



DOI: 10.22363/2313-2272-2026-26-1-172-177

EDN: QLQYCL

Социология связей с общественностью в контексте социологического образования*

Ф.И. Шарков, В.В. Силкин, О.Ф. Киреева

Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации,
просп. Вернадского, 82, Москва, 1119571, Россия

(e-mail: sharkov-fi@ranepa.ru; vv.silkin@igsu.ru; kireeva-of@ranepa.ru)

Аннотация. Социологические исследования в сфере связей с общественностью становятся все более приоритетными, а в последние годы в России было проведено несколько исследований, посвященных использованию специалистами по связям с общественностью социологических методов. Авторы попытались выделить наиболее часто используемые инструменты, задания и платформы, которые используют преподаватели в аудиториях и за их пределами, чтобы удовлетворить потребности молодых специалистов по связям с общественностью в начале профессиональной карьеры. По мере роста социальной значимости связей с общественностью возникла потребность в понимании того, как эта сфера деятельности влияет на общество и для чего она нужна. Для ответа на эти вопросы следует сочетать разные теоретические подходы, в частности, для понимания того, как связи с общественностью функционируют на микро-, мезо- и макроуровне, необходима социологическая интерпретация понятий и методологический анализ протекающих социальных процессов. В статье представлены результаты исследований, проведенных в трех широких категориях — социальные изменения, социальные силы и социальные взаимодействия. Социология связей с общественностью как раздел социологической науки развивалась в основном под влиянием множества практических вопросов, связанных с общественными связями и политическими проблемами, которые возникли в условиях быстрой трансформации медиапространства. Многие исследования были призваны выяснить, оправдывает ли данная специальная социологическая дисциплина ожидания в плане формирования более рациональных, культурно адаптированных и продуктивных личностей и, как следствие, «лучшего» общества.

Ключевые слова: социологическое образование; связи с общественностью; социология связей с общественностью; социологические исследования; социологические методы; медиапространство

Для цитирования: Шарков Ф.И., Силкин В.В., Киреева О.Ф. Социология связей с общественностью в контексте социологического образования // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2026. Т. 26. № 1. С. 172–177. <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2026-26-1-172-177> EDN: QLQYCL

*© Шарков Ф.И., Силкин В.В., Киреева О.Ф., 2026

Статья поступила в редакцию 05.12.2025. Статья принята к публикации 15.01.2026.

Социологи, придерживающиеся интерпретативной традиции, рассматривают образовательные учреждения как место, где смысл социально конструируется в ходе повседневных взаимодействий. Эта исследовательская традиция включает в себя общие принципы социологической феноменологии, символического интеракционизма и этнометодологии, соответственно, в центре ее внимания находятся вопросы микроуровня, а исследования, как правило, опираются на качественные методы — чтобы всесторонне проанализировать общество в контексте «структурированных социальных отношений среди большого сообщества людей и развития социальных институтов» [5].

Социология включает в себя целый ряд различных точек зрения, которые могут быть более или менее критичными по отношению к социальным отношениям. Социологический подход к связям с общественностью можно рассматривать как изучение данной профессии с позиции возможных положительных и отрицательных последствий деятельности ее представителей для общества. Взгляд на связи с общественностью, опирающийся на социологические теории, позволяет охватить и понять данную деятельность на общественном, организационном и индивидуальном уровнях. Такие исследовательские усилия могут быть продиктованы разными целями, включая улучшение коммуникации или обеспечение социальной справедливости, но все же основная цель социологических исследований связей с общественностью — изучение взаимодействия исследователей, практиков, объединений и общества в целом [5].

Несомненно, число исследований в области связей с общественностью, основанных на социологических подходах, выросло в последние годы, о чем свидетельствует, например, метаанализ работ Ю. Хабермаса [1]. Необходимость применения социологических подходов к связям с общественностью отстаивала Д. Л'Этанг [6; 7]: она одной из первых использовала термин «социология связей с общественностью», чтобы открыть эту область для критического анализа, избегая функционалистских требований, предъявляемых к исследованиям, которые должны удовлетворять потребности отраслевой практики [8. С. 521].

В научной литературе по связям с общественностью, в которой обосновывается использование социологических теорий, можно найти ответы на ряд принципиальных вопросов, в частности: 1) какую роль играет социологическое образование в сфере связей с общественностью как на макроуровне (широкие изменения в обществе), так и на микроуровне (решение конкретных проблем организации взаимодействия в тех или иных организациях); 2) каковы взаимоотношения между практиками и общественными силами на мезо- и микроуровне; 3) в какой степени социологическое образование влияет на такие структуры, как рынок и институты социализации; 4) как связи с общественностью способствуют социальному взаимодействию, социальным связям и социальному капиталу; 5) вносят ли связи с обществен-

ностью позитивный вклад в общественное развитие, например, посредством построения гражданского общества, и какую роль играют в социальных конфликтах [4].

Социальные изменения и связи с общественностью. Одна из наиболее амбициозных целей теоретиков — подробное описание общества с указанием произошедших в нем социальных изменений, но исследователей в области связей с общественностью интересуют и нынешние явления и процессы [10] — как продукт и движущая сила более широких социальных изменений. Так, Н. Луман, изучая проблему социальных изменений, отмечал, что общество становится все более дифференцированным — как функционально, так и структурно. Сформировались подсистемы — рынки, политика, религия и наука, каждая из которых функционирует в соответствии с собственной рациональностью, пониманием идентичности системы и окружающей среды, кодами и средствами коммуникации. Идеи Лумана применяются в социологии связей с общественностью, например, с помощью связей с общественностью организации доносят до своих сотрудников мнения заинтересованных сторон и влияют на принятие ими решений [9], т.е. связи с общественностью рассматриваются как важнейший механизм взаимодействия разных социальных системам. Организации благодаря своим взаимодействиям формируют идентичность. Специалисты по связям с общественностью предоставляют информацию соответствующим группам заинтересованных сторон, участвуют в дискуссиях, реагируют на споры, подробно обсуждая как технические, так и моральные вопросы, а также обеспечивают обратную связь в организациях. Многие исследователи в области связей с общественностью, опирающиеся на социологические теории, отмечают потенциальный позитивный вклад связей с общественностью в развитие общества [4; 5].

Социальные силы и специалисты по связям с общественностью. Часто задаваемый социологами вопрос касается того, какая структура или агентство имеет первостепенное значение в обществе, — это «один из самых острых вопросов в социальной теории» [2. С. 11]. Необходимо понять, существуют ли системные факторы, которые в той или иной степени определяют, что, например, могут делать специалисты по связям с общественностью и как может социологическое образование в сфере связей с общественностью повлиять на развитие общественных отношений. Взгляд, сфокусированный на обществе или структурах, поставил бы под сомнение возможности свободного агента, настаивая, что социальные субъекты встроены в социальные порядки: например, такая точка зрения помогает объяснить, почему люди остаются на работе, которая им категорически не нравится. Многие теоретики, занимающиеся связями с общественностью, исследуют, как таковые создаются, изменяются, поддерживаются на основе отношений между организацией и окружающей средой. Ключевые понятия такового

анализа — влияние институциональной логики, «переводческая» и институциональная работа [4].

Основываясь на идеях З. Баумана и оценивая их последствия для практической деятельности в сфере связей с общественностью, Ф. Бахманн [1. С. 321] предположил, что связи с общественностью, постепенно «переходя к алгоритмическому управлению коммуникациями, пренебрегают моральными соображениями». Опираясь на это предположение, Д. Фалькхаймер [3] выделил «третью точку зрения на связи с общественностью» — способ их концептуализации, балансирующий между управленческими, функционалистскими и предписывающими традициями. Функционалистский подход в образовании призван развивать прикладные аспекты связей с общественностью в ситуационном разрезе, позволяя интегрировать теорию и практику современных коммуникаций.

Таким образом, авторы тезисно обозначили вклад социологической теории и исследовательской практики в развитие методологии связей с общественностью. Важно отметить, что социологические исследования помогают уточнить роль и место связей с общественностью в обществе, их способы воздействия на целевые группы населения, а также механизмы влияния общества на развитие теории и практики связей с общественностью. Сегодня таковые должны быть рефлексивной практикой, способствующей адаптации организаций различного уровня и общества в целом к происходящим изменениям. Использование социологических теорий в организации и управлении связями с общественностью способствует интеграции теории и практики для достижения общественного согласия. Многие исследователи справедливо отмечают, что теория и практика связей с общественностью неразрывно переплетены с теоретико-методологическими основами социологических знаний.

Предмет социологии связей с общественностью выходит за рамки только организационно-ориентированных подходов. В социологическом рассмотрении сферы публик рилейшнз, в том числе в образовательном контексте, важно понимать контекст применения социологических теорий, скажем, это анализ изменений в обществе или же уточнение роли, которую в этих изменениях играет система прикладных социальных и медийных взаимосвязей. Более того, огромное количество концепций можно заимствовать из социологической и — шире — социальной теории и применить к изучению отношений с общественностью, например, концепции социального доверия, легитимности, понимания и рефлексии, которые можно найти в работах М. Вебера, Ю. Хабермаса и Н. Лумана. Поскольку социальная теория склонна фокусироваться на социальных проблемах, выявленные/диагностированные ею аспекты и элементы этих проблем могут лечь в основу подготовки специалистов по связям с общественностью.

Библиографический список / References

1. Buhmann A., Ihlen Ø., Aaen-Stockdale C. Connecting the dots: A bibliometric review of Habermasian theory in public relations research. *Journal of Communication Management*. 2019; 23 (4).
2. Elliott A. *Contemporary Social Theory: An Introduction*. Routledge; 2014.
3. Falkheimer J. On Giddens: Interpreting public relations through Anthony Giddens's structuration and late modernity theories. Ø. Ihlen, M. Fredriksson (Eds.). *Public Relations and Social Theory: Key Figures, Concepts and Developments*. Routledge; 2018.
4. Fredriksson M., Ihlen Ø. Introduction: Public relations and social theory. Ø. Ihlen, M. Fredriksson (Eds.). *Public Relations and Social Theory: Key Figures, Concepts and Developments*. Routledge; 2018.
5. Giddens A., Sutton P.W. *Essential Concepts in Sociology*. Polity Press; 2017.
6. L'Etang J. Public relations and historical sociology: Historiography as reflexive critique. *Public Relations Review*. 2014 ; 40 (4).
7. L'Etang J. Public relations: A discipline in transformation. *Sociology Compass*. 2013 ; 7 (10).
8. L'Etang J. Critical public relations: Some reflections. *Public Relations Review*. 2005 ; 31 (4).
9. Osswald A. Public relations as a complex decision-based practice. *Public Relations Inquiry*. 2019; 8 (3).
10. Radford G.P. Public relations in a postmodern world. *Public Relations Inquiry*. 2012; 1 (1).

DOI: 10.22363/2313-2272-2026-26-1-172-177

EDN: QLQYCL

Sociology of public relations in the context of sociological education*

F.I. Sharkov, V.V. Silkin, O.F. Kireeva

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,
Vernadskogo Prosp., 82, Moscow, 119571, Russia

(e-mail: sharkov-fi@ranepa.ru; vv.silkin@igsu.ru; kireeva-of@ranepa.ru)

Abstract. Sociological research in public relations has become an increasingly important priority. In recent years, several studies were conducted in Russia on the use of sociological methods by public relations professionals. The authors identified the most frequently used tools, tasks and platforms in and outside the classroom to meet the needs of young public relations professionals at the beginning of their professional careers. As the social significance of public relations grows, it is necessary to understand how this field of activity influences society and why it is needed. To answer these questions, the authors rely on a combination of theoretical approaches, particularly to understand how public relations function at the micro-, meso-, and macro-levels, referring to the sociological interpretation of concepts and conducting a methodological analysis of ongoing social processes. The article presents the results of research conducted in three broad categories: social change, social forces, and social interactions. Sociology of public relations as a branch of sociological

*© F.I. Sharkov, V.V. Silkin, O.F. Kireeva, 2026

The article was submitted on 05.12.2025. The article was accepted on 15.01.2026.

science has developed primarily under the influence of a multitude of practical issues related to public relations and political problems under the rapid transformation of the media landscape. Many studies aim at identifying whether this specialized sociological discipline fulfils its promise of forming more rational, culturally adapted and productive individuals and, as a result, a “better” society.

Key words: sociological education; public relations; sociology of public relations; sociological research; sociological methods; media space

For citation: Sharkov F.I., Silkin V.V., Kireeva O.F. Sociology of public relations in the context of sociological education. *RUDN Journal of Sociology*. 2026; 26 (1): 172–177. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2026-26-1-172-177> EDN: QLQYCL