

Общественные связи как метасистема?

Реалии и перспективы теоретических исследований

Марина Шилина

В статье суммированы основные результаты исследований актуального состояния связей с общественностью как системы, проведенных автором статьи; введены понятие «система общественных связей», категориальный аппарат, описаны особенности, функции системы связей с общественностью. Автор выдвигает гипотезу о формировании принципиально новой системности связей с общественностью на основе исследования актуальной интернет-коммуникации как системообразующего элемента и делает выводы о тенденции трансформации связей с общественностью из управленческой иерархической подсистемы в гетерархическую, что позволяет признать актуальные общественные связи социальной метасистемой.

Ключевые слова: система связей с общественностью, коммуникация, интернет-коммуникация, гетерархическая парадигма, метасистема.

Марина Шилина – кандидат филологических наук, научный сотрудник кафедры рекламы и связей с общественностью факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2008mgs@mail.ru

Генезис общественных связей как социального института

Экономические, политические, социальные процессы в современном обществе становятся все более антропоцентрическими. Социализация дискурса, усиление роли информации¹, коммуникации² закономерно вызывают особое внимание к процессам взаимодействия в социуме (неклассический подход определяет само общество как узел интеракций), и, следовательно, к институту связей с общественностью (СО).

Общественные связи как институт социального управления начали формироваться в США в период становления нового этапа трансформации капиталистического общества на рубеже XIX–XX вв. в связи с потребностью в новых формах коммуникации между производителем и потребителем в условиях массового общества. По мере усложнения процессов производства, внешней и внутренней коммуникации бизнеса, изменения характеристик аудитории, менялись цели, задачи, функции, структура *public relations* (PR). Становление и адаптацию практики и теории связей с общественностью к изменяющимся социоэкономическим реалиям отражают исторические структурно-функциональные модели PR в американской транскрипции: от информирования (рекламная, паблисити, односторонняя асимметричная модели) к взаимодействию (двус-

торонняя симметричная модель, описанная в 1960 гг.³). Несмотря на структурные отличия различных исторических практик, зафиксированные в классических моделях PR, сущность коммуникационного процесса оставалась сходной: все указанные модели иерархические, рассчитаны на односторонний информационный поток, реализацию управленческих функций по отношению к аудитории. Фактически институт связей с общественностью представлял собой подсистему социального управления, включенную в корпоративный экономико-социальный дискурс.

Европейские школы PR, рассматривающие деятельность по формированию коммуникации между социальными акторами как процесс гармонизации связей в обществе, встраивая бизнес-коммуникации в социальный дискурс, также описывали деятельность института общественных связей в управленческой парадигме.

Данные парадигмы и модели по-прежнему используются в мировой практике, в том числе и в России. При этом адекватная комплексная оценка состояния профессиональной деятельности отечественными учеными невозможна в силу относительной новизны данной сферы, отсутствия современной теории общественных связей, основанной на отечественных эмпирических данных.

Исследования связей с общественностью как социального института управления впервые провели представители Санкт-Петербургской школы⁴.

Большинство теоретических построений отразили традиционную точку зрения на институциональную деятельность связей с общественностью. Так, «социальные институты образуют главный элемент структурного механизма, посредством которого общество регулирует социальный гомеостазис и в случае необходимости осуществляет социальные изменения»⁵, соответственно, связи с общественностью, включенные в общую структуру институтов, функционируют как подсистема социума, выполняющая управленческие функции, как в XX в., так и в XXI в.

Однако в России социальные институты, в том числе институт связей с общественностью, пока не сформированы окончательно. Поэтому, с нашей точки зрения, применение критериев институциональности в отношении современных практик в сфере общественных связей не совсем корректно. Указанное выше единственное на сегодняшний день комплексное описание характеристик PR как социального института отражает реалии рубежа веков и, таким образом, также представляет очередной исторический ракурс исследования PR, в то время, как общественные связи постоянно и существенно трансформируются в условиях перманентных изменений дискурса, и реалии образца 2010 г. уже не соответствуют предшествующим теоретическим построениям.

Дискурсивные практики общественных связей XXI века: системный подход

Антропоцентризм актуального дискурса предполагает развитие новых форматов социальной коммуникации, которая все более тяготеет к горизонтальным, ориентированным на субъект, парадигмам. Просьюмеризм (англ. *prosumer* от *producer* и *consumer* – производитель и потребитель в одном лице) становится ключевой особенностью аудиторий. Функции социальных акторов, в том числе профессионалов общественных связей, в подобной ситуации изменяются кардинально.

Каковы характеристики современных связей с общественностью? Макротеоретическое описание проблем, стоящих перед обществом и общественными связями в частности, пока не дано. Для анализа текущей ситуации воспользуемся системным подходом. Интерес к системной теории в общественных науках возник в 1930 гг., развивался в 1950–1980 гг. прошлого века, однако до сего дня системная теория не получила однозначного признания. Тем не менее, в ситуации постоянных трансформаций объекта и предмета исследования, системный подход представляет методологическую парадигму анализа целей, структуры, функций; позволяет зафиксировать в дина-

мической парадигме общие характеристики, текущее состояние и эволюцию связей с общественностью, обозначить положение в социуме, по отношению к прочим системам и подсистемам и т.д.

Понятие «система связей с общественностью», несмотря на достаточно частое употребление в теоретических и практических работах, в научный обиход пока должным образом не введено (наиболее полным представляется монографическое исследование автора⁶). Предложим общую характеристику и дефиницию данного понятия, обозначим основные элементы системы, функции, актуальные характеристики (в рамках, определенных небольшим объемом статьи). Под системой мы понимаем реальный системный объект, абстрактный образ любого системного объекта, теоретический объект. Необходимыми и достаточными параметрами системы являются: элементы, связи между элементами (структура), организация, функции, системное единство. Элементы системы – базисные, технологические, креативные субъекты, аудитории различного уровня.

Система связей с общественностью, как ее определяет автор в рамках данной работы, есть системное динамическое единство базисных, технологических, креативных субъектов, связанных коммуникацией различного уровня и функционирующих в публичном пространстве с целью гармонизации социальной коммуникации.

Внутреннее устойчивое единство элементов и структуры есть организация системы, обеспечивающая её функционирование. Онтологически все системы являются сложными, поскольку априорно обладают многообразием элементов, связей, свойств. Типологически различают статические и динамические системы⁷. Особым типом динамической системы является развивающаяся-система, в процессе существования и функционирования которой возникают новые подсистемы и их уровни, система усложняется и иерархизируется, обретает новые свойства и системные качества. Среди характеристик системы СО назовем ди-

намическую эквивалентность, эквипотенциальность. Существенными элементами системы являются институты образования, связующим звеном – теории всех уровней. Любая система вследствие специфики деятельности является динамической, с изменяющимся характером внутренних и внешних функций.

Функционирование системы связей с общественностью связано со сложными процессами коммуникации внутри системы и с внешней средой, аудиториями, такими процессами, как положительные и негативные реакции, принятие решений и т.д. Традиционно базовые внешние функции системы обозначаются как выражение и регулирование требований; реализация данных функций, что порождает постоянные трансформации внутри системы и изменения ее положения в социуме. Очевидно, что в современном антропоцентрическом дискурсе аудитории обществу, которые ранее являлись объектом управления, сегодня оказываются равноправными участниками – субъектами процесса коммуникации. Таким образом, управляющая и управляемая подсистемы оказываются связанными не по классическому общему принципу управления – обратной связи, а равноправно. Также трансформируется функция контроля в системе связей с общественностью, которая ранее предполагала проверку, поощрение, санкцию, идущие от управляющей подсистемы. Следовательно, классические парадигмы системы связей с общественностью как подсистемы социального управления не соответствуют современному дискурсу.

Интернет-коммуникация как новый объект системы общественных связей

Динамическое единство системы обеспечивает коммуникация. Характеристики актуального дискурса, начавшего существенно трансформироваться во второй половине минувшего века, сегодня все более определяют особенности новейших каналов коммуникации, в первую очередь интернета. Сеть растет количественно: в мире к 2010 г. насчитывалось более 1,5 млрд пользователей, аудитория российского сегмен-

та интернета – рунета, на 01.05.2010 составляет более 43 млн; развиваются уникальные качественные характеристики интернета, соответствующие потребностям коммуникации социальной: глокальность, интерактивность, виртуальность, конвергентность.

Рост объемов интернет-коммуникации в общем коммуникационном миксе связей с общественностью, техническая и контентная конвергенция, обуславливающие появление новых форм коммуникации, основанные на интернет-коммуникации, позволяют заключить: интернет становится преобладающей коммуникацией системы связей с общественностью, следовательно, его характеристики и трансформации являются для системы СО существенными.

Сущностные характеристики институциональной деятельности изменяются кардинально: в частности, автором была выдвинута и доказана гипотеза о том, что интернет-коммуникация является новым объектом теории связей с общественностью, формирует новые характеристики системности связей с общественностью⁸.

Обозначим базовые результаты исследований новейшей интернет-коммуникации связей с общественностью, которая отражает актуальные характеристики системы школы коммуникологии кафедры рекламы и связей с общественностью факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова⁹. Отметим априорную невозможность жесткого дефиницирования в указанной сфере, обусловленную постоянными непредсказуемыми изменениями эмпирического материала, научной новизной данной сферы для России, особостью технологических, ресурсных, коммуникационных характеристик рунета, его аудитории, а также отсутствие общепринятых базовых постулатов теории СО.

Интернет-коммуникация предполагает развитие новой системности связей с общественностью, поскольку среда становится самостоятельным участником коммуникации¹⁰, и в структуре связей с общественностью как системы, наряду с базисными, технологическими, креативными субъектами, появляется данный

новый элемент. Априорная глобальная и круглосуточная открытость коммуникации означает возможность включения в нее любой, даже глобальной, аудитории. Подобная открытость формирует новые принципы профессиональной деятельности (и этики).

Классические модели связей с общественностью, обозначенные выше, для описания коммуникации в интернете неприменимы, поскольку коммуникационный процесс в Сети отличается от офлайнового принципиально. Предложенная автором модель интернет-коммуникации (мультисубъектная, MS-модель, 1.0), в число субъектов которой входит непосредственно среда, отражает принципиальные изменения традиционной структуры. С развитием технологий, появлением новейших форматов и моделей 2.0 происходит кардинальное изменение коммуникационной парадигмы: пользователь из адресата коммуникации превратился в ее адресанта, стал субъектом интернет-коммуникации. Субъект-субъектная модель коммуникации (S2S-модель, 2.0), отражает вывод профессионального коммуникатора за рамки коммуникационной модели¹¹.

Субъект-субъектное веб-взаимодействие формирует информационно-коммуникационные потоки 2.0, которые становятся горизонтальными, гомогенными, дискурс-неиерархическими. (Тенденция распространения субъект-субъектной модели подтверждается прогнозами развития интернета в 2010 г., где трендом является использование социальных сетей как поисковых площадок¹².)

Невозможность продуцировать односторонние объект-субъектные модели, слабая координация, непредсказуемость, неконтролируемость интернет-коммуникации означают, что управленческие стратегии в интернете реализовывать крайне сложно. Поддерживание и формирование равноправной коммуникации означает появление новых структурно-функциональных характеристик системы общественных связей.

Переход от иерархических моделей к нетерархическим предполагает, что в структуре

социальной коммуникации связи с общественностью также изменяют свое место. Таким образом, констатируем: в условиях распространения и использования в системе СО интернет-коммуникации связи с общественностью не могут оставаться управленческой системой или управленческой подсистемой, как ее определяет большинство отечественных и зарубежных исследователей, поскольку актуальное коммуницирование означает реализацию иных принципов внутренней и внешней коммуникации системы.

Принципиальные перемены затрагивают, таким образом, структуру системы и, как следст-

вие, ее функции. Происходит закономерный переход от функции управления к равноправному сотрудничеству, институциональная деятельность выходит за традиционные классические границы сферы общественных связей, то есть становится метасистемной.

Таким образом, мы можем определить актуальную систему связей с общественностью как метасистемное динамическое единство базисных, технологических, креативных субъектов и общественности, связанных коммуникацией различного уровня и функционирующих в публичном пространстве с целью его гармонизации.

* * *

- ¹ Информация становится равнозначной тому, что можно назвать сложностью сообщения (по Шеннону), количеством непредсказуемого.
- ² Коммуникация (от лат. *communicatio* – сообщение, связывать) есть «процесс передачи информации от одного человека к другому или между группами по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств (вербальных, невербальных, проч.)». См.: Основы теории коммуникации. М., 2003. С. 126.
- ³ Grunig J.E. and Repper F.C. Strategic Management, Publics, and Issues in Excellence in Public Relations and Communication Management / Ed. by James E. Grunig. Hillsdale, NJ, 1992. P. 135-137.
- ⁴ Шишкина М. Паблик рилейшнз в системе социального управления. СПб, 2002.
- ⁵ Там же. С. 126.
- ⁶ См. подробнее: Шилина М.Г. Корпоративные интернет-ресурсы в системе общественных связей. М., 2007.
- ⁷ Понятие динамических устойчивых систем, исследуемое, например, В.Ф. Кузнецовым, с нашей точки зрения, не является корректным, поскольку само понятие есть оксюморон.
- ⁸ См. подробнее: Шилина М.Г. Указ. соч. С. 168.
- ⁹ Теория общественных связей (ни мировая, ни отечественная) пока не предлагают комплексного подхода к изучению интернет-коммуникации. Результаты исследований школы коммуникологии кафедры рекламы и связей с общественностью факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова (с 2005 г. по настоящее время) представляются наиболее приближенными к новейшим эмпирическим и теоретическим реалиям.
- ¹⁰ Шилина М.Г. Указ. соч.
- ¹¹ См. подробнее: Шилина М.Г. Новые модели коммуникации в интернете // Медиа@льманах. 2008. № 1.
- ¹² Материалы Российского интернет-форума (РИФ+КИБ), 21.04.2010.