

Связи с общественностью - как феномен мировой культуры

Научный руководитель – Будникова Наталья Сергеевна

Дылыкова Туяна Эрдынеевна

Студент (бакалавр)

Бурятская государственная сельскохозяйственная академия им. В.Р.Филиппова,
Улан-Удэ, Россия

E-mail: tdylkova1917@mail.ru

Современный мир переживает немало противоречий, связанных со становлением информационно-цивилизационной цивилизации; преодолению их может служить качественно новая система взаимоотношений между обществом и государством, где роль посредника выполняет институт связей с общественностью, обеспечивающий реализацию таких принципов строительства гражданского общества, как интегративность, коммуникативность, толерантность, а также выполняющий интегративную роль в обеспечении целостности системы культуры.

Характер и темпы происходящих в обществе трансформационных процессов зависят во многом от особенностей культурной среды, в которой они происходят, а также от духовных ценностей, на которых строится данное общество. Связи с общественностью, как искусство и наука достижения гармонии с внешним окружением (а это и есть главная их цель) посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности [1], способствуют установлению взаимопонимания между отдельными группами общественности и организациями. А также помогают сложному дифференцированному обществу принимать решения и действовать более эффективно. Это обеспечивается за счет обработки большого количества информации и дальнейшего ее распределения по каналам коммуникации службами по связям с общественностью. Они обеспечивают гармонизацию индивидуальной и общественной деятельности.

Связи с общественностью активно включены в процесс производства духовных ценностей. Так, например, практик в сфере связей с общественностью анализирует, обобщает факты, наблюдения, события повседневной жизни, тем самым формирует ценностные убеждения и суждения типа «добро-зло», «истина-ложь». Специалисты по связям с общественностью постоянно отбирают из культурного и духовного поля то, что полезно, важно и необходимо для удовлетворения интересов своего субъекта, что обеспечит ему выживание и развитие, а что противостоит этому. Благодаря связям с общественностью формируются такие духовные образования, как стереотипы, традиции, своего рода неписанные законы. Именно здесь проявляется комплексная природа связей с общественностью, которая взаимодействует как с обыденным, так и со специфическим сознанием, интегрирует в своей структуре элементы общественной психологии, идеологии, культуры, общественной жизни и т.д. .

Действительно, специалисты по связям с общественностью стали создателями и проводниками деловой этики и специфической эстетики бизнес-среды, характерной для той сферы деятельности, которую они обслуживают, обеспечивая непрерывный процесс взаимодействия и преобразования информационного пространства. Связи с общественностью, выполняя свою функцию контроля и регулирования, являются создателями культуры поведения индивидов и всего общества в целом.

Для культурной сферы связи с общественностью - это средство, соединяющее рынок досуга, рекламную стратегию, интересы учреждений и организаций культуры и потребителей культурных ценностей. Совершенно очевидно, что сегодня любая организация

или компания выполняет в обществе определенную социальную роль и должна нести ответственность за плоды своего труда перед обществом, в котором она функционирует. В современных условиях, когда в крупных культурных проектах активное участие принимает общественность, учет её мнения, умение воздействовать на нее, обладание необходимым количеством информации становятся неперенными условиями реализации этих проектов [2]. В последние десятилетия, когда растут информационные потребности общества, наблюдается бурный рост влияния информационной власти. Непосредственным носителем такого рода власти в силу основных своих функций является институт связей с общественностью.

Таким образом, связи с общественностью являются носителем и транслятором культурных ценностей в обществе. Благодаря PR-усилиям и воздействию средств массовой информации и осуществляется трансляция культурной информации (идей, образов) на общество. Средства массовой информации должны способствовать с одной стороны, развитию у общественности собственных культурных этносов, сохранению культурных традиций, с другой - интеграции культур всех народов в систему мировой культуры для дальнейшего взаимообогащения культуры этих народов. Культурный фактор, безусловно, важен в коммуникации. Задача специалистов по связям с общественностью здесь состоит именно в том, чтобы через канал массовых коммуникаций (газеты, журналы, телевидение, радио, публичные выступления и т.д.) выстроить механизм, который бы способствовал формированию гражданского общества и культурной интеграции всего мирового сообщества [3].

Изучение роли института связей с общественностью как феномена культуры актуализируется на данный момент рядом обстоятельств: во-первых, развитием высоких информационных технологий в условиях глобализации и созданием единого информационного и культурно-коммуникативного пространства; во-вторых, формированием новой идеологии, направленной на образование гражданского общества со свойственными ему особенностями культуры; в-третьих, активным возрождением этнического самосознания многих народов [4].

Источники и литература

- 1) 1. Блэк С. Паблик Рилейшнз. Что это такое? М.: Новости, 1990. С. 58.
- 2) 2. Луман Н. Общество как социальная система / пер. с нем. А. Антоновского. М.: Логос, 2004. С. 118.
- 3) 3. Луман Н. Медиа коммуникации / пер. с нем. А. Антоновского. М.: Логос, 2005. С. 94.
- 4) 4. Мальковская И.А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. М.: КомКнига, 2005. С. 157.