

Секция «Политическая коммуникация в современном мире»
**Коммуникационная концепция связей с общественностью(public relationshop)
в политической сфере.**

Затолокина Альбина Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
политологии, Кафедра государственной политики, Москва, Россия

E-mail: confetti.booms@gmail.com

В рамках развития коммуникативного подхода к власти Ханна Арендт утверждала, что "власть - не собственность или свойство отдельного субъекта, а многостороннее институциональное общение", в основе которого она видела диалог между народом и представителями власти. Сегодня ключевой характеристикой политического пространства является множество коммуникативных связей между его субъектами, по этой причине при отсутствии эффективно работающего механизма обратной связи невозможно функционирование общественных структур. Связи с общественностью представляют собой уникальный тип коммуникации, который обеспечивает двустороннее взаимодействие власти и гражданского общества. В конечном итоге цель PR не только обеспечить поддержку инициатив властных органов, но способствовать последовательному инкорпорированию населения в процесс принятия и осуществления политических решений.

Важно отметить, что именно к диалогу как образцу человеческого взаимодействия, а также как к основанию для воспроизводства PR-деятельности, апеллировали в своих работах многие исследователи. В основе этого лежит теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса. Коммуникативное действие является принципиальным фактором, позволяющим обществу влиять на политический процесс при условии наличия "идеальной речевой ситуации", характеристиками которой являются обязательное отсутствие внешнего принуждения, равноправие для всех участников коммуникации в выполнении ими их диалогических ролей, симметричное распределение шансов выбирать и использовать обоснования, руководствуясь исключительно мотивами достижения согласия на основе "лучшего аргумента". Формально, чтобы соответствовать этике, дискурс, в рамках которого возникает диалог, должен обладать пятью элементами:

1. Всеобщность;
2. Автономия (право на критику и самостоятельное выражение претензий на справедливость);
3. Идеальное исполнение роли;
4. Нейтральность силы власти;
5. Прозрачность.

Несмотря на то, что немецкий философ весьма скептически относился к связям с общественностью, Р.Пирсон попытался, основываясь на учении Хабермаса, выстроить диалоговую концепцию связей с общественностью, основанную на этическом императиве, описанном выше. По его мнению, именно диалоговый способ может указать на общую почву, где могут гармонично сочетаться узкие интересы политиков и общественные нужды. Пирсон считал, что дискурс и коммуникационный механизм связей с общественностью должны осуществляться на интересубъективной основе, которая учитывает разнообразие интересов членов общества. Кроме того, он отмечал, что концепция Хабермаса об идеальной речевой ситуации может послужить основой для выработки правил нормативного ограничения осуществления взаимодействия в рамках PR.

Стоит обратить внимание на ещё одну работу: "Менеджмент связей с общественностью", - в которой Дж.Грюниг и Т.Хант раскрывают четыре модели PR: манипулятивную, информационную, модель двусторонней асимметричной коммуникации и диалоговая двусторонняя симметричная. Сущность первой модели заключается в одностороннем информировании (эта модель является верным спутником авторитарных режимов). Информационная, или журналистская, модель осуществляет "мягкое воздействие на сознание аудитории через дозированную подачу информации". Третья модель существенно отличается от двух предшествующих прежде всего тем, что при её реализации зарождается диалог между общественностью и властью, то есть применяются механизмы отслеживания и анализа реакции публики на отправляемую информацию. Последняя модель двусторонней симметричной коммуникации предполагает построение диалога на паритетных основах с извлечением взаимной пользы по результатам осуществления коммуникации. По мнению авторов этих моделей, последняя является наиболее этичной, так как "гарантирует равенство обмена". Тем не менее модель подвергалась широкой критике за чрезмерную идеалистичность, а также отсутствие примеров применения на практике основ теории, на что авторы с отвечали, что они создают модель PR, которая должна применяться (should be practised), но не ту, которая уже применяется (being practised).

Так или иначе в PR деятельности чрезвычайно сложно отследить применение чистых от манипуляций и попыток конструирования социальной реальности технологий, это довольно редко встречается даже в странах с наиболее развитыми действующими демократическими принципами в политике. Пока что PR только на пути становления идеального типа коммуникации - диалога. Что же до российской действительности, то здесь продолжают доминировать монологические или манипулятивные коммуникации. Общество в нашей стране, как показывают результаты опросов ВЦИОМ, довольно скептически относится к PR-деятельности: 34% опрошенных PR-деятельность представляется в тёмных оттенках "чёрного пиара", 33% относят PR к обману, 19 % видят в нём манипуляцию, остальные 14% видят некоторые положительные стороны данной технологии. Как бы то ни была политика каждой страны, стремящейся развиваться в рамках прогрессивных демократических идей, неизбежно приходит к осознанию роли плюрализма и мнения большинства. Недопущение открытых манипуляций и налаживание конструктивного диалога между властью и обществом - первый шаг в правильном направлении.

Источники и литература

- 1) 1. Гринберг Т.Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект.: дис. канд. полит. наук. – Москва, 2012 – 312 с.
- 2) 2. Зайцев А.В. Диалогическая модель связей с общественностью и этика PR Р.Пирсона / Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова, №4, т.19, - 2013
- 3) 3. Зайцев А.В. Диалогическая модель связей с общественностью: возникновение, состояние, перспективы / ARS ADMINISTRANDI №3, - 2013
- 4) 4. Кужелева-Саган И.П., Носова С.С. Ресурсы теории коммуникативного действия Ю.Хабермаса / Вестник Южно-Уральского госуниверситета. Сер. «Социально-гуманитарные науки», № 8(63). – 2006. - С. 142–149
- 5) 5. Посконин В.В., Посконина О.В. Делиберативная модель демократии как один из путей её совершенствования (концепция Ю.Хабермаса) [Электронный ресурс]. URL: <http://pravovestnik.ru/?p=15>

- 6) 6. Флишберг Б. Хабермас и Фуко - теоретики гражданского общества / Пер. Н. В. Романовский // СоцИс : Соц. исслед., № 2 - 2000. - С. 127-136
- 7) 7. Grunig J.E., Hunt T. Managing Public Relations. N.Y.: Holt, Rinehart & Winston, -1984.
- 8) 8. Kent M.L., Taylor M. Toward a Dialogic Theory of Public Relations // Public Relations Review, Vol. 28, № 1. – 2002 – С. 21-37