

УДК130.2:659.441
DOI 10.21661/r-113129

Г.В. Баранов

Функции связи с общественностью

Аннотация

В статье исследуется значение связи с общественностью в осуществлении прав человека и идеалов человечества; характеризуется специфика связи с общественностью в информационной культуре убеждения; функции связи с общественностью объясняются по критерию деятельности оптимизации социальных взаимодействий на основе идеалов культуры.

Ключевые слова: культура, функции связи с общественностью, оптимизация социальных взаимодействий.

G.V. Baranov

Functions of public relations

Abstract

The article reveals the importance of communication with the public in the implementation of human rights and the ideals of mankind; characterized by the specificity of public relations in the information culture of belief; PR functions are explained on the criterion of optimization of activity of social interactions on the basis of cultural ideals.

Keywords: culture, functions of public relations, optimization of social interactions.

В Российской Федерации 28 июля 2003 года Министр труда и социального развития подписал постановление об официальном признании трёх квалификационных характеристик должностей руководителей и одной должности специалистов по направлению «Связи с общественностью» в Общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов.

В культуре России и государств человечества слово и понятие «Связи с общественностью» функционирует в многочисленных значениях с середины 19 века. Специалисты истории культуры утверждают о первом употреблении термина «Связи с общественностью» в культуре США на английском языке в форме словосочетания «Public Relations» (в сокращении – PR). В 1807 г. Президент США Т. Джефферсон (1743–1826) впервые в культуре человечества использовал это слово в значении политической информационной деятельности по созданию доверия между группами общественности США в условиях американской версии (модели) демократического политического режима в государстве [1; 2, с. 4].

В политической культуре США в период деятельности Президента США Эндрю Джексона (1767–1845) в 1829–1833 гг. была создана первая профессия –

пресс-секретарь Президента США – с основной целью – создание положительного имиджа (оценки) деятельности высшего должностного лица США. Дополнительными функциями пресс-секретаря США являлись: воспитание патриотизма граждан США; создание имиджа свободолюбивого и справедливого гражданина США. В культуре США в период 30-х гг. XIX века понятие «Public Relations» имело общественно-политическое патриотическое значение – «действия ради общего блага». Общественное независимое от политической культуры государства значение связи с общественностью впервые было создано в экономической и социологической культурах США в 90-е гг. XIX в. В 1883 году директор фирмы «Белл телефон компани» Т. Вайль направил местным отделениям фирмы указание проанализировать качество услуг и ценовую политику для изучения общественного мнения потребителей услуг их компании.

В условиях глобализации человечества реализация проблем рыночной экономики невозможна без эффективного применения методов насилия и убеждения в социальных взаимодействиях государств и социальных групп [3], социально ответственной деятельности организации [4] и гражданского общества в государ-

стве [5]. В условиях XXI в., по мнению специалистов, основное содержание деятельности работников системы «связи с общественностью» состоит в создании («разработке») эффективных коммуникативных технологий, механизмов общения, обмена мнениями и достижения взаимопонимания во всех системах общественного бытия человека, в том числе независимо от политики и идеологии [6].

Основные значения слова и понятия «функция»: слово латинского языка, переводимое на русский язык словами «исполнение», «отправление»; роль, назначение существования объекта; обязанности деятельности индивида (людей) и иных классов общественных (социальных) групп и общностей в определённой системе общественной и (или) личной жизни [7; 8, с. 40].

Специалистами созданы различные группировки функций связи с общественностью. Например, основными функциями признаются: аналитическая функция – анализ влияния политики, процедур и действий на группы общественности; коммуникативная – установление и поддержание двусторонних отношений между организацией и группами общественности; корректирующая функция – уточнение («модификация») элементов деятельности организации (актора) в ситуациях возникновения неоптимальных противоречий потребностям групп общественности и организации; мониторинговая функция – систематический контроль сознания, мнений, отношений и поведения внутри и вне организации [9].

Наиболее важные специализированные («конкретные») функции связи с общественностью: позиционирование объекта связи с общественностью; возвышение имиджа, или «управление репутацией», или «возвышением над конкурентами»; антиреклама, или снижение имиджа, «чёрный PR»; отстройка от конкурентов; контрреклама, или «отмыв»; прогнозирование кризисов; изучение общественного мнения; создание единого фирменного стиля и фирменных стандартов; исследование эффективности акций; повышение стоимости компании (предприятия); удержание постоянных клиентов; работа с персоналом; психотерапия руководства и партнёров. Теоретик и практик связи с общественностью из США Эдвард Бернейз выделил три абстрактные главные функции системы связи с общественностью – информировать, убеждать (воздействовать), объединять людей [9].

Проблематика связи с общественностью различных классов организованных субъектов (акторов) общества, в том числе органов власти, актуализируется в системах российской культуры и образовательной деятельности с 90-х годов XX века под действием фак-

торов обеспечения прав человека в условиях глобализации и последовательной демократизации общественной жизни россиян [10].

По критериям принятых Организацией Объединённых Наций (ООН) документов с общим названием «Международный билль о правах человека» государства и организации обязуются всемерно поддерживать право народа на самоопределение и множество общечеловеческих прав и единичного человека. В статье первой «Всеобщей декларации прав человека» утверждается: «Все люди рождаются свободными и равными в своём достоинстве и правах. Они наделены разумом и совестью и должны поступать в отношении друг друга в духе братства» [11]. Статья первая документов ООН – «Международный пакт о гражданских и политических правах», «Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах» – отличается строгостью категорического суждения: «Все народы имеют право на самоопределение. В силу этого права они свободно устанавливают свой политический статус и свободно обеспечивают своё экономическое, социальное и культурное развитие» [11].

Специалисты связи с общественностью реализуют ценностные критерии прав народа и человека на жизнь в условиях гуманных методов социальных взаимодействий в культуре человечества [12]. Противоречия современной стадии эволюции субъектов общества, обладающих властными возможностями, оптимизируются в системах связи с общественностью с применением ценностных средств информационной культуры убеждения.

По критерию реализации ценностного содержания в деятельности организации основная (глобальная) функция системы связи с общественностью – обеспечение социальных взаимодействий в режимах реализации общечеловеческих идеалов гуманности, справедливости, добра, истины, рациональности, гармонии и иных, обоснованных в философской культуре человечества [13]. Информационная культура убеждения, основанная на идеалах, осуществляется в системах «антихаотной сущности человеческой деятельности» [14; 15] в конкретных ситуативных и закономерных состояниях доверия и взаимопонимания групп общественности, взаимодействующих со специализированными акторами общества. В условиях противоречий глобализующейся культуры, системы связи с общественностью создают основу формирования оптимистического мировоззрения человека [16, с. 56], а также закрепляют убеждение в осуществлении идеалов справедливости, гармонии, гуманности в период своей вещественной жизни [17].

Литература

1. Связи с общественностью как социальная инженерия / Под ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной. – СПб.: Речь, 2005. – 336 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pr-engineering.narod.ru/>
2. Баранов Г.В. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2016. – 112 с.

3. Баранов Г.В. Философия политики, государства и права: практикум: учебное пособие. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2012. – 260 с.
4. Баранов Г.В. Глобальные аспекты стандартизации социальной ответственности организации / Г.В. Баранов, Ю.И. Антонова // Вестник СибАДИ. – Выпуск 2 (48). 2016. С. 143–146.
5. Баранов Г.В. Концепция социальной ответственности в гражданском обществе России // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. №2 (44). – Часть 1. Февраль – С. 64–65. DOI: 10.18454/irj.2016.44.097.
6. Баранов Г.В. Модели связи с общественностью в корпоративном управлении // Актуальные вопросы развития экономики: материалы межд. научно-практ. конф. / Г.В. Баранов, Н.В. Парамонов // Омск: Параграф, 2013. – С. 262–265.
7. Баранов Г.В. Функции философии в культуре глобализирующегося человечества // Международный научно-исследовательский журнал. – 2015. – №2 (33). – С. 36–38.
8. Баранов Г.В. Фактор философии в культуре общества // Гуманитарные науки: Коллект. науч. Монография / Под ред. Н.Р. Красовской. – М.: Интернаука, 2016. – Том 1. – Глава 2. – С. 30–46.
9. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью / Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. // – М.: Кнорус, 2012. – 272 с.
10. Баранов Г.В. Проблема прав человека в философии политики // Двадцать вторые апрельские экономические чтения: Материалы межд. научно-практ. конф. / Под ред. В.А. Ковалева, А.И. Ковалева. – Омск, 2016. – С. 252–257.
11. Документы ООН [Электронный ресурс]. – Режим доступа – <http://www.un.org/ru/documents>
12. Баранов Г.В. Философия культуры и морали: практикум: учебное пособие. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2012. – 260 с.
13. Баранов Г.В. Философский практикум: Учебное пособие: Под ред. В.Н. Лавриненко. – 2-е изд. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 528 с.
14. Баранов Г.В. Деятельность в бытии. – Мюнхен: AVM, 2013. – 198 с.
15. Гуманитарность и социальность: актуальные проблемы: Колл. монография / Г.В. Баранов [и др.]; гл. ред. Г.В. Баранов. – Мюнхен, 2013. – 196 с.
16. Баранов Г.В. Факторы философии и мировоззрения в бытии человека // Успехи современной науки. – 2016. – №6. – Том 4. – С. 55–58.
17. Баранов Г.В. Ценность в культуре // Успехи современной науки и образования. – 2016. – №7. – Том 5. – С. 39–41.