

УДК 323.2

РОЛЬ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ ГОСОРГАНОВ В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

А.Н. Кангельдиев

Рассматриваются проблемы функционирования пресс-служб государственных институтов Кыргызской Республики.

Ключевые слова: PR-технологии; общество; государство; политическая жизнь; государственные органы.

PUBLIC RELATIONS OF PUBLIC AUTHORITIES IN SOCIAL LIFE

A.N. Kangelдиеv

The article considers the problems of the functioning of the public relations service of state institutions in the Kyrgyz Republic.

Keywords: PR-technologies; society; state; political life; public authorities.

Формирующееся гражданское общество в развивающихся странах с особой остротой ставит вопрос взаимоотношения государственной власти со средствами массовой информации и общественностью. В демократическом государстве поддержание коммуникации с социумом, взаимный обмен информацией играют важную роль в жизни людей, бизнеса и государства. Поэтому вопрос технологий, задействованных пресс-службами государственных органов во взаимоотношениях с социальными группами, ориентирован на поддержание не только отношений, но и понимание тех или иных действий государства. Такое взаимодействие ускоряет темпы развития гражданского общества, напоминает государству об обязательствах перед гражданами и обеспечивает обратную связь в передаче информации в обоих направлениях.

В современном мире главной характеристикой политического режима становится открытость государственных органов, при которой коммуникация строится на основе партнерства. При таком подходе общество – не только объект воздействия, но и активный участник процесса управления жизнедеятельностью государством и обществом. Главную роль в такой плодотворной деятельности играет пресс-служба. Она осуществляет роль коммуникатора в проведении государственно политики, информировании социальных групп об изменениях или дополнениях, которые могут возникнуть в их жизни. Пресс-службы различаются по нескольким параметрам: по отраслям деятельности,

уровням управления и подчинения, качественному и количественному составу, финансовым возможностям, влиятельности и т. д. В настоящее время проводят прямую зависимость между существующими в обществе типами властных отношений – связи с общественностью могут складываться на условиях доминирования и подчинения, а также переходном и управленческом типах.

Наиболее влиятельные медиарелиншз в Кыргызстане представлены пресс-службами государственных органов всех ветвей власти: исполнительной, законодательной и судебной. Фактически именно они являются основными каналами официальной информации государственных органов управления. Зачастую именно официальная информация более всего востребована обществом, поскольку государственные органы по инерции весьма неохотно делятся сведениями о своей деятельности, социально-экономических и политических процессах. Это происходит по причине отсутствия единой информационной политики как на республиканском, так и региональном уровне. Это обстоятельство серьезно тормозит темпы демократических изменений, осложняет взаимоотношения со СМИ, не способствует повышению политической культуры кыргызстанского общества: “Для формирования... политики необходимо проанализировать механизм взаимодействия государственной власти и СМИ на современном этапе развития КР, выявить проблемные моменты и дать необходимые рекомендации для их преодоления” [1].

В условиях далекого зашедшего перехода к рыночным условиям государство уже утратило свои мощные институализированные формы и структуры принуждения, гражданское общество еще не до конца осознало свои возможности давления на государство, но уже в большей степени преодолело свою зависимость от него. Это видно по тому, как в случаях волюнтаристских решений общество пытается отстоять свои интересы и вынуждает идти на диалог. Однако и общество оказывается не вполне ответственным за свои поступки, особенно экстремистски настроенная его часть. Такие объединения используют средства, противоречащие действующему праву и часто находят сочувствие в обществе.

В связи с этим модель отношений, соответствующая системе предоставления услуг населению государством, становится прозрачной и доступной. Такой уровень взаимоотношений основывается на соглашениях, долгосрочных контрактах, активном участии обеих сторон в осуществлении социальных программ, эффективном сотрудничестве общества и государства. Простота и профессионализм, активный стиль реагирования и решение текущих проблем сближают государственные органы с обществом.

В целом информационная открытость конкретной пресс-службы в различных областях решается по-разному. Специфика пресс-службы диктует конкретные задачи: общественные, политические и экономические. Так в коммерческом секторе не станут публиковать сведения о расходах, их структуре, в то время как государственные органы обязаны давать доступ к информации о бюджетных затратах на содержание и эксплуатацию объектов народного хозяйства. Связано это с тем, что органы государственного управления носят неэкономический и общий характер. Цель коммерческого PR – достижение прибыли. Ресурсы, которые задействуются госорганами, при всей своей относительной безграничности в республиканских масштабах, все же испытывают недостаток в финансах, технических и людских возможностях. Чего не скажешь о коммерческом секторе – финансовый капитал используется эффективно при привлечении инструментария рекламы в достижении целей. Однако за государственными институтами всегда остается право воспользоваться рычагами принуждения при взаимодействии с обществом.

Необходимо сказать и о последствиях тех или иных действий коммерческой и государственной сфер. В первом случае плохо организованная, непродуманная PR-кампания приводит к разорению, последствия которой будут носить локальный характер. Государственный сектор некоторую раз-

мытость требований восполняет за счет следования закону, тщательной регуляции государственной компоненты жизни общества. Как совершенно верно указывает Н. Селищева: “Участие связей с общественностью в государственном управлении можно охарактеризовать как содействие государству в разрешении объективных противоречий между плюрализмом политической сферы общества и целостностью государственной власти” [2, с. 1]. Отметим, что государственные организации опираются на государственный бюджет. Их информационная политика рассчитана на аудиторию, которая занимается распределением и перераспределением средств, поэтому желание улучшить отношения с источником материальных средств превалирует. Но, с другой стороны, распределение бюджетных средств на PR-мероприятия внимательно контролируются. Коммерческие же организации свою мотивацию измеряют предпринимательским успехом.

Государственные органы управления поддерживают специфический стиль отношений с общественностью и СМИ, который во многом определяется стремлением общества знать, что происходит в государственных учреждениях. Роль общественных организаций в оказании влияния на государственную деятельность гражданского общества крепнет. В то же время деятельность коммерческих предприятий отражается в прессе нерегулярно – деятельность коммерческих структур попадает в поле зрения прессы в периоды кризиса или при особых обстоятельствах, когда коммерческие структуры вынуждены применять различные PR-технологии по продвижению компании. В этих случаях предприниматели взаимодействуют со СМИ на коммерческой основе.

Современные технологические достижения в области совершенствования средств связи, передачи, получения, обработки и распространения информации открыли совершенно новые коммуникационные возможности. Информационные технологии и информационное пространство стали новым вызовом в политических и экономических процессах. Они стали фактором, объединяющим национальные информационные системы в глобальную информационную инфраструктуру. В этих условиях коммуникативные средства во много раз могут увеличивать эффективность управленческих решений, если оптимизировать информационные процессы. Информация стала играть ведущую роль и на уровне частной деятельности гражданина и организации. Расширяется сфера профессиональной обработки информации и профессий, связанных с ее получением, систематизацией, передачей и хранением.

Все управленческие решения в идеале принимаются и распространяются на основе анализа текущей социально-экономической и политической ситуации в государстве и обществе, поэтому целенаправленные усилия государственных органов по регулированию жизнедеятельности социума нуждаются в развитии форм взаимодействия с целевыми социальными группами. Миссия связей с общественностью органов власти заключается в координации коммуникационных связей субъектов власти.

На сегодняшний день потенциал связей с общественностью используется не в полной мере. Отделы связей с общественностью пока только осуществляют функцию информирования общественности о тех или иных решениях правительства или ведомств. Возможности корректировать управленческие решения или политику на основе анализа обратной связи с населением чаще всего вообще не используются. Профессиональная направленность отделов работы с общественностью помогла бы приблизить исполнительную власть к потребностям общества, сократить разрыв между государственными органами и социальными группами. Информационное продвижение позитивного имиджа государственного ведомства, воздействие на общественное мнение, организация системы мониторинга его соответствующего сегмента могли бы существенно повлиять не только на эффективность работы государственных органов, но и улучшить социальный климат в отношениях между государством и обществом. Как показывает практика западных стран, работа структур связей с общественностью создает условия, при которых бюрократическое управление становится прозрачным, открытым, доступным, что способствует гармонизации отношений между обществом и властью, является главным фактором устойчивости политического и социально-экономического развития и стабильности государства. «В настоящее время именно пресс-службы являются наиболее распространенной организационной структурой, отвечающей за коммуникации между правящими органами и обществом... самый простой способ диалога с общественностью – сделать эффективно посредника – масс-медиа. Задача пресс-службы заключается в том, чтобы установить доверительные отношения с журналистами, что возможно только при предоставлении объективной информации, а также использовать эти достоверные отношения для продвижения какой-либо информации», – считает М.А. Романова [3].

Анализ деятельности пресс-служб госорганов в КР показал, что больше внимания обращается на частные и системные недостатки их работы:

уровень грамотности персонала, частая смена кадров, местничество, отсутствие или снижение институциональной памяти, низкий уровень доверия населения [4]. В то время как информационная политика государственных органов должна быть рассчитана на реализацию продуктивного диалога власти и общества, доступность информации о деятельности как ведомств, так и представителей власти, поддержание постоянного контакта с общественными организациями и СМИ, исследование общественного мнения, широкое применение электронных информационных ресурсов и другие цели, которые способствуют формированию гражданской активности.

Место отдела связей с общественностью в структуре конкретного государственного ведомства зачастую определяется административным фактором. Именно руководитель принимает для себя решение о значении отдела связей с общественностью в организации. Проблема состоит в том, что не всегда сам руководитель способен поставить цели, задачи и функционал отдела связей с общественностью. В зависимости от той роли, которую определяет для отдела руководитель, можно выделить три варианта. В первом варианте подразделение связей с общественностью или входит в руководящий состав, или подчиняется напрямую руководителю учреждения. Такая диспозиция дает определенные преимущества: владение широкой информацией о состоянии дел ведомства, стратегии его дальнейшего развития и повседневной текущей и пр. Владение такой информацией позволяет успешно выполнять свои функции, грамотно распределять ресурсы и средства, аккумулировать цифровые данные для оперативного управления ниже стоящими инстанциями. Однако у него есть определенные недостатки: неэффективность внутренней работы с персоналом, ее формализация, прямая зависимость от первого лица организации, от устойчивости карьеры руководителя организации, поскольку со сменой руководителя меняется и PR-специалист. Второй вариант подразумевает, что отдел по связям с общественностью выделен в самостоятельную единицу на уровне других отделов. При таком подходе доступ к информации организации существенно меньше, но достаточен для планирования краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной траектории деятельности. В третьем случае отдел по связям с общественностью не обладает самостоятельностью и является рабочим звеном другой структуры организации. Преимущества такого штатного режима неочевидны, зато вполне ясно видны недостатки: нет доступа к информации организации, затруднителен доступ к руководящим лицам ведомства и т. д.

В условиях информационного общества от работы пресс-службы зависит успешность и регионального развития. Она создает информационный фон и формирует позитивное или негативное отношение общественности к государственным институтам.

Пресс-службы государственных органов испытывают некоторые сезонные пики активности, связанные с определенными ситуациями: годовой аккредитацией журналистов, проведением предвыборных кампаний или других мероприятий. Но используемые стандартные методы коммуникации позволяют организовать работу в достаточно щадящем режиме, если только речь не идет об антикризисном PR.

Таким образом, потенциал пресс-служб государственных органов Кыргызской Республики не освоен в полной мере и все еще играет недостаточно активную роль в политической коммуникации. Об этом свидетельствует западная практика.

Литература

1. Взаимодействие государственной власти и СМИ на современном этапе развития КР: проблемные моменты и перспективы их решения // *Время Востока*. 18 августа 2010 г. URL: <http://www.easttime.ru/analytic/1/4/834.html>
2. *Селищева Н.* PR в государственных структурах / Н. Селищева. URL: <https://www.asu.ru/files/documents/00003317.pdf>
3. *Романова М.А.* Пресс-службы органов власти как фактор формирования и реализации политики / М.А. Романова // *Медиаскоп. Реклама и PR*. 2011. № 1.
4. Снизился ли уровень грамотности сотрудников пресс-служб госорганов Кыргызстана и чем это объясняется? / 8 сентября 2011 г. URL: <http://www.for.kg/news-162036-ru.html>