

На правах рукописи



ГЕРАСИМОВА ГАЛИНА ИВАНОВНА

**ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ СВЯЗЕЙ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ:
СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ**

Специальность 22.00.08 – социология управления

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени
доктора социологических наук

Тюмень, 2016

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования
«Тюменский индустриальный университет»

Научный консультант:

Барбаков Олег Михайлович,
доктор социологических наук, профессор

Официальные оппоненты:

Акулич Евгений Михайлович,
доктор социологических наук, профессор,
декан факультета социально-культурных технологий, заведующий кафедрой социально-культурной деятельности, культурологии и социологии ФГБОУ ВО «Тюменский государственный институт культуры»

Зборовский Гарольд Ефимович,
доктор философских наук, профессор
кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина», Заслуженный деятель науки Российской Федерации

Ильиных Светлана Анатольевна,
доктор социологических наук, профессор,
и.о. заведующего кафедрой социологии ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления»

Ведущая организация:

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова»

Защита состоится «03» марта 2017 года в 09.00 часов на заседании диссертационного совета Д.212.273.03 при Тюменском индустриальном университете по адресу: 625039, г. Тюмень, ул. Мельникайте, дом 70, ауд.812.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Тюменского индустриального университета и на сайте: <http://www.tyuiu.ru>

Автореферат разослан «30» ноября 2016 г.

Учёный секретарь
диссертационного
совета, кандидат
социологических
наук, доцент

Л.В. Ребышева

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Современное состояние российского общества, для которого характерны разобщённость, противоречивость, глобальная нестабильность, общественное неравенство и снижение уровня жизни, безусловно, требует поиска новых подходов, а также анализа функционирования социальных институтов в системе социального управления, основанного на принципах общественного диалога и взаимодействия, способных снять остроту социального напряжения.

В настоящее время отечественные трансформации проявляют себя в неустойчивости социальной структуры, существенном спаде социально-экономических показателей, в глобальных внешних вызовах. В этих условиях принципиальное значение имеет принятие согласованных управленческих решений, формирование единого информационно-коммуникативного пространства, использование новейших технологий, обеспечивающих социальный консенсус и общественную консолидацию.

Процессы реформирования, модернизации общественных структур и форм социального управления детерминируют изменение информационно-коммуникативного пространства общества, что актуализирует роль социальных коммуникаций, в том числе связей с общественностью, которые обеспечивают переход от убеждающего воздействия к управленческому взаимодействию на принципах согласования интересов, партнёрства и транспарентности. В то же время существующий узкий, прагматический взгляд на связи с общественностью является сдерживающим фактором перехода к новым общественным отношениям, способным формировать консенсус и системное доверие в обществе. Преодоление этой проблемы возможно посредством институционализации связей с общественностью, которая в состоянии обеспечить устойчивость социальных процессов, их регулирование на всех управленческих уровнях, а также позволяет установить долгосрочные и системообразующие связи между социальными институтами.

Наблюдаемые явные пробелы в изучении теории и практики связей с общественностью требуют определения границ концептуального и эмпирического анализа, что и обосновывает заявленные проблемные поисковые задачи. Прежде всего, существует противоречие между практикой связей с общественностью, реализуемой в различных социальных институтах, и недостаточным научным осмыслением их места и роли в обществе.

Анализ связей с общественностью в системе социального управления позволяет включить в исследовательское поле факторы социально-экономической и информационно-коммуникативной трансформации, изучить институционализацию связей с общественностью в качестве коммуникативной составляющей управления, что способствует нивелированию отчуждения социальных субъектов от сферы управления, обеспечивает транспарентность и диалогичность общественных отношений и, следовательно, динамическую устойчивость российского общества.

Связи с общественностью в системе социального управления обеспечивают координацию социального взаимодействия на макро-, мезо - и микроуровнях, что актуализирует процесс институционализации, позволяющей системно и целенаправленно регулировать общественные процессы, направленные на удовлетворение информационно-коммуникативных потребностей современного российского общества. Вследствие этого, определение места связей с общественностью как формирующегося института в системе социального управления, их включение в

практику социального взаимодействия как способа управления общественными отношениями является важнейшей поисковой задачей, что и обусловило актуальность заявленной темы научного исследования.

Степень научной разработанности проблемы.

Анализ ретроспективного и современного состояния связей с общественностью обнаруживает значимость их изучения на основе комплексного социологического подхода, опирающегося как на традиционные теории, так и на новые концептуальные построения. Изучение социума в условиях доминирования информационно-коммуникативных процессов строится, исходя из положений теории информационного общества, представленной учёными: Д. Беллом, Э. Гиденсом, М. Кастельсом, Э. Тоффлером, Ф. Уэбстером и др.¹ Данной проблематике уделяли внимание и отечественные учёные: И. Милюхин, А. Киселёв, С. Коновченко, И. Мальковская, А. Урсул и другие², которые детально анализируют управленческие процессы, констатируя расширение социального взаимодействия в эпоху глобализации, выявляя направления и изменения институциональной трансформации, определяя тенденции дальнейшего развития информационного общества. Работы В. Карпичева, Л. Мехришвили, Г. Осадчей, Н. Скок, В. Франчука³ позволяют проанализировать связи с общественностью в структуре социальной политики, изучить поведение и деятельность субъектов общественных отношений.

Научные принципы Р. Мертона, Т. Парсонса и др.⁴ используются в ходе структурно-функциональной интерпретации предмета и объекта исследования. В работе рассматривалась теория социального действия как проявление социальной активности взаимноориентированных субъектов (М. Вебер, Э. Дюркгейм, Г. Зиммель, Н. Луман, Т. Парсонс). Данные теории получили своё развитие в феноменологической социологии Ж. Лиотара, А. Шюца и в теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса⁵.

Труды Ю. Аверина, О. Барбакова, М. Белоножко, П. Друкера, Н. Костко, А. Пригожина, П. Романова, В. Франчука и др.⁶ позволяют определить закономер-

¹ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – М.: Academia, 1999; Гидденс Э. Устроения общества: Очерк теории структуризации. – М.: Академический Проект, 2005; Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000; Тоффлер Э. Шок будущего – М.: ООО «Издательство АСТ», 2002; Уэбстер Ф. Теории информационного общества. – М.: Аспект-пресс, 2004.

² Милюхин И.С. Информационное общество: истоки проблемы, тенденции развития. – М.: МГУ, 1999; Коновченко С.В., Киселев А.Г. Информационная политика в России. – М.: Изд-во РАГС, 2004; Мальковская И.А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. – М.: Едиториал УРСС, 2004; Урсул А.Д. Информатизация общества. Введение в социальную информатику. – М.: Академия общественных наук, 1990.

³ Карпичев В.С. Организация и самоорганизация социальных систем: словарь. – М.: Изд-во РАГС, 2009; Мехришвили Л.Л. Социальная политика: концептуальные подходы. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2006; Осадчая Г.И. Социальная сфера общества: теория и методология социологического анализа. М.: Союз, 1996; Скок Н.И., Ухабина Т.Е. Формирование современного рынка социальных услуг. Тюмень: ТюмГНГУ, 2009; Франчук В.И. Политика и менеджмент как составляющие социального управления // Социально-гуманитарные знания. – 2006. – № 4.

⁴ Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. – М.: АСТ: Хранитель, 2006; Парсонс Т. О социальных системах. – Москва: Академический Проект, 2002.

⁵ Лиотар Ж.-Ф. Феноменология. – СПб.: Лаб. метафиз. исслед. при филос. фак. СПбГУ: Алетейя, 2001; Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб.: Наука, 2006.

⁶ Аверин Ю.П. Люди управляют людьми: модель социологического анализа. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1996. – 143 с.; Барбаков О.М. Регион как объект управления // Социс. – 2007. – № 7.; Белоножко М.Л., Крысин Н.И. Специфика управления монопрофильными городами Тюменского севера // Социологические исследования. – 2002. – № 7.; Друкер П. Классические работы по менеджменту. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008; Костко Н.А. Прогнозно-нормативное проектирование в системе социального управления развитием региона. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2004.; Пригожин А.И. Современная социология организаций. – М.: Интерпракс, 1995; Романов П.В. Социологические интерпретации менеджмента: исследования управления, контроля и органи-

ности процесса социального управления и выйти на теоретико-методологические обобщения теории связей с общественностью, представленные в рамках указанной концепции. В работе учтены управленческие аспекты концепций: «социосистемы» (И. Ансофф), «общества потребления» (Ж. Бодрийяр), «общества спектакля» (Э. Ги Дебор); «манипуляции сознанием» (С. Кара-Мурза); «коммуникативного действия» (Ю. Хабермас), «обезличенности» (М. Хайдеггер) и др.⁷

Особое значение имеют результаты научных исследований региональной специфики социального управления, которые экстраполируются на процесс становления и развития новой социальной практики. В связи с этим анализ новейших трансформационных процессов, проходящих в России, поиск новых, адекватных происходящим изменениям направлений теоретико-методологического обеспечения управления социальными системами базируются на трудах В. Бакштановского, К. Барбаковой, О. Барбакова, Ю. Конева, А. Мамедова, Л. Тонышевой и др.⁸

Осознание необходимости решения задач по достижению взаимопонимания, установлению доверия и общественного сотрудничества обуславливает научный интерес к характеристике связей с общественностью как элемента системы коммуникативного управления. Этой проблеме уделяют внимание авторы: Ф. Джефкинс, С. Емельянов, Ф. Китчен, В. Кузнецов, Т. Лебедева, Д. Маркони, С. Оливер, А. Рева, М. Шишкина и др.⁹ Концептуальные основы связей с общественностью как формирующегося социального института опираются на труды М. Вебера, Т. Веблена, Т. Лукмана, Г. Спенсера, Я. Щепаньского. Авторы Г. Атаманчук, Г. Щёкин и др.¹⁰ анализируют структуру и функции института управления. Идеи отечественных и зарубежных ученых: В. Гаврилюк, В. Добренькова, С. Кирдиной, Г. Клейнер, С. Кравченко, Д. Норта, Л. Седова¹¹ – лежат в основе подхода к инсти-

заций в современном обществе. – Саратов: СГТУ, 2000; *Франчук В.И.* Политика и менеджмент как составляющие социального управления // Социально-гуманитарные знания. – 2006. – №. 4.

⁷ *Ансофф, И.* Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989; *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Культурная революция, Республика, 2006; *Ги Дебор Э.* Общество спектакля. – М.: Логос, 2000; *Кара-Мурза С.Г.* Манипуляция сознанием. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2000; *Хабермас Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб.: Наука, 2006; *Хайдеггер М.* Основные проблемы феноменологии. – СПб.: НОУ «ВРФШ», 2001.

⁸ *Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В.* Прикладная этика: лаборатория ноу-хау. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2009. – Т.1. Испытание выбором: игровое моделирование как ноу-хау инновационной парадигмы прикладной этики; *Барбакова К.Г., Барбаков О.М., Гаврин А.С., Костко Н.А.* Искусство управления городом: социальные эксперименты на виртуальном пространстве. Тюмень: ТюмГНГУ; Курган: ФГУИПП «Зауралье», 2005; *Конев Ю.М.* Регионы как объект федерального управления. – Тюмень: Вектор Бук, 2000.; *Мамедов А.К., Литай Т.П.* Социальная стигматизация. – М.: ИД «АТИСО», 2008; *Тонышева Л.Л.* Формирование и регулирование корпоративной культуры современной организации // Искусство разработки и реализации стратегии: новое видение: монография – Новосибирск: ЦРНС – Изд-во «СИБПРИНТ», 2008.

⁹ *Джефкинс Ф., Ядов Д.* Паблик рилейшнз. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003; *Емельянов С.М.* Теория и практика связей с общественностью. СПб.: Питер, 2005; *Китчен Ф.* Паблик рилейшнз: принципы и практика. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004; *Кузнецов В.Ф.* Связи с общественностью: теория и технологии. М: Аспект Пресс, 2005; *Лебедева Т.Ю.* Паблик рилейшнз. Корпоративная и политическая режиссура. – М.: Изд-во МГУ, 1999; *Маркони Д.* PR: полное руководство. – М.: Вершина, 2006; *Оливер С.* Стратегия в паблик рилейшнз. – СПб: Издательский Дом «Нева», 2003; *Рева А.В.* Связи институтов власти с общественностью в системе социальных коммуникаций (региональный аспект). Дис. ... канд. соц. наук. – Пенза, 2005; *Шишкина М.А.* Связи с общественностью в системе социального управления. Дис. ... д-ра соц. наук. – СПбГУ, 1998.

¹⁰ *Вебер М.* Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990; *Веблен Т.* Теория праздного класса – М.: Прогресс, 1984; *Лукман Т.* Планирование общения и интересубъективное приспособление перспектив коммуникативных жанров // Социальные процессы на рубеже веков: феноменологическая перспектива. Научные труды. – М.: МГИМО, 2000; *Спенсер Г.* Личность и государство. – Челябинск: Социум, 2007; *Щепаньский Я.Ю.* Элементарные понятия социологии. – М.: Прогресс, 1969; *Атаманчук Г.В.* Теория государственного управления. – М.: Омега-Л, 2009.; *Щёкин Г.В.* Теория социального управления: Монография. – К.: МАУП, 1996.

¹¹ *Гаврилюк В.В.* Становление системы образования региона. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 1998; *Добреньков В.И., Кравченко А.И.* Фундаментальная социология. – М.:

туциональному управлению в связях с общественностью, который изучают В. Комаровский, А. Рева, Э. Сидельник, М. Шишкина и др.¹² Институционализация понимается в трактовке С. Хандингтона, считавшего, что благодаря этому процессу «<...> организации и процедуры приобретают ценность и устойчивость».¹³

Для раскрытия темы исследования имеют значение работы, обосновывающие коммуникацию как когнитивное основание связей, обратную связь и процессы формирования общественного мнения и общественных отношений (Н. Винер, Н. Луман, А. Соколов, Ю. Хабермас, П. Шампань, К. Ясперс и др.).¹⁴ Новые концептуальные направления анализа социальных коммуникаций, лежащих в основе социологической концепции связей с общественностью, предложены Т. Адамьянц, В. Васильковой, Д. Гаврой, Т. Дридзе, В. Конецкой, И. Мальковской, О. Матяш и др.¹⁵ Оценку трансформации коммуникативных моделей в контексте теорий партиципаторной и делиберативной демократии дают Б. Барбер, К. Пейтман, Ю. Хабермас.¹⁶ Б. Барбер считает, что партиципаторная модель демократии не служит достижению цели, но сама является целеполаганием, инициирующим активность граждан. Особое внимание уделено анализу трудов специалистов в области дискурсивного анализа (Т. ван Дейк, О. Русакова, М. Фуко и др.).¹⁷

Проанализированы работы, посвящённые современным проблемам связей с общественностью, а также труды, описывающие прикладные аспекты и конкретные виды деятельности данной сферы, в которых подчёркивается специфика установления понимания, налаживания обратной связи между коммуникантами

ИНФРА-М, 2004. – Т. 5. *Кравченко А.И.* Социология в 3 т. Т.3. Социальные институты. – М.: ИНФРА-М, 2001; *Курдина С.Г.* Теория институциональных матриц: в поисках новой парадигмы // Социология и социальная антропология. – 2001; *Клейнер Г.Б.* Эволюция институциональных систем. – М.: Наука, 2004; *Кравченко С.А.* Социология модерна и постмодерна в динамически меняющемся мире. – М.: МГИМО-Университет, 2007; *Норт Д.* Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Пер. с англ. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997; *Седов Л.А.* Институт социальный // Современная западная социология. М.: Политиздат, 1990.

¹² Управление общественными отношениями / *Комаровский В.С., Валовая М.Д., Василенко А.Б.* – М.: Изд-во РАГС, 2003; *Рева А.В.* Связи институтов власти с общественностью в системе социальных коммуникаций (региональный аспект). Дис. ... канд. соц. наук. – Пенза, 2005; *Сидельник Э.А.* Институционализация публичных отношений в современном российском обществе. Автореферат... кандидата соц. н. – Таганрог, 2007.; *Шишкина М.А.* Публичных отношений в системе социального управления. – СПб.: Изд-ва «Лаллада-медиа» и СЗРЦ «РУСИЧ», 2002.

¹³ *Хандингтон С.* Политический порядок в меняющихся обществах. – М.: Прогресс-Традиция, 2004.

¹⁴ *Винер Н.* Кибернетика и общество. – М.: Иностранная литература, 1958; *Луман Н.* Введение в системную теорию. – Москва: Логос, 2007; *Соколов А.В.* Введение в теорию социальной коммуникации. – СПб.: СПбГУ, 1996; *Хабермас Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб.: Наука, 2006; П. Шампань. Делать мнение: новая политическая игра. – М.: Socio-Logos, 1997; *Ясперс К.* Смысл и назначение истории. – К. – М.: Политиздат, 1991.

¹⁵ *Адамьянц Т.З.* Диалог или воздействие? // «III Сорокинские чтения»: социальные процессы в современной России: традиции и новации»: материалы Всерос. науч. конф. – М.: КДУ, 2007. – Т.2; *Василькова В.В.* Междисциплинарность как когнитивная практика (на примере становления коммуникативной теории) // Коммуникация и образование. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество. – 2004; *Гавра Д.П.* Основы теории коммуникации. – М.: Питер, 2011; *Дридзе Т.М.* Социальные коммуникации в управлении с обратной связью // Социс. – 1998. – № 10.; *Конецкая В.П.* Социология коммуникации. – М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997.; *Мальковская И.А.* Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. – М.: Едиториал УРСС, 2004; *Матяш О.И.* Теория коммуникации и прикладная коммуникация / Вестник Российской коммуникативной ассоциации. Вып. 2 / Под общ. ред. И.Н. Розиной. – Ростов н/Д: ИУБиП, 2004.

¹⁶ *Barber B.* Participatory Democracy. // Encyclopedia of Democracy. Vol. 3. New York, 1995. – P.923; *Pateman C.* Participation and democratic theory. – Cambridge, University Press: Cambridge, 1970. – 119 p.; *Хабермас Ю.* Вовлечение другого: Очерки политической теории. – СПб.: Наука, 2001.

¹⁷ *Дейк Т.А. ван.* Язык. Познание. Коммуникация. – Благовещенск: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000.; *Русакова О.Ф., Русаков В.М.* PR-дискурс: Теоретико - методологический анализ. – Екатеринбург: УрО РАН, Институт международных связей, 2008.; *Фуко М.* Археология знания. – К.: Ника-Центр, 1996.

(И. Алешина, Э. Галумов, А. Ротовский, Г. Тульчинский).¹⁸ Такой же подход можно обнаружить у представителей американской и европейской школы связей с общественностью: Г. Даулинга, Ф. Китчена, Ф. Сайтэла, Р. Хейвуда, Т. Pleil, D. Wilcox, P. Ault, W. Agee и др.¹⁹ Научный анализ категориального аппарата, объекта, предмета, функций связей с общественностью, их онтологический статус проанализированы Л. Варустиным, В. Ганжиным, С. Емельяновым, А. Кривоносовым, Е. Кохановым, Е. Кузнецовым, И. Кужелевой - Саган, С. Клягиным, Е. Осиповой, М. Шишкиной.²⁰

Основная сущностная характеристика связей с общественностью – взаимодействие – раскрывается на основе работ классиков философской и социально-политической мысли: Т. Гоббса, Дж. Локка, Н. Макиавелли, Плутарха, Ж.-Ж. Руссо и других мыслителей.²¹ Дополняют настоящие концепции научные положения о социальном взаимодействии как процессе обмена действиями между двумя и более субъектами, как их социальном диалоге (М. Бахтин, Т. Ньюкомб, Т. Дридзе и др.).²² Давая характеристику институциональному диалогу, А. Зайцев считает его формой взаимодействия с целью нахождения «общественного консенсуса и взаимопонимания, поиска и выявления общих интересов, транспарентного определения в процессе переговоров социальных приоритетов, позиций, согласования мнений и <...> выработки управленческих решений и мер».²³

Сущностный характер связей с общественностью – социальное взаимодействие, цель которого – регулирование отношений между его участниками на основе

¹⁸ Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров. – М.: ИКФ «ЭКМОС», 2002; Галумов Э. Основы PR. – М.: Летопись XXI, 2004; Ротовский А.А. Системный PR. – Днепропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2006; Тульчинский Г.Л. PR фирмы: технология и эффективность. – СПб.: Алетейя, 2001.

¹⁹ Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. – М.: ИНФРА-М, 2003; Китчен Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004; Сайтэл Ф.П. Современные паблик рилейшнз. – М.: Консалтинговая группа «Имидж-контакт»; ИНФРА-М, 2002; Хейвуд Р. Все о public relations. – М.: Лаборатория Базовых Знаний, БИНОМ, 1999; Pleil Т. Community Relations for German Universities, in: Public Relations Review, Vol. 31, Issue 3, Sept. 2005; Wilcox D., Ault P., Agee W. Public Relations: Strategies and Tactics – New York City: HarperCollins College Publishers, 1995.

²⁰ Варустин Л. Расставим акценты: К определению понятия «предмет науки PR» // PR-диалог. – 1998. – №2; Ганжин В.Т. Паблик рилейшнз. Что это значит? Введение в средоведческую коммуникологию. – М.: Изд. МНЭПУ, 1998; Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. – СПб.: Питер, 2005; Кривоносов А.Д. Российская наука о связях с общественностью: парадигмы развития // Петербургская школа PR и рекламы: от теории к практике. Вып. 4. – СПб.: Роза мира, 2006; Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. – СПб.: Питер, 2010; Коханов Е.Ф. Теоретические и методологические основы PR-деятельности. – М.: РИП-холдинг, 2004; Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. М.: Аспект Пресс, 2005; Кужелева-Саган И.П. Научное знание о связях с общественностью (PR): Философский анализ. – М.: ЛИБРОКОМ, 2011; Клягин С.В., Осипова Е.Н. Игра в «классики»: методология PR-коммуникации и динамика научных парадигм // Актуальные проблемы теории коммуникации. – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004; Осипова Е.А. Аксиологические основания теории связей с общественностью в условиях глобализации: автореферат дис. ... доктора философских наук. Москва 2011; Шишкина М.А. Связи с общественностью в системе социального управления. Дис. ... д-ра соц. наук. – СПбГУ, 1998.

²¹ Гоббс Т. Левиафан, или материя, форма и власть государства церковного и гражданского. – М.: Мысль, 2001; Локк Дж. Сочинения в 3-х томах: – Т.1. / Ред. И.С. Нарский, А.Л. Субботин. – М.: Мысль, 1985; Макиавелли Н. Государь. Рассуждения о первой декаде Тита Ливия. – СПб.: Азбука, 2000; Плутарх Сравнительные жизнеописания в 3-х т. / Отв. ред. М.Е. Грабарь-Пассек. – М.: Издательство Академии наук СССР, Т. 2. – 1961; Руссо Ж.Ж. Об общественном договоре: трактаты. – М.: ТЕРРА-Кн. клуб: КАНОН-пресс-Ц, 2000.

²² Бахтин М.М., Бочаров С.Г., Бернштейн Г.С. и др. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979; Newcomb Т.М. The acquaintance process – New York, Holt, Rinehart and Winston, 1961 – 303 p.; Дридзе Т.М. Социальные коммуникации в управлении с обратной связью // Социс. – 1998. – № 10.

²³ Зайцев А.В. К вопросу об институционализации диалога государства и гражданского общества в социально-политическом дискурсе современной России // Общество: политика, экономика, право. – 2011. – № 3.

методологии «soft systems» (SSM) – рассматривает П. Чекланд.²⁴ Обоснование поиска новых инструментов взаимодействия в обществе строится на теориях Г. Николаса, И. Пригожина, В. Степина,²⁵ представляющих собой нелинейную динамику, переход к неравновесному состоянию общества, что обуславливает рост неопределенности преобразований, их спонтанность, нелинейность и парадоксальность. Современный анализ сетевого взаимодействия рассматривается, исходя из подходов Р. Абрамова, Р. Коллинза,²⁶ Дж. Ритцера, которые указывают на то, что «в информационную эпоху одна из главных тенденций в развитии сетевого анализа – его смещение от рассмотрения социальных групп и социальных категорий к исследованию связей <...>».²⁷

Особое значение имеет аксиологический (ценностный) подход к связям с общественностью, который опирается на труды Э. Дюркгейма, С. Клягина, В. Котляровой, Е. Осиповой, Ю. Пахомова, Ю. Павленко, Т. Чапли.²⁸ На одну из таких ценностей указывал Э. Дюркгейм, рассматривающий общественную солидарность в качестве базовой потребности социального субъекта. В. Котлярова постулировала ценности как абсолютные, безусловные и всеобщие категории социума. На основании этого делается вывод о сущностной характеристике связей с общественностью – социальном взаимодействии, целью которого является координация ценностно-смысловых солидарных взаимоотношений.

Место организационных структур по связям с общественностью в системе управления современного общества определяют И. Василенко, Г. Даулинг, Е. Калиберда, В. Кузнецов и др.²⁹ Социологический анализ позволяет представить связи с общественностью в контексте конструирования новой реальности, социальных полей, механизмов формирования ценностных установок и мнений (П. Бергер, Бодрийяр, П. Бурдье, Т. Лукман, Ж. Тощенко).³⁰ Обоснование тезиса о цели функционирования связей с общественностью в системе социального управления – установлении доверия как социального явления – строится, исходя из работ зарубежных и отечественных учёных, постулирующих идеи о доверии /недоверии – структурном элементе социальной интеракции и управленческой

²⁴ Checkland P. *Systems Thinking, Systems Practice: Includes a 30-Year Retrospective*. – NJ: Wiley, 1999.

²⁵ Николас Г. *Познание сложного: Введение*. – М.: Мир, 1990; Пригожин А.И. *Современная социология организаций*. – М.: Интерпракс, 1995; Степин В.С. *Саморазвивающиеся системы и постнеклассическая рациональность // Вопросы философии*. – 2003. – № 8.

²⁶ Абрамов Р.Н. *Сетевые структуры и формирование информационного общества // Социологические исследования*. – 2002. – № 3.; Коллинз Р. *Четыре социологические традиции*. М.: Территория будущего, 2009.

²⁷ Ритцер, Дж. *Современные социологические теории*. – СПб.: Питер, 2002.

²⁸ Дюркгейм Э. *О разделении общественного труда*. – М.: Канон, 1996.; Клягин С.В., Осипова Е.Н. *Игра в «классики»: методология PR-коммуникации и динамика научных парадигм // Актуальные проблемы теории коммуникации*. – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004; Котлярова В. В. *Парадигмы аксиологического познания: философско-методологический анализ / Автореферат дисс. ...уч. степени доктора фил.* – Ростов н/Д, 2015; Идентичности и ценности в эпоху глобализации / Под ред. Ю.Н. Пахомова, Ю.И. Павленко – Киев: Наукова думка, 2013.; Чапля Т.В. *Аксиология информационного взаимодействия: теоретико-методологический анализ*. – Новосибирск: Наука, 2006.

²⁹ Василенко И. *Связь с общественностью в государственных организациях и местных органах власти: зарубежный опыт // Проблемы теории и практики управления*. – 2003. – № 4; Даулинг Г. *Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности*. – М.: ИНФРА-М, 2003; Калиберда Е.Г. *Связи с общественностью: вводный курс*. – М.: Логос, 2003; Кузнецов В.Ф. *Связи с общественностью: теория и технологии*. – М.: Аспект Пресс, 2005.

³⁰ Бергер П., Лукман Т. *Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания*. – М.: Медиум, 1995; Бодрийяр Ж. *В тени молчаливого большинства, или конец социального* – Екатеринбург: Изд. УрГУ, 2000; Бурдье П. *Социальное пространство: поля и практики*. – М.: Институт экспериментальной социологии, СПб.: Алетейя, 2005; Тезаурус социологии: темат. слов. справ. / Под ред. Ж.Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.

коммуникации: Г. Зиммель, Т. Скрипкина, Ф. Фукуяма.³¹ Последний считает доверие наиболее существенным свойством демократического общества. Дж. Коулмен утверждает, что любые действия регулируются «социальным контекстом – нормами, личным доверием, социальными связями».³²

Профессиональный этап истории связей с общественностью США проанализирован американскими учеными У. Аги, Г. Бруммом, С. Катлипом, Д. Ньюсом, Г. Кэмероном, Д. Крукебергом, С. Оливером, Ф. Олтом, Ф. Сайтэлем, А. Сентером, Д. Уилкоксом, S. Моог и другими авторами. Европейской истории развития связей с общественностью посвящены работы Ж.-П. Бодуана, Ф. Буари, Ф. Джефкинса, М. Kunczik и др.³³ Эволюцию, историю и генезис российских связей с общественностью анализируют ученые А. Кривоносов, Ю. Почекаев, Д. Шишкин и др. Научную ценность представляет хронологизация связей с общественностью, которая представлена А. Векслер, А. Кривоносовым, В. Моисеевой, Д. Стровским, М. Шишкиной.³⁴

Вместе с тем остаётся неизученным ряд актуальных аспектов связей с общественностью. Недостаточно обобщающих работ, рассматривающих связи с общественностью в рамках социального управления, позволяющего содержательно раскрыть их ключевые характеристики в контексте управленческого взаимодействия. Следовательно, в условиях смены парадигмы управления представляется необходимой разработка нового подхода к анализу объектно-предметной основы связей с общественностью, их тезаурусу и категориальному аппарату. Актуальной задачей остаётся анализ взаимодействия субъектов управления, направленных на преодоление недоверия и разобщённости социума путём установления долгосрочных, многосторонних и многоуровневых связей и отношений. В целом, социологический анализ связей с общественностью относится к числу малоразработанных направлений в отечественной науке, недостаточно специальных исследований, посвящённых проблеме их институционализации.

Теория связей с общественностью только начинает осваиваться в рамках социологического дискурса, поэтому её проблематизация, структуризация и интерпретация в поле социологии управления – назревшая научная задача. Кроме того, в отечественной социологии недостаточно изучены процессуальный и ситуационный аспекты связей с общественностью, рассмотренные как социальная

³¹ *Зиммель Г.* Избранные работы. – К.: Ника-Центр, 2006; *Скрипкина Т.П.* Психология доверия – М.: Издательский центр «Академия», 2000; *Фукуяма Ф.* Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. – М.: АСТ: ЗАО НПП «Ермак», 2004.

³² *Коулман Дж.* Капитал социальный и человеческий // *Общественные науки и современность.* – 2001. – № 3.

³³ *Аги У., Кэмерон Ф., Олт Ф.* и др. Самое главное в PR. – СПб, 2004; *Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М.* Паблик рилейшнз. Теория и практика. – М., 2000; *Ньюсом Д., ВанСлайк Т.Д.* и др. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз. – М., 2001; *Оливер С.* Стратегия в паблик рилейшнз. – СПб., 2003; *Сайтэл Ф.П.* Современные паблик рилейшнз. – М., 2002; *Moore S.* Public Relations and the History of Ideas – London, 2014; *Бодуан Ж.П.* Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство. – М., 2001; *Буари Ф.А.* Паблик рилейшнз, или стратегия доверия. – М., 2001; *Джефкинс Ф.* Паблик рилейшнз. – М., 2003; *Kunczik M.* Geschichte der Oeffentlichkeitsarbet in Deutschland. – Koeln, 1997.

³⁴ *Кривоносов А.Д.* Очерки истории науки и дидактики паблик рилейшнз. Владимир, 2011; *Почекаев Р.Ю.* История связей с общественностью. – СПб., 2007; *Шишкин Д.П.* История PR в России: проблемы периодизации. / Петербургская школа PR: от теории к практике. Вып. 2 – СПб., 2004; *Векслер А.Ф.* PR для российского бизнеса – М., 2006; *Кривоносов А.Д.* Российская наука о связях с общественностью: парадигмы развития // Петербургская школа PR и рекламы: от теории к практике. Вып. 4 – СПб., 2006; *Моисеева В.* Развитие российского рынка по связям с общественностью // *Маркетинг и маркетинговые исследования в России.* – 1997. – № 5; *Стровский Д.Л.* Социально-политическая трансформация российского общества и развитие паблик рилейшнз // *Современные социальные технологии: теория и практика.* – Тюмень: ТюмГНГУ, 2004; *Шишкина М.А.* Паблик рилейшнз в системе социального управления. – СПб., 2002.

интеракция и средство регулирования общественных отношений. Социологическая парадигма эксплицирует содержание и смысл становления, развития, институционализации российских связей с общественностью как системы управленческого взаимодействия.

Объект диссертационного исследования – связи с общественностью как управленческое взаимодействие субъектов общественных отношений.

Предмет – институциональная трансформация связей с общественностью.

Цель диссертационного исследования состоит в разработке социологической концепции институционализации связей с общественностью в системе социального управления.

В соответствии с целью и предметом исследования были поставлены следующие задачи:

1. Конкретизировать субстанциональные (сущностные) характеристики новой парадигмы социального управления, реализация которой предопределяет устойчивые и сбалансированные общественные отношения.

2. Уточнить объект и предмет связей с общественностью как форму социального взаимодействия, направленную на регуляцию общественных отношений, формирование общественного мнения и создание условий для проектирования социальных изменений. Осмыслить и провести социологическую экспликацию и операционализацию наиболее значимых категорий: «связи с общественностью», «социальная технология», «социальное взаимодействие», «институциональный уровень управления» и др.

3. Обосновать информационно-коммуникативные основы связей с общественностью как формирующегося социального института, исследовать их феномен на принципах конвенционального диалогового взаимодействия, детерминирующего согласованное, нелинейное правление, которое создаёт условия для динамической устойчивости общества.

4. Раскрыть сущность института связей с общественностью – необходимого элемента регуляции общества и определить механизмы его действия на макроуровне (совокупность всех проявлений социума); мезоуровне (социальные общности); микроуровне (предприятия, социальные субъекты).

5. Разработать инструментарий и провести авторские социологические исследования (массовый, экспертный опросы, контент-анализ) становления и развития современных связей с общественностью в предметном поле социологии управления с целью концептуализации изучаемого феномена и дальнейшего использования в управленческом процессе.

6. На основе полученных эмпирических данных и теоретико-методологических положений обосновать аксиологический статус связей с общественностью как социального регулятора, способствующего преобразованию общественных отношений, осуществлению делиберативных (совещательных) процессов, которые обеспечивают субъектам управления равные, открытые и свободные интеракции при обсуждении и решении общественно значимых проблем.

В качестве методологических и теоретических основ исследования для успешного решения поставленных задач в работе применялись философские, социологические и общенаучные методы познания: системный метод, при котором связи с общественностью рассматриваются как сложноорганизованная система современного общества; принцип детерминизма, позволяющий раскрыть причины возникновения социальных явлений; диалектический метод, помогающий проанализировать противоречивый характер изучаемого социального феномена; сравни-

тельно-исторический метод, раскрывающий эволюцию связей с общественностью; метод структурно-функционального анализа, направленный на выявление функционального проявления связей с общественностью на институциональном управленческом уровне; деятельностный аспект, в рамках которого связи с общественностью рассматривались как социальная практика и формирующийся институт, способствующий установлению взаимодействия в обществе; концепции диалога, консенсуса и конвенциональности субъектов взаимодействия, гармонизирующие общественную среду; методологические идеи дискурсии и социального конструкционизма, которые легли в основу прогнозной концептуализации связей с общественностью.

Использование различных методов исследования в комплексе с принципами объективности, дифференциации, интеграции, абстрагирования, логико-дедуктивного метода позволяет получить соответствующие знания о специфике становления и развития связей с общественностью в современных российских условиях.

Эмпирическая база и методы исследования. Проанализированы нормативно-правовые документы государственных, региональных органов власти; материалы служб государственной статистики Российской Федерации и Тюменского областного комитета государственной статистики, проработаны результаты исследования российских и зарубежных учёных, данные Института социологии и Института социально-политических исследований РАН, Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Фонда «Общественное мнение» (ФОМ), ROMIR Monitoring, ЦИРКОН, Социологического центра РАГС. Среди этих материалов особую ценность с точки зрения целей диссертации представляют мониторинги доверия к различным государственным и социальным институтам, а также данные по проблемам взаимодействия субъектов социальных отношений. Проанализированы российские и зарубежные законодательные акты, регламентирующие функционирование связей с общественностью и смежных отраслей; рассмотрена деятельность российских и международных коммуникативных компаний, публичная активность неправительственных организаций.

В работе использованы количественные и качественные методы социологического анализа: массовый и экспертный опросы, контент-анализ. Обоснованность и достоверность научных положений опирается на результаты эмпирических исследований о состоянии связей с общественностью (на примере Тюменской области), проведённых под руководством и с участием автора в период с 2004 по 2015 годы. Выбор региона обоснован тем, что изучение фактического состояния связей с общественностью в динамично развивающейся области позволяет увидеть проблемы и перспективы их становления, обозначить закономерности формирования этого феномена в онтогенезе, экстраполируя подходы на текущее состояние российских связей с общественностью.

Объём выборки массового опроса (2011 г.) составил 1077 человек. Выборка – квотная, построенная по принципу вероятностного (случайного) отбора респондентов. Единицы наблюдения размещены пропорционально статистическим данным в соответствии с демографическим, профессионально-образовательным составом взрослого населения Тюменской области. Структура и оценка репрезентативности выборки определялась целями и задачами исследования и адекватно отражала необходимые особенности генеральной совокупности. В экспертном опросе (2012 г.), проведённом на основе формализованной анкеты, приняло участие 102 эксперта, среди которых – представители государственного и частного сектора, специалисты,

работающие в исполнительной, законодательной сферах, в различных коммерческих и бюджетных организациях региона.

Контент-анализ печатных СМИ (2014 г.) позволил проанализировать изменения степени репрезентации формирующегося института связей с общественностью в социально-экономическом и социально-политическом пространстве общества. В 2015 году был проведён экспертный опрос (N=30) в форме углублённого полужурналистского интервью с целью изучения связей с общественностью как институционализированной деятельности в основных социальных институтах общества.

Научная новизна диссертации заключается в комплексном исследовании развития и становления российских связей с общественностью как формирующегося института в системе социального управления и включает следующие положения:

1. Определено, что модификация традиционных управленческих отношений детерминирована современной нелинейной трансформацией социума, доминированием информационно-коммуникативных процессов, частью которых являются связи с общественностью, профессиональное и целенаправленное применение которых в институциональных условиях формирует качественно новую солидаризационную модель общества.

2. Обоснована теоретико-методологическая концепция связей с общественностью в предметном поле социологии управления; доказана необходимость их модификации на ценностно-смысловых (аксиологических) принципах, формирующих транспарентность (открытость) и системное доверие, которые, в свою очередь, способствуют стабилизации и интеграции общества.

3. На основании коммуникативного подхода доказано, что связи с общественностью представляют собой особый феномен, социально-коммуникативную практику и управленческое взаимодействие, способствующее формированию системного доверия и повышению транспарентности (открытости) систем управления на различных уровнях.

4. В результате обобщения и критического анализа зарубежного и отечественного опыта становления и развития российских связей с общественностью в исторической ретроспективе выявлены особенности их эволюции, которая началась со значительным временным отрывом от большинства стран мира, но проходила более быстрыми темпами, сопровождалась дефицитом профессиональных кадров, преобладанием политической и коммерческой составляющей в ущерб социально-ориентированным компонентам, а также осуществлением практической деятельности без должного теоретического изучения и обоснования.

5. Осуществлён отбор и произведена операционализация основных понятий: «связи с общественностью», «социальная технология», «взаимодействие», «институциональный уровень управления». В научный оборот введено положение о «временном коммуникативном континууме», означающем непрерывный и управляемый процесс формирования нематериальных ресурсов и условий для гармонизации и солидаризации общества; уточнён понятийно-категориальный аппарат и объектно-предметная область изучаемого феномена.

6. Установлено, что институционализация российских связей с общественностью носит дискретный характер, процесс их формирования как нового социального института не завершён. На современном этапе для регуляции общественных отношений этот потенциал связей с общественностью используется незначительно. Вместе с тем доказано, что институциональный аспект позволяет в текущем перио-

де применять ресурс проектирования и конструирования социальной реальности с помощью связей с общественностью, корректируя социальные интеракции на макро-, мезо-, микроуровне, уменьшая социально-политические и экономические риски.

7. В результате совокупности количественных и качественных методов социологического исследования (авторский анкетный опрос, метод экспертной оценки, контент-анализ) впервые обосновано инкорпорирование связей с общественностью в институциональные структуры общества, призванные содействовать модернизации общественных отношений. На региональном уровне выявлено проблемное поле связей с общественностью, доказана необходимость их использования в существующих российских социальных институтах, обозначены формы практического проявления связей с общественностью на микро-, мезо-, макроуровне, где они участвуют в формировании когерентной, т.е. целостной и согласованной во взаимодействии всех элементов социальной среды.

8. С позиции социально-конструкционистского подхода обоснована и построена прогностическая модель связей с общественностью, являющаяся формой управленческого взаимодействия на принципах диалога (социального партнёрства), реализация которой способна на всех уровнях, и прежде всего институциональном, формировать системное доверие и позитивное общественное мнение.

9. Проведена концептуализация аксиологического подхода в связях с общественностью, выявлен их амбивалентный характер, выражающийся, с одной стороны, в процессе институционализации и расширении функциональной направленности, с другой стороны – в становлении сетевой коммуникации, которая способствует замене субъект-объектного воздействия на субъект-субъектное взаимодействие управляющей и управляемой систем, развитию социального диалога, что отвечает задачам становления делиберативной (совещательной) демократии.

Научная новизна конкретизируется в следующих **положениях, выносимых на защиту:**

1. Для процесса модернизации общества характерно одновременное сосуществование традиционной и инновационной управленческой парадигмы. В отличие от принципа прямого объектного воздействия, который порождает существенное противоречие между управляемой и управляющей системами, новый подход направлен на достижение целей за счёт отказа от жёсткого регулирования, перехода к сетевому взаимодействию, субъект-субъектным коммуникациям, где связи с общественностью обнаруживают ценностный потенциал сотрудничества, позволяющий формировать в процессе диалога гармоничные отношения и когерентную социальную среду.

2. Научное осмысление существующих социальных практик и формирующихся институтов, которые определяют современную конфигурацию информационно-коммуникативных процессов, протекающих в обществе, непосредственно связано с решением методологических проблем связей с общественностью, с конкретизацией объектно-предметной области исследования, понятийно-категориальным аппаратом; выявлением места и роли связей с общественностью в структуре социологического знания, а также доказательством тезиса о социальной коммуникации как когнитивной основе связей с общественностью, что сделало возможным получение комплексного представления об исследуемом феномене.

3. Чрезмерная централизация управления усиливает аномию и социально-политическую нестабильность общества. Решение означенных проблем лежит в

плоскости более широкого применения информационно-коммуникативных компонентов, среди которых важную роль играют связи с общественностью как специально организованная, долгосрочная и регулярная социальная практика. Такие их качества как разнонаправленность, всеохватность, «самореференция» и «самоописание» (Н. Луман) позволяют рассматривать связи с общественностью в контексте управленческого взаимодействия.

4. Современная оценка связей с общественностью опирается на ретроспективный анализ, подтверждающий тезис о том, что, несмотря на внешние взаимодействия, у российских связей с общественностью имеются собственные оригинальные характеристики и свойства, собственная периодизация, адаптированные технологии, реализация которых на институциональном уровне способствует модификации системы управления, вовлеченности всех её субъектов в конструктивные и взаимовыгодные коммуникации и принятие согласованных решений.

5. В рамках структурно-функционального подхода связи с общественностью трактуются как комплементарный социальный институт, имеющий управленческий и функциональный ресурсы, посредством которого осуществляется формирование нематериальных активов, общественного мнения и массового сознания, происходит регуляция и упорядочивание общественных отношений, что обеспечивает устойчивость социального пространства на микро-, мезо- и макроуровнях.

6. Разработка и реализация социологической концепции связей с общественностью в рамках дискурсивного подхода и теории социального конструкционизма позволяет в будущем трансформировать деятельность профильных субъектов на управленческом институциональном уровне, системно и постоянно транслируя по каналам массовой коммуникации социально значимую информацию, позволяющую корректировать интеракции, формируя социальные ценности (social value), нематериальные активы (общественное признание, престиж, имидж, репутация), осуществлять «подстройку» позиций социальных субъектов, которые санкционируют консолидацию и стабильность общества.

7. Особенности изучения связей с общественностью в рамках социологии управления связаны с их рассмотрением в качестве важного институционального элемента корректировки и регуляции общественных отношений, что подтверждается данными авторских эмпирических исследований, полученных в ходе анкетного и экспертного опросов, контент-анализа, показавших проблемное состояние связей с общественностью на региональном уровне. На основе теоретических обобщений дана оценка прогностическим характеристикам связей с общественностью институционального уровня управления: системность, долгосрочность, генерация транспарентности и системного доверия.

8. Социологическая концепция институционализации связей с общественностью представляет собой систему социального взаимодействия с учётом смены управленческой парадигмы, предполагающей переход от субъект-объектного воздействия на субъект-субъектные взаимодействия в системе социального управления. Реализация концепции предполагает учёт аксиологического компонента и обоснование включения связей с общественностью в процессы управления существующих социальных институтов на микро-, мезо- и макроуровне с целью удовлетворения информационно-коммуникативных потребностей и формирования когерентной социальной среды.

Диссертация имеет теоретико-прикладной характер. Методология базируется на единстве эмпирического и теоретического подходов, принципах объективности и системности. **Теоретическая значимость** работы состоит в том, что ее ос-

новые положения и выводы вносят вклад в теорию социального управления, обосновывая институционализацию связей с общественностью, которая обеспечивает открытое и паритетное взаимодействие субъектов управления. Основные выводы и рекомендации, содержащиеся в работе, могут найти применение в дальнейших научных изысканиях проблем институционального управления в сфере информационно-коммуникативных процессов, повышающих устойчивость общества на основе целенаправленной регуляции общественных отношений.

Предполагаемое **практическое значение** исследования заключается в том, что в нем сформулированы предложения и рекомендации, направленные на совершенствование связей с общественностью на микро-, мезо-, и макроуровнях, включая институциональный, что способствует оптимизации общественных отношений. Материалы диссертации представляют интерес для управленческих структур, специалистов в области государственного и муниципального управления; имеют непосредственное практическое значение для руководителей и специалистов отделов по связям с общественностью предприятий различных отраслей. Результаты, полученные в рамках данного исследования, могут быть использованы в следующих случаях: разработка и корректировка программ социально-экономического развития регионов, а также в ходе мониторинга и оценки эффективности публичных кампаний, организованных в регионах Российской Федерации; подготовка и реализация федеральных коммуникативных проектов и программ, связанных с установлением обратной связи с целевыми аудиториями, с целью формирования доверия к государственным структурам; проведение социальных преобразований, результатом которых является установление социального диалога, достижение понимания и консенсуса между субъектами взаимодействия в обществе.

Апробация работы. Эмпирическая проверка концепции связей с общественностью осуществлялась в период подготовки и организации совместно с Тюменской областной Думой международного Дня политконсультанта и пресс-клуба «Простые правила». В регионе с участием автора были апробированы научно-методические подходы к связям с общественностью в процессе организации Тюменской ассоциации специалистов по связям с общественностью (ТАССО) и университетского отделения РАССО «Призвание», признанного лучшим в России в 2006-2007 гг. и в 2010 году. Методики, разработанные в диссертации, использованы в деятельности исполнительных органов власти: Администрации г. Тюмени, Департамента информационной политики Тюменской области, а также в работе Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО), что подтверждено справками о внедрении. Материалы диссертационной работы легли в основу учебных пособий «Методология и методы исследования в связях с общественностью» (2009 г.) и «Связи с общественностью: происхождение и ранняя история» (2013 г.), допущенных Учебно-методическим объединением вузов РФ по образованию в области международных отношений в качестве учебных пособий для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Связи с общественностью».

Концепция и содержание диссертационной работы нашли отражение в трёх монографиях, 114 научных публикациях, 21 из которых – в ведущих рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК. Результаты, полученные в рамках данного исследования, докладывались на международных, всероссийских, региональных теоретических и практических конференциях:

Международные: «Человек и общество: тенденции социальных изменений» (Санкт-Петербург, 1996 г.); «Современные методики подготовки специалистов по

связям с общественностью» (Тамбов, 2007 г.); «Связи с общественностью как социальный институт: история, современность, перспективы развития» (Тюмень, 2007 г.); «Гуманитарные стратегии российских трансформаций» (Тюмень, 2008 г.); «Социальные коммуникации и эволюция общества» (Новосибирск, 2008 г.); «Mass media and information security of society» (Yekaterinburg, 2008 y.); «Кризис: гуманитарные стратегии преодоления» (Тюмень, 2009 г.); «Коммуникативное пространство: измерения, пределы, возможности» (Москва, 2010 г.); «Информационное сопровождение социальных проектов в современном обществе» (Москва, 2014 г.); «Нефть и газ Западной Сибири» (Тюмень, 2015 г.); «Брендинг как коммуникативная технология XXI века» (Санкт-Петербург, 2016 г.).

Всероссийские: «Связи с общественностью: теория и практика» (Тюмень, 2005 г.); «PR-технологии в информационном обществе» (Санкт-Петербург, 2006 г.); «Сорокинские чтения. Отечественная социология: обретение будущего через прошлое» (Тюмень, 2008 г.); «Гуманитарные проблемы современности» (Тюмень, 2009 г.); «Стратегия инновационного развития России как особой цивилизации в XXI веке – «Сорокинские чтения – 2010» (Москва, 2010 г.); «Социология в системе научного управления обществом» – Всероссийский социологический конгресс – (Москва, 2012 г.); «Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие – Всероссийский социологический конгресс – (Уфа, 2012 г.); «Современные социально-коммуникативные технологии: тенденции развития и границы применения» (Тюмень, 2014 г.).

Региональные: «Кризис и молодёжь: проблемы социализации специалиста» (Тюмень, 1999 г.); «Связи с общественностью: уральский вариант» (Екатеринбург, 2003 г.); «PR: горизонты новой реальности» (Нижний Новгород, 2000 г.); «Новые технологии – нефтегазовому региону» (Тюмень, 2003 г.); «Российская пиарология: тренды и драйвы» (Челябинск, 2011 г.); «Информационное пространство Тюменской области» (Тюмень, 2013 г.). Результаты научной работы сообщались на совещаниях, проводимых Тюменской областной Думой, обсуждались представителями органов государственной власти Тюменской области.

Структура диссертационного исследования. Диссертация состоит из введения, пяти глав, заключения, списка литературы, содержащего 583 наименования, и приложений.

Основное содержание работы

Во **введении** обосновывается актуальность, формулируются объект, предмет, цель и задачи исследования; определяются теоретические и методологические основы работы; раскрывается научная новизна, теоретическая и практическая значимость; указываются методы исследования и основные положения, выносимые на защиту.

В первой главе «*Теоретико-методологический анализ связей с общественностью в системе социального управления*» определяется сущность и содержание связей с общественностью как социального управленческого взаимодействия.

В параграфе 1.1 «*Трансформация парадигмы социального управления*» обосновываются подходы, на основании которых пересматриваются ключевые положения классической концепции социального управления, связанные с вступле-

нием человечества в информационную эпоху. Её характер по У. Мартину³⁵ связан с интернационализацией занятости, ресурсов, товаров, услуг как источников добавленной стоимости. Расширение доступа к информации – важнейший импульс развития социального управления, в котором коммуникация становится его ключевым элементом. В политической сфере появляются структуры глобального руководства (global governance), возрастает роль граждан в процессах управления, растёт степень их заинтересованности в эффективном функционировании всех сфер жизнедеятельности российского общества, которые анализируются на основе представлений об открытых самоорганизующихся системах с неравновесной и нелинейной социальной динамикой. Характерными чертами таких систем являются взаимозависимости, множественные социальные бифуркации, возникающие вследствие даже незначительных флуктуаций, рассмотренные С. Курдюмовым, С. Капицей, Г. Малинецким, Г. Хакеном в рамках синергетичности.³⁶ В итоге неопределённость современных процессов актуализирует изучение новых подходов в системе социального управления, поиск путей становления её идеологии и практики, в том числе в информационно-коммуникативной сфере.

Модификации существующих и вновь складывающихся управленческих парадигм строятся на основе теории Т. Куна, А. Давыдова, Г. Зборовского³⁷, описывающих парадигму как концептуальное допущение в методологии и теории, т.е. некой «прибавки к знанию», по которому у исследователей имеются общепринятые, конвенциональные представления. Социальный конструкционизм П. Бергера и Т. Лукмана предоставляет новые ресурсы для интерпретации парадигмы в системе социального управления эпохи всеобщей информатизации.³⁸ Впоследствии Б. Латур, оперируя принципами и методологией социального конструкционизма, разрабатывает акторно-сетевую теорию ANT (Actor Network Theory)³⁹, доказывая необходимость всеобщих социальных взаимосвязей.

Переход к информационному обществу также сопровождается снижением степени централизации управления, пересмотром функционирования иерархических социальных систем и актуализацией субъектности как формы самовыражения в условиях «<...> бóльшей эмансипации людей от власти как таковой»⁴⁰. Следовательно, приоритетными становятся коммуникации, в ходе которых реализация целей осуществляется совместно, а признание равенства субъект-субъектного взаимодействия является объективным. Преференциальной формой такого взаимодействия выступает солидарное сотрудничество, способное профилировать потенциальные риски и конфликты в обществе на различных этапах контактирования, что позволяет обеспечить учёт мнений социальных субъектов и формировать паритетные интеракции, которые трактуются как согласительные процедуры, направленные на конструирование взаимовыгодных общественных отношений, где субъек-

³⁵ *Martin W. J. The Information Society.* – L.: Aslib, 1988. – 174 p.

³⁶ *Хакен Г. Синергетика.* – М.: Мир, 1980; *Капица С.П., Курдюмов С.П., Малинецкий Г.Г. Синергетика и прогнозы будущего.* – М.: Едиториал УРСС, 2003.

³⁷ *Кун Т. Структура научных революций.* – М.: Прогресс, 1975; *Давыдов А.А. Системный подход в социологии: новые направления, теории и методы анализа социальных систем.* – М.: Едиториал УРСС, 2005; *Зборовский Г.Е. Теоретическая социология XX – начала XXI века.* – Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного университета, 2007.

³⁸ *Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания.* – М.: Медиум, 1995.

³⁹ *Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию.* – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014.

⁴⁰ *Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития.* – М.: Новое издательство, 2011.

екты расцениваются как активные и равноправные потребители и создатели информации, смыслов, знаний и символов, циркулирующих по каналам обратной связи. В данном контексте социальное взаимодействие, обеспечивая консенсус и взаимопонимание, приобретает характер социального партнёрства, которое является совокупностью многократных, устойчивых и продуктивных связей, сформированных между субъектами общественных отношений.

Переход к новой парадигме социального управления предписывает отказ от объектного воздействия управляющей системы на управляемую и включение последней в соответствующие процессы, что соответствует идеологии информационного общества, содействует гражданскому самоопределению и становлению делиберативной (совещательной) демократии. Важным аспектом модификации социального управления является обязательность диалога и реальной обратной связи как способа реагирования на современные вызовы. На микроуровне организационной формой данного процесса являются корпоративные коммуникации, на макроуровне – институциональные преобразования, которые затрагивают весь спектр общественных отношений и направлены на формирование устойчивого нормативно-правового пространства. Оптимизация системы социального управления актуализирует сотрудничество (гражданскую солидарность), обеспечивая учёт интересов всех её участников и ответственность за принятые решения. В практике управления берутся на вооружение принципы системности, государственного регулирования, обеспечивающего институционализацию социального взаимодействия и обратной связи посредством законодательных инициатив, правовых актов, инициирования организационных изменений.

Становление сетевой формы управленческого взаимодействия рассматривается не только в контексте виртуальных (онлайновых) связей, но и как разновидность универсальной системы социальных коммуникаций, которые обеспечивают установление многочисленных горизонтальных и вертикальных отношений, усиливая динамизм информационных потоков и ресурсный взаимообмен «всех со всеми». В структуре управления вновь складывающиеся общественные сети (social network) становятся новым институционализмом (М. Кастельс), что способствует трансформации управленческой системы, переходу от воздействующих иерархических инструментов администрирования, порождающих конкуренцию, тотальный контроль и субъектное обезличивание, к взаимодействию как социальному партнёрству. Реализация новой управленческой концепции предполагает учёт информационно-коммуникативной составляющей, в том числе и связей с общественностью.

В параграфе 1.2 «Связи с общественностью в контексте смены управленческой парадигмы» рассматривается модификация современных управленческих подходов к связям с общественностью. Их характеристика осуществляется на основе классификации управленческих (В. Лепский) и социологических (Г. Зборовский) метапарадигм, под которыми понимается «<...> обобщающая теоретическая характеристика ряда родственных парадигм».⁴¹

В рамках классической парадигмы анализируется категориальный и понятийный аппарат объекта исследования, формулируется его методологическое и методическое обоснование. С переходом к неоклассической и постклассической парадигмам отрываются возможности обоснования связей с общественностью как открытой институциональной системы. В соответствии с постнеклассической пара-

⁴¹ Лепский В.Е. Эволюция представлений об управлении (методологический и философский анализ) – М.: Когито-Центр, 2015; Зборовский Г.Е. Метапарадигмальная модель теоретической социологии // Социологические исследования. – 2008. – № 4.

дигмой исследуются инновационные подходы в связях с общественностью, их сетевые структуры и субъект-субъектное управление (таблица 1). Становление связей с общественностью в современных открытых системах способствует развитию делиберативной (совещательной) демократии, которая в области социального управления направлена на формирование системного доверия в результате установления диалога и сотрудничества между субъектами управления.

Таблица 1 – Полипарадигмальный подход к исследованию связей с общественностью

Мета парадигмы	Парадигмы управления	Связи с общественностью в контексте смены управленческих парадигм
Классическая	Классическое (рациональное) управление	Складывается категориальный и понятийный аппарат связей с общественностью. Происходит формулировка научных проблем, их методологическое и методическое обоснование. Устанавливаются связи и зависимости между различными теориями.
Неоклассическая, постклассическая	Кибернетическая система управления	Связи с общественностью трактуются как институциональная, информационно-коммуникативная система, имеющая собственную структуру и функциональные элементы.
Неклассическая	Неклассическая парадигма социального управления	Связи с общественностью рассматриваются в аспекте теории социального конструктивизма как диалоговая интеракция социальных субъектов, институциональный способ управления, формирующий системное доверие в обществе.
Постнеклассическая	Управление в открытых, нелинейных системах	Связи с общественностью – нелинейное ризомно-сетевое взаимодействие, в процессе которого устанавливаются множественные структурные связи между элементами социальной системы, опирающиеся на ценностные принципы и совместно выработанные нормы и правила.

Таким образом, именно парадигмальный подход позволил трактовать связи с общественностью как управленческое взаимодействие, которые на различных уровнях управления влияют на характер общественных отношений. Так, на макроуровне они способствуют выстраиванию солидарных отношений с реально осуществляемой обратной связью. Управленческие действия на мезоуровне позволяют видоизменять отношения общественности к субъектам, процессам и явлениям, а на организационном (микроуровень) реализуется временной коммуникативный континуум (известность, положительные имидж и репутация).

Постнеклассическая управленческая парадигма актуализирует аксиологическое измерение связей с общественностью, когда вместо «жесткого» детерминированного принуждения без учета ценностных предпочтений участников коммуникации применяется «мягкая» адаптивная самоорганизующаяся диалоговая интеракция. Реализация связей с общественностью с учётом аксиологических значений осуществляется в виде многосторонней коммуникации, позволяющей согласовывать и постоянно видоизменять позиции участников, достигать прозрачности, качественно нового видения ситуации, не допускающей манипулятивного воздействия и стремящегося к установлению взаимопонимания и консенсуса. В этих условиях социальные субъекты становятся равноправными участниками управленческого дискурса, связанными взаимными ожиданиями, установками и общим интересом

к процессу взаимодействия, что, в свою очередь, постулирует неконфронтационные отношения, взаимопонимание и установление согласия на макро-, мезо- и микроуровнях социальной системы. Так, макроуровень представляет собой наиболее сложные самоорганизующиеся социальные системы, для которых характерно переплетение вертикальных и горизонтальных связей (общество в целом и его социальные институты). Мезоуровень – это довольно сложные конфигурации естественных и искусственных явлений; микроуровень – простые социальные системы, в которых преобладают социальные процессы и преимущественно вертикальные связи (формальные организации, предприятия и т.п.). В связи с этим трансформация социального управления приводит к необходимости обратной связи, учёту субъектности и диалогичности контактов, что актуализирует связи с общественностью как адаптивного регулятора и гибкую интерактивную коммуникацию. Это и определяет важность анализа коммуникативной сущности изучаемого феномена.

В параграфе 1.3 «Социально-коммуникативные основы связей с общественностью» обосновывается коммуникативная природа связей с общественностью, доказывается, что социальная коммуникация является их когнитивной основой и предварительно запланированным, специально организованным процессом взаимодействия, в ходе которого осуществляется обмен информацией, смыслами, знаниями. Данная социологическая проблематика опирается на концепции «социального действия» М. Вебера; «символического интеракционизма» И. Гофмана, Ж. Бодрийяра, Г. Зиммеля; а также «коммуникативного действия» Ю. Хабермаса. В качестве основополагающей признается позиция Т. Дридзе о коммуникации как способе взаимодействия людей в социуме, а также С. Шилиной, предлагающей указанный феномен анализировать в контексте управленческого дискурса, который «представляет собой процесс выстраиваемой в диалоговом режиме двусторонней коммуникации».⁴²

Одной из сущностных характеристик и важным элементом связей с общественностью является информация, представляющая собой знания о состоянии социальной системы и о процессах, обеспечивающих соответствующие потребности общества, которые транслируются в социуме по различным каналам связи. С точки зрения общественной значимости, сбор, переработка, использование и распространение информации – необходимые компоненты, присутствующие и в сфере социального управления, а также являющиеся основой принятия решений, корректировки взаимодействия, конструирования организационного поведения, формирования общественных отношений.

Наличие обозначенных базовых характеристик способствует продуцированию социальных интеракций, формируя новые смыслы и управленческие стратегии. Благодаря коммуникативной сущности, наличию функций и технологий в связях с общественностью имеется возможность обрабатывать полученную информацию, её интерпретировать и транслировать целевым аудиториям, формируя таким способом новые социальные смыслы, установки, оказывая, в свою очередь, существенное влияние на массовое сознание и общественное мнение.

Таким образом, «коммуникативное ядро» связей с общественностью позволяет успешно конструировать новый формат общественных отношений. Безотносительно к другим явлениям связи с общественностью одновременно являются и отличительным свойством, и результатом развития общества, способствуя включению

⁴² Шилина С.А. Управленческий дискурс как технология коммуникативного взаимодействия государства и общества // Вестник ПАГС, 2011. – №4.

в социальные структуры субъектов управляемой системы как полноправных участников, влияющих на принятие решений посредством каналов обратной связи. В процессе коммуникации благодаря обратной связи агрегируются новые знания, смыслы и информация, которые становятся средством учёта различных интересов и мнений, регулятором управленческого процесса. Принципиально новый информационный уровень развития социума, в котором все взаимосвязано, актуализирует интерес к истории и эволюции связей с общественностью.

Вторая глава «Генезис и основные этапы становления и развития связей с общественностью в России и за рубежом» посвящена анализу исторического контекста связей с общественностью, который сделал возможным экстраполировать обобщённый опыт, выявив логику и особенности современных процессов, определив приоритетные направления дальнейшего развития изучаемого феномена.

В параграфе 2.1 «Зарубежный опыт формирования связей с общественностью» исследуются различные способы коммуницирования общества. Проведённый анализ истории становления связей с общественностью позволил утверждать, что, возникнув в США, базовая модель впоследствии была взята на вооружение во многих странах мира. В дальнейшем связи с общественностью эволюционировали вместе с развитием национальных государств, опираясь на специфику общественных отношений каждой из стран. Отличительными чертами конца двадцатого века и начала нового столетия стало зарождение интегрированных коммуникаций и слияние крупных компаний, что позволило развернуть активную деятельность в родственных сферах. В целом понимание исторического контекста формирования связей с общественностью важно для дальнейшей их профессионализации, т.к. международная эволюция демонстрирует взаимозависимость процессов, тесную связь с рынком, гражданским обществом и укреплением демократических институтов.

По результатам исследования выделены общие тенденции и закономерности исторического развития связей с общественностью, модели которых развивались от пропагандистских до коммуникативных с двусторонними и симметричными контактами, предусматривающими сотрудничество, обратную связь и паритетное взаимодействие, в том числе в системе управления (таблица 2).

Таким образом, анализ исторического контекста позволил определить основные этапы формирования связей с общественностью, их эволюцию от локального использования в различных сферах деятельности с применением разрозненных технологий до системной деятельности с использованием стратегического планирования, комплексного подхода при реализации полномасштабных коммуникативных программ. Основными тенденциями современного этапа развития связей с общественностью являются глобализация, информатизация, сетевизация и технологизация коммуникативной деятельности.

Именно эти тренды свидетельствуют о важности и необходимости вхождения российских связей с общественностью в межгосударственные структуры, что не только позволяет отечественным компаниям стать полноправными участниками международных процессов, но и активно работать во всемирных влиятельных учреждениях (IPRA, ICCO), осуществляя сотрудничество в сфере соблюдения этических норм, сертификации, унификации стандартов качества и компетенций специалистов.

Участие российских представителей отрасли в совместных транснациональных проектах и программах повышает конкурентоспособность отечественных связей с общественностью и способствует более быстрому завершению периода их ин-

ституционального оформления.

Таблица 2. – Сущностные характеристики исторических моделей связей с общественностью

Исторический период	Конец XIX – начало XX века	Начало XX века – 40-е годы XX века	Начало XX века – 40-е годы XX века	40-е гг. – 80 е гг. XX века	80-е гг. XX века – настоящее время
Характеристика моделей	Паблисити	Пропаганда	Информирование	Воздействие	Взаимодействие
Характер коммуникации	Однонаправленная: отсутствие обратной связи	Принудительная коммуникация без обратной связи	Реальная, но односторонняя информация	Двусторонняя неравновесная информация, директивная коммуникация	Двустороннее паритетное взаимодействие, объективная информация
Назначение	Создание известности	Убеждение	Распространение большого объема информации	Оказание влияния	Взаимопонимание, взаимодействие
Компоненты коммуникативной схемы	Отправитель → получатель сведений/ обращений	Отправитель → получатель односторонних обращений	Отправитель → получатель достоверной информации	Отправитель ↔ получатель ↔ обратная связь	Коммуникант ↔ коммуникант ↔ обратная связь
Характер коммуникации	Узкий, локальный	Массовый	Узкий, понятный общественности	Комплексный, оценивающий отношения	Комплексный, оценивающий понимание
Области современного применения	Сферы социально-экономического и политического развития общества.	Политика	Экономическая сфера (область коммерции, маркетинга, рекламы, бизнеса)	Социально-политическая и экономическая сферы (управление, бизнес)	Институциональное управление во всех сферах общества

В параграфе 2.2 «Современный этап становления и развития связей с общественностью» обосновывается тезис о том, что, несмотря на аналогичные тенденции исторического развития и учёт международного опыта, российские связи с общественностью с самого начала имели собственную специфику, связанную, в первую очередь, со своеобразием общественных отношений России, а также с более сжатыми сроками их формирования по сравнению с зарубежными странами. Становление рыночной экономики и демократические преобразования в нашей стране оказали значительное влияние на трансформацию информационно-коммуникативного пространства и включённые в него связи с общественностью. Осмысление этих аспектов осуществлялось при решении вопросов их периодизации, предпринятой А. Кривоносовым, Д. Стровским, М. Шишкиной и др.⁴³ Первый, «доинституциональный» период (1988-1991 гг.) был связан с

⁴³Кривоносов А.Д. Очерки истории науки и дидактики публик рилейшнз. Владимир, 2011; Стровский Д.Л. Социально-политическая трансформация российского общества и развитие публик рилейшнз // Современные социальные технологии: теория и практика – Тюмень: ТюмГНГУ, 2004; Шишкина М.А. Публик рилейшнз в системе социального управления. – СПб.: Изд-ва «Паллада-медиа» и СЗРЦ «РУСИЧ», 2002.

началом систематического применения связей с общественностью прежде всего в коммерческой сфере. Второй (1991-1994 гг.) – первичная институционализация – характеризовался интенсивным формированием субъектов профильной деятельности и организационных структур, осуществляющих связи с общественностью. Третий этап, или вторичная институционализация (1994-1998 гг.), отмечен принятием этических кодексов, нормативных документов в смежных отраслях, появлением отраслевых печатных СМИ.

Период становления связей с общественностью как института маркируется двумя важными социально-политическими и экономическими факторами: кризисом 1998 года, который в экономической сфере стимулировал развитие мелкого и среднего бизнеса, обозначив существенную модернизацию сложившихся к тому времени институтов. В политической сфере укрепление президентской власти потребовало идеологической легитимации и обращения к политтехнологической составляющей связей с общественностью. Подъем экономики и рост бизнеса обозначил тренд расширения сферы корпоративных связей с общественностью. Провозглашенная социальная политика предписывала поиск новых форм взаимодействия власти и общества и трансформацию всей коммуникативно-информационной сферы российского общества.

Современный этап, начавшийся в 2008 году и продолжающийся в настоящее время, характеризуется возрастанием управленческого потенциала связей с общественностью. Для него характерны системность, долгосрочное планирование, реализация масштабных проектов, в которых обозначаются цели, задачи, принципы, методология и инструменты реализации, а также критерии эффективности. В организационном плане совершенствуются стратегические элементы управления, осуществляемая деятельность становится комплексной и системной, она нормируется посредством правил и регламентов, которые соблюдаются всеми субъектами институционального взаимодействия. Разработанные в этот период программы сертификации были направлены на защиту потребителей от деятельности недобросовестных агентств и повышение качества оказываемых услуг. В настоящее время связи с общественностью динамично развиваются в Москве, Санкт-Петербурге, крупных городах европейской части России; в них имеются элементы монополизма, включая организационно оформленного, хотя в регионах эффективно проявляют себя отдельные профильные микроструктуры. Объектами пристального внимания становятся вопросы нормативной и социальной регуляции, расширения отрасли и присоединения к ней новых субъектов. Укрепление институциональных форм связей с общественностью детерминируется развитием общества и теми информационно-коммуникативными потребностями, которые они удовлетворяют.

Таким образом, проведенный ретроспективный анализ позволяет сделать вывод о необходимости укрупнения исторических этапов развития связей с общественностью на основе универсального критерия – институционализации. Исходя из этого, предлагается новая периодизация связей с общественностью, состоящая из более продолжительных по времени трёх этапов: доинституциональный (1988-1998 гг.); институциональный (1998-2008 гг.) и этап формирования институционального управления (2008 г. - по н.в.).

Такой подход соответствует характеру современных общественных отношений и решаемым задачам по их регуляции, а также перспективам развития самих

российских связей с общественностью, включённых в международное пространство, которое на современном этапе характеризуется общей нестабильностью и санкционной изолированностью государства. Однако страны не могут существовать в обособленном информационном поле, поэтому деловые связи развиваются благодаря телекоммуникационной инфраструктуре и информационно-коммуникативным сетям. Эти процессы благотворно сказываются на институционализации российских связей с общественностью, становление которых соответствует фазе нормативных инноваций, т.е. когда адаптацией и изменениями закрепляются «обязательные правила поведения».⁴⁴

В параграфе 2.3 «Институциональная трансформация российских связей с общественностью» определено, что переходное состояние нашего общества актуализирует проблему социальных институтов, влияющих на динамическую устойчивость и стабильность социума. Происходящие в обществе трансформации диктуют новые требования к процессам институционализации, в том числе и в связях с общественностью. Институционализация связей с общественностью представляет собой типизацию и легитимацию соответствующей социальной практики, когда осуществляется замена спорадических, спонтанных и экспериментальных действий предсказуемыми и регулируемыми процедурами, закрепляющими социальные нормы, правила и статусы, направленные на удовлетворение общественных потребностей (рисунок 1). В процессе институционализации связи с общественностью как форма управленческого взаимодействия формируют когерентную среду посредством организованной коммуникации, обеспечивая социальной системе согласованность, стабильность и прогнозируемость.

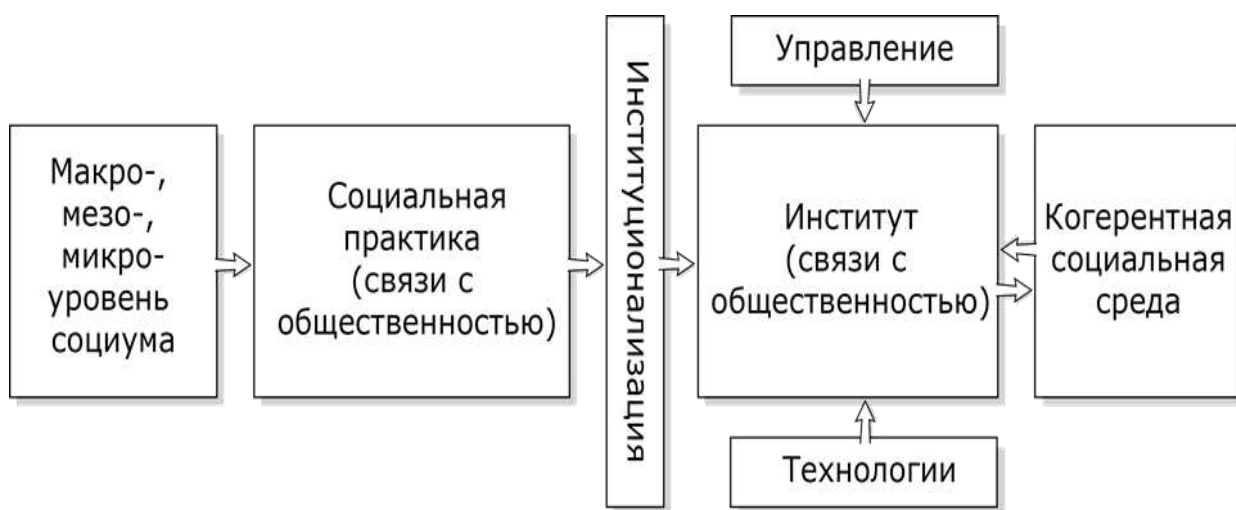


Рисунок 1 – Институционализация связей с общественностью

Проведённый анализ позволил выявить факторы, негативно влияющие на развитие институциональных процессов в России. Это, прежде всего, проблемы манипулирования общественным мнением; подмена коммуникативных технологий пропагандой и агитацией, отсутствие заинтересованности, понимания и необходимости реализации связей с общественностью у представителей управляющей системы, их низкая коммуникативная компетентность. Все это приводит к тому, что

⁴⁴ Штомпка П. Социология социальных изменений. – М.: Аспект Пресс, 1996.

формирующийся институт испытывает на себе влияние непрофессионального дискурса самих связей с общественностью, медийной рекламы, продаж, не имеющих ничего общего с диалоговой практикой связей с общественностью. Следует отметить, что совершенствование институциональных структур сдерживает западная санкционная политика и мировой финансово-экономический кризис, т.к. сокращение производственных издержек приводит к перераспределению бюджетов не в пользу коммуникативных программ.

Вместе с тем именно институционализация связей с общественностью способствует решению политико-экономических и социально-культурных проблем государства и общества, так как в институте соблюдаются соответствующие «правила игры», что облегчает преодоление барьеров коммуникации, упорядочивает деятельность, открывает новые возможности для многоуровневого взаимодействия, удовлетворения информационно-коммуникативных потребностей общества.

Регулируя и структурируя общественные отношения, делая их менее рискованными, конструктивными и взаимовыгодными как для управляющей, так и управляемой подсистем, институт связей с общественностью, функционирующий в системе социального управления, оптимизирует управленческое взаимодействие, тем самым сглаживая зоны социального напряжения.

Таким образом, в ходе теоретического анализа выявлены следующие критерии формирующегося института связей с общественностью: самостоятельность, позволяющая осуществлять активное взаимодействие с другими институтами; позитивное влияние на системы и подсистемы российского общества благодаря широкому использованию соответствующих технологий; «мягкая» регуляция (П. Чекланд) общественных отношений; участие в социальном конструировании за счёт отбора и последующей трансляции социально значимой информации, необходимой для нормального функционирования других отечественных социальных институтов. Следовательно, на институциональном уровне благодаря коммуникативной природе связей с общественностью, объективно порождающей взаимодействие социальных субъектов в одних случаях опосредованно, в других – прямо, формируется системное доверие – необходимое условие для сотрудничества и партнёрства. В этом случае институт связей с общественностью способствует снижению социальной энтропии, гармонизируя общественные отношения, в том числе за счет регламентации функций и реализации процедурно-процессуальных технологий.

В третьей главе «Социальные технологии и функции связей с общественностью» рассмотрены и конкретизированы функциональные составляющие и технологические возможности связей с общественностью. **Параграф 3.1 – «Функции связей с общественностью: сущность и основные параметры»** – посвящен обозначенным базовым параметрам, выполняющим в связях с общественностью роль социальных механизмов, соотносимых с потребностями, которые они удовлетворяют в обществе. Представляя собой объективные параметры института связей с общественностью, функциональные составляющие воспроизводят необходимые обществу социальные интеракции, расширяют возможности участия в них различных социальных общностей и, следовательно, содействуют развитию демократических процедур за счёт формирования открытой публичной среды, включения в управленческие процессы заинтересованной общественности.

Созидательная функция осуществляется многими социальными институтами, поэтому не может быть квалифицирована как собственно функция связей с общественностью. Содержание данной функции связано с производством, передачей

и обменом информацией, установлением взаимодействия. Она обеспечивает открытость, сотрудничество и установление социальных контактов. Практическим выражением созидательной функции являются консалтинг и медиация как разновидности экспертной помощи в решении коммуникативных проблем и способов взаимовыгодного урегулирования имеющихся противоречий.

Основополагающей функцией института связей с общественностью является информационная, отвечающая за установление информационно-коммуникативного посредничества между управляемой и управляющей системами, эффективную передачу данных по каналам связи, оптимальное распределение адресных сообщений, что формирует различные варианты возможностей для удовлетворения потребности граждан в получении информации, организации равного доступа к ней различных категорий общественности.

Дисфункцией (по Р. Мертону), порождающей противоречия в связях с общественностью, является проблема манипуляции общественным мнением, а также использование в управлении агитационно-пропагандистских методов. В то же время за счёт многократного увеличения производства качественной информации, транслируемой по каналам коммуникации, для социальных субъектов открываются широкие возможности получения полноценных сведений из различных источников, формирования и артикулирования собственного мнения в публичном пространстве.

Природа регулятивной функции достаточно специфична относительно общего набора функций, существующих в других институтах, так как именно в связях с общественностью в её основу положен принцип «мягкого» управления П. Чекланда. Он подразумевает взаимосвязанную и солидарную активность социальных субъектов, поддержку различных мнений, учёт ценностных установок и отказ от принятия жестко детерминированных решений.

Таким образом, институциональные функции связей с общественностью в качестве относительно устойчивых и стандартизированных действий, опирающихся на определённые нормы и правила, обеспечивают целостность общества как социальной системы.

В параграфе 3.2 «Технологии связей с общественностью как инструмент реализации институционального уровня управления» определяется ролью, которую играют современные социальные технологии, способные стать значимым фактором эффективности и инновационности социального управления. На основании определения М. Дерксена и А. Болье⁴⁵: «Социальная технология – последовательность этапов социального взаимодействия, в ходе которой каждый субъект реализует собственную управленческую стратегию по отношению к другим и формирует социальную действительность», – выявлено, что по содержанию связи с общественностью относятся к поисковым/ открытым технологиям, «предписывающим наиболее общие принципы, способы и форматы взаимодействия, не предполагающие конечного решения, но ориентированные на их поиск в рамках конкретной проблемной ситуации. По функциональной направленности технологии рассчитаны на «изменения объекта, его структуры и содержания посредством целенаправленных управленческих воздействий».⁴⁶

⁴⁵ Derksen M., Beaulieu A. Social Technology // The SAGE Handbook of the Philosophy of Social Sciences. – 2010. – №10 (111).

⁴⁶ Плотников М.В. Современные социальные технологии менеджмента. Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – №2 (10). – 2012 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://sisp.nkras.ru/e-ru/issues/2012/2/plotnikov.pdf> (дата обращения: 10.10.2011).

На институциональном уровне управления технологии в процессе системно организованных стратегических коммуникаций нацелены на корректировку поведения социальных субъектов, их отношения к общественным явлениям и событиям. Качественные изменения в технологиях связей с общественностью произошли благодаря возможностям интернета, который обеспечивает новый уровень координации управляющей и управляемой систем посредством работы «электронного правительства», цифровых сервисов, онлайн-приёмных и т.д. Следовательно, динамика институциональных изменений связей с общественностью способствует упорядочиванию использования технологий, делает этот процесс регулярным и обязательным, что, в свою очередь, гарантирует прогнозируемость результатов, оптимизирует социальное управление, придавая ему свойства объективности и обусловленной целесообразности.

Четвертая глава *«Состояние и перспективы развития института связей с общественностью в системе социального управления: региональный аспект»* посвящена институционализации связей с общественностью в Тюменской области, которая обеспечивает устойчивое и паритетное взаимодействие социальных субъектов, способствует видоизменению принципов социального управления.

В параграфе 4.1 *«Субъекты связей с общественностью в условиях институционализации: типологический анализ и свойства»* обосновывается участие субъектов управления в формировании институциональной среды. Результатом анализа стало определение общественности как упорядоченной активной социальной общности, объединённой совместными интересами, сходными признаками жизнедеятельности и выполняющей в социуме социально значимые публичные функции, направленные на решение общественных проблем в ходе солидарного взаимодействия.

Наличие в обществе подсистем – социальной, политической, экономической – позволяет рассматривать соответствующую разновидность общественности в границах критериев, объясняющих изучаемое явление. В сфере экономических отношений это корпоративная общественность (персонал, менеджмент, акционеры); в политике такой общественностью являются её электоральные страты, а в социальной сфере – различные социальные общности, рассматриваемые в совокупности складывающихся общественных отношений.

Проведённый анализ типологических характеристик общественности позволил выявить их основные свойства: коллективную заинтересованность в совместной разработке решений социальных проблем; разделяемые данной общностью ценности; прямую или опосредованную СМИ артикуляцию общественных интересов; механизмы формирования (формальные/ неформальные) и формы проявления социальной активности, включающие общественную экспертизу, консультации, работу мониторинговых комитетов и переговорный процесс. Таким образом, в условиях формирования института связей с общественностью и трансформации социального управления, общественность, руководствуясь идеями гражданской ответственности, начинает выполнять функцию «проводника» и выразителя сложившегося общественного мнения, становится инициатором социально-активных действий и в конечном итоге оказывается заинтересованной стороной и субъектом социального управления.

В параграфе 4.2 *«Процесс институционализации связей с общественностью (по материалам исследований в Тюменской области)»* на примере отдельно взятого региона анализируется институционализация связей с общественностью. Эмпирические данные получены в ходе социологических исследований (опросы

населения и экспертный, контент-анализ). Они были проведены автором в период с 2011 по 2015 гг. в четыре этапа, включая экспериментальную часть.

Выбор объекта обусловлен тем, что Тюменская область является достаточно устойчивой в своём развитии территорией и играет активную роль в социально-экономических процессах нашего государства, это обеспечивается наличием в её структуре всего спектра предприятий, реализующих не только технологический процесс получения и переработки углеводородных продуктов, но и эффективные стратегии диверсификации. В рамках реализации федерального законодательства и приоритетных национальных проектов в Тюменском регионе реализуется комплекс мероприятий правового, финансового, экономического и организационного характера, направленных на повышение уровня и качества жизни населения.

Сложившаяся в Тюменской области практика системного взаимодействия органов государственной власти, местного самоуправления, представителей общественности, науки, образования, культуры, бизнес-сообщества и гражданских активистов обеспечивает эффективность постановки и реализации управленческих решений при организации жизнедеятельности жителей городов и сельских территорий. В регионе существует система обязательных социальных гарантий, своевременно и эффективно удовлетворяются основные витальные потребности населения, обеспечивая тем самым высокие параметры качества жизни.

На протяжении всей истории развития Тюменская область постоянно укрепляет свои позиции и, несмотря на кризисные явления, представляет собой наиболее динамично развивающуюся территорию. В регионе отмечается инновационная активность, которая оказывает влияние на развитие других субъектов Российской Федерации. Таким образом, Тюменская область как один из немногих донорских регионов нашего государства является территорией опережающего развития, что даёт возможность экстраполировать результаты проводимых в нем социальных экспериментов на другие регионы РФ, в том числе и в рамках информационно-коммуникативной сферы, частью которой являются связи с общественностью.

С учётом необходимости всестороннего анализа процесса институционализации связей с общественностью была разработана комплексная программа социологического исследования, в которой использовались различные количественные и качественные методы, а также инструментальный аппарат (массовый опрос, контент-анализ и социальный эксперимент), объединённые общей целью, гипотезой и решаемыми задачами. Все это в совокупности предопределило цель социологического исследования, которая состояла в конкретизации характера и особенностей становления института связей с общественностью (на примере Тюменской области).

Эмпирическая проверка была направлена на верификацию гипотезы, корреспондирующей с основными положениями, выносимыми на защиту, и состоящую в следующем предположении: неэффективность механизмов системы социального управления во многом связана с субъект-объектным, иерархическим и односторонним воздействием управляющей системы на управляемые ею объекты. Становление информационного общества, самоорганизация коммуникаций и информационная прозрачность общественных отношений актуализируют новые формы социального управления, связанные с переходом к взаимодействию субъект-субъектного типа, специально организованной формой которого

выступают связи с общественностью. Их институционализация обеспечивает устойчивую, системную регуляцию социальных процессов на всех управленческих уровнях и создаёт условия для межинституционального взаимодействия. В соответствии с поставленной целью, объектом, предметом и гипотезой был определён ряд задач: выявление степени осведомлённости жителей региона о связях с общественностью; оценка уровня и особенностей развития связей с общественностью и их влияние на социально-экономические и политические процессы, происходящие в области; определение характера, специфики и проблем институционализации связей с общественностью; анализ практики применения связей с общественностью в социальных институтах российского общества; обнаружение характерных черт институционального управления в связях с общественностью и другие.

Исходя из реализации практических задач, был сделан акцент на нескольких приоритетных изыскательских направлениях, в соответствии с которыми в процессе исполнения единой комплексной программы были обозначены определённые этапы, и в рамках каждого из них решались конкретные исследовательские проблемы. Так, на первом этапе (2011 г.) был определён уровень осведомлённости жителей региона относительно связей с общественностью.

Этот индикатор является свидетельством укороченности практики, приобретающей в обществе черты социального института. Для решения поставленных задач был установлен объём генеральной совокупности – 2320,7 человек работоспособного возраста от 18 до 65 лет. Выборочная совокупность исследования – 1077 респондентов, репрезентирующая опрашиваемых по полу, возрасту и социальному статусу. По основным социально-демографическим характеристикам выборочная совокупность соответствует генеральной совокупности. Для обеспечения репрезентативности был использован вероятностный (случайный) принцип и многоступенчатый квотно-стратифицированный отбор респондентов

В процессе анализа показателей был сделан акцент на таком индикаторе, как осведомлённость – совокупность представлений и сведений, позволяющих респондентам продемонстрировать своё отношение к изучаемому явлению. Полученные данные свидетельствуют о высоком уровне осведомлённости респондентов о связях с общественностью (77 %). В то же время степень их влияния на управленческие процессы участники опроса оценили низко – 22 %. Только 16% опрошенных отнесли связи с общественностью к управлению, хотя 58 % не отрицали необходимости их использования в различных сферах общества. Полученные данные свидетельствуют о высоком уровне узнаваемости данного явления, т.е. о «повседневном укоренении» (по Э. Гидденсу) связей с общественностью в социуме, что можно рассматривать в качестве важного институционального признака.

С целью сравнения степени осведомлённости о связях с общественностью в Тюменской области с федеральными данными был осуществлён вторичный анализ опросов ВЦИОМ (2001 и 2010 гг.), который показал, что за десять лет информированность о социальном феномене увеличилась почти в два раза с 27 % до 52% (таблица 3). В то же время отношение населения к связям с общественностью за отмеченный период стало более негативным (21% и 56% соответственно).

На основе материалов ВЦИОМ можно констатировать, что связи с общественностью в России развивались как устойчивая социальная практика, поэтому были без труда идентифицированы гражданами, получив в 2001 году положитель-

ную оценку. Нарастание со временем их негативного восприятия российским массовым сознанием связано, прежде всего, со сложившимися в СМИ стереотипами и отрицательным образом профессии, формируемым теми же массмедиа.

Таблица 3 – Отношение к связям с общественностью⁴⁷

Параметры	2001		2010	
	п	%	п	%
Позитивное	79	4,6	38	2
Нейтральное	361	20,8	228	14
Негативное	367	21,1	896	56
Не знаю такого понятия	913	52,6	438	27
Всего	1720	99, 1	1600	99

Важной институциональной характеристикой связей с общественностью является наличие кадрового потенциала, т.е. тех, кто профессионально занимается связями с общественностью, выполняя соответствующие функции и формируя статусно-ролевые отношения. Мнение данной категории граждан является важным и авторитетным методом изучения многомерных неформализуемых задач. Ввиду этого был проведён второй этап исследования (2012 г.) в форме экспертного опроса представителей профильной деятельности (N=102). Качественное исследование было сфокусировано на выявлении проблем, существующих в области связей с общественностью, а также на определении объективного характера детерминант их текущего состояния и перспектив развития.

С учётом полученных данных проанализированы основные направления деятельности по связи с общественностью в исследуемый период. Подтверждён тезис о том, что приоритетными являются следующие: взаимодействие со СМИ и специальные мероприятия (по 11%); организация корпоративных коммуникаций и долгосрочных проектов (по 9%); участие в изготовлении сувенирной продукции – 8 % (рисунок 2). В ходе анализа статусной выборки респондентов выявлено, что значительно активнее участвуют в организации специальных событий специалисты (20%), тогда как руководители преимущественно заняты установлением контактов с представителями власти (23%), что является логичным.

Интерпретация полученных экспертных оценок показала, что региональной особенностью связей с общественностью является их преимущественное использование в области культуры и образования (15 %), а также в досуговой деятельности и в сфере развлечения (16 %) (рисунок 3). В то же время российские данные свидетельствуют о том, что приоритет здесь у производителей и дистрибьюторов потребительских товаров, предприятий промышленности и органов государственной власти.⁴⁸ Проблемой региональных связей с обществен-

⁴⁷ Таблица составлена на основе вторичного анализа материалов ЕАЭСД: 1. Новая Россия: десять лет реформ глазами россиян (ИКСИ). Сроки проведения полевых работ: 04.11.2001-27.11.2001 (URL: <http://sophist.hse.ru/dbp/S=1951/Q=159/>). 2. Еженедельный опрос «Экспресс ВЦИОМ». Тематический раздел: Общие проблемы СМИ. Доверие к СМИ. Цензура. Сроки проведения: 19.07.10-25.07.10. (URL: <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=13707>).

⁴⁸ РИА Рейтинг [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.riarating.ru/corporate_sector_rankings/20140610/610619731.html (дата обращения: 10.07.2014).

ностью является недостаточный уровень использования их стратегического потенциала (применяют только 31 % опрошенных).



Рисунок 2 – Направления деятельности (в %)

Ещё одна особенность – небольшой численный состав подразделений по связям с общественностью. Отделов, где работает один специалист, насчитывается 38 %; от 1 до 3 человек – 47 %; 5-10 сотрудников – 12 % и больше 10 человек работает только в 3 % учреждений. Малочисленность профильных подразделений не позволяет реализовывать полноценное управленческое взаимодействие.

Только 10 % респондентов уверены в том, что уровень развития связей с общественностью в регионе высокий; 27 % называют его низким; 63 % затруднились с ответом. По сравнению с другими категориями опрошенных более высоко оценили региональные связи с общественностью представители пресслужб.

Сопоставление результатов экспертного опроса с данными массового опроса демонстрирует сходство основных показателей. Так, проблема слабого влияния связей с общественностью на современные тенденции развития региона нашла своё подтверждение в обоих видах социологического исследования. Оценки экспертов и населения относительно перспектив развития связей с общественностью коррелируются между собой, подтверждая высокую оценку потенциала их развития.

Таким образом, по результатам массового и экспертного опросов сделаны следующие выводы: институциональное оформление связей с общественностью в регионе в целом идентично аналогичным общероссийским процессам.

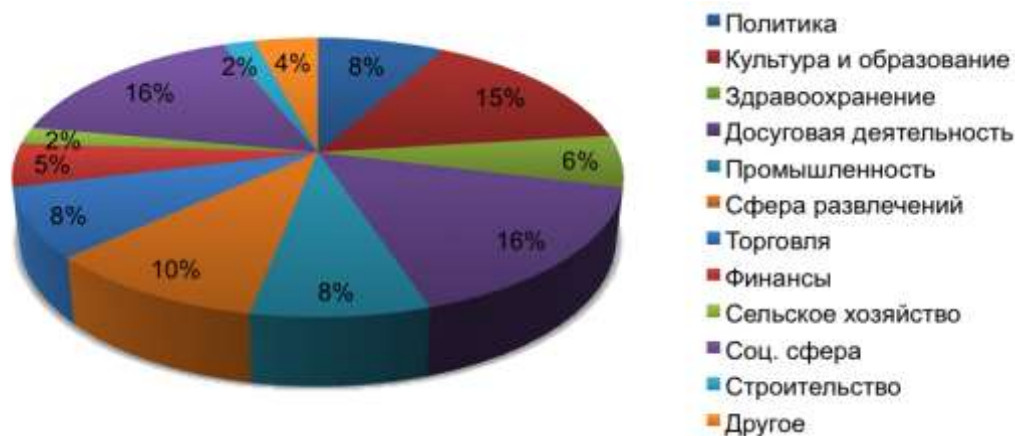


Рисунок 3 – Сферы реализации связей с общественностью

Связи с общественностью узнаваемы, их текущая оценка скорее негативная, хотя многие респонденты видят их перспективную роль в будущем как ресурса, способного положительно влиять на развитие социально-экономических процессов в регионе. На сегодняшний день связи с общественностью реализуются с использованием стандартных инструментов и характеризуются малочисленностью кадров, отсутствием долгосрочных коммуникативных стратегий. Это объясняется как объективными, так и субъективными причинами. Субъективные факторы связаны со спецификой становления связей с общественностью, а именно отсутствием общепринятых стандартов и практик, способных формировать отношения социального партнёрства на долгосрочной основе. Кроме того, специалистам в области связей с общественностью не хватает самостоятельности, настойчивости в объяснении конструктивной сущности профессии, которая способствует формированию социального института.

К объективным можно отнести определённые дисфункции институтов производства, их несовершенство и рассогласованность, что напрямую отражается на деятельности по связям с общественностью, которая характеризуется как вспомогательная и сервисная по отношению к бизнес-процессам. Руководители, в первую очередь, выделяют средства на решение основных хозяйственных задач, а связи с общественностью как деятельность «благополучной экономики» финансируется по остаточному принципу. В государственной сфере, где выстроена управленческая вертикаль, по-прежнему приоритетными остаются технологии пропаганды, агитации и административного воздействия, а не коммуникативный ресурс диалогового взаимодействия.

В параграфе 4.3 «Реализация связей с общественностью в институтах российского общества» предпринята попытка на эмпирическом материале определить характер и области применения связей с общественностью в институтах российского общества.

Для подтверждения авторской гипотезы в 2014 году был осуществлён третий этап исследования с использованием методов контент-анализа, позволяющих отследить степень информационного присутствия соответствующей тематики в печатных СМИ. В выборку контент-анализа были внесены более пяти тысяч единиц тиражей издательского дома «КоммерсантЪ»: журналы «Власть» и «Деньги»; газета «КоммерсантЪ», отобранные в соответствии с критериями, которые отвечали поисковым задачам. Среди них – длительный период выхода; доступность оцифро-

ванных номеров для анализа, удобная, детализированная система поиска на сайте издательского дома; высокий рейтинг; большой тираж; читательская аудитория, составляющая экономически и политически активные слои общества. В семантическое поле изучаемого феномена были внесены соответствующие единицы анализа и определены элементы, подлежащие фиксации (название статьи, автор; номер журнала и т.д.). Для регистрации результатов в статистическом пакете SPSS Statistics 19.0. была создана матрица, и все данные вносились в неё непосредственно в процессе встречаемости заявленных терминов.

Результаты контент-анализа показали, что упоминаемость связей с общественностью в журналах примерно одинаковая, а в газете она выше благодаря частоте выходов издания в печать. Интерпретация полученных результатов свидетельствует о наибольшей встречаемости термина «пиар» – 42%; на втором месте латинская аббревиатура (PR) – 32%; на третьем – «связи с общественностью» – 25%. Высокая частотность использования неологизма «пиар» в деловых изданиях является результатом публицистической деятельности анализируемых СМИ, в которых научно-профессиональная терминология, характерная для дефиниции «связи с общественностью», встречается значительно реже. Рассматриваемые термины упоминаются преимущественно в нейтральной тональности и более всего они присутствуют в статьях, освещающих федеральный уровень управления (рисунок 4).

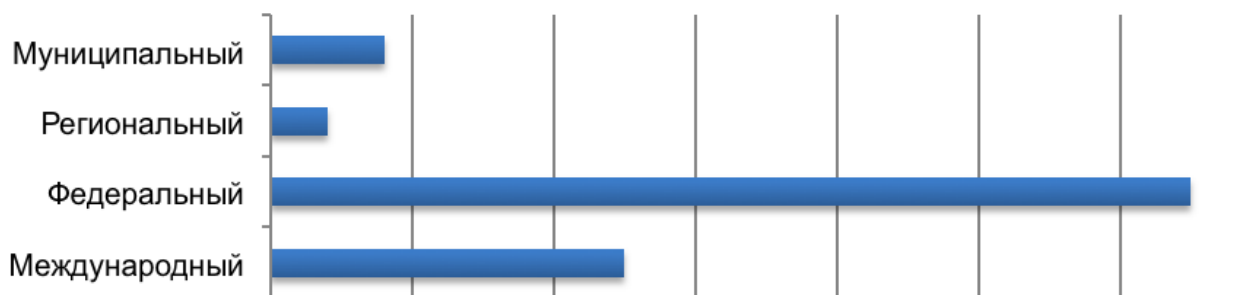


Рисунок 4 – Уровень, применительно к которому упоминаются термины

Данные контент-анализа показывают, что наиболее активно связи с общественностью используются в институтах экономической и политической сфер общества – 40 % и 33 % соответственно (рисунок 5).

Значительная часть упоминаний приходится на среднесрочную перспективу, что свидетельствует о недостаточном внимании к долговременному (стратегическому) планированию связей с общественностью, которые участвуют в институциональном взаимодействии и формировании системы общественных отношений.

Подтверждение положения о включенности связей с общественностью в систему базовых российских институтов осуществлялось в процессе заключительного этапа социологического исследования, осуществлённого в форме экспертного опроса (2015 год, N=30). Экспертное мнение высказали руководители бизнеса, государственные служащие, менеджеры крупных предприятий, журналисты, главы общественных организаций, партийные работники.



Рисунок 5 – Упоминание связей с общественностью в социальных институтах

Список потенциальных экспертов отбирался по следующим критериям: формальный статус, компетентность, готовность к общению, способность к рефлексивному анализу, объективность, стаж работы в соответствующей отрасли. При оценке валидности полученных данных учитывалось, что мнение интервьюируемых является оценочным суждением, а не фактом, поэтому новые данные уточнялись с помощью дополнительной статистической информации. Характер взаимодействия с экспертами – очное полуформализованное интервью, в процессе которого проходило личное общение, позволяющее адаптировать гайд, видоизменяя характер вопросов. Аудиозаписи разговора оформлялись в форме транскриптов и анализировались.

Интерпретация результатов свидетельствует о том, что связи с общественностью в достаточной мере присутствуют в практике социальных институтов российского общества и имеют свою специфику. Так, в сфере бизнеса особую важность приобретают неимущественные (социально ценностные) достижения как условие повышения конкурентоспособности; в политике связи с общественностью все чаще становятся средством формирования желаемого для претендентов на власть общественного мнения; в социальной сфере акцент делается на изменении отношения общественности к проблемам, а также формирование позитивных моделей социального поведения. Во всех базовых институтах инструментами реализации связей с общественностью являются регулярное взаимодействие со СМИ, встречи с представителями общественности, стейкхолдерами и лидерами мнений, публичные акции и специальные мероприятия, почтовая рассылка, интернет-технологии и т.д.

Большинством опрошенных (80%) связи с общественностью определяются как система отношений управленческого характера. Только 20% считают их самоорганизующимся процессом. Управленческий потенциал связей с общественностью эксперты видят по-разному. Одни считают, что в условиях авторитарной системы данный ресурс ограничен, он возможен в реальной демократии, особенно новой её формы – делиберативной. Другие полагают, что он реализуется посредством технологий, а их эффективность усиливается в условиях доверия между участниками коммуникации. Кроме того, отмечен активный характер современной

институционализации связей с общественностью, что само по себе выступает эффективным инструментом управления.

Полученные результаты показали, что для современной практики связей с общественностью характерен односторонний тип коммуникации, в которой интерактивность и диалогичность присутствуют sporadически. В отдельных случаях наблюдается подмена связей с общественностью пропагандой и манипуляцией. Повсеместно существует непонимание руководством роли связей с общественностью; противоречие между социальным заказом на реализацию программ и личным нравственным выбором специалистов, работающих в отрасли; отсутствует должное финансирование и правовое регулирование связей с общественностью. Исходя из анализа ответов, логичным выглядит вывод о том, что условием реализации институциональных возможностей связей с общественностью является не только взаимодействие с большими социальными группами, но и установление взаимовыгодных отношений с целевыми аудиториями и активными гражданами, а также формирование коммуникативной культуры руководителей, повышение их знаний в области связей с общественностью. Представляется, что эффективность связей с общественностью связана с использованием долгосрочных коммуникативных стратегий и искоренением манипулятивных практик. Расширение аксиологической составляющей связей с общественностью, а также усиление их роли в гармонизации общественных отношений эксперты увязывают с соблюдением морально-этических норм, отказом от методов пропаганды и агитации, осознанием специалистами приоритета общественных интересов и своей социальной ответственности.

С целью проверки полученных научных выводов в рамках единой программы осуществлена опытно-экспериментальная апробация теоретических положений исследования. В 2004-2007 гг. была организована работа пресс-клуба «Простые правила», а в период с 2010 по 2014 годы проводился Всероссийский молодёжный фестиваль «Призвание». В разное время были проведены обучающие игры, построенные на принципах творческого поиска и ролевой имитации, которые преследовали цель установления возможностей и определения потенциала социального конструкционизма связей с общественностью.

Экспериментальная проверка теоретических выводов стала доказательством того, что проектная деятельность с использованием связей с общественностью, способствует установлению равноправного партнёрского взаимодействия сторон, достижению консенсуса с целью решения социально значимых задач. Опыт их практического применения открывает возможности для формирования благоприятной информационно-коммуникативной среды, конструирования желаемой конфигурации социальных отношений.

Таким образом, эмпирически подтверждены теоретические выводы о том, что институционализация связей с общественностью позволяет их использовать в различных социальных институтах, оптимизируя управленческое взаимодействие, повышая эффективность социального управления. В результате социологического исследования и экспериментальной работы получены данные, которые легли в основу социологической концепции институционального управления в связях с общественностью на микро -, мезо -, макроуровне.

В пятой главе «Социологическая концептуализация связей с общественностью» на основе эмпирического материала разработаны основные положения институционального регулирования в связях с общественностью. **В параграфе 5.1 «Многоуровневое институциональное управление в связях с общественностью»**

обосновано, что институциональный подход в связях с общественностью раскрывает приоритет непрямого (косвенного) влияния, субъект-субъектного взаимодействия, реализации коммуникаций на всех управленческих уровнях. Очевидно, что управление социальными процессами посредством коммуникативных институтов, к которым относятся связи с общественностью, способствует формированию в обществе открытости и системного доверия, а также «<...>ограничивает власть, создавая новые и автономные центры управления, призванные конкурировать с ней<...>». ⁴⁹ В. Радаев следующим образом сформулировал суть институционального управления, которое, по его мнению, «позволяет доминирующим игрокам рутинизировать властные порядки, проводить свои интересы, не убеждая или не принуждая своих контрагентов каждый раз заново. Институты, являясь результатом властных воздействий, сами становятся основанием и инструментом власти». ⁵⁰

Отсюда следует вывод о том, что институциональный уровень управления, в том числе в связях с общественностью, открывает возможности трансформации целеполагания, перехода от моносвязей к социальным полисвязям, продуцирующим конструктивное сотрудничество с целью достижения взаимовыгодных результатов на макро-, мезо- и микроуровнях общества. Так, на макроуровне связи с общественностью реализуются в рамках управления как коммуникативный компонент, присутствующий в других институтах, прежде всего государственного, экономического и политического типа. Здесь они востребованы в ходе формирования общественного мнения, медийной повестки дня, выработки ценностных установок и ориентаций, стратегического планирования крупномасштабных публичных акций и проектов. Кроме того, на этой ступени большое внимание уделяется вопросам нормативной базы, экспертно-аналитической, консалтинговой и прогностической деятельности. На макроуровне результатом реализованного институционального управления является сформированная когерентная социальная среда, характеризующаяся солидарными отношениями, согласием и сотрудничеством, балансом интересов всех субъектов. В данных условиях механизмом реализации системы управления выступают соответствующие технологии, поддерживающие децентрализацию и сглаживающие отчуждение между управляемой и управляющей системами. Именно при помощи связей с общественностью, которые устанавливают информационно-коммуникативные «правила игры», осуществляется межинституциональное взаимодействие, формируется доверие к общественным институтам, их агентам, социально-политическому устройству государства. Это достигается за счёт паритетного взаимодействия субъектов управления, мониторинга общественного мнения, публичных акций, которые реализуются в различных институциональных средах и требуют предварительной оценки возможных репутационных рисков.

Мезоуровень охватывает отношения в социальных общностях, коллективах и группах. В мезосистемах осуществляются отраслевая спонсорская и лоббистская деятельность, избирательные циклы с выборной агитацией и т.д. На мезо-и макроуровне цель связей с общественностью – доверительные партнёрские отношения, формирующиеся за счёт корректно выбранных каналов коммуникации, посредством которых целевым аудиториям передаётся социально значимая

⁴⁹ Лунсеп М. Политический человек: социальные основания политики. – Пер. с англ. Москва: Мысль, 2016.

⁵⁰ Радаев В.В. Как организуется рыночное взаимодействие: – Препринт WP4/2010/01. М.: Изд. дом Государственного университета – Высшей школы экономики, 2010.

информация; устанавливается реальная, а не декларируемая обратная связь, табуируются негативные технологии (манипуляция, пропаганда, диффамация). Также к социальным механизмам реализации программ связей с общественностью относится их регулярное взаимодействие со СМИ, в ходе которого во главе угла находится приоритет общественных интересов и проактивная коммуникация аксиологического типа. Связи с общественностью на этих уровнях участвуют в формировании когерентной социальной среды.

Реализация связей с общественностью на микроуровне подразумевает создание неимущественного капитала социально-экономических субъектов через деятельность организационных структур (пресс-службы, информационные отделы, редакции корпоративных СМИ), а также посредством различных процедурных регламентов и внутрифирменных коммуникаций. Эта ступень предполагает координацию и корректировку консолидированных управленческих действий с целью достижения и поддержания взаимовыгодных отношений субъекта со своей общественностью. Реализация институционального уровня управленческих отношений подразумевает учёт не только материальных активов, имеющих вещественную форму, но и символических ресурсов, к которым относятся гарантии получения выгоды и удобств, полезные связи, социальная ответственность, известность и престиж, положительный имидж и деловая репутация. В этом случае связи с общественностью позволяют избегать агрессивного рыночного противостояния, преобразуя его в репутационную состязательность.

Таким образом, многоуровневое институциональное управление упорядочивает систему общественных отношений, делая их более вероятностными, прогнозируемыми, позволяющими добиваться наилучших управленческих эффектов. Сущностное ядро связей с общественностью – взаимодействие – в рамках института рассматривается как взаимообусловленная и взаимосвязанная системная интеракция, продуцирующая актуальные обратные связи, взаимообмен информацией, новыми знаниями, символическими интенциями и ресурсами, что в конечном итоге делает управление более предсказуемым и прозрачным, а отношения – доверительными (рисунок б).

Проведённый анализ показал, что связи с общественностью как проактивная коммуникация и способ косвенного, «мягкого» управления оптимизируют поведенческие роли представителей власти, ориентируя их на открытый и прямой диалог с общественностью, что позволяет минимизировать социальную конфронтацию благодаря публичной демонстрации руководителями ценностно-нормативных, идеологических и репутационно-символических деловых качеств, а также соблюдения ими профессиональной этики и принятия ответственных решений.

Следовательно, ключевым признаком института связей с общественностью является их коммуникативно-диалоговый потенциал, обеспечивающий разнонаправленное управленческое взаимодействие со специально организованной и обязательно исполненной обратной связью, реализуемой независимо от социального статуса участников, их места в иерархии управления.

Институциональный уровень связей с общественностью открывает возможности для долгосрочного коммуникативного планирования с учётом аксиологических принципов, разработки комплексных социальных проектов на основе форсайт-сценариев, использования аутентичных технологий интеракционистского типа, обеспечивающих связность (коммуницируемость) субъектов взаимодействия.

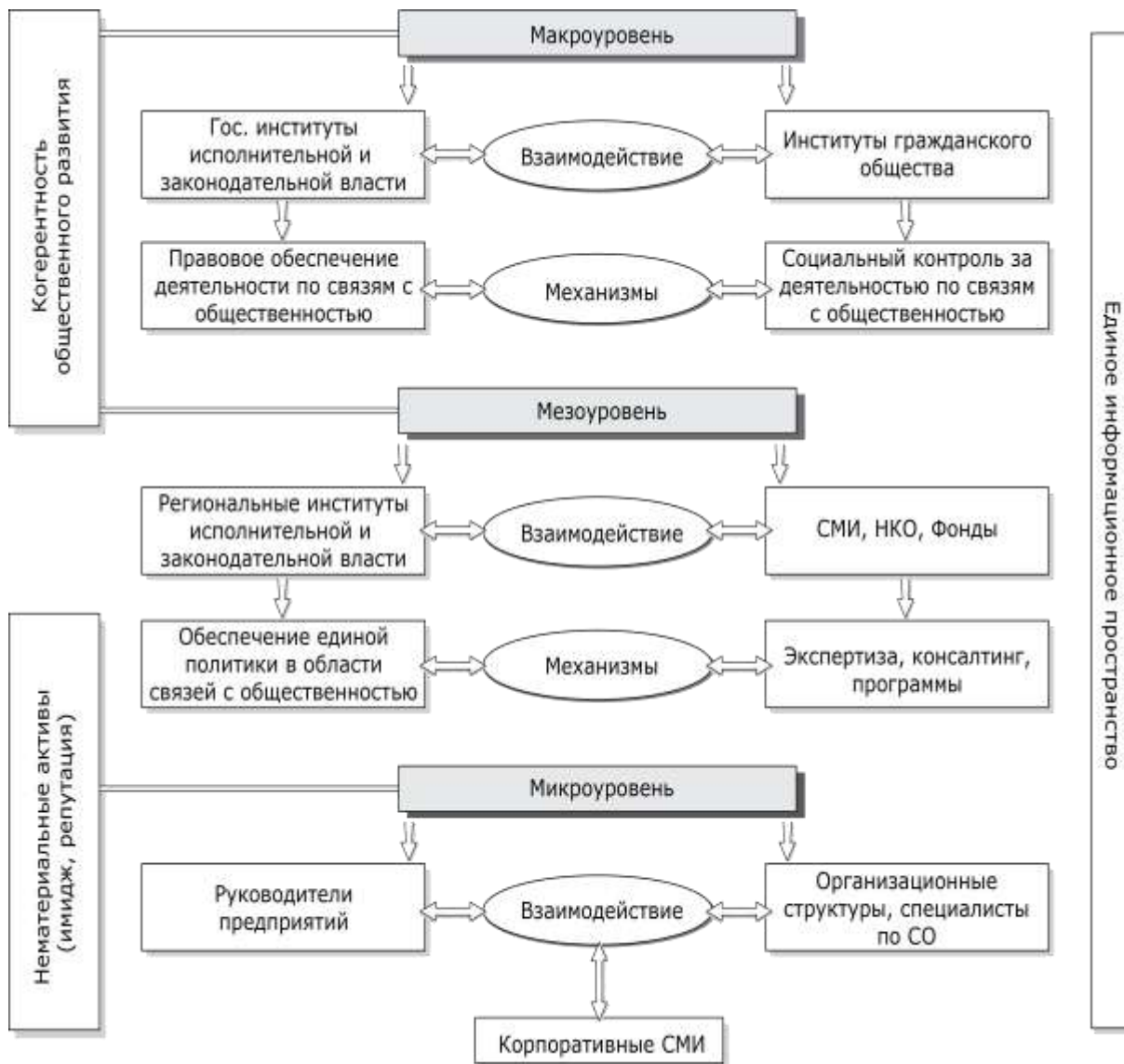


Рисунок 6 – Уровни институционального управления в связях с общественностью

Социально-технологические и организационно-функциональные параметры связей с общественностью становятся необходимым элементом политических и социально-экономических институтов страны, в которых растёт значимость публичных коммуникаций, символических характеристик (имиджа и репутации), на постоянной основе осуществляется управление процессами информационного обмена.

Резюмируя, можно отметить, что институциональное управление в связях с общественностью – это процесс продолжительного, системного и целостного воспроизводства многоуровневого взаимодействия, реагируемого с использованием социальных и сетевых технологий, предусматривающих общественное согласие и формирующих общественные отношения партнёрского типа. Институт связей с общественностью, обеспечивая управленческое взаимодействие, создаёт предпосылки для развития гражданской инициативы и системного доверия, снижает риски морально-этических и репутационных потерь, в целом сглаживает общественные противоречия, обеспечивая устойчивость социальной системы.

В параграфе 5.2 «Социологическая концепция связей с общественностью в системе социального управления» обосновывается объективность институци-

онализации, а также доказывається, что в ходе этого процесса происходит постепенная замена несистемной и спорадической социальной интеракции на долгосрочную и постоянную. В этом случае связи с общественностью выступают как управленческое взаимодействие – связующее звено управления, регулирующее отношения, возникающие при осуществлении всего комплекса социально значимых коммуникативных программ, детерминирующих отказ от административного воздействия в пользу построения субъект-субъектных диалоговых интеракций.

Современные тенденции развития системы социального управления требуют разработки социологической концепции, представляющей собой совокупность базовых идей, относящихся к проблеме институционального управления в связях с общественностью. При её построении использовались взгляды на проблему Э. Гидденса, Г. Зиммеля, Н. Лумана, Т. Парсонса и структурные элементы В. Лепского: мировоззренческий уровень (ценности, нормы и принципы); методологический (подходы, факторы и особенности процесса/явления); технологический – ресурсы, инструменты, оргструктура; уровень реализации.⁵¹ Кроме того, в концепции нашли отражение институциональные факторы Я. Щепаньского: цель; сфера деятельности института; функции; нормативные социальные роли и статусы; средства и учреждения для достижения цели и др.⁵² Целесообразность и необходимость применения концепции обусловлена возросшими требованиями к устойчивости среды и качеству жизни.⁵³ В условиях социального многообразия и нелинейного развития возможность реализации основных положений данной концепции в базовых институтах связана именно с информационно-коммуникативными аспектами, во многом определяющими характер общественных отношений, которые в информационную эпоху становятся все более тотальными и открытыми (рисунок 7).

Следовательно, любой социальный институт в состоянии выполнить свое предназначение, только прибегая к стратегиям коммуникативной координации. Принципиальное значение в этой связи приобретает методологическая платформа социологической концепции, в структуру которой включены теоретико-методологические и практико-методические компоненты, базирующиеся на конвергентном подходе, включающем основные ценности и принципы, социально-технологические механизмы⁵⁴ реализации связей с общественностью в процессе их институциональной трансформации.

В основе факторов, детерминирующих коммуникативную составляющую институтов, находятся потребности взаимодействия субъектов, заинтересованных в установлении партнёрских отношений внутри данной социальной системы. Также

⁵¹ Лепский, В.Е. Эволюция представлений об управлении (методологический и философский анализ) – М.: Когито-Центр, 2015.

⁵² Щепаньский, Я.Ю. Элементарные понятия социологии. – М.: Прогресс, 1969, с. 97.

⁵³ Устойчивое развитие понимается в трактовке Рио-де-Жанейрской декларации по окружающей среде и развитию. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/riodecl.shtml (дата обращения 03.07.2013); Качество жизни – интегральная категория, отражающая степень и полноту удовлетворения потребностей человека. // Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/media/files/aaooFKSheDLiM99HEcyugytfmGzrnAX.pdf> (дата обращения 23.09.2013).

⁵⁴ Социальные механизмы – это «причинно-следственные зависимости, показывающие, каким образом взаимодействуют различные факторы и переменные, генерируя качественные и количественные характеристики, отражающие реальное течение социальных процессов» // Плотинский, Ю.М. Модели социальных процессов. – М., 2001.

к условиям реализации концепции можно отнести обязательность коммуникативной стратегии, наличие организационных структур, планирование соответствующих ресурсов и технологий, а также формирование системы управления на принципах релевантной обратной связи и транспарентности.

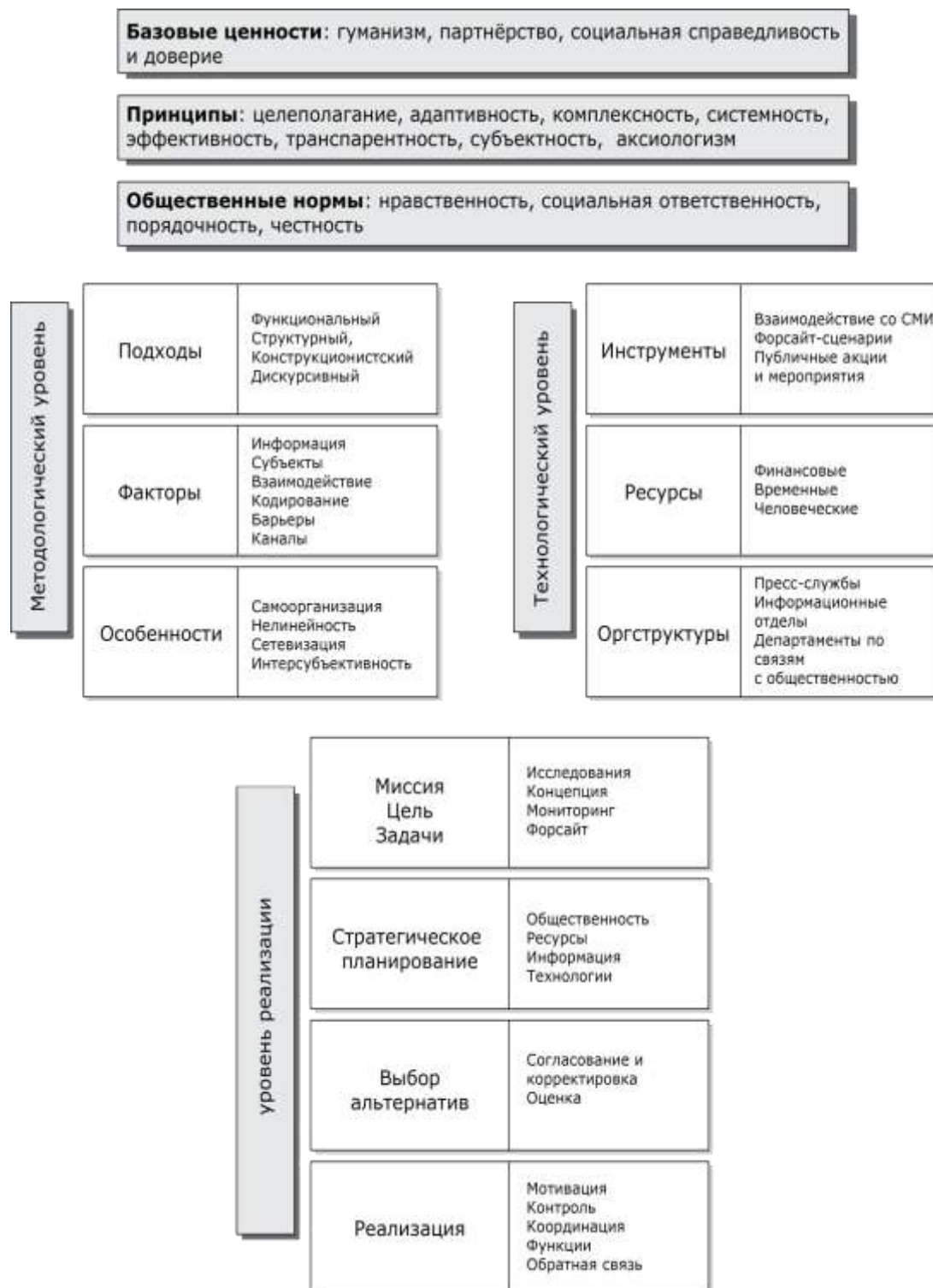


Рисунок 7 – Методологические основания концепции институционального управления в связях с общественностью

Разработанная концепция позволяет на постоянной основе включать связи с общественностью в систему институционального управления, используя их

социальные механизмы по следующим направлениям: функционально-технологические; организационно-экономические; законодательно-нормативные; ресурсно-производственные. Эти компоненты существенно оптимизируют взаимодействие и «мягкое» взаимовлияние управляющей и управляемой систем. При этом представители управляемой системы благодаря обратной связи имеют возможность участвовать в принятии решений, что делает управление более прозрачным и демократичным. В свою очередь, гибкая система интеракций в связях с общественностью, используя «коммуникативный код» регулирующего аксиологического свойства, позволяет формировать когерентную среду, гарантирующую социальную стабильность (рисунок 8).

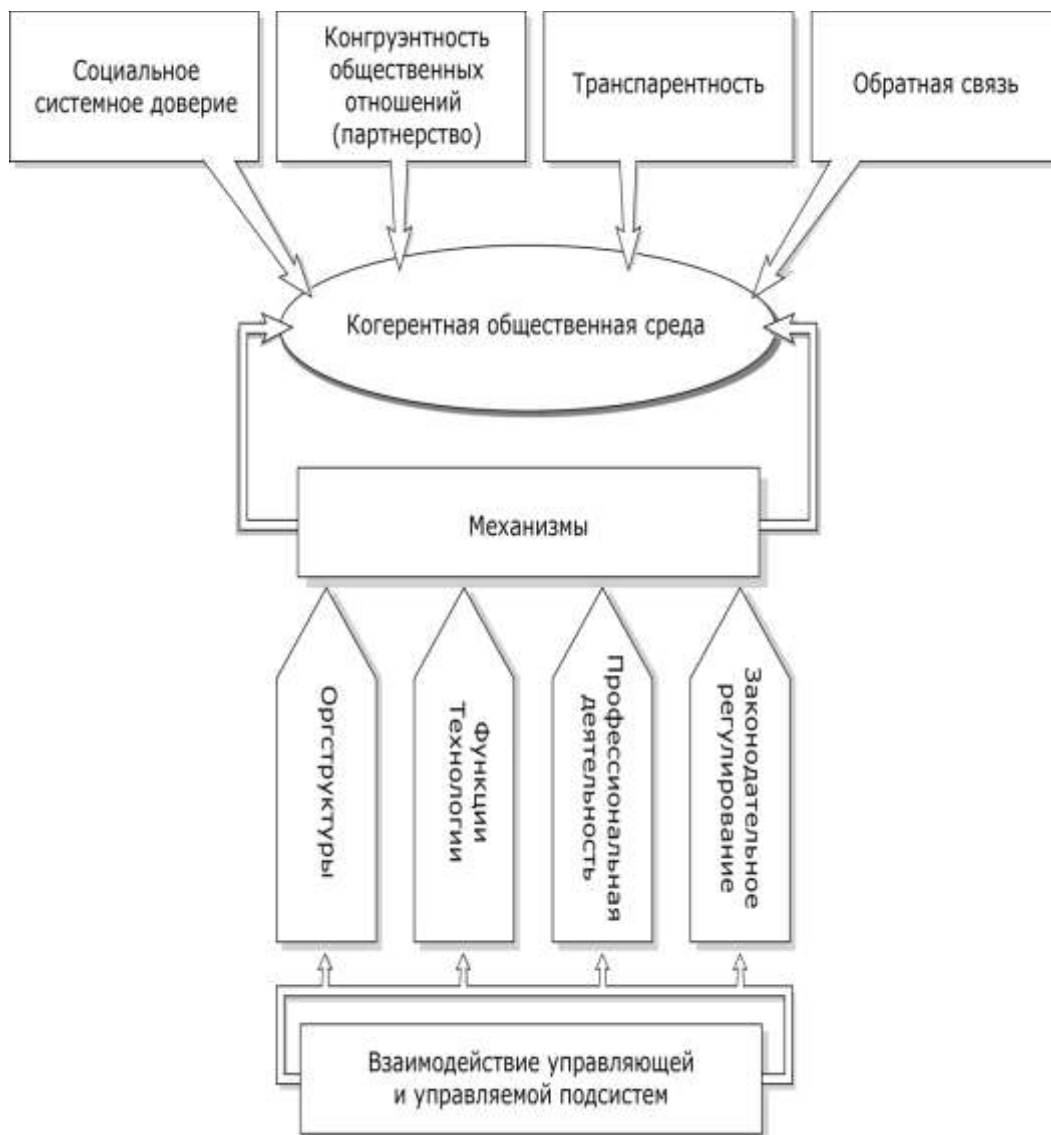


Рисунок 8 – Механизмы реализации связей с общественностью

Установление зависимости динамики социальных механизмов от изменений и трансформации самого социума позволяет утверждать, что они отражают актуальные процессы регулирования норм, ролей, предписаний, образцов поведения и иных элементов и выступают условием институционального управления. Предполагается, что данные механизмы интегрируют экономические, административные и нормативные инструменты, которые используются в ходе взаимодействия подси-

стем институционального управления, формируя новый тип солидарных общественных отношений.

В концепции обосновывается, что институционализация как постепенный переход от неопределённости к системности и предсказуемости отражает уровень новых социальных реалий, состоящих в обеспечении посредством взаимодействия общественной согласованности и прогнозируемости. Институциональное управление в связях с общественностью является процессом целостного воспроизводства, развития и регулирования коммуникаций на основе комплексности, системности, координации и согласованности всех направлений деятельности, уменьшающей неопределённость и закрепляющей предсказуемость социальных интеракций, их стратегическое планирование и прогнозирование. В то же время информатизация российских социальных институтов актуализирует использование системных и ризоматических процедур, обеспечивающих гетерогенное, свободное и множественное взаимодействие. В таком контексте связи с общественностью рассматриваются как необходимое условие и результат системного доверия, следствие интеграции социальных субъектов на институциональном уровне (рисунок 9).

Разработанная концепция предусматривает реализацию связей с общественностью как управленческого взаимодействия благодаря социально-технологической деятельности субъектов, формирующих благоприятные условия для удовлетворения информационно-коммуникативных общественных потребностей. Технологические факторы конкретизируются в зависимости от сферы применения связей с общественностью и могут проявляться в форме диагностических процедур (мониторинг общественного мнения, форсайт-сценарии, опросные методы) и инструментария реализации (публичные акции, приёмы по личным вопросам, общественная экспертиза, дебаты, адвокация и др.).

Логично предположить, что концептуальное построение принципов институционального управления в связях с общественностью обеспечено соответствующими организационными структурами и ресурсами, что позволяет агрегировать и артикулировать интересы представителей и управляющей, и управляемой систем посредством релевантной обратной связи и каналам публичного общественного влияния (согласительные комиссии, публичные слушания, дискуссионные пространства и круглые столы с широким освещением в средствах массовой информации).

Таким образом, благодаря реализации данной концепции связи с общественностью в институциональном измерении становятся важным элементом социального управления. Их использование в деятельности институтов российского общества продуцирует партнёрский тип общественных отношений, присущих делиберативной (совещательной) демократии. Как управленческое взаимодействие связи с общественностью нацелены на социальный консенсус, обеспечивающий устойчивость социума. Логично предположить, что реализация аксиологического потенциала связей с общественностью формирует системное доверие и когерентную среду, что отвечает модернизационным задачам, стоящим перед нашим обществом.

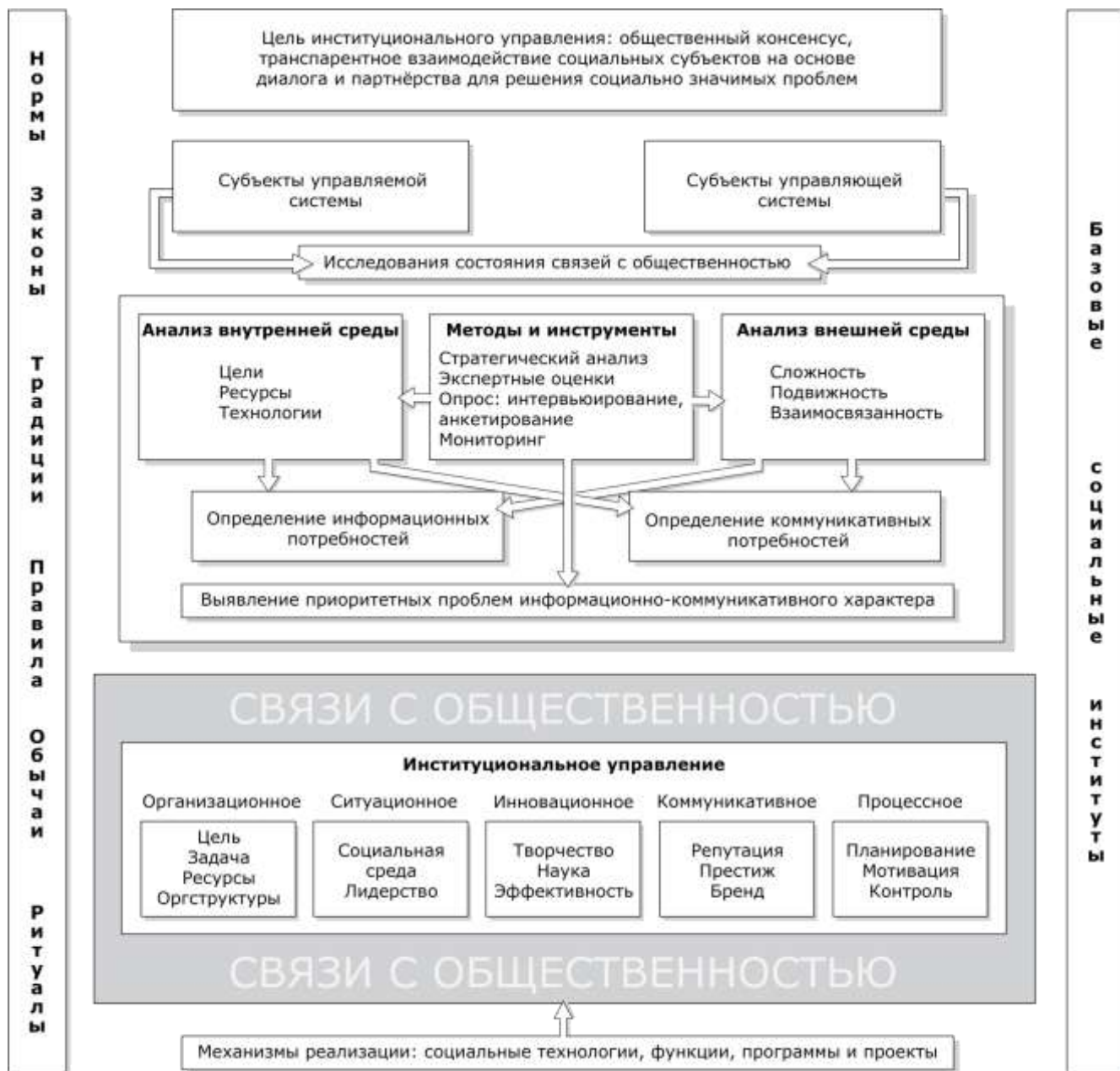


Рисунок 9 – Институциональное управление в связях с общественностью

В **заключении** подводятся итоги диссертационного исследования, формулируются основные выводы и соответствующие рекомендации.

Публикации. По теме диссертации опубликованы следующие работы:

Монографии

1. Герасимова, Г.И. Связи с общественностью в контексте социально-гуманитарных знаний. – СПб: Роза мира, 2009. – 13 п.л.
2. Герасимова, Г.И. Социологический анализ связей с общественностью как управленческой деятельности. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2011. – 12 п.л.
3. Герасимова, Г.И. Связи с общественностью: институциональный уровень управления. Монография. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2015. – 16 п.л.

Статьи в журналах, рекомендованных ВАК

4. Герасимова, Г.И., Богданова, Л.Ф. О некоторых негативных последствиях коммерциализации высшего образования // Нефть и газ. Известия высших учебных заведений, 1997. – №6. – авторское участие 0, 12 п.л.

5. Герасимова, Г.И. Онтологическая характеристика понятия «связи с общественностью» // Социология. Экономика. Политика. Известия высших учебных заведений, 2007. – №3(14). – 0,18 п.л.
6. Герасимова, Г.И. Связи с общественностью как социальный механизм взаимодействия власти и общества // Власть, 2008. – № 8. – 0,31 п.л.
7. Герасимова Г.И. Связи с общественностью как социальный институт современного российского общества // Социология. Экономика. Политика. Известия высших учебных заведений, 2008. – №2 (17). – 0,18 п.л.
8. Герасимова, Г.И. Власть и образование: проблемы коммуникации // Социология образования, 2008. – № 10. – 0,43 п.л.
9. Герасимова, Г.И. Функциональные особенности связей с общественностью в процессе взаимодействия власти, науки и образования // Социология. Экономика. Политика. Известия высших учебных заведений, 2008. – № 4 (19). – 0,18 п.л.
10. Герасимова, Г.И. Стратегическое управление коммуникациями в условиях кризиса // Социология, 2010. – № 4. – 0,43 п.л.
11. Герасимова, Г.И. Связи с общественностью: объектно-предметная область исследований // Теория и практика общественного развития, 2010. – № 4. – 0,18 п.л.
12. Герасимова, Г.И. Технологии связей с общественностью в структуре взаимодействия субъектов общественных отношений // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион, 2011. – № 3 (19). – 0,50 п.л.
13. Герасимова, Г.И. Публичные коммуникации античности как ресурс связей с общественностью // Теория и практика общественного развития, 2011. – № 4. – 0,25 п.л.
14. Герасимова, Г.И. Междисциплинарность в исследованиях теории связей с общественностью // Социология. Экономика. Политика. Известия высших учебных заведений, 2011. – № 2 (29). – 0,25 п.л.
15. Герасимова, Г.И. Социологическая концепция связей с общественностью как управленческой деятельности // Казанская наука, 2012. – № 4. – 0,31 п.л.
16. Герасимова Г.И. Технологии связей с общественностью как инструмент реализации институционального уровня управления // Перспективы науки, 2013. – № 9 (48). – 0,25 п.л.
17. Герасимова, Г.И. Теоретический анализ функций связей с общественностью: сущность и основные параметры реализации в обществе // Наука и бизнес: пути развития, 2013. – № 12 (30). – 0,50 п.л.
18. Герасимова, Г.И. Связи с общественностью в структуре социологии управления // Социология. Экономика. Политика. Известия высших учебных заведений – 2013. – № 1 (36). – 0,31 п.л.
19. Герасимова, Г.И. Социальное взаимодействие в структуре управления: теоретический аспект // European Social Science Journal, 2014. – № 1. – Т. 1 – 0,37 п.л.
20. Герасимова, Г.И. Влияние института связей с общественностью на социальные институты и процессы // Теория и практика общественного развития, 2014. – № 3. – 0,18 п.л.
21. Герасимова, Г.И., Медведев, П.С. Эпистемологические основания связей с общественностью в контексте теории социальной коммуникации // Социология. Экономика. Политика. Известия высших учебных заведений. – 2014. – № 3 (36). – авторское участие 0,12 п.л.

22. Герасимова, Г.И. Связи с общественностью как конвенциональное взаимодействие // Дискуссия, 2014. – № 11. – 0,31 п.л.

23. Герасимова, Г.И. Связи с общественностью в контексте смены управленческой парадигмы // Общество: социология, психология, педагогика, 2016. – № 4. – 0,31 п.л.

24. Герасимова, Г.И. К вопросу о периодизации российских связей с общественностью // Теория и практика общественного развития, 2016. – № 9. – 0,12 п.л.

Основные статьи и тезисы

25. Герасимова, Г.И. Север – юг Тюменской области: диалог интересов // Нефть и газ Западной Сибири. – Тюмень: ТюмГНГУ, 1996. – 0,18 п.л.

26. Герасимова, Г.И. Организационное проектирование в вузе // Человек и общество: тенденции социальных изменений. Материалы международной научно-практической конференции. Вып. 2. Проблемы молодежи и образования. Часть 2. Акмеология образования. – Санкт-Петербург-Минск – Ростов-на-Дону, 1997. – 0,20 п.л.

27. Герасимова, Г.И. Паблик рилейшнз в сфере корпоративных коммуникаций // Связи с общественностью: образование и карьера. – М.: Изд-во МГУКИ, 2001. – 0,12 п.л.

28. Герасимова, Г.И. Власть и вузы: особенности формирования public relations // PR: горизонты новой реальности. Тезисы докладов межрегиональной научно-практической конференции. Н. Новгород: Изд-во НГТУ, 2000. – 0,18 п.л.

29. Герасимова, Г.И., Герасимов Е.В. Организационная культура образовательного учреждения // Духовность России: современный этап: Тезисы и материалы докладов научно-практической конференции. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2002. – авторское участие 0,18 п.л.

30. Герасимова, Г.И. Подготовка специалистов по связям с общественностью: от теории к практике // Новые аспекты формирования позитивной репутации промышленных предприятий. // Материалы семинара Уральского центра развития бизнеса. – Челябинск, 2003. – 0,25 п.л.

31. Герасимова Г.И. Связи с общественностью: возникновение, эволюция и содержание деятельности // Связи с общественностью: теория и практика. Материалы всероссийской научно-практической конференции / Под ред. Г.И. Герасимовой. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2005. – 0,31 п.л.

32. Герасимова Г.И. Связи с общественностью: европейский опыт // PR-технологии в информационном обществе: Материалы III всероссийской научно-практической конференции. – СПбГУ, 2006. – Ч. II – 0,31 п.л.

33. Герасимова, Г.И. Связи с общественностью как форма социального партнерства // Психология качества жизни субъектов современного образования: Межрегиональный сборник научных трудов. – Тюмень: Издательский центр «Академия», 2006. – 0,87 п.л.

34. Герасимова, Г.И. Технологии паблик рилейшнз в государственных структурах // Актуальные проблемы журналистики в условиях глобализации информационного пространства. Выпуск №1. – Челябинск. – Издательство ЧелГУ, 2007. – 0,43 п.л.

35. Герасимова Г.И. Реализация функций связей с общественностью в образовательном процессе // Качество жизни субъектов современного образования: Ежегодный альманах. – Вып. № 2. – Тюмень: РИЦ ТГАКИ, 2007. – 0,62 п.л.

36. Герасимова, Г.И. Кампания в сфере коммуникаций: интегрированный подход // Связи с общественностью как социальный институт: история, современность, перспективы развития. Материалы международной научно-практической конференции / Под ред. Герасимовой Г.И. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2007. – 0,8 п.л.

37. Герасимова, Г.И. Периодизация связей с общественностью: американский и российский опыт // Гуманитарные стратегии российских трансформаций: материалы международной научно-практической конференции. – Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ, 2007. – 0,81 п.л.

38. Герасимова Г.И. Образовательные процессы РАСО как фактор актуализации преподавания дисциплин паблик рилейшнз // Пресс-служба, 2007. – № 12. – 0,25 п.л.

39. Герасимова Г.И. Активные методы подготовки специалистов по связям с общественностью // Современные методики подготовки специалистов по связям с общественностью: мат. межд. конф. – Тамбов: Изд-во Р.В. Першиной, 2007. – 0,25 п.л.

40. Герасимова, Г.И. Связи с общественностью как форма социальной коммуникации // Социальные коммуникации и эволюция общества: сб. ст. международной научно-практической конференции. – Новосибирский государственный университет. – Новосибирск: Изд-во НГУ, 2008. – 0,25 п.л.

41. Герасимова, Г.И. Использование интернет-технологий в процессе формирования репутации предприятия // Гуманитарные стратегии российских трансформаций: материалы международной научно-практической конференции. Том 1. – Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ, 2008. – 0,43 п.л.

42. Герасимова, Г.И. Коммуникативная основа паблик рилейшнз // Сорокинские чтения. Отечественная социология: Обретение будущего через прошлое: Материалы IV всероссийской научной конференции. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2008. – 0,18 п.л.

43. Gerasimova, G.I. Two-way information in public relations: how to make the sphere more effective to the audience // Mass media and information security of society. Materials of the international conference 29 April 2008. – Journalism faculty: Ural state university named after F.V. Gorky. – Ekaterinburg, 2008. – 0,18 п.л.

44. Герасимова, Г.И. Проектирование социальных коммуникаций // Качество жизни субъектов современного образования – 2009: альманах / Под ред. Н.А. Голикова. – Саратов: Научная книга, 2009. – 0,7 п.л.

45. Герасимова Г.И., Чекан Н.С. Больше связей – больше практики // Советник. – 2009. – № 11. – авторское участие 0,06 п.л.

46. Герасимова, Г.И. Взаимодействие власти и общества (на примере деятельности пресс-службы Тюменской областной Думы) // PR в изменяющемся мире: коммуникационные технологии в деятельности органов власти. Сборник статей. – Барнаул: Алтайский государственный университет, 2010. – Выпуск 8. – 0,56 п.л.

47. Герасимова, Г.И. Социологические теории как основание паблик рилейшнз // Коммуникативное пространство: измерения, пределы, возможности. Материалы выступлений на V международной конференции РКА «Коммуникация – 2010». – М.: Изд-во МГУ, 2010. – С.400. – 0,25 п.л.

48. Герасимова, Г.И. Технологии связей с общественностью в развивающемся гражданском обществе // Стратегия инновационного развития России как особой цивилизации в XXI веке: VI всероссийская научная конференция «Сорокинские чтения – 2010»: Сборник тезисов. – М.: МАКС Пресс, 2010. – С.1884. – 0,12 п.л.

49. Герасимова, Г.И. Наука о связях с общественностью vs пиарология: опыт критического дискурса // Российская пиарология: тренды и драйвы. Сб. научных трудов. – Челябинск: ИЦ «Уральская академия», 2011. – 0,31 п.л.

50. Gerasimova, G.I. Influence of social institute of public relations on quality of life // Life quality of subjects of modern education – 2011: the almanac / under the edi-

torship of N.A. Golikov, E.G. Mironova. – Almaty: «Tsennye bumagi» publishing house, 2010 – 0,31 п.л.

51. Герасимова, Г.И., Герасимов, Е.В. Связи с общественностью – управленческая парадигма // Гуманитарные аспекты модернизации России. Материалы всероссийской научно-практической конференции молодых учёных. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2011. – авторское участие 0,15 п.л.

52. Герасимова, Г.И. Социологический анализ социальных практик (на примере PR-деятельности) // Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие [Электронный ресурс]: Материалы IV очередного всероссийского социологического конгресса. – М.: РОС, 2012. – CD ROM. – 0,37 п.л.

53. Герасимова, Г.И. Полипарадигмальный подход к изучению связей с общественностью // Социология в системе научного управления обществом. Материалы IV всероссийского социологического конгресса [электронный ресурс] / ИС РАН, ИСПИ РАН, РГСУ. – М.: ИС РАН, 2012. – CD ROM. – 0,12 п.л.

54. Герасимова, Г.И. Связи с общественностью в парадигме делиберативных процессов // Материалы IV Тюменского социологического форума. 08-09 октября 2015 г. – [электронный ресурс] – Тюмень: Тюменская областная Дума, ФГБОУ ВО «Тюменский государственный нефтегазовый университет», 2015. – CD ROM. – 0,18 п.л.

55. Герасимова, Г.И. Концепция брендинга территории// Брендинг как коммуникативная технология XXI века// Материалы всероссийской научно-практической конференции с международным участием. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. – 0,12 п.л.

Учебные пособия

56. Герасимова, Г.И. Стровский, Д.Л., Горонкова, В.В., Корчак, Т.Б. Формирование корпоративных ценностей в высшем учебном заведении (на примере Тюменского государственного нефтегазового университета) // Корпоративная культура и корпоративные ценности современной фирмы: международный опыт и российская практика. – Екатеринбург: УГТУ – УПИ, 2003.– авторское участие – 0, 62 п.л.

57. Герасимова, Г.И., Богданова Л.Ф., Медведев П.С., Тужик И.П. Методическое пособие по выполнению и оформлению курсовых и контрольных работ для студентов специальности «Связи с общественностью» очной и заочной формы обучения. – Тюмень: РИФ «Надежда», 2005. – авторское участие – 2,0 п.л.

58. Герасимова, Г.И. Теория и практика связей с общественностью. Учебно-методическое пособие. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2006. – 7,2 п.л.

59. Герасимова, Г.И. Методология и методы исследования в связях с общественностью: учебное пособие для студентов специальности 030602 «Связи с общественностью» очной и заочной форм обучения. Изд. 2-е. Допущено УМО РФ по образованию в области международных отношений в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) «Связи с общественностью». – Тюмень: ТюмГНГУ, 2009. – 6,5 п.л.

60. Герасимова, Г.И. Связи с общественностью: происхождение и ранняя история. Допущено УМО вузов РФ по образованию в области международных отношений в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров 031600.62 «Реклама и связи с общественностью». – Тюмень, ТюмГНГУ, 2015. – 4,4 п.л.

Герасимова Галина Ивановна

**ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ СВЯЗЕЙ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ:
СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ**

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание учёной степени
доктора социологических наук

Специальность 22.00.08 – социология управления

Научный консультант:
доктор социологических наук, профессор
Барбаков Олег Михайлович

Подписано в печать _____ 2016 г. Формат 60x90 1/16. Усл. печ. л. 3,1.
Тираж 100 экз. Заказ № _____

Библиотечно-издательский комплекс федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Тюменский индустриальный университет».
625000, г. Тюмень, ул. Володарского, 38.

Типография библиотечно-издательского комплекса.
625039, г. Тюмень, ул. Киевская, 52.