. филол. Н. М., 2002; *Деменцова Н.А.* Социально-экономические особенности формирования паблик рилейшнз (PR) в сфере бизнеса: автореф. дис....к. социол. н. М., 2003; и др.

¹² См.: *Тарасов А.С.* Современная пресс-служба: принципы, методы, практика. М.: Изд-во МГИМО (У) МИД РФ, 2000.; *Ворошилов В.В.* Современная пресс-служба. СПб.: Изд-во В.А. Михайлова, 2005.; *Невоструева А.Ф.* Современная пресс-служба. Пермь: Изд-во ПГТУ, 2007.; *Кривонос А.Д., Ильченко С.Н.* Современная пресс-служба: Методические советы. СПбГУ, 2005; *Петкова Н.О.* Пресс-служба политической партии в современной России: автореф....к. полит. Н. М., 2001; *Ростов В.Н.* Взаимодействие следователя и органа дознания с пресс-службой УВД и средствами массовой информации при расследовании преступления: автореф....к. ю. н. Волгоград, 2002.

– проанализировать особенности работы пресс-служб в базовых социальных институтах;

– оценить перспективы дальнейшей институционализации пресс-служб в системе связей с общественностью (пиар, PR, публик рилейшнз) в современной России.

Теоретико-методологическую основу исследования составили системный подход познания в оценке сущности и внутренней логики коммуникации и коммуникационных процессов, выявление противоречий, как источника непрерывного совершенствования и развития, а также институциональный подход к исследованию социальных явлений, отношений, процессов и взаимодействий.

Сложность и новизна объекта исследования потребовали использование преимуществ междисциплинарного подхода. Работа выполнена на стыке нескольких научных парадигм: *структурно-функциональной теории социальных систем, коммуникативной теории, теории социальных организаций* и ряда других теорий. При анализе сложных процессов коммуникационного характера автор использовал методологические принципы: объективности, историзма, проблемно-хронологический, структурный, аналитический, сравнительный, статистический, что позволяло осуществлять обобщение достигнутых результатов, их научное абстрагирование и моделирование.

Эмпирической базой диссертации явился: а) эмпирический анализ, осуществленный с помощью конкретно-социологических исследований, проведенных диссертантом с 2002 по 2007 годы по направлениям работы пресс-служб на промышленных предприятиях, в органах местного самоуправления, подготовки специалистов в области связей с общественностью. Исследованиями было охвачено 459 человек; б) дедуктивный теоретический анализ, опирающийся на установленные в научной литературе факты; в) ретроспективный анализ материала (по литературным источникам). Ответы респондентов обработаны с помощью программного пакета SPSS 12.0.2. для Windows. В ходе работы использовались также результаты социологических опросов, наблюдений других исследователей, материалы официальной статистики федерального, регионального и местного уровня.

Научная новизна работы.

1. Дано новое определение «*коммуникации*» как неотъемлемого свойства всех объектов и процессов в обществе и природе, источнике развития и взаимодействия.

2. Разработаны и доказаны критерии различия основных типов коммуникации: на уровне диалога (межличностная), больших групп людей (массовая), социальных институтов (социальная), где социальная коммуникация определяется как функция и неперенный атрибут взаимодействия всей структуры базовых институтов организованного общества и социальных практик.

3. Раскрыто содержание деятельности института социальной коммуникации – связей с общественностью (PR, публик рилейшнз), выступающего проявлением общественной потребности, связанной с обеспечением эффективного партнерского публичного дискурса для всего множества социальных субъектов.

4. Раскрыт объективный процесс постепенного перехода связей с общественностью от попыток манипуляции общественным сознанием или идеологического давления на человека к осознанию важности и необходимости взаимодействия «*всего со всем*». Сделан вывод о том, что ведущими в этом процессе стали организационные структуры связей с общественностью первоначально в государственных и экономических институтах общества, а затем культурной, социальной, религиозной и других сфер.

5. Установлено, что преобладающей организационной формой связей с общественностью являются пресс-службы, в ходе генезиса которых формируются основные черты, свойственные социальному институту.

6. Разработана модель оптимизации деятельности пресс-службы.

7. Раскрыты особенности институционализации пресс-служб в системе экономических и политических институтов общества.

В указанных выше положениях научной новизны работы реализован теоретический уровень социологического анализа. Эмпирический уровень социологического анализа реализован в разработке новой методики по исследованию деятельности пресс-служб в системе связей с общественностью.

Научно-практическая значимость работы состоит в выявлении особенностей институционализации пресс-служб в системе связей с общественностью в органах государственной власти, местном самоуправлении, промышленности и бизнес-структурах, учреждениях культуры, организациях гражданского общества, предложении конкретных социальных технологий работы с различными целевыми аудиториями и общественностью, средствами массовой информации.

Предложенные социальные технологии могут использоваться при совершенствовании деятельности современных пресс-служб, быть полезными

при становлении новых знаний, разработке учебных дисциплин, программ, курсов по организации работы пресс-служб, структур, обеспечивающих социальную коммуникацию и связи с общественностью, а также в системе подготовки и переподготовки работников этой сферы. Социологическая информация исследования может применяться для работы современной пресс-службы в экономических, политических, культурных и других институтах общества, как на макро, так и на микроуровнях.

Апробация результатов исследования. Положения и выводы диссертации нашли свое отражение в публикации в рецензируемом издании, монографии «*Современная пресс-служба*», материалах научно-практических конференций по вопросам развития коммуникативного пространства России: Всероссийских (Березники, 1999; Сочи, 2001; Пермь, 2008), региональных (Пермь, 1998), статей в научных сборниках и специализированных журналах, в авторском курсе для студентов «*Современная пресс-служба*».

Основные положения диссертационной работы были обсуждены на заседании кафедры социологии и политологии Пермского государственного технического университета (Пермь, 2009).

Структура и объем работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, включающих 5 параграфов, заключения, библиографического списка, образованного из 319 наименований и 5 приложений. Работа содержит – **4 схемы, 2 таблицы, 12 диаграмм.**

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность исследуемой проблематики, раскрывается степень ее научной разработанности, формулируются объект и предмет, цель и задачи диссертационного исследования, определяются его теоретико-методологические и эмпирические основания. Значительное место отведено анализу литературы, характеризующей степень научной разработанности темы, отражается научная новизна работы, ее теоретическая и практическая значимость, приводятся сведения об апробации научных результатов.

В первой главе «Методология анализа сущности и содержания социальной коммуникации» раскрывается сущность и содержание понятия «*коммуникации*», обосновываются возможности институционального подхода к коммуникационным процессам, выявляются специфические черты, структура и функции социальной коммуникации, дается характеристика свя-

зей с общественностью как института социальной коммуникации, определяется многообразие их современных форм.

В параграфе 1.1. «*Сущность, роль и место социальной коммуникации в функционировании и развитии общества*» автор анализирует существующие в отечественной и зарубежной социологии, других научных дисциплинах интерпретации дефиниции «*коммуникация*». Сделан вывод о том, что состояние современного научного дискурса не позволяет говорить о четком определении феномена коммуникации, что связано с её универсальностью и системной сложностью.

В диссертации обосновывается, что социальная коммуникация является сложным социальным феноменом, внутренняя структура которого определяется объектом и выступает его сущностным атрибутом. Полемизируя с распространенными представлениями о сущности социальной коммуникации автор обосновывает новый подход, при котором *социальная коммуникация имеет собственный объект, на который она направлена и в рамках которого она функционирует – социальные институты и социальные практики*, и что в условиях нестабильности и перманентной трансформации структур, связей и отношений социальная коммуникация выступает важным фактором не только стабильности общества в целом, но и содержательным инструментом обеспечения необходимых изменений. Именно с этой точки зрения научно значимы: системная теория Т. Парсонса, коммуникационная теория Ю. Хабермаса, теория самореферентных систем Н. Лумана и др.

При анализе основных функций социальной коммуникации диссертант обращает внимание на существование латентных (скрытых – по Р. Мертону) функций. К ним он относит: адаптацию, организационную сложность, непрерывность, интегративность и подчеркивает, что если социальная коммуникация не выполняет одну из своих функций, возможно накопление состояния «*ожидания*» до определенной степени, после чего возрастает вероятность или коренной трансформации этого института, или даже его исчезновения. К свойствам социальной коммуникации относятся: *динамизм; эффективность; непрерывность; релевантность; эмерджентность; интенциональность; иллюкитивность*. Выясненное содержание свойства «*релевантности*» позволяет раскрыть относительную самостоятельность и, в то же время, единство коммуникационного потока. Средствами социальной коммуникации являются возможности других видов коммуникации: вербальные и невербальные – из межличностной; рекламы, маркетинга, журналистики, радио, кино, телевидения, Интернета – из массовой. Специфические средства

социальной коммуникации дополняются поиском новых технических возможностей путем создания инструментов искусственного интеллекта.

Взяв за основу анализ различных моделей социальной коммуникации, диссертант отдает предпочтение *«двухсторонней симметричности»*, так как эта модель основывается на осознании необходимости взаимопонимания, *«социальной ответственности»*, партнерства на всех уровнях действия социальных институтов и соответствует содержанию современного этапа развития цивилизации. В тоже время обращает внимание на то, что для большинства пресс-служб России пока реализуется модель *«двухсторонней асимметричности»*, при которой преимущества получает одна сторона диалога, – это связывается с российской традицией *«игнорирования»* общественного мнения.

В параграфе 1.2. *«Связи с общественностью как социальный феномен»* обосновывается развитие связей с общественностью как значимого социального механизма формирования гражданского общества, демократизации всех социальных институтов. Преобразования в России 1990-х годов стали для нашей страны качественно новым этапом развития общества, определили его иной социетальный тип, обусловили не только трансформацию системы социальных институтов, социальной структуры, возникновение новых социальных практик, но и значительные изменения в массовом сознании людей. В обществе возникает потребность в определенном социальном регулирующем инструменте. Социальная сущность и содержание деятельности связей с общественностью, их институциональное оформление влекут за собой попытки исследования этого социального феномена. Рассматривая специфику, структуру и функции связей с общественностью, их информационно-коммуникационную роль, место в системе наук, автор определил, что эта формирующаяся социальная дисциплина, изучающая общество, находится на начальном этапе своего становления. Раскрывая содержание новой для российского общества дефиниции *«паблик рилейшнз»*, указывается, что в обществе существует определенная настороженность к *«PR»*, связанная с широким использованием «грязных» технологий манипулирования общественным сознанием в ходе политических баталий в борьбе за власть в 90-е годы, практически, на всех уровнях: от президентских выборов, до местных избирательных кампаний. Переход к русскоязычному переводу *«паблик рилейшнз, PR»* как *«связи с общественностью»* представляется вполне обоснованным и более правильным. В то же время автор усматривает в слове *«связи»*, с точки зрения семантики русского языка, негативный оттенок, нечто предосуди-

тельное. Поэтому предлагает другой вариант использования понятия «PR» – «*взаимодействие с общественностью*». Такой подход представляется более соответствующим сути данного социального феномена в новых условиях перехода от конфронтации и противоборства к политике открытого диалога и партнерства (сотрудничества).

Не меньшую трудность диссертант усматривает в определении самого понятия «PR, *паблик рилейшнз, связей (взаимодействия) с общественностью*». Оно сложилось на основе трех подходов: функционального, деятельного и интерпретационного. Социологический анализ позволил считать, что ни один из них не даёт ответа на онтологический вопрос о предмете связей (взаимодействия) с общественностью. Автор предлагает, на основе системного подхода к понятию социальной коммуникации, следующее определение: *связи (взаимодействие) с общественностью – это есть институт социальной коммуникации, цель которого – формирование эффективной системы публичных коммуникаций социальных объектов и обеспечение условий для установления партнерских, доверительных (комплицированных) отношений с общественностью, между социальными институтами, а также внутри самих институтов.*

Данный подход сложился из выявления диссертантом сущностных характеристик институционализации и социальных институтов. Теоретические представления, социологический анализ дали возможность представить институционализацию PR, пресс-служб как процесс, складывающийся в обществе в результате деятельности коллективных социальных субъектов (в том числе и индивидуальных), выражающий формирование новых ценностей и идеалов общества, потребностей, закрепляющихся в сознании людей в качестве примеров (образцов) общественного поведения, а также в политическом, идеологическом, правовом, этическом, психологическом, религиозном, философском и научном сознании.

На базе основных *функций* связей (взаимодействия) с общественностью в диссертации раскрыты такие специфические функции как: *директивная, консультативная, формирование и продвижение собственного имиджа и репутации*. Сложный и противоречивый характер утверждения нового института автор связывает также с распространенным смешением PR с такими понятиями как: реклама, пропаганда, лоббирование, паблисити, маркетинг.

Диссертант считает, что отражением общественной потребности в существовании связей (взаимодействия) с общественностью стало включение в 2003 году в классификатор профессий новых специальностей: «*заместитель*

директора по связям с общественностью», «начальник отдела по связям с общественностью», «менеджер и специалист по связям с общественностью», «пресс-секретарь», создаваемая система подготовки специалистов в этой области в рамках высшего профессионального образования. Автор опирается на результаты социологического исследования 2002 года по проблемам уровня подготовки данных специалистов, – около 50% студентов, участвовавших в опросе, удовлетворены преподаванием специальности; почти 40% уже с третьего курса обучения начинают свою трудовую деятельность по будущей специальности. Среди тех, кто уже трудился в сфере связей с общественностью – 37% убеждены в необходимости получения базового образования по этой специальности. В то же время существует мнение, что для работы в сфере PR профиль базовой специальности не играет существенной роли (21,7%), или достаточно любого гуманитарного образования (5,8%).

Анализ опыта работы крупнейших корпораций России, бизнес-структур, органов государственной власти, муниципалитетов, позволил автору разработать *оптимальную модель организации департамента (службы)* по связям (взаимодействию) с общественностью, преимущества которой определяются нормами и правилами социального института.

В параграфе 1.3. «*Многообразие современных форм связей с общественностью*» рассматривается процесс погружения общества в социальную коммуникацию как среду, необходимую для его нормального функционирования, когда связи (взаимодействие) с общественностью выступают как материальное воплощение этой среды. Взаимодействие множества структурных единиц социума порождает многообразие форм связей с общественностью, а важнейшим элементом здесь выступает *общественность*. Автор предлагает термин, используемый в социологии, рекламе, киберпространстве – *целевая аудитория*, указывающий на адресное взаимодействие конкретного социального института, позволяющий применять апробированный механизм мониторинга социального пространства, выявлять ожидания, предпочтения, прогнозировать возможные последствия тех или иных действий, способствующий установлению комплицированных (доверительных), партнерских отношений, формирующий положительное общественное мнение к миссии организации для обеспечения ее успешной деятельности и ведению социально ответственного бизнеса.

По мнению автора, одной из самых сложных областей осуществления связей (взаимодействия) с общественностью является институт государственной власти и местного самоуправления, так как он представляет чрезвы-

чайно сложное поле многочисленных, подчас противоречивых, личностных, групповых, корпоративных, экономических и иных интересов. Умение выстраивать взаимоотношения с учетом общественного мнения является одним из важных элементов государственной политики. Именно в органах государственной власти появились первые организационные структуры PR. Причем, в повседневной практике работы отделов и служб по связям (взаимодействию) с общественностью политических институтов наибольшую сложность представляют этические проблемы, связанные с решением двуединой задачи: ответственность перед своей организацией и перед общественностью. Попытки использовать PR-структуры для пропаганды «успехов администрации» не позволяют повсеместно, считает диссертант, в полной мере реализовать современную содержательную модель взаимодействия с общественностью.

Вместе с тем, в диссертации отмечается, что в сфере деятельности экономических институтов становление структур связей (взаимодействия) с общественностью происходит в достаточно сильной конкуренции с системой менеджмента, утвердившегося в качестве идеологии управления гораздо раньше. PR рассматривается здесь как развитие новой коммуникационной составляющей искусства управления. Автором доказано, что в условиях перехода от практики стратегического планирования к созданию *идеологии стратегического управления*, на первый план выходит личность и ее социальное обустройство, инновационность, необходимость непрерывных изменений в самой организации, успешность взаимодействия с общественностью и социальными институтами. Эту роль все активнее берут на себя организационные структуры связей (взаимодействия) с общественностью. Выполнение в полной мере своих социальных задач дает возможность сформировать базу нематериальных активов компании, усиливающих её капитализацию при оценке акций на фондовом рынке – *бренд*, основой которого выступают *репутация, имидж, корпоративная культура, а также фирменный стиль*. В диссертации обращается внимание на тот фактор, что в организационных структурах складывающегося российского гражданского общества происходит объективный процесс осознания необходимости перехода к новым формам взаимодействия с другими социальными институтами, общественностью именно на профессиональной основе.

Во второй главе «Особенности институционализации пресс-служб в системе связей с общественностью в условиях трансформации российского общества» представлен анализ процесса становления организацион-

ных структур связей (взаимодействия) с общественностью: пресс-служб, PR-агентств, консалтинговых фирм, приобретающих основные черты социальных институтов, где центральное место занимают пресс-службы. Автор обращает внимание на незавершенность институционализации пресс-служб, показывает проблемы складывания и оформления этой организационной структуры, определяет перспективы и направления дальнейшего развития пресс-служб. Представлен анализ содержания этапа институционализации, как *«процесса, в ходе которого социальные практики становятся достаточно регулярными и долговременными, так что их можно представить в качестве институтов»*¹³.

В параграфе 2.1. **«Современная модель организации и деятельности пресс-служб»** раскрыто место пресс-службы в системе PR-деятельности как основного содержательного звена и преобладающей организационной формы. По мнению автора в современных исследованиях недооценивается социальная значимость пресс-служб, а предпочтение отдается коммерческим структурам – PR-агентствам и консалтинговым фирмам. Представлены результаты социологических исследований: среди промышленных предприятий города Перми 73% имеют самостоятельные структуры пресс-служб. В системе государственного управления они играют ключевую роль в информировании общественности, целевых аудиторий и являются основными инструментами и механизмами власти. Диссертант считает, что созданная в 1994 году профессиональная ассоциация пресс-служб России и появление в перечне специализаций государственного образовательного стандарта по специальности 350400 – связи с общественностью направления 01 – современная пресс-служба, способствуют институционализации пресс-служб. Автор определяет цели, задачи, функции и направления деятельности пресс-служб, где решающее значение отводит формированию информационной и коммуникационной политики, созданию единого информационного пространства организаций, тактической и стратегической работе с целевыми аудиториями, антикризисному менеджменту, выделяет особенности коммуникационной политики пресс-служб, принципы деятельности, обеспечивающие эффективное взаимодействие власти с гражданами, предприятия с персоналом, клиентами, органами власти и контролирующими организациями, населением, конкурентами и другими целевыми аудиториями, важность использования такого информационного ресурса – как сайт в Интернете.

¹³ Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б.С. Социологический словарь / Под ред. С.А. Ерофеева. М.: Экономика, 2004. С. 233.

В диссертации предложена структура пресс-служб, отражающая основные направления их деятельности. Обоснованы должностные обязанности, права, ответственность пресс-секретаря, занимающего в ней одно из центральных мест. Диссертант обращает внимание на важность научного управления общественным мнением и осуществление контроля за эффективностью проводимых мероприятий, где на первом месте в работе пресс-служб находится проведение, анализ и использование результатов социологических исследований.

В параграфе 2.2. «*Практика институционализации пресс-служб в современной российской действительности*» проанализированы результаты социологических исследований среди руководителей пресс-служб промышленных предприятий, бизнес-структур и госучреждений города Перми, муниципалитетах Пермского края.

В работе показано, что за два десятилетия новейшего времени российские пресс-службы государственных органов власти буквально «*пробежали*» путь развития, на который в других странах ушло сто лет. Первые пресс-службы появляются именно в государственной сфере, уже к 1995 году они были созданы в 24 министерствах и 89 регионах. Пресс-службы в России, используя новую профессиональную PR-терминологию, практически, стали выполнять многие идеологические функции, характерные для правящей партии советского периода. Автор опирается на результаты проведенного Академией государственной службы России социологического исследования в 31 субъекте Российской Федерации, выявившее основные направления их деятельности, среди которых *пять приоритетных*: *обеспечение связи (взаимодействия) с гражданами и их объединениями; содействие сотрудничеству с гражданами и их объединениями в разработке и реализации программ и решений; содействие реализации законодательства; обеспечение гласности, открытости в работе администрации; содействие становлению институтов гражданского общества.* Однако только 20% пресс-служб внедрились симметричную двухстороннюю модель связей (взаимодействия) с общественностью, при которой обеспечиваются комплицированные (доверительные) отношения с общественностью. Диссертантом сделан обоснованный вывод о том, что пресс-службы зачастую превращаются *в бюрократический обслуживающий инструмент* связей (взаимодействия) со СМИ, обеспечение визитов руководителей, публичных мероприятий и др. И в этом проявляется противоречивый характер институционализации пресс-служб. Указывается, что другая картина в пресс-службах местных органов власти, акционер-

ных обществах, где их возглавляют опытные и авторитетные профессионалы, занимающие ключевую управленческую позицию в иерархической системе организации. В силу этих причин руководители пресс-служб имеют больше управленческих возможностей оказывать влияние на содержание социальных процессов, формирование общественного мнения, информационного и коммуникационного взаимодействия власти, общественности, СМИ и других целевых аудиторий.

В диссертации обращено внимание на создание и институционализацию пресс-служб в органах местного самоуправления, реформа которого определяется законом № 131 «*Об общих принципах местного самоуправления в Российской Федерации*», принятом в 2003 году. Пермский край стал одним из немногих регионов страны, где данный закон действует без переходного периода с начала 2006 года. В муниципалитетах создаются пресс-службы для обеспечения установления взаимодействия местной власти и населения. В проведенных автором социологических исследованиях пресс-служб муниципальных образований края выявлен ряд серьезных проблем, с которыми сталкиваются новые структуры. На первом месте стоит кадровая проблема: только 4% имеют базовое специальное образование, 8% прошли переподготовку в области PR, опыт работы 93% специалистов составляет менее одного года. Вторая по своей важности проблема: определение управленческой роли и места пресс-служб в общей структуре местного самоуправления. Только 20% муниципалитетов имеют утвержденные положения о пресс-службе и должностные обязанности специалистов. Третья проблема: конфронтационные отношения глав муниципалитетов со СМИ, суть которых в претензиях глав на свою исключительность в определении информационной редакционной политики и препятствиях на печать критических материалов о действиях чиновников муниципалитетов, коммерциализация отношений администраций сельских, районных, городских поселений и СМИ.

Выявлено, что *в экономической сфере* деятельность пресс-служб имеет существенные особенности, связанные с многообразием форм собственности и организационных форм. Осознание необходимости формирования отношений с общественностью пришло в экономику достаточно быстро. Уже в начале 90-х годов в крупнейших российских компаниях появляются первые управленческие структуры в виде департаментов, управлений, отделов по связям (взаимодействию) с общественностью, в составе которых находились пресс-службы, наделяемые управленческими функциями.

Раскрыв институционализацию пресс-служб в системе связей (взаимодействия) с общественностью, диссертант подчеркивает, что современный отечественный опыт ориентирован на усиление роли пресс-служб в выполнении ими социально значимой функции обеспечения взаимосвязи между социальными структурами, формировании общественного мнения и влиянии на информационную и коммуникационную политику. Для достижения поставленных перед ними целей, пресс-службы в своей деятельности руководствуются законодательными и нормативными актами РФ, Кодексом профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью, а также кодексами корпоративного поведения.

Учитывая, что социология еще не выработала определенных позиций относительно институционализации пресс-служб, автор, опираясь на социологические исследования и анализ научно-теоретической литературы и социальную практику, дает благоприятный прогноз процессу преобразования пресс-служб в социальный институт.

В **заключении** сформулированы основные выводы диссертационного исследования и представлены рекомендации по институционализации пресс-служб в системе связей (взаимодействия) с общественностью.

Статья в ведущем рецензируемом научном журнале и издании, определенном ВАК РФ:

1. Невоструева, А.Ф. Методологические аспекты изучения социальной коммуникации / А.Ф. Невоструева // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. № 33 (73): Аспирантские тетради. Ч. 1. (Общественные и гуманитарные науки). Научный журнал. – СПб., 2008. – С. 331-335. (0,3 п. л.).

Учебное пособие:

2. Невоструева, А.Ф. Современная пресс-служба / А.Ф. Невоструева. – Пермь: Изд-во ПГТУ, 2007. – 261 с. (16,0 п.л.).

Научные статьи в сборниках и периодических изданиях, тезисы докладов и выступлений:

3. Уралсвязьинформ. Семь чудес. / Автор и руководитель проекта А.Ф. Невоструева. – М.: Пресс-центр, 2004. – 114 с. (7,0 п.л.).
4. Невоструева, А.Ф. К истории образования и развития Пермского телевидения / А.Ф. Невоструева // Архивы и современная история Прикамья (к 60-летию образования Пермской области): Тезисы докл. и выст. науч.-практич. конфер. – Пермь, 1998. – С. 86-89. (0,25 п.л.).

5. Невоструева, А.Ф. Меценатство, благотворительность, спонсорство: общее и особенное / А.Ф. Невоструева, Н.А. Невоструев // Историко-культурное наследие: новые открытия, сохранение, преемственность. Матер. Всерос. науч.-практич. конфер. – Березники, 1999. – С. 204-208. (0,3 п.л. / 0,15 п.л.).
6. Невоструева, А.Ф. К вопросу о формировании и развитии единого информационного пространства при объединении операторов связи Уральского региона / А.Ф. Невоструева // Работа служб по связям с общественностью по формированию имиджа компании и раскрытию информации в период реорганизации: Тезисы докладов Всерос. совещ. Министерства РФ по связи и информатизации. – Сочи, 2001. – С. 53-55. (0,2 п.л.).
7. Невоструева А.Ф. Журналистика и PR: мир взаимовлияния // Пермская журналистика: история, социум и культура. Матер. Всерос. науч.-практич. конфер. «Социально-культурное пространство региона: традиции, опыт, инновационные модели». – Пермь, 2008. – С. 54-59. (0,37 п.л.).
8. Невоструева, А.Ф. К нашему слову прислушиваются: Пресс-служба: общественные связи Уралсвязьинформа / А.Ф. Невоструева // Наша газета. – 1999. – № 9. – С. 12-13. (0,12 п.л.).
9. Невоструева, А.Ф. Цена вопроса – в отношении к клиенту / А.Ф. Невоструева // Наша газета. – 2000. – № 4. – С. 1-2. (0,12 п.л.).
10. Невоструева, А.Ф. Сделал добро – получил проблему / А.Ф. Невоструева // Наша газета. – 2001. – № 15. – С. 3-4. (0,12 п.л.).
11. Невоструева, А.Ф. За стратегию тотальной вежливости / А.Ф. Невоструева // Наша газета. – 2001. – № 19. – С. 4. (0,06 п.л.).
12. Невоструева, А.Ф. Здесь мне дали возможность реализоваться / А.Ф. Невоструева // Наша газета. – 2002. – № 8. – С. 8-9. (0,12 п.л.).
13. Невоструева, А.Ф. Доброе имя стоит дорого / А.Ф. Невоструева // Наша газета. – 2004. – № 5. – С. 41-51. (0,7 п.л.).
14. Невоструева, А.Ф. Функции коммуникатора / А.Ф. Невоструева // В круге жизни. – 2007. – № 2. – С. 27-28. (0,12 п.л.).
15. Невоструева, А.Ф. Коммуникации с общественностью / А.Ф. Невоструева // В круге жизни. – 2007. – № 4. – С. 24-25. (0,12 п.л.).
16. Невоструева, А.Ф. К вопросу о социальной коммуникации / А.Ф. Невоструева // АНТРО: Анналы научной теории развития общества. – Пермь, 2008. – Вып. 4. – С. 48-57. (0,6 п.л.).

НЕВОСТРУЕВА Антонина Федоровна

ИНСТИТУЦИАЛИЗАЦИЯ ПРЕСС-СЛУЖБ
В СИСТЕМЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

22.00.04 – социальная структура,
социальные институты и процессы

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Подписано к печати 24.02.2009. Формат 60×84 1/16
Бумага офсетная. Печать плоская. Гарнитура Times New Roman Cyr.
Усл. печ. л. 1,2. Усл. кр.-отт. 1,2. Уч.-изд. Л. 1,1.
Тираж 120 экз. Заказ № _____.

ГОУ ВПО «Пермский государственный технический университет»
614000, г. Пермь, Комсомольский пр., 29 а.