

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Проектирование как модель гуманитарной деятельности (на примере связей с общественностью)

Хвалибова Анастасия Михайловна

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: a.hvalibova@gmail.com*

Классическая наука продуцировала концепции готовых знаний, на современном этапе формируются научность, методология нового типа – проектно-программного. Основа ее – оперативное формирование и создание актуальных и уникальных инновационных концепций, не имевших аналогов и не существовавших ранее.

Логика развития проектной деятельности аналогична логике становления проектирования как части культуры и приемлема для всех гуманитарных наук. Создание и освоение проектной цепочки «стимул к познанию – метод познания – структура знания» формирует современный способ критического мышления, позволяет осваивать научные и практические процедуры, актуализировать имеющиеся и получать новые знания в процессе активной творческой деятельности.

Связи с общественностью как вид профессиональной гуманитарной деятельности в XXI веке претерпели существенные трансформации, превратившись из оперативной спонтанной прикладной деятельности в науку и искусство стратегического развития и гармонизации социума. Данный тренд характерен для мировых практик и теории. Российские связи с общественностью характеризуют институциональная молодость, отсутствие национальной теоретической школы и систематизированной практики, маркетинговая, а не стратегическая направленность, однако экономический кризис, возможно, станет толчком к пересмотру устаревших концепций отечественных связей с общественностью, характерных для развивающихся рынков.

Проектирование в деятельности связей с общественностью становится одним из основных методов работы. Проект является матрицей внутренней и внешней деятельности, форматом реализации взаимодействия всех субъектов связей с общественностью.

Наиболее значимые примеры, характерные для современных российских связей с общественностью, формируются благодаря уникальной возможности национальных конкурсов, в первую очередь «Серебряного Лучника» [i]. На протяжении шестнадцати лет лучшие проекты становятся достоянием профессионалов и широкой общественности. Матрица предоставления проектов является форматом, позволяющим осваивать проектный метод.

Проектирование в системе связей с общественностью дает уникальную возможность синтеза и получения новых знаний, компетенций, навыков; позволяет осуществить синергетическое взаимодействие теории и практики.

[i] Национальная премия в области развития общественных связей «Серебряный Лучник». 50 лучших проектов. – М., 2012.

Литература

1. Corporate Communication: Theory and Practice, State University of New York Press , 1994, Michael B. Goodman (Editor)
2. Integrating Corporate Communications , Quorum Books, 1995, James L. Horton
3. The Corporate Communications Bible , New Millenium Press, 2000, Robert L. Dilenschneider
4. Гундарин М.В., Теория и практика связей с общественностью: основы медиарилейшнз. М., ФОРУМ, 2011
5. Мазилкина Е.И., Маркетинговые коммуникации. М., Эксмо, 2010
6. Шарков Ф.И., Паблик рилейшнз. М., Академический проект; Екатеринбург, Деловая книга, 2007
7. Построение эффективной системы внутреннего PR, <http://hrm.ru/postroenie-ehffektivnojjsistemy-vnutrennego-pr>

Слова благодарности

Большая благодарность моему научному руководителю - Шилиной М.Г., за потраченные (надеюсь, не зря) силы, время и старания на создание этого проекта.