



005002524

На правах рукописи

Янборисова

ЯНБОРИСОВА Эльмира Равильевна

**РОЛЬ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОЦЕССЕ
ТРАНСФОРМАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ
ГРАЖДАН РОССИИ**

Специальность 22.00.04 – социальная структура,
социальные институты и процессы

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

17 НОЯ 2011

ПЕНЗА 2011

Диссертационная работа выполнена на кафедре «Государственное управление и социология региона» Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Пензенский государственный университет».

Научный руководитель: доктор социологических наук, доцент
ЮРАСОВ Игорь Алексеевич

Официальные оппоненты: доктор социологических наук, профессор
ШИНЯЕВА Ольга Викторовна;
кандидат социологических наук
СИУШКИН Альберт Евгеньевич

Ведущая организация: Мордовский государственный университет
им. Н. П. Огарева (г. Саранск)

Защита диссертации состоится 2 декабря 2011 г. в 15 часов на заседании диссертационного совета Д 212.186.09 в ФГБОУ ВПО «Пензенский государственный университет» по адресу: 440026, г. Пенза, ул. Красная, 40.

С диссертацией и авторефератом можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВПО «Пензенский государственный университет». Автореферат размещен на сайте Министерства образования и науки РФ.

Автореферат разослан « 27 » октября 2011 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат социологических наук,
доцент



Л. В. Рожкова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Происходящие в России трансформационные процессы затрагивают все сферы жизнедеятельности общества, определяя тем самым включенность различных социальных институтов в динамику глобальных социально-экономических и политических процессов. Цикличность развития рыночной экономики приводит к тому, что периоды кризисов несут с собой многочисленные проблемы, противостоять которым можно лишь в том случае, если основательно подойти к анализу причинно-следственных связей, вероятных прогнозов и последующей разработке возможных сценариев развития ситуации.

Одним из критериев готовности к социально-экономическим трудностям страны и общества является состояние общественного сознания его граждан, представляющее собой совокупность идей, взглядов и настроений, отражающих систему общественных отношений в различные периоды социально-экономического развития общества. Зная основные характеристики сознания членов любого социума, можно более эффективно планировать превентивные антикризисные меры и мероприятия по преодолению негативных тенденций в социально-экономической и социально-политической сферах жизни общества, которые позволят обществу выйти из кризисного состояния с минимальными потерями. Большое влияние на общественное сознание оказывает PR-деятельность и, в первую очередь, антикризисные связи с общественностью (далее – антикризисный PR). В настоящее время в Российской Федерации этот общественный институт находится на этапе становления в качестве общественной практики. Это частично объясняется тем, что в советскую эпоху господствовала идея бескризисного развития социализма, следовательно, и не было необходимости противостоять этим явлениям. Между тем антикризисный PR, являясь одним из сдерживающих общественных факторов, способен гармонизировать общественные процессы во время кризисов. Антикризисная деятельность института PR предотвращает возможные потрясения в обществе в трансформационные периоды.

В этой связи особый научный и практический интерес представляют исследования общественного сознания и кризисных установок наших сограждан, анализ форм и методик его корректировки посредством антикризисного PR. Без глубокого анализа этих социальных процессов невозможно дальнейшее поступательное инновационное развитие России и ее регионов.

Степень научной разработанности проблемы. Различные аспекты отношения граждан Российской Федерации к кризису и исследования антикризисных связей с общественностью являются предметами многих наук: общей социологии, конфликтологии, теории коммуникации, теории управления, когнитивной лингвистики.

Проблемами общественного сознания занимались такие общепризнанные ученые-классики, как М. Вебер, Э. Дюркгейм, О. Конт, Г. Лебон, Р. Мертон, Т. Парсонс, П. Сорокин, Г. Спенсер, Г. Тард и другие, а также современные исследователи: Ф. А. Буари, С. Блэк, Д. П. Гавра, Б. А. Грушин, Л. С. Дилигенский, Н. П. Кириллов, Ю. А. Левада, С. Московичи, Т. В. Науменко, Д. В. Ольшанский, В. Э. Шляпентох и другие.

PR рассматривается как важнейший социальный и политический процесс, политический институт, одно из условий достижения эффективного политического управления, механизм консенсусного принятия решения политическими акторами. Эта тема широко представлена в трудах отечественных исследователей: Т. З. Адамьянц, С. И. Беглова, С. Л. Бровко, С. А. Варакуты, А. Б. Василенко, О. А. Векслера, И. Л. Викентьева, А. Б. Зверинцева, В. С. Комаровского, Л. В. Корель, В. Г. Королько, А. И. Кравченко, Т. Ю. Лебедевой, Е. Н. Пашенцева, Г. Г. Почепцова, М. А. Шишкиной и других.

В теории массовых информационно-коммуникационных процессов PR-деятельность исследуется в работах ученых в области социологии СМИ – Л. С. Аникина, Ф. М. Бурлацкого, А. П. Бутенко, Ж. Т. Тощенко; в области исследования массовых информационных коммуникаций – В. Г. Афанасьева, Б. А. Грушина, И. Дзялошинского, С. Г. Кара-Мурзы, Л. Г. Судас, А. В. Соколова, А. П. Суханова, Л. Хвасцевской и других.

Общественное сознание и антикризисный PR являются элементами социальной коммуникации. Проблемами коммуникаций в социальных структурах занимались М. К. Горшков, В. З. Демьянков, Т. М. Дридзе, А. Б. Звягинцев, В. П. Конецкая, А. В. Соколов, И. А. Юрасов, О. Н. Яницкий и другие.

Важным аспектом анализа общественного сознания и антикризисного PR является социальное прогнозирование. Исследованию данной проблематики посвящены работы представителей зарубежной научной мысли: Д. Белла, Дж. Нейсмита, А. Тоффлера и других; а также отечественных исследователей: П. В. Агапова, И. В. Бестужева-Лады, А. А. Зиновьева.

Несмотря на довольно широкий диапазон теоретических положений по отдельным аспектам исследуемой проблемы, в настоящее время отсутствуют комплексные работы по исследованию влияния PR-деятельности на общественное сознание россиян в период трансформаций и возможности его корректировки посредством антикризисных связей с общественностью. Такие направления, как ментальная коммуникация, соотношение национальных и региональных социальных архетипов, традиционные и инновационные технологии PR, по-прежнему остаются слабо изученными, что и явилось определяющим при выборе темы диссертационного исследования.

Цель диссертационного исследования – выявление роли PR-деятельности в процессе трансформации общественного сознания россиян; определение возможности корректировки общественного сознания с помощью антикризисного PR.

Для реализации поставленной цели необходимо решение следующих задач:

- выявить основные характеристики общественного сознания россиян в период трансформаций, уточнить его место среди других форм общественного сознания;
- раскрыть социальные и ментальные основы формирования антикризисного PR как средства корректировки общественного сознания граждан;

- определить основные цели антикризисного PR в современном российском обществе;
- разработать классификацию методик, технологий и форм антикризисного PR;
- определить основные характеристики антикризисного PR, максимально оптимизирующие его воздействие на общество и граждан в период кризисных изменений.

Объектом исследования выступает институт связей с общественностью современного российского общества.

Предметом исследования являются направления и формы корректировки общественного сознания россиян посредством PR-деятельности с целью поддержания социально-экономической стабильности в обществе.

Теоретико-методологическую основу исследования составили теоретические концепции, рассмотренные в работах классиков социологии, современных исследователей, представителей как зарубежной, так и отечественной научной мысли. В качестве методологической основы исследования применялся: структурно-функциональный подход, позволяющий комплексно проанализировать структуру и функциональную направленность PR-деятельности, динамику изменений социальных отношений в обществе под воздействием основных элементов антикризисного PR. При решении отдельных задач использовались конфликтологические методы (А. В. Дмитриев, А. В. Вишневская).

Эмпирической базой диссертационной работы являются результаты ряда социологических исследований, проведенных автором:

1. Опрос населения города Пензы (2010 г., $n = 520$). Выборка квотирована по половозрастным и социально-статусным критериям. Метод опроса – формализованное интервью.
2. Экспертный опрос специалистов в области государственного и муниципального управления и топ-менеджмента ведущих Пензенских предприятий (2009 г., $n = 16$).

3. Анкетный опрос студентов вузов городов Пензы, Саранска (2011 г., $n = 490$). Выборка квотирована по половозрастным критериям.

В работе использовались материалы государственной статистики, нормативно-правовые акты Российской Федерации. Осуществлен вторичный анализ социологических исследований: «Территориальная и социально-демографическая дифференциация кризисных настроений» (ЦИРКОН, 2008); «Материальное положение россиян: перспективы на ближайший год» (ВЦИОМ, 2008–2011).

Научная новизна исследования состоит в следующем:

1. Определены специфические характеристики общественного сознания в период трансформаций российского общества.

2. В теоретическом плане раскрыты социальные и ментальные основания формирования методик и технологий антикризисного PR как системного элемента, корректирующего общественное сознание граждан России в период трансформаций.

3. Выявлены конечные цели применения технологий антикризисных связей с общественностью на современном этапе социально-экономического развития общества.

4. Предложены авторская классификация методов и форм антикризисного PR и технологии их оптимального применения для достижения синергетического эффекта.

5. Выделены основные направления антикризисного PR, максимально эффективно корректирующие отношение россиян к кризисным явлениям в российском обществе.

Положения, выносимые на защиту. В соответствии с целями и задачами диссертационного исследования на защиту выносятся следующие положения:

1. Общественное сознание в период кризиса – это особая форма массового сознания, особый вид оценки проходящих в обществе деструктивных процессов, тип отношения к ним. Его специфическими российскими характеристиками являются: постоянная готовность наших

соотечественников к негативным социальным ситуациям (постоянное ожидание худшего); высокое чувство ответственности за себя и своих близких, проявляющееся в стремлении самостоятельно преодолевать трудности; амбивалентность общественного сознания, включающего оптимизм и пессимизм одновременно; наличие формальных и неформальных видов PR-деятельности в трансформационный период; растущая отчужденность граждан от государства и власти; неверие в то, что предпринятые действия органов власти позитивно отразятся на жизни рядовых россиян. Ощущение кризиса, как правило, стимулирует социально-экономическую и социально-политическую активность населения.

2. Социальными и ментальными основами антикризисной PR-деятельности являются: обязательное использование данных социальных прогнозов, в первую очередь технологический форсайт; использование технологий, контролирующих оценочную деятельность объектов PR; конкретная стратификационная направленность; специфическая форма антикризисного дискурса; особое авторство нарратива, как правило, принадлежащее властным структурам; обязательное сочетание антикризисных нарративов и конкретных благотворительных акций и форм меценатства; максимальное использование инновационных форм неформальной интернет-коммуникации и обязательная опора на российские архетипы и национальный менталитет.

3. В результате влияния PR-деятельности на трансформацию общественного сознания складывается особая форма связей с общественностью – антикризисный PR. Целью его применения являются: социальный контроль над оценкой населением кризиса, его последствий и комплекса антикризисных мер, предпринимаемых руководством различных уровней власти; адаптация граждан к переменам, возникающим в результате трансформаций; сохранение социального мира путем уменьшения остроты восприятия действительности; укрепление позиций гражданского общества, поддержка и усиление его социально-политического влияния. Все это способствует укреплению социального

партнерства и снижает степень напряженности в социуме в трансформационный период.

4. Автор предлагает следующую классификацию антикризисного PR в период кризиса: традиционная, основанная на традиционных формах социальной коммуникации, среди них выделяются формальные (обычный нарратив) и неформальные (использование слухов, создание социальных мифов, социальных установок); инновационные, базирующиеся на использовании электронной интернет-коммуникации. Для усиления воздействий мер антикризисного PR необходимо одновременное использование как традиционных форм антикризисного PR, так и инновационных, подкрепленных воздействиями нелинейного гипертекста. При подобной комбинаторике достигается максимальный синергетический эффект.

5. Гарантом успеха воздействия PR-деятельности является соответствие семантики субъектного нарратива системе норм, ценностей социального архетипа адресата антикризисных связей с общественностью. В данном случае происходит реализация базового концепта любой социальной системы «свой – чужой» и происходит достижение конгруэнтности ментальных систем субъекта и адресата. Помещение субъекта в категорию «своих» максимально усиливает воздействие антикризисного нарратива и является важной характеристикой и показателем успешного манипулятивного воздействия.

Научная и практическая значимость. Полученные диссертантом результаты могут быть использованы в ходе дальнейшего теоретического анализа воздействия PR-деятельности на общественное сознание граждан России, а также форм и методов антикризисного PR. В практическом плане полученные в ходе диссертационного исследования данные могут применяться при разработке концепций и программ развития регионов, для стратегирования отдельных национальных проектов в различных субъектах РФ.

Отдельные теоретические положения диссертации могут использоваться в преподавании вузовских курсов социологии,

конфликтологии, специальных курсов, посвященных социальным технологиям и технологиям PR-коммуникаций.

Апробация диссертационного исследования. Основные положения диссертационной работы докладывались и обсуждались на международных конференциях студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» (Москва, 2009–2011), Международной научно-практической конференции «Эффективное управление в бизнесе и обществе» (Санкт-Петербург, 2009), Всероссийской научно-практической конференции «Социальная безопасность и защита человека в условиях новой общественной реальности: системные междисциплинарные исследования» (Пермь, 2009), VI Всероссийской научной конференции «Сорокинские чтения» «Стратегия инновационного развития России как особой цивилизации в XXI веке» (Москва, 2010), II Всероссийских научных Зворыкинских чтениях (Муром, 2010), Международной научной конференции «Россия и современный мир: проблемы политического развития» (Москва, 2010), Международной научно-практической конференции «Молодежь и наука: модернизация и инновационное развитие страны» (Москва, 2010), IV Международной научно-практической конференции «Этническое многообразие в условиях социальных трансформаций» (Пенза, 2011), IV Всероссийской научно-практической конференции «Качество жизни населения в транзитивном российском обществе: правовые, социокультурные и социально-экономические аспекты» (Пенза, 2011).

По теме диссертации опубликовано 13 статей, в том числе 2 в изданиях, рекомендованных ВАК РФ, общим объемом 4,5 п.л.

Диссертация обсуждена на заседании кафедры «Государственное управление и социология региона» Пензенского государственного университета и рекомендована к защите.

Структура диссертационной работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении диссертации обосновывается актуальность темы, характеризуется степень ее научной разработанности, определяется объект, предмет, формулируются цель и задачи исследования, элементы научной новизны, раскрываются положения, выносимые на защиту, рассматривается теоретико-методологическая основа исследования, представляется апробация результатов диссертационной работы.

Первая глава «Теоретико-методологические основы исследования общественного сознания современного российского общества» посвящена анализу основных теоретических подходов к исследованию феномена общественного сознания и антикризисного PR, социальных и ментальных основ влияния антикризисного PR на восприятие россиянами кризисных явлений.

В первом параграфе «Социологические подходы к анализу общественного сознания в условиях социальной трансформации» раскрывается феномен общественного сознания, рассматриваются его элементы, выявляется соотношение понятия «общественное сознание» с аналогичными социологическими категориями.

В диссертации общественное сознание граждан в период трансформаций рассматривается в качестве особого социального и ментального феномена, проявляющегося в отношении людей к кризисным явлениям, происходящим в обществе; это их своеобразная рефлексия социумом. Вследствие усиливающейся глобализации воздействие на массовое сознание приобретает весьма серьезный характер. По сути, современное общество пребывает в состоянии перманентного кризиса. Начиная с XIX в. (когда кризисы окончательно стали приобретать глобальный характер), актуальность рассматриваемой темы возросла многократно, привлекая пристальное внимание представителей различных научных направлений.

Анализируя феномен общественного сознания в период трансформаций, автор приходит к выводу о том, что оно представляет собой специфическую поликомпонентную социокультурную систему,

включающую в себя коммуникативные, адаптационные и прогностические элементы. Наряду с общественным мнением и социальным контролем они формируют особую среду общественного сознания.

В работе автор определяет коммуникацию через комплекс характеристик: обмен информацией; способ формирования и трансформации человеческой личности; средство поддержания социальной памяти и аккумуляции социально-исторического опыта.

Диссертант подчеркивает, что в последнее время все более пристальное внимание стало уделяться социальным аспектам коммуникации, воздействующим на общественное сознание, причем постепенно фокус внимания перемещается от социологии межличностной коммуникации к социологии коммуникации группы и коммуникациям социокультурных семиотических систем.

Рассматривая категорию «общественное мнение», автор обращает внимание на явные разночтения, отражающие теоретическую неоднозначность этого феномена. Следует отметить, что при всей, на первый взгляд, проработанности данного вопроса, определения рассматриваемой дефиниции, предлагаемые во многих современных работах, являются, по мнению диссертанта, недостаточно емкими.

Анализируя различные теоретические источники, автор приходит к выводу о том, что общественное мнение является сложным, неоднозначным социальным феноменом, для изучения которого следует применять комплексный подход, объединяющий в себе различные аспекты анализа.

PR-деятельность рассматривается диссертантом как социально-коммуникативная деятельность, направленная на установление наиболее выгодных для субъекта отношений с целью влияния на состояние общественного мнения субъектов.

В параграфе подчеркивается, что общественное мнение и коммуникация тесно связаны с феноменом социального контроля. В социологическом аспекте социальный контроль является одним из регуляторов общественных отношений, обеспечивающим устойчивость

социальной системы, являясь, по сути, жизнеобеспечивающим элементом структуры организации социальной системы. Автор отмечает, что все виды социального контроля (традиции, религия, право, связи с общественностью) обладают определенной спецификой, заключающейся в характере институтов социального контроля (административное воздействие, общественное мнение и т.д.) и санкций (формальные и неформальные), а общность определяется особенностями нормативной системы как таковой.

Рассматривая адаптацию как существенный элемент системы общественного сознания, автор отмечает, что эта проблема и по сей день продолжает оставаться одной из самых сложных в современной социологии. К этой тематике обращались Г. Спенсер, Э. Дюркгейм, Т. Парсонс, Р. Мертон и другие ученые, рассматривающие преимущественно ее с точки зрения «органического эволюционизма». Г. Лебон и Г. Тард изучали адаптацию в свете «психологического интеракционизма», Э. Дюркгейм – как внутреннее соответствие общества моральным нормам, М. Вебер – как рациональное и общественно ориентированное поведение индивида в обществе.

В отечественной науке проблеме адаптации также уделялось большое внимание. Она характеризуется как процесс социально-психологических взаимодействий, приводящих личность к состоянию относительной адаптивности, как социальное и психологическое освоение меняющегося типа общественных отношений и как социальная и психологическая способность пережить чрезвычайные ситуации перехода от одних общественных порядков к другим. При всей палитре научных мнений автору близка позиция, где адаптация представлена как общественное явление, в основу которого положена общественная потребность в гармонизации взаимоотношений социальной среды и субъекта.

В диссертации рассматривается социально-прогностический аспект функционирования общественного сознания, дающий представление

экспертному сообществу и элитам о развитии общественной ситуации в эпоху негативных социальных трансформаций и предлагающий возможные сценарии развития событий. В условиях политической и социально-экономической нестабильности современного общества социальное прогнозирование, по мнению диссертанта, должно стать стратегическим. Инновационные методики социального моделирования и прогнозирования, основанные на богатейшем научном материале ведущих историков, экономистов и социологов, позволят снизить риски возникновения или нивелировать последствия возможных кризисных ситуаций.

Во втором параграфе «Социальные и ментальные основы PR-деятельности в транзитивном обществе» анализируются коммуникативные и мировоззренческие аспекты передачи информации в современном социуме.

В параграфе проводится анализ взаимосвязи феномена антикризисного PR с проблематикой общественного сознания в трансформационные периоды. В настоящее время PR-деятельность как научный метод и социальная технология находится на этапе становления в качестве общественной практики в Российской Федерации. Антикризисный паблик рилейшнз призван стать одним из ведущих сдерживающих социальных факторов, позволяющих гармонизировать общественные процессы в периоды кризисов. Основные цели антикризисного PR представлены на рисунке 1.

Анализируя PR-деятельность, автор отмечает, что антикризисные связи с общественностью только тогда успешно могут нивелировать негативные реакции на социально-политические и социально-экономические проблемы, когда гармонично соотносятся интересы социального субъекта и объекта PR, когда субъект имеет адекватное представление о том, что необходимо объекту.

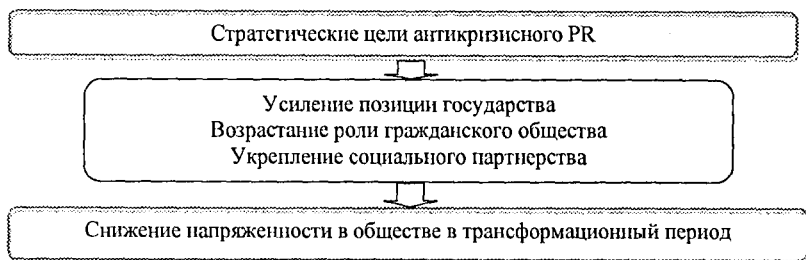


Рисунок 1 – Целевые ориентиры антикризисного PR

В диссертации выявляются социальные и ментальные основы антикризисных связей с общественностью: использование данных социальных прогнозов, в первую очередь технологический форсайт; использование различных форм образовательной деятельности, контролирующей оценочную деятельность объектов PR; конкретная стратификационная направленность; сочетание антикризисных нарративов, спонсорства, благотворительных акций и меценатства; максимальное использование возможностей нелинейного гипертекста (инновационных форм неформальной интернет-коммуникации, заключающейся в эксплуатации возможностей социальных сетей) с опорой на национальный менталитет.

В качестве эффективной методики социального прогнозирования автор предлагает рассматривать форсайт (от англ. foresight – взгляд в будущее) как оптимальный инструмент прогнозирования и стратегического планирования, формирования приоритетов и мобилизации большого количества участников для достижения качественно новых результатов в сфере науки, политики, экономики и других сфер.

Рассматриваемый метод ориентирован на определение возможных вариантов будущего и основан на экспертных оценках. При этом происходит их постоянное совершенствование, отработка приемов и процедур, что обеспечивает повышение обоснованности предвидения перспектив научно-технического и социально-экономического развития.

Основной задачей антикризисных связей с общественностью, по мнению автора, является транслирование требуемой оценки происходящих

событий, приводящее к научно спроектированному и строгому воспроизводству действий, разрабатываемых под конкретный замысел. В основе данной технологии лежит методологическая позиция субъекта антикризисного PR, которая, в свою очередь, подразделяется на два вида: дидактическую и воспитательную. На основании теоретических обобщений автор приходит к выводу о том, что дидактическая методика корректирует оценку кризисных явлений со стороны общества, а воспитательная – формирует у объектов готовность к сложным критическим ситуациям.

Диссертант особо отмечает, что успех антикризисного PR тесно связан с таким феноменом, как ментальная коммуникация. Формой ее проявления является циркуляция, взаимообобщение и взаимовлияние общественных, национальных ценностей, норм, правил, эстетических систем, идей, общественных настроений, менталитетов, культур. На ее основе формируется социальная коммуникация, которая представляет собой реальное или виртуальное общение человеческих индивидов, личностей, социальных групп в обществах.

Ментальная коммуникация в параграфе анализируется как база всех социально-политических, социально-экономических процессов. Она формируется тогда, когда в процесс общения включаются идеальные системы и общение строится вокруг этих абстрактных и конкретных идеальных систем. Основой данных систем являются идеи, нормы, религиозные догмы, культурные стереотипы, менталитеты народов, этносов, социальных групп. Их содержание формируется языковой картиной мира, основные своеобразия которой сосредоточены в лингвистических концептах типа: «свой/чужой», «семья», «богатство», «любовь», «истина» и т.д.

В случае ментальной коммуникации между носителями социальных архетипов формируется диалог социальных субъектов, который завершается социокультурным балансом. Он характеризуется успешным ментальным коммуникативным актом, в ходе которого происходит обмен

ментальной информацией и успешное взаимодополнение двух идеальных систем. При ментальной коммуникации субъектов неконгруэнтных идеальных систем возникает когнитивный диссонанс, выражающийся в стремлении переубедить оппонента, доказать свою правоту, навязать свою точку зрения.

Автор отмечает, что после достижения определенного уровня симпатии между социокультурными нарративами происходит интериоризация – формирование внутренних структур личности посредством усвоения внешней социальной деятельности, присвоения жизненного опыта, т.е. происходит ментальное усвоение социокультурных нарративов в ценностной системе другой культуры и народа. Для максимальной успешности интериоризации и усвоения информации нарратив должен соответствовать национальным и региональным менталитетам.

В качестве результата корректировки общественного сознания с помощью PR-технологий следует рассматривать комплексное образование, представляющее собой некую целостную совокупность (рисунок 2).

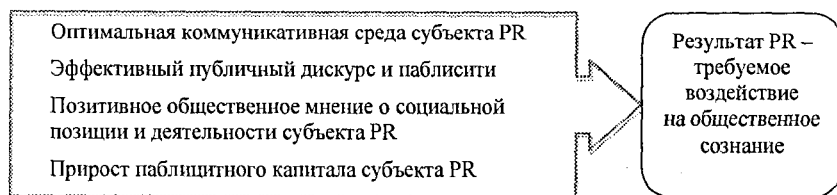


Рисунок 2 – Комплексное представление результата PR

В диссертации определяются результаты успешного акта корректировки восприятия трансформационных явлений гражданами России с помощью антикризисных PR-коммуникаций: оптимальная коммуникативная среда базисного субъекта PR (установление социокультурного баланса, диалога коммуникативных сознаний);

эффективный публичный дискурс, основанный на совмещении и совпадении коммуникативных сознаний субъекта и адресата антикризисных PR-технологий; позитивное общественное мнение, основанное на глубоком уровне восприятия антикризисных PR-нарративов, включающего чувство доверия адресата к нарративу субъекта; одобрение высказывания, понимание и дальнейшая интериоризация комплекса ценностей, заключенного в нарративе.

Вторая глава «Эмпирический анализ влияния PR-деятельности на общественное сознание граждан: региональный аспект» посвящена исследованию основных социально-психологических особенностей восприятия кризисных явлений россиянами и разработке методов корректировки общественного сознания посредством PR-деятельности.

В первом параграфе «PR-деятельность как фактор влияния на общественное сознание в условиях современного российского региона» на основе результатов авторских социологических исследований выявляются основные характеристики общественного сознания граждан России.

В рамках диссертационного исследования проводился опрос среди населения города Пензы. Авторские исследования позволили выявить ведущие характеристики общественного сознания населения региона, оценить действия органов власти и варианты выработки жизненных стратегий различных социальных групп в изменившихся условиях.

Результаты исследований показали, что отношение к кризису у россиян формирует два ментальных вектора в общественном сознании – кризисное и антикризисное сознание. Они представляют собой различные формы оценки проходящих в обществе деструктивных процессов и способов противостоять им, защититься от их негативного влияния.

На основании анализа проведенных исследований диссертант отмечает, что общественное сознание россиян в период трансформаций приобрело целый ряд специфических характеристик (рисунок 3).

Специфические характеристики общественного сознания россиян в период трансформаций

Высокая декларативная информированность населения о кризисе

Постоянная готовность к негативным социальным ситуациям

Высокое чувство ответственности за себя и своих близких
(стремление самостоятельно преодолевать трудности)

Амбивалентность общественного сознания
(оптимизм и пессимизм одновременно)

Высокая социально-экономическая и социально-политическая активность
граждан по преодолению последствий кризиса

Наличие формальных и неформальных видов антикризисного PR

Растущая отчужденность граждан от государства и власти

Рисунок 3 – Специфические характеристики кризисного сознания

По результатам исследования было выявлено, что информированность респондентов о кризисе 2008 г. довольно высокая. Так, например, в среднем, по выборке ИГ ЦИРКОН, утвердительно ответили 95 % опрошенных, а по данным авторского исследования – 83 %. При проведении последующего анализа выяснилось, что это лишь декларативная информированность респондентов, показатели реальной информированности гораздо ниже – лишь каждый четвертый из утвердительно ответивших смог перечислить основные антикризисные мероприятия органов власти.

Авторские исследования, проведенные в 2009–2011 гг., подтвердили предположение диссертанта о том, что формы и методы антикризисного PR трансформируют отношение наших граждан к кризисным явлениям. Традиционные и инновационные технологии и методы корректировки кризисного сознания приводят к тому, что растет степень оптимизма у россиян на фоне негативных прогнозов относительно социально-экономических явлений. Согласно опросу, вероятность осуществления негативного сценария относительно состояния дел в стране через год

поддерживают 36 % опрошенных, через пять лет – лишь 18 %, в то время как прогнозирование ситуации в семье в аналогичные временные интервалы негативно оценивают 23 и 8 % респондентов соответственно.

Примерно каждый восьмой респондент убежден в том, что реального кризиса нет, а есть лишь спекуляции заинтересованных лиц (13 %), и это является доказательством, что кризисные и антикризисные формы общественного сознания представляют собой не что иное, как форму оценки событий. Например, по данным исследования, эффективность антикризисных мер, предпринимаемых руководством Самарской области, была оценена респондентами гораздо выше (16,3 %), чем аналогичный показатель Пензенской области (7,3 %) и Республики Мордовии (2,8 %). Данные представлены на рисунке 4.

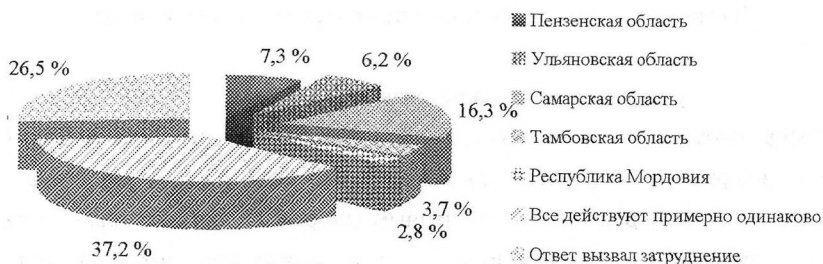


Рисунок 4 – Распределение ответов на вопрос «Как Вы считаете, руководство каких регионов предпринимает более активные действия по борьбе с кризисом?» (в процентах от числа опрошенных, $n = 520$)

Показательно, что по результатам анализа других показателей состояния социально-экономической ситуации в регионах – индекса промышленного производства (ИПП) и уровня безработицы – реальное положение дел отличается от оцениваемого респондентами (таблица 1).

Подобный факт является тревожным симптомом, свидетельствующим о возможности реальной дестабилизации социальной ситуации в стране в случае появления активных радикально настроенных групп на фоне неблагоприятной политико-экономической конъюнктуры, способных возглавить «группы недовольных».

Таблица 1 – Соотношение показателей состояния региональной экономики и оценки эффективности антикризисных мер

Регионы	Индекс промышленного производства (2009)	Уровень безработицы (по состоянию на май 2009 г.)	Оценка эффективности антикризисных мер
Пензенская область	83,1 %	10,3 %	7,3 %
Самарская область	71,5 %	5 %	16,3 %
Республика Мордовия	80,8 %	4,4 %	2,8 %

Становится очевидным, что в первую очередь необходимо оказывать более массированные воздействия антикризисного PR на группы, находящиеся на границе со средним классом. Именно неоправданные ожидания деструктивным образом повлияли на ряд социальных групп. В настоящее время, по мнению экспертов, «началось воспроизводство бедных с одновременным формированием у них особой субкультуры бедности». При росте числа трудоспособных людей, не желающих работать (например, таковых мужчин в 2009 г. было 6,3 млн), наблюдается тенденция к получению государственной социальной помощи.

На основании эмпирических данных автор делает вывод о необходимости формирования комплекса антикризисных мер по преодолению негативных тенденций, формирующихся в период трансформаций. Очень важно не допустить дальнейшей маргинализации населения как возможной предпосылки социальных коллапсов в стране, а для этого разработать комплекс мер, предполагающий и мероприятия в социально-экономической области, и разъяснительно-агитационную работу, и организацию «русла», способного сублимировать невостребованный потенциал данной социальной страны.

Диссертант отмечает, что общественное сознание в период трансформаций есть особая форма управляемой оценки происходящих в стране и мире событий. И приоритет в данной ситуации, безусловно, должен принадлежать государственным органам власти и средствам массовой информации.

Во втором параграфе «Традиционные и инновационные методы модификации общественного сознания в практике PR-деятельности» анализируются формы и методы усиления влияния антикризисного PR на восприятие гражданами России негативных общественных явлений.

В параграфе в качестве традиционных методов корректировки общественного сознания граждан России в регионах рассматриваются телевизионные передачи (аудиовизуальные нарративы), печать (линейно-текстовой нарратив). К инновационным методам относятся все формы электронных интернет-коммуникаций.

Диссертант отмечает, что среди традиционных и инновационных форм антикризисного PR выделяются также формальные, автором нарратива которых является государство, властные структуры, и неформальные – слухи, социальные мифы. Как показали данные экспертных опросов, подобные формы и методы антикризисных связей с общественностью на практике оказываются тесно связанными друг с другом в реальных социально-коммуникативных сферах применения антикризисного PR.

Специфика использования антикризисной PR-деятельности, по мнению автора, определяется тем, что она не оказывает непосредственного воздействия на положение дел в той или иной области, а лишь изменяет представление о ней в массовом сознании, формирует образы событий, корректирует восприятие реальности. При этом не столько обеспечивается информационное сопровождение управленческой деятельности, сколько «подготавливается почва» для трансформации массового сознания, которое в зависимости от «заложенности» определенной программы может принимать нормальные, панические, кризисные и иные состояния.

В основе подобной деятельности лежит кризисная коммуникация, основанная на принципе четкой проработанности и подготовленности действий. По мнению Т. Ю. Лебедевой, данный вид коммуникации не может быть результатом импровизации, она должна учитывать фактор времени, строиться (по возможности) на открытости и полноте информации, подчиняясь логике дедраматизации.

Автор подчеркивает, что в ходе реализации антикризисной PR-деятельности чрезвычайно важно избежать следующих серьезных ошибок: нерешительности, информационной неопределенности, ответных мер, увеличивающих напряжение, усиления социальной напряженности и др.

Оптимальное воздействие на кризисное сознание, согласно точке зрения автора, должно состоять в регулировании коммуникативного процесса в обществе, которое строится на первичном предварительном изучении реальной социальной ситуации и быстром реагировании на негативные процессы. Очень эффективными показали себя различные формы социальной и психологической манипуляции, использование информационного неравенства, жесткое деление окружающего информационного пространства на «героев» и «антигероев», регулирование информационных потоков мифологизации и другие формы воздействия на восприятие отрицательной социальной информации.

Автор отмечает, что важным моментом являются информационный контроль и его усиление, особенно в «тяжелые» моменты кризисов. Этой позиции придерживается большинство информационных агентств, работающих в системе государственного и муниципального управления. Контроль за информационными потоками возможен, в первую очередь, в силу наличия в современных обществах информационного неравенства. Информатизация дает серьезный толчок интеграционным процессам в национальном и международных масштабах, но в то же время усиливаются процессы децентрализации и поляризации. В социумах возникает «информационная элита» – определенная прослойка, страта людей, владеющая релевантной информацией и определяющая правила доступа к ней.

По мнению автора, информационное неравенство создает самые благоприятные возможности для развития антикризисной PR-деятельности, влияющей на состояние общественного сознания в транзитивные периоды. Его суть сводится к внедрению требуемых субъекту антикризисного PR норм морали, нравственности в сознание

адресата информационного влияния: от человеческой личности до целого общества.

PR-деятельность в данном случае предполагает процесс выработки и реализации заранее «запрограммированных» субъектом действий в ситуации, когда воздействие носит неявный характер, и объекту представляется информационная картина, ориентируясь на которую, он как бы самостоятельно выбирает линию своего поведения. Основными методами в данном случае являются: дозирование информации, подача ее объектам управления под нужным субъекту ракурсом, манипулирование сознанием людей, вторжение в их психику и внутренний мир.

В заключении диссертации формулируются общие выводы исследовательской работы, определяются направления дальнейших исследований общественного сознания и методов его корректировки в региональном социуме.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ

Публикации в изданиях, рекомендованные ВАК РФ

1. Янборисова, Э. Р. Применение антикризисной PR-технологии в условиях социально-экономических трудностей / Э. Р. Янборисова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2009. – № 2 (10). – 0,9 п.л.
2. Янборисова, Э. Р. Внедрение социальной технологии механизма антикризисного PR в регионе / Э. Р. Янборисова // Регионоведение. – 2009. – № 4. – 0,9 п.л.

Публикации в других изданиях

3. Янборисова, Э. Р. Внедрение антикризисной PR-технологии на примере Пензенской области / Э. Р. Янборисова // Ломоносов : материалы докладов XVI Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых / отв. ред. И. А. Алешковский, П. Н. Костылев,

А. И. Андреев. – М. : Изд-во МГУ, 2009. – URL: <http://www.lomonosov-msu.ru/2009>. – 0,2 п.л.

4. Янборисова, Э. Р. Особенности использования антикризисной PR-технологии органами власти в период социально-экономических трансформаций / Э. Р. Янборисова // Социальная безопасность и защита человека в условиях новой общественной реальности: системные междисциплинарные исследования : сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / под общ. ред. З. П. Замаевой, М. И. Григорьевой. – Пермь : Перм. гос. ун-т, 2009. – 0,4 п.л.

5. Янборисова, Э. Р. Корреляция оценки эффективности антикризисной политики властей от уровня популярности политических персон / Э. Р. Янборисова // II Всероссийские научные Зворыкинские чтения «Наука и образование в развитии промышленной, социальной и экономической сфер регионов России» : сборник тезисов докладов II Всероссийской межвузовской научной конференции (Муром, 5 февраля 2010 г.). – Муром : Издательско-полиграфический центр МИ ВлГУ, 2010. – 0,25 п.л.

6. Янборисова, Э. Р. Влияние антикризисной PR-стратегии региональных органов власти на оценку их деятельности населением на примере Пензенской области / Э. Р. Янборисова // Ломоносов-2010 : материалы Международного молодежного научного форума / отв. ред. И. А. Алешковский, П. Н. Костылев, А. И. Андреев, А. В. Андриянов. – М. : МАКС-Пресс, 2010. – 0,2 п.л.

7. Янборисова, Э. Р. Антикризисный PR в регионе / Э. Р. Янборисова // Ломоносов : материалы докладов XVIII Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых / отв. ред. И. А. Алешковский, П. Н. Костылев, А. И. Андреев. – М. : Изд-во МГУ, 2011. – URL: <http://www.lomonosov-msu.ru/2011>. – 0,25 п.л.

8. Янборисова, Э. Р. Применение антикризисной PR-технологии в условиях социально-экономических трудностей в регионе / Э. Р. Янборисова // Сорокинские чтения «Стратегия инновационного

развития России как особой цивилизации в XXI веке : сборник материалов Всероссийской научной конференции. – М. : Изд-во МГУ, 2010. – 0,2 п.л.

9. Янборисова, Э. Р. Антикризисная PR-технология как механизм повышения эффективности муниципального управления / Э. Р. Янборисова // Эффективное управление в бизнесе и обществе : сборник материалов Международной научно-практической конференции. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 2009. – 0,2 п.л.

10. Янборисова, Э. Р. Региональная специфика формирования открытого общества / Э. Р. Янборисова // Россия и современный мир: проблемы политического развития : сборник материалов VI Международной межвузовской научной конференции, 2010. – 0,25 п.л.

11. Янборисова, Э. Р. Антикризисная PR-технология: особенности использования органами власти в кризисные периоды / Э. Р. Янборисова // Этническое многообразие в условиях социальных трансформаций : сборник статей IV Международной научно-практической конференции. – Пенза : Приволжский дом знаний, 2011. – 0,25 п.л.

12. Янборисова, Э. Р. Специфические характеристики общественного сознания россиян в период трансформаций / Э. Р. Янборисова // Качество жизни населения в транзитивном российском обществе: правовые, социокультурные и социально-экономические аспекты : сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза : Приволжский дом знаний, 2011. – 0,25 п.л.

13. Янборисова, Э. Р. Манипулирование общественным сознанием в период трансформаций / Э. Р. Янборисова // Качество жизни населения в транзитивном российском обществе: правовые, социокультурные и социально-экономические аспекты : сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза : Приволжский дом знаний, 2011. – 0,25 п.л.

Научное издание

ЯНБОРИСОВА Эльмира Равильевна

**РОЛЬ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОЦЕССЕ
ТРАНСФОРМАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ
ГРАЖДАН РОССИИ**

Специальность 22.00.04 – социальная структура,
социальные институты и процессы

Подписано в печать 25.10.2011. Формат 60×84¹/₁₆.

Усл. печ. л. 1,39.

Заказ № 001999. Тираж 100.

Пенза, Красная, 40, Издательство ПГУ
Тел./факс: (8412) 56-47-33; e-mail: iic@pnzgu.ru