

## СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ: РАЗМЫШЛЕНИЯ, РЕЦЕНЗИИ

**ВИКТОР СТЕПАНЕНКО,**

*кандидат философских наук, ведущий научный сотрудник отдела истории, теории и методологии социологии Института социологии НАН Украины*

### **Связи с общественностью как наука, искусство и социально ответственная практика**



**Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика / В.Г.Королько, О.В.Некрасова. — Київ: Видавничий дім “Києво-Могилянська академія”, 2009. — 831 с.**

Украинская общественность, наблюдая драматизм очередных выборов в стране, уже хорошо натренировала ухо для восприятия латинской аббревиатуры “PR,” не так давно известной только узкому экспертному кругу специалистов. Однако чаще всего, особенно на фоне наших бесконечных политических реслингов, мы вновь наблюдаем удивительную трансформацию первичного смысла понятия public relations — публичные отношения (или в нашем устоявшемся переводе — связи с общественностью) в примитивное самолюбование, саморекламу или обливание грязью конкурента-оппонента (“черный пиар”). На уровне повседневного сознания — и, что обидно, в результате сомнительной деятельности множества дилетантов-“практиков” — PR все еще отождествляют с искаженной коммуникацией, безответственной рекламой, техниками манипулирования массовым сознанием, топорной пропагандой, навязчивой активностью многочисленных коммивояжеров от торговли и политики (тем, что в англоязычном мире получило название *hard selling*).

Какими же являются или должны быть настоящие профессиональные, социально ответственные связи с общественностью? Возможны ли они сейчас вообще, принимая во внимание деформационный эффект нашей политической культуры и незрелость гражданского общества? Как происходит функционирование и управление публик рилейшнз как социального института? Каковы этические принципы и культура профессиональных, социально ответственных связей с общественностью?

Эти и многие другие актуальные и проблемные вопросы заинтересованный читатель найдет в новом основательном исследовании авторитетного отечественного специалиста, профессора Валентина Королько и его коллеги Оксаны Некрасовой «Связи с общественностью. Научные основы, методика, практика».

В отличие от многих изданий в сфере публик рилейшнз, нередко дилетантских, эта работа сочетает преимущества двух в одном: профессионального научного исследования, весьма полно отражающего современные достижения теории и практики, науки и искусства коммуникаций между организациями и общественностью и доступного и основательного учебника для студентов и аспирантов вузов, специалистов в сфере менеджмента и государственного управления. Убеден, что подобное сочетание — учебник-исследование — очень важно, ведь речь идет о становлении профессиональных и социально ответственных связей с общественностью как сферы знаний и практик в нашей стране. И особое внимание здесь следует уделять формированию теоретико-методологических основ образовательного и просветительского процесса, очерчиванию лучших профессиональных ориентиров для подготовки профессиональных и ответственных специалистов по публик рилейшнз. Будущий специалист PR с начала его обучения должен учиться у лучших профессионалов, штудировать качественную, профессиональную литературу, а также не просто овладеть теоретико-методическими и практическими основами своей будущей профессии, но и воспринимать и разделять ее этические нормы и требования. В этом плане книга соответствует таким требованиям, а подготовившие ее специалисты активно задействованы именно в этой, наиболее ответственной и крайне важной сфере становления отечественных связей с общественностью.

Один из авторов книги, профессор Валентин Королько, наш коллега по социологическому цеху, принадлежит к пионерам становления отечественных PR. В 2001 году он создал и возглавил первую в Украине кафедру теории и методики связей с общественностью Национального университета «Киево-Могилянская академия». На этой кафедре работает и Оксана Некрасова, специалист по теоретическим и прикладным вопросам менеджмента, которая имеет ценный практический опыт организации внутрикорпоративных PR, отстаивания и реализации в Украине идей социально ответственного бизнеса и отношения к PR как к репутационному менеджменту. Авторы в своей работе обобщили теоретико-методологические наработки в области публик рилейшнз, богатый опыт собственной педагогической деятельности и практической работы в данной сфере.

Это издание — уже третье с 2000 года научное пособие под авторством В. Королько по теории, методике и практике PR. В новом издании учебника, существенно переработанном и дополненном, авторы усилили внимание к институциональному анализу сферы PR, их месту и роли в функциональной структуре организации, возрастанию значения профессии PR-специалиста в стратегическом менеджменте институций бизнеса и государственного управления, общественных организаций. Особое внимание уделено социологическим, социально-психологическим и культурологическим теориям, позволяющим PR-специалистам глубже понять такие сущностные понятия для этой сферы знаний, как общественность, общественное мнение и публичная коммуникация. В книге очерчены принципы профессиональной этики и социально ответственной корпоративной культуры в деятельности PR-практиков. Расширен также анализ особенностей использования PR-технологий в разных сферах общественной жизнедеятельности, в частности впервые на уровне учебника авторы рассмотрели сферу международных публик рилейшнз.

Благодарный читатель этой книги отметит по крайней мере еще два ее принципиальных преимущества. Во-первых, авторы неразрывно связывают практику социально ответственных и эффективных PR с дальнейшим процессом демократизации и становлением гражданского общества в Украине. Ведь связи с обществен-

ностью, публичные отношения организаций и общества — это атрибут демократии, не менее важный, чем свобода слова, информации и выбора.

Принципиальный вопрос, возникающий по прочтении книги, таков: а могут ли PR быть другими (честными и ответственными) в обществе с незрелой демократической политической культурой и гражданским обществом, до сих пор пребывающим на стадии становления? Возможности утвердительного ответа на этот вопрос — и это второе преимущество издания — авторы усматривают в дальнейшей профессиональной институционализации сферы PR, в трансформации их из арсенала сугубо технических приемов влияния на сознание и массовых дилетантских экспериментов в сфере связей с общественностью в социально значимый институт публичности, который бы определял и регулировал взаимодействие власти, предприятий и организаций, с одной стороны, и граждан, общественных групп, клиентов и потребителей — с другой.

И даже усматривая некоторый романтический оптимизм в таких авторских ожиданиях, учитывая сложную диалектику необходимых и достаточных условий, агентности и структуры, следует признать небезосновательность данной позиции. Одним словом, представляемая книга является фундаментальным вкладом в становление отечественных профессиональных, социально ответственных связей с общественностью, а значит — и просветительским вкладом в формирование демократической политической культуры и гражданского общества в стране.

**МАКСИМ РЕПКА,**

*аспирант отдела истории, теории и методологии социологии Института социологии НАН Украины*

## **Визуализация как социологический метод исследования социальной реальности**



**Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования : учебник / Пер. с польск. Н.В.Морозовой, авт. вступ. ст. Н.Е.Покровский. — М.: Логос, 2007. — 168 с. + 32 с. цв. ил.**

В эпоху информационно-коммуникативных технологий социологи берут на вооружение многие технологические новации: от компьютера и Интернета до новейших средств визуализации реальности. Одним из гениальных изобретений человечества является фотография.