

*М.В. Павенкова*

## **«СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ И ИНФОРМАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЕ, ОБРАЗОВАНИЕ, ПРАКТИКА»**

11-12 ноября 1999 г. в Санкт-Петербурге прошла межвузовская научно-практическая конференция по проблемам социальных коммуникаций и информации, которая была организована Межвузовским центром социологии коммуникаций на базе факультета социологии Санкт-Петербургского государственного университета.

Проблематика конференции обсуждалась на заседаниях двух круглых столов: «Социальные коммуникации как междисциплинарное научное направление: современное состояние и прогноз развития» и «Профессиональная деятельность и подготовка в области социальной коммуникации и информации».

В работе конференции приняли участие 100 человек – ученые, преподаватели, аспиранты, студенты, практики в области PR из Москвы, Санкт-Петербурга, Воронежа, Краснодара, Перми, Уфы, Орла. Конференция вызвала значительный интерес молодых ученых, студентов и аспирантов, что является показателем того, что у данного направления есть будущее.

На заседании круглого стола «Социальные коммуникации как междисциплинарное научное направление: современное состояние и прогноз развития» обсуждались проблемы и перспективы создания общей теории социальной коммуникации. Участники конференции стремились определить место новой науки о социальной коммуникации в структуре социального знания. В ходе дискуссии обозначились четыре подхода к решению данной проблемы.

В соответствии с первым – социальную коммуникацию можно изучать с позиций междисциплинарной, обобщающей теории, синтезирующей знания, добытые различными комплексами социально-коммуникационных дисциплин. Особое значение новой метатеории будет состоять в формировании диалогового восприятия мира.

По мнению сторонников второго подхода, близкого к первому, социальная коммуникация должны стать предметом отдельной науки – коммуникологии, которая с общих позиций будет изучать социальные и естественно-технические аспекты коммуникаций. Эта наука рассматривается как фундаментальная дисциплина, интегрирующая уже имеющиеся частные теории коммуникации. Она должна войти в систему наук и подготовки кадров коммуникаторов.

Представители третьего подхода указали на то, что в последнее время социальная коммуникация активно изучается общей социологической теорией. В теоретических построениях Н. Лумана, Ю. Хабермаса она становится основной категорией, предметом социологического исследования.

В связи с этим определенную сложность вызывает поиск соотношения общей социологической теории с социологией коммуникаций и теорией социальной коммуникации. Поэтому коммуникация должна рассматриваться как один

из социальных процессов наряду с другими, ее изучение возможно в рамках уже сложившихся в социологии подходов.

По мнению сторонников четвертого подхода, нет необходимости в создании общей теории социальных коммуникаций. Это — предмет междисциплинарного исследования.

В ходе дискуссии выявилась неоднозначность определения категории «социальная коммуникация». Социальная коммуникация рассматривалась как процесс установления социальных связей, как механизм передачи смыслов, как движение смыслов в социальном времени и пространстве, как основа процесса общественного обмена, как взаимообмен не только смыслами, но и как вещественный и энергетический обмен, как обмен, который порождает взаимосвязь и саму общность. Участники конференции указали на роль социальной коммуникации в интеграции общества.

Значительное место в обсуждении занял анализ форм и средств социальной коммуникации, характеристика коммуникативного пространства, выявление структуры социальной коммуникации. Рассматривались как теоретические аспекты изучения социальной коммуникации, так и практика создания современных коммуникативных технологий.

При обсуждении теоретических аспектов изучения социальной коммуникации главное внимание было обращено на разнообразие форм социальной коммуникации, зависящих от уровня анализа (общество, социальные группы, личность), ценностный характер коммуникаций.

На конференции большое внимание уделялось анализу практики создания и применения коммуникативных технологий. Дискуссия по использованию мифологических образов в технологиях современной рекламы высветила значимость национально-культурных стереотипов в восприятии рекламной продукции, различие в трактовке архетипов, необходимость адаптации западной рекламы к российскому рынку. В выступлениях участников также рассматривались результаты изучения особенностей восприятия публичного выступления как социальной коммуникации и перспективы создания речевых технологий.

Участники конференции обсудили влияние англоязычной экспансии на трансформацию коммуникативного пространства России. Англоязычная экспансия, связанная с ведущей ролью США в процессе глобализации, глубоко проникает во все сферы жизни не только русского, но также немецкого и французского общества. Участники дискуссии отметили, что даже при хорошем владении английским языком дискурс иностранца будет отличен от дискурса носителя языка. Проведенные исследования показывают, что не вполне совершенная речь на иностранном языке создает приниженное восприятие говорящего. В связи с этим возникает проблема межэтнических и межнациональных коммуникаций.

На заседании круглого стола «Профессиональная деятельность и подготовка в области социальной коммуникации и информации» затрагивался широкий круг проблем. Обсуждались формы и сферы социально-коммуникативной деятельности в современном обществе, проблемы подготовки специалистов в области социальной коммуникации, роль коммуникативной культуры в информационном обществе.

Эпицентром дискуссии стала проблема подготовки специалистов-«коммуникаторов». Она рассматривалась в нескольких ракурсах: нуждается ли рынок в таких специалистах, как должна происходить их профессиональная подготовка, какую роль будут играть специалисты-«коммуникаторы» в обществе и в конкретных организациях.

В выступлениях отмечалось, что еще не переброшены мосты от образования к практике, недостаток средств у государственных образовательных учреждений часто не позволяет привлечь практиков-технологов для подготовки специалистов-«коммуникаторов».

Участники дискуссии предложили разные модели профессиональной подготовки специалистов в области социальной коммуникации. Специалиста можно готовить и как менеджера – информационного менеджера и как представителя сервисной структуры.

Информационный менеджер выступает как посредник между собственной организацией и внешним миром, между персоналом и руководителем. Функции информационного менеджера отличаются от функций руководителя. Информационный менеджер не принимает решения, а составляет их комплексное информационное сопровождение.

Предложение о подготовке информационных менеджеров вызвало дискуссию, в ходе которой отмечалось, что специалист в области PR – это технолог, специалист сервиса, его свобода ограничена рынком PR-продукции. Следовательно, он не может выступать как посредник и должен быть предпринимателем. Подготовка такого специалиста имеет очень широкий профиль, и в основе ее лежит искусство интерпретации.

В выступлениях также высказывалось мнение, что профессионал в области коммуникации как отдельный специалист, возможно, будет не востребован в будущем информационном обществе, где культура коммуникации станет общим и обязательным знанием. Отмечалось, что установление и поддержание социальных коммуникаций на практике – это больше талант, чем результат специальной подготовки.

Были высказаны предложения о необходимости объединить усилия ученых и преподавателей, занимающихся разработкой коммуникативной проблематики в самых различных ее аспектах при подготовке специалистов в области коммуникаций.

Участники конференции неоднозначно оценивали роль специалистов-«коммуникаторов» в обществе. Нельзя отрицать манипулятивность социальной коммуникации. Но следует различать манипуляторские и симметричные (интерактивные) формы коммуникации. Манипуляторские формы коммуникации ориентированы на явное воздействие на людей с коммерческой или агитационной целью. Симметричные (интерактивные) формы коммуникации ориентированы на партнера, их цель – создать партнерские отношения. Вне зависимости от личного желания, специалисты PR – это «бойцы идеологического фронта», идеологи организации и общества. Поэтому при профессиональной подготовке будущие специалисты должны знакомиться с искусством управления и манипуляции.

Организаторы конференции, подводя итоги ее работы, отметили, что социальные коммуникации как междисциплинарное научное направление отража-

ют новый уровень развития социального знания. Его основные черты проявляются в исследовании социального взаимодействия, социальных отношений с позиции открытого диалога, в многомерном и нелинейном подходе, учитывающем сложность динамики социального взаимодействия. Теория социальной коммуникации находится в стадии становления. Еще не оформился категориальный аппарат науки, почти не разработаны методы исследования коммуникаций. В последнее время стало появляться большое число публикаций по социальным коммуникациям, но дефицит обобщающих теоретических работ в этой области ощущается. Недостаточно описан сам предмет — социальная коммуникация. На конференции были намечены направления решения данных проблем, главное из которых — это изучение и научное осмысление сложившихся социально-коммуникативных практик. Состоялся конструктивный диалог, открывающий новые перспективы исследования социальных коммуникаций.