Андрей Николаевич Линде

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (Москва)

anlinde@mail.ru

**Гуманистический подход к коммуникации и PR и его применение в работах Ю. Хабермаса, Дж. Грюнига**

Определяется сущность и принципы гуманистического подхода к коммуникации и PR, отстаивающего значимость человека, публики как субъекта коммуникации, диалогичность и т.д. Он противопоставляется техническому подходу, нивелирующему значимость человека и общественности, предлагающему монолог. Гуманистический подход развивали Ю. Хабермас и Дж. Грюниг.

Ключевые слова:коммуникация, связи с общественностью, гуманистический подход, технологический подход, гуманизм, Ю. Хабермас, Дж. Грюниг.

Проблема организации и развития гуманистической коммуникации в обществе и, на её основе, эволюции общества в целом в направлении гуманизма является одной из распространённых, обсуждаемых и значимых в социальных науках.

Подобная значимость гуманистической коммуникации и разные прочтения её воплощения были обоснованы в философии, психологии, но в намного меньшей степени – в прикладных социологии и политической науке. Вместе с тем обоснование диалогичности во взаимодействии людей особенно важно и для самой практической жизни общества, и для осмысляющих её политологии и социологии. Именно они могут способствовать гуманистическому развитию общества. Поэтому в данном исследовании мы постараемся предложить оригинальную модель гуманистической коммуникации и, как её отдельный случай, также гуманистическую модель связей с общественностью.

В одной из предыдущих публикаций мы развивали определение гуманистического подхода к коммуникации и его принципы, противопоставляя ему технический подход [3]. При этом разделение на гуманистический и технологический подходы к коммуникации в целом развивается в коммуникативистике. Например, И. А. Быков и С. В. Курушкин в своём одновременно теоретико-философском и практическом исследовании противопоставляют гуманистический и технократический подходы к коммуникации [2]. Рассмотрим сущность гуманистического подхода к коммуникации и его основные принципы подробнее.

Мы полагаем, что по-настоящему гуманистическая коммуникация между людьми включает в себя следующие принципиальные установки:

1. личность как основной субъект коммуникации;
2. диалогический, субъект-субъектный подход к коммуникации;
3. сознание личности как основной уровень переживания, сообщения и восприятия смыслов в коммуникации;
4. качественные смыслы, сообщаемые в коммуникации.

Отдельным проявлением человеческой коммуникации являются и связи с общественностью. Они так же, как проявление коммуникации, должны быть гуманистическими, чтобы служить развитию общественных отношений – в данном случае, связям разных групп общественности друг с другом, частных компаний и общественности, государства и общества и т.д. Тогда связи с общественностью действительно развиваются как «наука и искусство достижения гармонии» [1] между организациями и самими людьми на основе взаимопонимания, достигаемого при помощи «двусторонних отношений» и «полной информированности» [1], правды.

Здесь особенно важно, что именно понимается под «общественностью». Так, она может пониматься просто как аморфная масса, управляемая сверху вниз субъектом коммуникации, а PR тогда превращаются в просто умелую «пропаганду» пассивной аудитории. Такой подход развивал, например, Э. Бернейс. Но, с нашей точки зрения, такое определение противоречит самому духу понятия «общественность». Поэтому есть и прямо противоположный подход к смыслу общественности, который представлен в гуманистической философии Ю. Хабермаса, определившим общественность как полноценную демократическую «публику», которая сама порождает определённые смыслы, которая способна вступить в полноценный диалог с властью и влиять на принятие ею решений. Коммуникации общественности внутри себя и с корпорациями, властью обеспечиваются благодаря особой, диалогической «идеальной речевой ситуации», которую Ю. Хабермас не только разработал, но и рекомендовал применять на практике [5].

Творчески восприняв подход Хабермаса, Дж. Грюниг разработал свою модель «двусторонних симметричных» связей с общественностью, применив её на практике в различных компаниях [4]. Его практика показала, что эффективность компании возрастает при применении данной этически обусловленной модели PR.

Подходы к PR Ю. Хабермаса и Дж. Грюнига соответствуют основным принципам гуманистической коммуникации, а значит, такая коммуникация может не только быть обоснованной в теории, но и эффективно применяться на практике, причём с пользой для обеих сторон коммуникации.

Литература

1. Блэк С. Паблик рилейшнз: что это такое? М., 1990.
2. Быков И. А., Курушкин С. В. Цифровая политическая коммуникация в России: ценности гуманизма против технократического подхода // Вестник РУДН. Серия: Политология. 2022. Т. 24. № 3. С. 419–432.
3. Линде А. Н. Проблема отношения гуманистического и технологического направлений в теории социально-политической коммуникации // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2017. Т. 2. № 2. С. 82–98.
4. Grunig J. E. Two-way Symmetrical Public Relations: Past, Present and Future // Handbook of Public Relations. Thousand Oaks, 2001, pp. 11–30.
5. Habermas J. The structural transformation of the public sphere. An inquiry into a category of bourgeois society. Massachusets, 1991.