

Е.В. Романова

Особенности коммуникативного взаимодействия органов государственной власти и религиозных организаций

Ключевые слова: коммуникационное взаимодействие, органы государственной власти, религиозные организации, связи с общественностью, информация, информационное пространство.

Key words: communicative interaction, public authorities, religious organizations, mechanisms of communication, public relations, information, the greatest attention nowadays.

В условиях динамично протекающих конфессиональных процессов современного российского общества коммуникация органов государственной власти становится стратегически важным, ключевым ресурсом его эффективности.

Действительно, социальные взаимодействия невозможны без коммуникации, «только коммуникация может осуществлять коммуникацию» [1, с. 114]. В структуре коммуникативного взаимодействия органов государственной власти и религиозных организаций можно выделить исходя из различных теорий коммуникаций такие субъекты коммуникации, как органы государственной власти, религиозные организации, СМИ, общественные организации, население. Каждый из перечисленных субъектов обладает собственными позициями в коммуникативном пространстве, ресурсами, возможностями применения тех или иных коммуникативных технологий.

Чтобы избежать коммуникативных рисков, на основе существующего законодательства необходима разработка моделей взаимодействия власти и религии [2, с. 126]. Идеальной является модель двусторонней симметричной коммуникации в форме диалога, характеризующая высокой степенью вовлеченности общественности в управленческие процессы. При взаимодействии учитываются современные научные достижения в области религиозных отношений, теории коммуникации, социального проектирования. Власть не только осознает необходимость развития контактов с представителями религиозной общественности, специалистами в области религиозных отношений, но и умеет их организовать, использует обратную связь для принятия стратегических и оперативных решений.

Технологические приемы связей с общественностью, которые успешно могут быть использованы в органах власти, самые разнообразные. Прежде всего это потенциал средств массовой информации, которые благодаря своим возможностям в передаче интересов самых разнообразных групп и слоев населения доминируют в системе социального представительства интересов религиозной общественности. Технические

возможности используемых СМИ в состоянии обеспечивать интерактивную связь между коммуникаторами, делать достоянием общественности значимые религиозные проблемы, мобилизовать организации на их реализацию, доводить мнение различных социальных групп до соответствующих уровней власти.

Технологии связей с общественностью в сфере религиозных отношений в государственных органах власти должны реализовываться с учетом интересов всего населения. В соответствии с трехуровневой организацией государственного управления (федеральный, региональный, местный уровни) можно говорить и о специфике их применения. Так, на федеральном уровне целесообразно уделять больше внимания взаимодействию со СМИ, аналитической и прогностической деятельности в области религиозных отношений. Региональные отделы по связям с общественностью в сфере религиозных отношений должны не дублировать работу органов федерального уровня, а более пристальное внимание уделять непосредственным контактам с общественностью, религиозными институтами. Это могут быть приемы граждан по личным вопросам, посещения религиозных организаций, формальные и неформальные встречи со специалистами в сфере религии, различного рода расширенные пресс-конференции с привлечением религиозных организаций, тех или иных групп общественности, общественные слушания, презентации социальных проектов, публичные дебаты по актуальным религиозным проблемам и т.д.

Для органов местного самоуправления большое значение приобретают технологии организации специальных событий и личные контакты с общественностью по вопросам религии, работа общественных советов при главах муниципального образования, взаимодействие с религиозными институтами [3, с. 56].

В основе взаимодействия общественности, религиозных институтов и органов власти должен лежать принцип коллективной ответственности, требующий делового партнерства и сотрудничества между общественностью, специалистами в области религии, религиозными организациями, представителями исполнительной, законодательной власти и местного самоуправления. Главная цель этого взаимодействия – развитие гражданского сознания и создание благоприятного культурного, религиозного и общественно-политического климата.

В информационном обществе многократно возрастают роль и значение средств массовой информации (СМИ). При этом отчетливо проявляется двойственная

роль самих СМИ в системе «государство – СМИ – гражданское общество». С одной стороны, СМИ в силу своей природы объективно в большей или меньшей степени включены в управленческий механизм государственных структур. С другой – они ориентированы на удовлетворение информационных потребностей и интересов как отдельной личности, так и всех социальных институтов гражданского общества. Помимо этого характер взаимоотношений в системе «государство – СМИ – религиозные организации» во многом определяется сложившейся религиозной ситуацией.

Поэтому проблема согласования позиций государственных и религиозных структур, социальных институтов и общностей в формируемом СМИ информационном пространстве становится весьма актуальной и требует глубокого научного изучения [4, с. 190].

Однако сегодня мы должны с сожалением констатировать, что большинство светских СМИ донныне пребывает в освещении церковной темы на том же уровне фольклорно-лубочных и народно-обрядовых представлений, что и полтора десятилетия назад [5, с. 209].

Кроме того, к сожалению, реальностью стало то, что соответствующие государственные органы власти уделяют недостаточное внимание информационной составляющей своей деятельности в области религиозных отношений.

Возможности механизма связей с общественностью органов государственной власти с религиозными организациями заключаются не только в том, чтобы задействовать средства массовой информации, но и в способности общаться с представителями религиозных организаций и движений напрямую, объясняя свои решения, выявляя запросы и выясняя позиции различных социальных групп, активно развивая коммуникативную политику.

Коммуникативная политика – непрерывная управленческая деятельность субъекта властных отношений по распределению коммуникативных ресурсов (информация, условия, факторы, совокупность методов и средства ее распространения) для повышения эффективности функционирования организации. Коммуникативная политика – это прежде всего управленческая деятельность, суть которой заключается в формировании и управлении коммуникативным пространством и всем комплексом коммуникаций социального субъекта с субъектами, влияющими на его социальную капитализацию. Знание закономерностей и принципов организации и разработки коммуникативной политики необходимо для создания целостного видения коммуникативной деятельности, и, соответственно, более объективного представления о значении и применении отдельных ее средств. Коммуникативное взаимодействие органов государственной власти и религиозных организаций должно быть нацелено не только на распространение в обществе сведений, знаний о религиозной ситуации, но и выступать активным элементом построения меж-

конфессионального диалога, обеспечения безопасности и соблюдения прав и свобод граждан.

Анализ результатов анкетирования студентов Барнаула осенью 2009 г. и материалов печатных СМИ позволяет выделить следующие отрицательные стороны коммуникативной деятельности органов государственной власти в сфере религии: отсутствие заметной для населения информации о религиозной сфере, взаимодействии власти и религиозных организаций.

Важно признать, что эффективность информационного взаимодействия органов государственной власти и религиозных организаций зависит от выбранной модели коммуникативной политики. Оптимальной моделью выстраивания взаимодействия органов власти с группами религиозной общественности может стать модель правового «партнерства и диалога».

Исходя из анализа коммуникативного взаимодействия органов государственной власти Алтайского края и религиозных организаций можно выделить следующие особенности развития: у руководства органов власти присутствует осознание необходимости использования в своей деятельности результатов научных исследований в области религиозных отношений; обосновывается необходимость расширения круга субъектов коммуникативного взаимодействия органов государственной власти и религиозных организаций и координации их деятельности через создание специального экспертного совета при соответствующих органах государственной власти.

В новых условиях коммуникативного взаимодействия региональной власти и религиозных организаций, по нашему мнению, необходимо развивать следующие основные направления деятельности:

- 1) тесное сотрудничество со СМИ по вопросам этноконфессионального и культурного развития;
- 2) взаимодействие с пресс-службами органов государственной власти различных уровней;
- 3) мониторинг общественной реакции и СМИ в сфере государственно-конфессиональных отношений;
- 4) анализ этноконфессиональной ситуации в регионе и стране, прогнозирование тенденций состояний религиозно-духовного пространства;
- 5) сотрудничество с экспертами и специалистами в области религиозных отношений, повышение квалификации сотрудников государственных органов, занимающихся вопросами религии;
- 6) разработка и построение модели эффективного информационного взаимодействия региональных и местных органов власти с различными религиозными направлениями и группами.

В сложившиеся на сегодняшний день практиках различных форм коммуникационного взаимодействия органов государственной власти и религиозных организаций важно, чтобы строились модели правового взаимодействия, активно развивались диалоговые информационные технологии в системе «органы власти – СМИ – религиозные организации».

Библиографический список

1. Луман, Н. Что такое коммуникации / Н. Луман // Социологический журнал. – 1995. – №5.
2. Бальнская, Н. Коммуникативные риски в сфере управления / Н. Бальнская // Государственная служба. – 2008. – №5.
3. Тухватулина, М. Информационные потоки как фактор эффективности муниципального управления / М. Тухватулина // Власть. – 2008. – №10.
4. Овчаренко, А.Н. Социальное управление в информационном обществе: новые подходы / А.Н. Овчаренко // Социально-гуманитарные знания. – 2006. – №6.
5. Малухин, В.Н. Русская церковь, светские СМИ и христианские ценности в постсоветской России / В.Н. Малухин // Церковь и время. – 2006. – №2.