

Цивилизационные вызовы институту паблик рилейшнз в современном мире

Рошка Анастасия Олеговна

Студент (бакалавр)

Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова,
Нижний Новгород, Россия

E-mail: anastasia_roshka@mail.ru

Актуальность темы обусловлена тем, что в условиях современного мира, когда проблема межконфессиональных отношений достигла высокого уровня радикализации и начинает обретать характер глобальной межконфессиональной, а нередко и этнокультурной войны, вопросы поиска новых форматов диалога становятся серьезным вызовом для института паблик рилейшнз.

Основная проблема. Стратегическая цель паблик рилейшнз состоит в установлении диалоговых отношений акторов, организации взаимодействия, построенного на взаимном уважении интересов и потребностей сторон. Однако возможность компромиссных решений возникает лишь в том случае, когда стороны опираются на общую систему базовых ценностей, формирующих единую картину мира. В том случае, когда мировоззренческие и ценностные принципы сторон не совпадают, диалог сторон становится затруднительным. Типовой набор инструментов и методов связей с общественностью оказывается в подобных случаях малоэффективным.

Тезис первый: Проблема кризиса мультикультурализма заставляет иначе формулировать миссию паблик рилейшнз, выводя деятельность этого института за рамки консьюмеристской прагматики. Стратегия института паблик рилейшнз в условиях конфликта мировоззрений сосредоточивает внимание конфликтующих сторон на обстоятельствах угрозы существования человеческой цивилизации, обеспечивая тем самым потенциал их взаимодействия.

Тезис второй: Исследователи полагают, что «происходит становление новой конфигурации публичной сферы, выводящей в поле политической коммуникации новых неинституционализированных акторов, создающей возможность артикуляции политических ценностей и интересов для различных общественных групп» [2]. В связи с этим возникает задача поиска новых форм коммуникативного взаимодействия внутри субкультурных сообществ и закрытых комьюнити. Задачей данной деятельности является профилактика радикализации взглядов членов этих сообществ и формирование альтернативных фундаменталистским подходов к достижению религиозных целей.

Тезис третий: В условиях коммуникативных вызовов необходимо осознание того, что привычный инструментарий, используемый паблик рилейшнз, должен изменяться. В условиях радикализации взглядов активно действуют методы пропаганды, которые сегодня нельзя недооценивать. Обычный набор коммуникативных ресурсов пропаганды - в большей мере вербальных, в условиях визуализации современных практик дополняется методами и средствами современной медиакультуры: всем арсеналом художественных языковых изобразительно-выразительных средств, в том числе созданных на основе инновационных компьютерных технологий. Восприятие этих продуктов отличается своей общедоступностью и обладает высокой степенью убедительности.

Таким образом, в условиях ценностной поляризации и кризиса мультикультурализма необходим «пересмотр» набора коммуникативных технологий, используемых связями с общественностью. Расширение традиционного инструментария и мобилизация всего арсенала языковых средств, современной медиакультуры. Необходимо новое понимание

соотношения убеждающей аргументации и суггестивных методов для создания более эффективного комплексного воздействия на сознание субкультурных аудиторий.

Источники и литература

- 1) Кузнецова Е.И. Медиакультура в коммуникативном пространстве цивилизаций. Нижний Новгород: Изд-во НГЛУ им. Н.А Добролюбова, 2008
- 2) Семенов Е.Е. Политические коммуникационные процессы современного мира. Нижний Новгород: Изд-во НГЛУ им. Н.А Добролюбова, 2008. С. 125
- 3) Соловьев А.И. Политический дискурс медиакратий: проблемы информационной эпохи // Политические исследования. 2004. № 2