

Връзките с обществеността и академичните символи и ритуали

Гл. асист. д-р Николай Живков

Стопанска академия "Д. А. Ценов"

Катедра "История, философия, социология"

В процеса на отваряне на организациите и демократизиране на управлението им нараства ролята на тяхната самостоятелност. Те се превръщат в субекти, които на своя отговорност решават съществена част от своите проблеми и регулират отношенията с външните си партньори. Фактор с подпомагаща роля за реализиране мисията им са връзките с обществеността. Те завоюваха позиции и във висшите училища, независимо от това, че свързаните с тях дейности, в някои от тях все още не са обособени в самостоятелна служба. Работят за утвърждаване имиджа на училището и установяване дух на доверие в академичния социум.

Настоящият доклад разглежда въпроса за академичната символика и ритуали като средство, с помощта на което връзките с обществеността съдействат за формирането на общественото мнение и нагласи за добронамереност в общуването.

1. За връзките с обществеността

Връзките с обществеността е сравнително нова за българските условия дейност в системата на управление на организациите. Тя е в процес на натрупване на опит и адаптиране към специфичните изисквания на общностите, в които осъществяват своята мисия.

В научната литература съществуват доста определения, уточняващи нейната специфика. Придържаме се към дефинирането им като “управленска функция, която идентифицира, установява и поддържа взаимноизгодни отношения между дадената организация и различните аудитории, от които зависи нейния успех и провал”¹. В

¹ Иванов, Г. Съвременни ефективни връзки с обществеността. В: Връзки с обществеността и изграждане на доверие. С., 1996, с.14.

съгласие с това разбиране”Връзки с обществеността” подпомага ръководенето на организацията. Тя осъществява непосредствените контакти с членовете ѝ и с външните партньори. Тази своя мисия реализира, първо, с участието си като посредник в решаването на проблеми и конфликти в организацията. За целта проучва процесите и тенденциите в нейното развитие и средата, в която функционира. Изработва препоръки за формиране на управленските решения. В този смисъл упражнява препоръчителна власт, защото решенията ѝ могат да бъдат взети под внимание или отхвърлени от ръководителите на организацията. Второ, работи за формиране и влияние върху общественото мнение вътре и вън от организацията, като чрез посланията си отстояват нейните интереси и следваната политика². С управленските си решения и действия се стреми към укрепване доброто име на организацията и установяване на доверие между нейните членове и отношенията с партньорите ѝ.

“Връзки с обществеността” работи основно с хората в организацията – непосредствено или чрез каналите на комуникация, формиращи общественото мнение в нея. За да бъдат ефективни въздействията на посланията ѝ, тя не може да не отчита интересите, които мотивират поведението и като сигурност на работното място и възможност да се развиват, признание за извършеното и др.³ Вниманието към всеки служащ в организацията, зачитането на неговите права и достойнство, на практика е грижа за поддържане имиджа на организацията не само между нейните служители, но и в отношенията и с външните партньори.

Формиране имиджа на организацията и нагласи за сигурност за устойчивото развитие у нейните служители “Връзки с обществеността” постига не само чрез участието си в решаване на възникващи конфликти, но и посредством медийната ѝ политика за артикулиране на общественото мнение на доверие към нея и

² Пак там, с.16-18.

³ Пак там, с.18.

ръководството. За приобщаването им към целите на организацията освен медийните послания съществен фактор са празниците, които се организират в нея, ритуалите, административния протокол и символи. Тяхното организиране и провеждане е дейност не по-малко отговорна в сравнение с работата ѝ с медиите.

Осмислянето на мисията както на медиите, така и на празнично ритуалните дейности от позициите на мисията на “Връзки с обществеността” е свързано с преценка на ролята на общественото мнение в организацията и използване на неговите възможности за влияние върху поведението на членовете ѝ.

2 Общественото мнение и ролята му в организациите

Общественото мнение е фактор при осъществяване управлението на организациите, тъй като не е безучастно към начина на формулирането решенията за действие и тяхното прилагане, към етичните регулатори на междуличностните отношения. Ключ за разбиране на неговата същност и мисия “може да ни послужат две фундаментални състояния на човека – стремежът към общност (търсене на общото във философията) и преклонението пред авторитета (проблемът за властта в политологията и социологията)”⁴.

Първото фундаментално състояние на човека е стремежът към общност. Той се обуславя от интересите, които вълнуват хората и желанието им да ги представят като всеобщи. Тъй като те се детерминират от разделението на труда, а в него хората заемат различни позиции, естествено е да се обособяват в групи с нееднакъв статус. Съвместният им живот, въпреки различията, изисква да съгласуват интересите и действията си, за да се обезпечи не само редът в обществото, но и сигурността на индивидуалното им съществуване. В този смисъл стремежът към общност у човека е

⁴Георгиев, Е. Общественото мнение и медиите. В: Гражданите и политиката – съст. и ред. проф. д-р Г. Карасимеонов. С., 1997, с.84.

израз на потребността да отстоява определени общи интереси, защото чрез тях осигурява и своето индивидуално съществуване. Общите интереси се изразяват от индивидуалните мнения на живеещите или работещите заедно в дадено общество. Общественото мнение, казва Здравко Райков, се ражда въз основа на личностните, индивидуални мнения. Негов носител са големите социални групи, това го различава от мнението на отделните личности. Въпросите, които занимават хората и по които те дискутират, са много и твърде различни – общественото мнение може да се прояви само тогава, когато са активирани ценности. Това предполага, че хората са осъзнали своите интереси и имат информация, познават обекта, около който започват да формулират собствените си мнения⁵. В този дух разглеждаме и тезата на Иван Хаджийски, че където няма всеобщи интереси, няма и всеобщо мнение⁶.

Преклонението на човека пред авторитета се обуславя от произтичащите общи интереси и обусловените от тях цели за общи действие, които придобиват характер на норми и се формират в резултат на изказаните от хората мнения. Те са авторитетът, който ги мобилизира да “демонстрират и своята решителност и готовност за действие”⁷.

Разглеждането същността и мисията на общественото мнение от гледна точка на стремежа на човека към общност го представя като “институция” за регулиране на междуличностните отношения и поведението на хората в общностите, където протича непосредственият им живот. То изразява, в устна форма, общи за живеещите или работещите в тях мнения, които имат характер на послания със силата на авторитет, мотивиращ поведението им за действие. Като явление свързано с регулирането на отношението

⁵ Райков, Здр. Общественото мнение и пбблик рилейшънс. В: рецепти за успеха. С., Атлантис - ГК, 2004, с. 5

⁶ Хаджийски, Ив. Съчинения в два тома. Оптимистична теория на нашия народ. С., 1974, с.74.

⁷ Райков, Здр. Цит. съч., с.5.

между хората възприемаме и тезата, че е “сложен социално-психологически феномен, насочен към решаването на актуални проблеми, които вълнуват публиката. То включва оценка по определени въпроси, породени от възникването на проблема и е насочено към неговото разрешаване”⁸.

В защита на тезата за връзката на общественото мнение с регулирането на отношенията в организациите са и функциите, които му се отредят в съвременното общество: оценъчно-познавателни, контролно-регулативни и възпитателно-социализиращи⁹. Така определените те могат да бъдат разпределени в две роли по отношение проявите му в организациите.

Първата е свързана с реализирането на оценъчно-познавателната и контролната му функция в общностите и организациите, управлявани от изборни органи и с помощта на писмени норми и правила. В осъществявания от тях управленски процес общественото мнение се проявява на входа при формулиране на решенията за действие. В този случай то има оценъчно-познавателна или консултираща мисия, т.е. участва във формирането на решението за действие или политиката на организацията по даден проблем. Намесва се с контролните си функции и на изхода на управленския процес при прилагането на решението. Общественото мнение изразява отношението на членовете на организацията към начина на прилагане или резултатите от действието на решенията.

Втората роля на общественото мнение може да се разглежда и като самостоятелна по своята същност. Социализиращите му функции са насочени към личността на човека като член на организацията. В този случай от нейно име то формира или утвърждава ценности на поведение на личността, с помощта на послания, които се внушават със средствата на убеждаващата

⁸ Пак там, с.5.

⁹ Матеева, С. Изследване на комуникациите и общественото мнение. Благоевград, 2002, с.102.

комуникация – публицистичното или художественото слово, ритуалите, церемониите и празниците.

Посланията в публицистична форма се разпространяват посредством печатните и електронните медии. Те имат за задача да информират личността и да формират мнение за явление или събитие, свързано с живота ѝ. Докато ритуалите, церемониите с помощта на символиката си внушават волеви действия. Трансформират мненията в трайни поведенчески нагласи. Тези две форми за въздействие – медийна и образно-символна върху личността формират обществено мнение, което артикулира добронамереност и съзнание за принадлежност към общността. От позицията на направеното уточнение за мисията на общественото мнение вътре в организацията, различни ще са както функциите на “Връзки с обществеността”, така и посланията, които ще се изпращат от името ѝ чрез него. Първо, когато има намерение да консултира ръководителите при изработване на управленски решения и второ, да влияе върху поведението на членовете ѝ.

В случая вниманието ще бъде насочено към ритуалите и символите в академичната общност за артикулиране на доверие между членовете ѝ и необходимостта от включване в тяхното организиране на отделите свързани с “Връзки с обществеността”

3. Академичните символи и ритуали и “Връзките с обществеността”

Символиката и ритуалите винаги са съпътствали живота на академичната общност. Те възникват заедно с появата на първите европейски университети. Още тогава “задават основните контури на един обособен самостоятелен свят – на свят на образоващите се”, на хората които виждат смисъла на своя живот в знанието като ценност и цел¹⁰. Те обособяват света на знаещите, обединени в своя общност с цел да признават и утвърждават научните знания и

¹⁰ Бояджиева, П. Университет и общество. С., Лик, 1998, с.123.

способностите на тези, които ги притежават¹¹. Ритуалите и символите на първите университети са свързани с различни по своя произход традиции – от елементи на предхождащата ги образователна практика до организацията на живот в средновековните сдружения. Между тях с водеща роля е ритуалното посвещение и свързаната с него символика, клетвата, общите.....,взаимната размяна на дарове, символите на социалния статус, изразени чрез облеклото и др. Всички те формират чувство за приобщаване и принадлежност към образоващите се.¹²

Традициите установени в университетите на Европа от времето на тяхното възникване и утвърждаване като самостоятелна общност с обособен духовен живот се пренася в модерните висши училища. Техният опит е примерът, от който се учат и първите български висши училища. Наред с него те създават и собствени традиции, които днес се включват в академичната система от празници, ритуали, церемонии и протокол.

Знаковите послания на академичните ритуали и символика олицетворяват автономността на академичната общност, изразяват ценностите и идеалите, на които е подчинен редът в нея и обществения смисъл на мисията ѝ. В този дух споделяме преценките на П. Бояджиева за символите и ритуалите в университетската общност. Според нея те са, от една страна, средство за социалното ѝ изграждане, а от друга “очертават контурите, основните ценности и идеали на нейния духовен и идеен свят”¹³

С посланието си академичните ритуали, символика и церемониал, от името на социума въздействат не само на разума, но и на сърцата на членовете му. Привличат вниманието им върху ценности ,...нагласи за поведение с трайно за тях значение и смисъл. Мотивирайки действията им в съгласие с внушавания ценностен.... те ги

¹¹ Пак там, с.24 - 26.

¹² Пак там, с. 126-136.

¹³Бояджиева П. Цит. съч., с.144.

приобщават към мисията на общността. Така съд ействат за нейния цялостен интегритет. Тези си въздействия те постигат с въздействията, които, първо, изразяват със специфичната си символика и олицетворения мисия на академичната общност. Второ издигат достойнството и отдават дължимото уважение към всеки от членовете ѝ според степента на овладяване на знанието. Трето, утвърждават достолепието на институцията, която ги ръководи в съгласие с идеали и ценности, поддържащи доверието между тях и съдействащи и за изпълнението на научните и образователните им цели.

Значимостта на академичната символика, ритуали и церемониал нараства с повишаване ролята на знанието и знаещите в обществото. Те са положителен фактор за укрепване авторитета на академичния социум и регулиране отношенията между членовете му чрез убеждаващата комуникация. Ето защо се превръщат в част от инструментариума за ръководене на академичната общност с изразните средства и внушения на художествената и сценична култура. емоционалните послания изразени чрез тях, имат за задача да внушават ценностите на академичната етика на общуване, която се изгражда върху уважението към приносите на всеки от академичния социум в овладяване на знанието и неговото развитие. Те по своему мобилизират за действие в съгласие с реда установен в него като научна и образователна общност.

Организирането и провеждането на академичните ритуали и церемонии, а заедно с тях и празниците се превръща в отговорна дейност, която се нуждае от професионален поглед и отношение. Тук според нас е мястото на службата “Връзки с обществеността”. Ритуалът, церемонията или протоколът за посрещане на гост по начин на задаване могат да имат административна или етична страна., т.е. те са свързани с изразяване на норма от Правилника на висшето училище или академичната етика, но средствата, които

използват за утвърждаването ѝ са част от художествената и сценичната култура на общуване, ето защо се изискват умения за организирането им.

Ако представителите на службата “Връзки с обществеността” чрез медийните си послания, в публицистична форма, могат да изразят позиция или призоват към определено колективно действие, то ритуалът и церемонията със знаковите им послания и символни действия приобщават към определени установки за поведение. С помощта на медиите се разгласяват и разглеждат посланията на общността към нейния състав, а символиката и ритуалите съдействат за осмислянето им и тяхното превръщане в мотив и норма на поведение от всички и в това се състои тяхната сила на въздействие. Формираните по този начин мнения на отношение към основополагащите ценности и идеали на академичната общност играят роля на етичен регулатор на отношенията в нея, наред със специфичния административен.

В духа на споделените идеи имаме основание да заявим, че общественото се формира не само с помощта на публицистиката и медиите, но още и чрез изразните средства на художествената и сценичната култура. В този смисъл нараства ролята на “Връзки с обществеността” за овладяване както на информационните технологии за формиране на обществено мнение, така и на художествено-сценичните техники на общуване. Така с целенасоченото си влияние върху общественото мнение те съдействат за поддържане на микроклимат на доверие в социума.