

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ – ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ СТРУКТУРАМИ

Связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении отражают новый тип отношений, базирующихся на принципах демократии, свободы выбора, всеобщей информатизации и развивающихся основ рыночной экономики. Ценностные ориентации формируют потребности, интересы, отношения, мнения и действия. Эффективность связей с общественностью зависит от уровня доверия между государством, организационными структурами и обществом на основе изучения системы ценностей и ценностных ориентаций взаимодействующих субъектов.

Понятие «связи с общественностью» происходит от английского аналога «паблик рилейшнз (public relations)» и включает в себя черты и характеристики нового типа отношений, появившихся в результате демократизации общества и интенсивного развития политической системы государства. Основой этим преобразованиям послужило становление рыночных отношений и кардинальные перемены в социально-экономической формации общества.

Свободная рыночная экономика предоставляет широкие возможности экономическим субъектам в поисках рынка сбыта, налаживания деловых контактов при взаимодействии с различными организациями, включая государственные и муниципальные органы власти. На первоначальной стадии рыночных отношений формируются основные принципы действия рыночного механизма – предложение товаров и услуг опережает спрос, возможность многовариантного выбора, информационное воздействие на общественность.

В свою очередь параллельно происходят важные изменения в государственной и политической системе общества. Введение новых принципов в избирательную систему, формирование системы институтов гражданского общества (партий, независимых СМИ, общественных объединений) создали новую парадигму взаимоотношений граждан и организационных структур с государством. Но не только граждане и их объединения оказались в зависимости от государства, но и сами институты государственной власти в значительной степени зависят от граждан и гражданского общества.

Актуальность проблемы формирования взаимоотношений между институтами гражданского общества и государством является особо значимой в период перехода к последующим стадиям рыночных отношений – продвижения рыночных преобразований. Возникающие противоречия становления института связей с общественностью в государственном и муниципальном управлении заключаются в том, что это происходит в услови-

ях системного кризиса, острой политической борьбы и конфронтации. Тысячи предприятий простаивают, жизнь в провинции стала борьбой за выживание, бесконтрольная приватизация привела к появлению амбициозных олигархов, финансовая сфера оказалась криминализованной. При этом трудно ожидать проявления доверия к органам государственной власти.

Выбор модели связей с общественностью во многом может определить динамику и направленность взаимоотношений между государством и обществом. Связи с общественностью – это не пассивный продукт, а активный фактор целенаправленного развития общества и организационных структур. В связи с этим государство не может выполнять свои функции, не взаимодействуя с гражданским обществом, не добываясь и не завоевывая его поддержки и одобрения при решении жизненно важных задач.

Функции принуждения и диктата в деятельности государства все в большей мере начинают уступать функциям интересов и координации усилий различных групп общественности в решении тех или иных вопросов, выработки стратегии действий. Это требует создания структурированного института связей с общественностью в органах государственной и муниципальной власти, который сможет обеспечить постоянный диалог этих органов с населением и организациями.

Частично эта задача выполняется в настоящее время, но это лишь исходная, первоначальная стадия, которая при определенных условиях может иметь продолжение и эффективно развиваться, создавая атмосферу доверия, взаимопонимания и взаимодействия.

Для создания эффективного института связей с общественностью возникает ряд проблем, решение которых требует научного, теоретического и практического исследования. Они заключаются в следующем:

– какие условия могут создать ситуацию эффективного развития института связей с обще-

ственно в органах государственной и муниципальной власти;

– какой механизм действий следует использовать для достижения поставленных целей при осуществлении связей с общественностью;

– как оценить эффективность действия института связей с общественностью.

Для решения поставленных проблем необходимо обратиться к понятию «связи с общественностью» и определить его основное содержание с позиции государственной и муниципальной власти, а также управления организационными структурами.

Проанализировав различные точки зрения относительно понятий «связи с общественностью», «паблик рилейшнз», можно сказать, что это создание атмосферы доверия, взаимопонимания и взаимодействия на основе изучения ценностных ориентаций граждан, гражданского общества и организационных структур. В данном определении появляется понятие «ценностные ориентации», которое требует анализа и выявления существенных характеристик.

Категория «ценность» относится к числу общенаучных понятий и используется в философии, социологии, психологии, экономике и управлении для обозначения объектов, явлений, их свойств и качеств. Возникновение ценностей связано, с одной стороны, с предметами, явлениями и их свойствами, способными удовлетворять потребности общества, человека. С другой – ценность выступает как суждение, мнение, связанное с оценкой существующего предмета, явления человеком, обществом. Подчеркивается, что ценность – это форма проявления определенного рода отношений между субъектом и объектом.

Осознание ценности объекта социальной действительности и его оценка формируют особый вид отношения к нему – ценностное отношение. Философский анализ ценности исходит из человека как конечного продукта ценностных отношений. Это предполагает наличие определенного способа ориентации, психологического механизма, формирующего предпочтения, интересы, убеждения, идеалы – поведение в целом.

С позиции натурализма ценностью представляется все то, что способствует эффективному функционированию человеческого общества, развитию способностей индивидуума и удовлетворению интересов общественности. Одним из наиболее крупных представителей натуралистического направления является американский философ Р.Б. Перри. Его взгляды разделяют такие уче-

ные, как Г. Беккер, Р. Линтон, К. Клакхон, Т. Парсонс, С. Пеккер, которые считают, что теория ценностей Р.Б. Перри является наиболее исчерпывающей.

С позиции Р.Б. Перри наука о ценностях объединяет этику, политику, юриспруденцию, экономику, эстетику, философию и религию, предоставляя каждой из них свое собственное место. В более поздние периоды Р.Б. Перри наибольшее значение придавал духовным ценностям, считая, что устойчивые идеи образуют сущность культуры общества. Он выступал в защиту гражданских прав и демократических свобод.

Общая теория ценностей Р.Б. Перри отмечает гуманистическую направленность, и он призывает создать цивилизацию, в которой будет достигнута гармония всех интересов, в которой каждый народ, каждая нация, каждый человек, отказываясь от притязаний на исключительность, займут свое достойное место в единой общечеловеческой культуре.

В рамках натуралистического подхода в теории ценностей проводится классификация ценностей, определяются ее принципы и критерии, выделяются общечеловеческие, гуманистические, экономические ценности общества, группы, индивидуума. Р.Б. Перри также создал классификацию ценностей в зависимости от характера интереса и качества информации. Он различает ценности истинные и ложные, развитые и нравственные, сложные и простые, позитивные и негативные, скрытые и активные. Ценности и интересы различаются также по интенсивности, силе, деятельности, числу, просвещенности.

Р.Б. Перри раскрывает четыре главных принципа градации ценностей: правильность, интенсивность, предпочтительность и включаемость.

Первый критерий – правильность – различает ценности по качеству знания, которое ориентирует интерес. Ценность правильна, если интерес правильно ориентирован. Если информация об объекте не соответствует действительности, то ценность становится неправильной. Перри считает, что не делает ценность «неценностью» до тех пор, пока она не обнаружена.

Второй критерий – интенсивность – находится в зависимости от силы энергии, требовательности интересов, с которыми ценности связаны. Сила интересов может быть результатом их упражнения, но может быть и врожденной. Критерий «интенсивность» применим для различения нескольких фаз или состояний одного и того же интереса в одном и том же объекте.

Третий критерий – предпочтительность – отличает ценности друг от друга и располагает их в ряд по степени предпочтения. Перри считает данный критерий самостоятельным, ибо он не определяется непосредственно ни интенсивностью интереса, ни осознанием последствий действия, ни теми возможностями выбора, которые существуют в какой-либо ситуации. Этот критерий делает возможным сравнение нескольких объектов того же самого интереса. Критерий предпочтительности Перри считает более высоким, нежели критерий интенсивности. Интенсивность сама по себе не увеличивает ценность, но интенсивные интересы обычно обладают значительной инертностью, «остаются на более низком уровне предпочтения».

Четвертый критерий – включаемость – характеризует интерес и соответствующую ценность со стороны их согласованности с другими интересами и ценностями, их способность быть включенными в более широкую систему в обществе или внутри индивидуума. Ценность любого объекта возрастает с увеличением числа согласованных интересов, которые на него направлены. Согласованность интересов достигается путем опосредования их другими интересами и путем «оценки».

Включаемость Перри считал высшим критерием по отношению ко всем остальным. Этот критерий прилагается ко всем интересам и без их предварительной оценки, он не зависит от качества согласованных интересов и является поэтому формальным.

Классификация ценностей в зависимости от градации интереса является наиболее значимой, поскольку интересы гражданина, гражданского общества и их потребности взаимосвязаны, взаимообусловлены и их актуализация содействует самореализации групп общественности. Классификационные модели могут строиться внутри классификаций. Так, например, предметные ценности – экономические, политические, нравственные, эстетические, по субъекту – общество, класс, индивид.

Системный подход к классификации ценностей В.Н. Сагатовского базируется на соединении ценностей и потребностей в инвариантную структуру, отражающую любую человеческую деятельность. В качестве классификатора ценностей принимаются ценностные ориентации различных культур по критерию жизнеспособности в процессе становления общепланетарной культуры.

Основанием классификации являются потребности, на их базе строится мотивационно-потребностная сфера, включающая интересы, отношения,

мнения, которые в свою очередь мотивируют действия. В развитии теории ценностей особую роль приобретает информация. Каждому гражданину должна быть доступна качественная информация, которая несет сумму ценностей, важных для гражданского общества и его структур.

Классификация ценностей по признаку субъект-субъектных отношений включает следующее в области государственного и муниципального управления:

– государство: конституция, законодательство, суверенитет, политика, экономика, демократия, безопасность, природные ресурсы, экология;

– гражданское общество: равенство, свобода, демократия, благосостояние, процветание, качество жизни, труд, культура, информатизация, безопасность жизнедеятельности;

– гражданин: отечество, труд, познание, достойная жизнь, образование, здоровье, отдых, общение, социальная защита.

Данные ценности характеризуются как общечеловеческие и образуют социальную доминанту ориентации в развитии гражданского общества. Ценностные ориентации формируют потребности, интересы, отношения, мнения и действия. Субъекты общественных отношений достигают своих целей не путем дезинформации, обмана и диктата, а путем представления своих интересов в обществе, завоевания доверия, репутации и формирования общественного мнения.

Основной задачей исследования института связей с общественностью является выделение основной совокупности условий его развития. Анализ опыта стран с развитой рыночной экономикой подтверждает, что этими условиями являются демократизация, информатизация, законодательство, рыночные отношения. На основе анализа ценностей можно определить механизм эффективного действия института связей с общественностью государственных органов власти. Основными частями этого механизма могут выступать:

– информатизация общества;
– ценностные ориентации граждан и организационных структур;
– коммуникация.

Эффективность действия механизма оценивается по следующим критериям:

– доверие;
– репутация;
– взаимопонимание;
– общественное мнение;
– взаимодействие.

К основным показателям критериального ана-

лиза эффективности связей с общественностью относятся:

- темпы роста экономики государства;
- повышение качества жизни граждан;
- соблюдение основ законодательства.

Для построения перспективной модели института связей с общественностью необходимо определить роль, место и функции службы по связям с

общественностью, методы ее работы, технологии достижения доверия и взаимодействия.

Таким образом, проблемы анализа условий, обеспечивающих доверие граждан к институтам государства, работе аппарата государственной службы, формирования эффективной службы по связям с общественностью, представляются первоочередными для науки и практики управления.

Список использованной литературы:

1. Долгополова Н.Ф. Коммуникативно-ценностный подход в образовательной технологии Паблик рилейшнз. Монография. – Оренбург, ОГУ, 1999. – 156 с.
2. Кирьякова А.В. Теория ориентации личности в мире ценностей. Монография. – Оренбург, 1996. – 188 с.
3. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Учеб. пособие. – 3-е изд. – М.: Дело, 2001. – 296 с.