

Ю.С. Плиски (6 курс, каф. МБ), А.А. Миролюбов, к.э.н., доц.

PUBLIC RELATIONS В СТРУКТУРАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ: УСЛОВИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ

Цель доклада состоит в том, чтобы показать, что институт public relations является неотъемлемым элементом и атрибутом государственных служб. С каждым годом связи с общественностью становятся все более значимой сферой деятельности российских компаний, государственных структур, общественных организаций. Это вызвано появлением в российском обществе отношений нового типа, вызванных к жизни процессами демократизации политической системы и формированием в экономике России рыночных структур и отношений. Только в условиях демократии, провозглашенных и реализованных прав человека может возникнуть такая форма самоорганизации общественных отношений, как public relations (PR).

Необходимость применения технологии PR в структурах государственной службы возникает как следствие кардинальных изменений в политической системе России. Характер этих изменений можно было бы охарактеризовать как движение из плоскости одностороннего давления со стороны государства и государственных структур в плоскость взаимозависимости, что обуславливает необходимость налаживания эффективных механизмов двустороннего общения. В этих условиях методы принуждения и диктата в деятельности государства становятся все менее функциональными, уступая место функциям представления и координации усилий различных групп населения в решении общественно значимых вопросов, выработки общей линии и стратегии действий. Нетрудно различить за этими процессами логику демократических принципов общественного устройства – конечной цели реформирования нашего общества.

Движение России к демократии характеризуется серьезными и подчас неразрешимыми противоречиями. При этом нельзя недооценивать тот факт, что российская демократия – это не просто демократия переходного периода, которой еще предстоит вызреть, накапливая опыт и втягиваясь в русло мирового исторического развития. Это демократия с иными, чем на Западе принципами, обусловленными историческими особенностями развития нашей страны. Особенности становления и развития института PR в сфере государственной службы в значительной степени обусловлены проблемами и противоречиями становления демократии в нашей стране.

Говоря об условиях функционирования служб PR в структурах государственной службы, нужно отметить следующие принципиально важные моменты:

1. На протяжении многих веков доминирующую роль в жизнедеятельности общества играло государство, вобрав в себя все сферы проявления человеческой активности. В обозримой исторической перспективе роль государства в модернизации России, цементировании ее основ, по всей видимости, сохранится. Это накладывает особую ответственность на специалистов по связям с общественностью, работающих в государственном секторе, ведь технологии PR могут применяться не в общественных, а в сугубо корпоративных интересах. Этот факт особенно важен в свете недостаточной развитости механизмов гражданского контроля за деятельностью государственных структур, о чем речь пойдет далее.
2. Государственный аппарат в определенной степени сохраняет приверженность старым методам государственного управления. В этих условиях одним из приоритетных направлений деятельности служб по связям с общественностью в государственных структурах является работа с внутренней общественностью, то есть содействие

реформированию структур государственной службы в направлении открытого диалога с населением, понимания целей, принципов и механизмов работы специалистов по связям с общественностью.

3. Недостаточно развиты институты гражданского общества, призванные выполнять принципиально важные для демократии функции контроля за деятельностью государства, а также представления и отстаивания интересов граждан в органах государственной власти. В этих условиях перед службами PR в государственном секторе стоит задача содействия становлению институтов гражданского общества посредством стимулирования инициативы “снизу”. Среди институтов гражданского общества наиболее развитыми с точки зрения артикуляции и отстаивания интересов являются группы давления. Эти группы представляют важнейшую целевую аудиторию для служб PR в государственных структурах

Интересы большей части населения пока слабо представлены в политическом процессе. Это обусловлено рядом факторов: несовершенством государственного управления, отсутствием эффективных механизмов воздействия на органы государственной власти, особенностями функционирования российских СМИ, неразвитостью института общественного мнения. Неотъемлемым элементом гражданского общества являются независимые СМИ. Однако в силу разных причин большинство из них не стали реально свободными и испытывают на себе влияние финансово-промышленных групп. Этот факт, в числе прочих, определяет стратегию и тактику служб PR государственного сектора в отношении СМИ.

Выводы. Любая организация существует в экономической, культурной, социальной и политической среде. Каждый вид среды имеет своих носителей (производителей) и “элементарные частицы” – материальные продукты, духовные ценности, социальные блага. Политическая среда включает в себя разнообразные решения, вырабатываемые правительством, местными властями, политическими партиями, самими организациями. В связи с этим можно выделить следующие функции PR-служб на политической арене:

1. Информационная активность (реклама, статьи, исследовательские материалы, речи, интервью и др.).
2. Политические действия и участие в выборах (самостоятельная деятельность, поддержка кандидатов, создание комитетов политического действия).
3. Воздействие на властные структуры (формирование коалиций, письма, лоббирование).
4. Участие в разработке юридических документов и проведение их в жизнь.