

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Диалог как форма принятия компромиссных решений в современной PR-деятельности

Сажина Ольга Юрьевна

Аспирант

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский
факультет, Химки, Россия
E-mail: p.p.panika@gmail.com*

Современная PR-деятельность представляет собой управленческую деятельность, направленную на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и ее общественностью. Грамотная PR-деятельность, направленная на целевую общественность, помогает организации эффективно и успешно функционировать.

Современную PR-деятельность можно также определить, как «коммуникативную функцию управления, посредством которой организации адаптируются к окружающей их среде, меняют (или же сохраняют) её во имя достижения своих организационных целей»[1].

PR-деятельность, в свою очередь, невозможна без постоянного «принятия правильных и своевременных решений»[2].

Для данного доклада, условно разделим организации, которые ведут PR-деятельность, на государственные (государственные политические организации), коммерческие (бизнес-организации, компании) и образовательные (детские сады, школы, ВУЗы и др.). У каждого из перечисленных направлений можно выделить свой, достаточно обширный, круг аудиторий. Например, у университета – это школьники, абитуриенты, их родители, выпускники, инвесторы, соискатели, спонсоры и др. (обозначим эту группу, как «внешнюю аудиторию»), а также студенты, аспиранты, доценты, профессора, деканы факультетов и др. (обозначим эту группу, как «внутреннюю аудиторию»). С каждой из выделенных групп, будь то внутренняя аудитория или внешняя, ведется постоянная непрерывная коммуникационная работа. Каким методом наиболее эффективно проводить эту работу, чтобы осуществлять положительную PR-деятельность организации, тем самым повышая ее устойчивость и лояльность к ней в современной среде?

Темой моего доклада является рассмотрение диалога, как наилучшей формы принятия компромиссных решений в PR-деятельности организаций.

В настоящее время существует множество значений диалога. Это понятие используется в различных сферах жизни и направлениях деятельности. В литературе, в психологии, в социологии, в театральной деятельности, в культуре и др. Диапазон процессов диалога включает политику, образование, искусство, традиции и др. Формы и способы диалога, в свою очередь, очень многообразны.

Диалог в его философском смысле – это специфическая организация и форма коммуникации и общения. Понятие также тесно связано с текстом, истолкованием и пониманием.

Диалог характеризуется тем, что он всегда требует завершения, ответа. Таким образом, каждый из участников диалога заключает другого в рамки высказанного им, заставляя отвечать согласно предложенному контексту.

Можно сказать, что диалог выступает формой социальной связи между аудиториями, например: ВУЗ - школьник, партия - избиратель, работник - работодатель. А как следствие, выстраивание их диалога проявляется в поиске компромиссного решения.

Диалог, как форма коммуникации, помогает аудиториям/сообществам в освоении окружающего их мира. Речь идет о связи и поиске решений между заинтересованными друг в друге аудиториями.

Существуют разнообразные типы диалогов — «горизонтальные» и «вертикальные», аксиальные («осевые» — ориентированы на передачу сообщения строго определенным единичным приемникам информации) и ретиальные («сетевые»), прямые и опосредованные, синхронные и диахронные и другие[3]. В зависимости от направления и цели PR-деятельности, выстраиваются разные типы диалогов.

Форма диалога используется в школах, общественных центрах, корпорациях, федеральных агентствах, а также других социальных образованиях и институтах, позволяя, как правило, небольшим группам и аудиториям, делиться своим видением и опытом относительно сложных вопросов и проблем, и вследствие, приходиться к каким-либо компромиссным решениям. Диалогический подход используется для того, чтобы помогать людям находить и принимать решения, выстраивать более глубокое понимание различных вопросов.

Литература

1. Аги У., Кэмерон Г. и др. Самое главное в PR. Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2004.
2. Сорина Г.В. Принятие решений как интеллектуальная деятельность. Канон-Плюс; Москва, 2009.
3. Воскобойников А.Э.: «Монолог о Диалоге и Понимании» - Знание, Понимание, Умение. 2006. 1.