

УДК 168.53

И.П. Кужелева-Саган

**ТРАНССПЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ ПИАРОЛОГИИ КАК ВАРИАНТ ПОСТНЕКЛАССИЧЕСКОГО ВИДЕНИЯ НАУЧНОГО ЗНАНИЯ
О СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Цель статьи: представить постнеклассическую (трансспективную) модель пиарологии – новой сферы технологического социально-гуманитарного научного знания. Её объектом являются «связи с общественностью» (паблик рилейшнз, PR) как элемент становящейся информационно-коммуникативной социальности. Методологические основания для построения данной модели составляют универсальный эволюционизм (синергетический и коммуникативный аспекты), эпистемологический структурализм, конструктивизм и трансспективный анализ. Эти основания, по мнению автора, позволяют описать пиарологию как открытую самоорганизующуюся когнитивную систему.

Ключевые слова: пиарология, постнеклассическая методология, трансспективная модель, самоорганизующаяся когнитивная система.

Связи с общественностью (паблик рилейшнз, public relations, PR, пиар) стали неотъемлемым атрибутом социальной жизни. Неоднозначность мнений относительно «истинной» роли PR в современном обществе ни в коей мере не снижает актуальности его философского и научного анализа. Более того, наряду с беспрецедентным расширением зоны «пиара» как социальной практики именно ярко выраженная ценностная амбивалентность PR и разнообразие его онтостатусов побуждают к изучению этого сложнейшего антропосоциокультурного феномена во всей его полноте, многообразии и динамике. Важными условиями обеспечения такого изучения являются целостность и системность организации самого научного знания о PR (*пиарологии*^{*}), изначально имеющего междисциплинарный характер.

Однако современное состояние пиарологии характеризуется ситуацией множественных «разрывов» или несоответствий, среди которых наиболее явными представляются несоответствия *между*:

- общенаучной картиной мира (КМ), все более приобретающей постнеклассические черты, и специальной научной («пиарологической»), явно тяготеющей к классическим представлениям о социальной реальности;
- метасистемным уровнем рефлексии, необходимым для осмысления PR как элемента становящейся информационно-коммуникативной социальности, и «аристотелевским» уровнем методологического мышления, доминирующим в пиарологии и не обладающим ресурсами для понимания и описания сложной коммуникативной феноменологии;
- необходимостью теоретического определения и *переопределения* PR как постоянно эволюционирующей и трансформирующейся объектно-

^{*} Термин «пиарология» предложен и обоснован М.А. Шишкиной в 1999 г. в монографии «Паблик рилейшнз в системе социального управления» [8. С. 25].

предметной сферы и ограниченностью, «закрытостью» существующей методологии, ориентированной на поиск «единственно верного, универсального» определения паблик рилейшнз, на изучение PR в его статике, «традиционных» (деятельностном и институциональном) онтостатусах и исключительно конструктивном (позитивном, «идеальном») аспекте;

- интенсивной технологизацией СГН-знания и низкой технологичностью методологии пиарологии, ориентированной, прежде всего, на «классическое», «целерациональное» объяснение уже существующих моделей PR и их «тиражирование», но не нацеленной на производство новых, «высоких» PR-технологий как технологий, обладающих не только мощным управленческим, но и ценностным потенциалом в условиях самоорганизации социальных систем.

Еще одним слабым местом пиарологии являются её односторонний, чисто «технологический» интерес к PR как социальной практике и отсутствие должного интереса к её *гуманитарной* составляющей. Между тем чрезвычайно актуально изучение PR как самоорганизующейся антропосоциокультурной системы, важнейшим элементом которой является человек: не только конструирующий и реализующий коммуникации воздействующего типа («технолог», «коммуникатор»), но и распознающий таковые («гуманитарный эксперт»), а также умеющий им противостоять, если эти коммуникации не согласуются с его ценностными идеалами («коммуникант, способный реализовать свое право не вступать в коммуникацию»). Несмотря на очевидную важность всех этих проблем, они остаются, по сути, до сих пор вне зоны внимания со стороны теоретиков PR.

При этом нельзя не признать, что существует проблема, волнующая всех. Это наличие более полутора тысяч научных и околонаучных определений паблик рилейшнз, часто не только никак не сопрягающихся, но и противоречащих друг другу. Последнее воспринимается многими как «основное и непреодолимое препятствие к созданию единой теории паблик рилейшнз». Вполне всерьез обсуждается возможность «законодательно» закрепить существование единой профессиональной терминологии для отечественного PR-сообщества [5. С. 65]. С нашей же точки зрения, наличие множества дефиниций PR (как правило, не подкрепленных какими-либо обоснованиями) свидетельствует о неявном, неотрефлексированном, но все же *многомерном* видении данного феномена со стороны PR-сообщества как коллективного субъекта его познания. И здесь нужно не сокращать количество определений PR неким волевым решением, а попытаться «сменить концептуальные очки». Они позволят увидеть в многообразии и противоречивости понятийного поля PR не «разброд и шатание в умах», а ситуацию высокой энтропии и хаоса вблизи точки бифуркации, предполагающей выбор аттрактора и выход научного знания о PR на новый уровень системной организации. Иными словами, избавление пиарологии от двойного «тупика» – эпистемологического и гносеологического – возможно, если, наконец, попытаться увидеть линию её становления в контексте общей динамики развития научного знания: от классического – к постнеклассическому.

Но сразу возникает вопрос: насколько вообще правомерно говорить о постнеклассическом, нелинейном, синергетическом подходе применительно

к пиарологии, имеющей такую короткую «биографию» и не проявившейся полностью не только в своем неклассическом, но даже в классическом «формате»? Представляется, что это вполне возможно, по крайней мере, по двум основаниям. Во-первых, если подходить к постнеклассике не только как к этапу развития науки, но и как к *типу научного мышления*, с позиций которого можно анализировать любые сложные «человекоразмерные» объекты (а пиарология, как и объект ее изучения – PR, несомненно, к ним принадлежит). Во-вторых, если принять положение о том, что «нелинейный синтез – это объединение не жестко установленных, фиксированных структур, а структур, обладающих разным “возрастом”, находящихся на разных стадиях развития» [4. С. 386]. Отсюда пиарологию можно представить как открытую нелинейную когнитивную систему, элементы которой – предмет, методология, понятийный аппарат и др. – обладают разной степенью разработанности, разным уровнем осмысления.

Обеспечить постнеклассическое видение пиарологии может философско-методологический комплекс, основу которого составляют *универсальный эволюционизм* (Н.Н. Моисеев, В.С. Стёпин, Е. Янч и др.) и *транспективный анализ* (В.Е. Ключко) [2]. Универсальный эволюционизм рассматривается в данном случае как философско-методологический метаподход, основными составляющими которого являются: теория эволюции биосферы и ноосферы (Ч. Дарвин, П.Т. де Шарден, В. Вернадский и др.); теория нестационарной Вселенной (А. Фридман, Б. Картер и др.); теория самоорганизующихся систем, или синергетика (Г. Хакен, И. Пригожин, И. Стенгерс, П. Гленсдорф, С.П. Курдюмов, Е.Н. Князева и др.)^{*}. Поскольку все чаще и чаще подчеркивается коммуникативный характер синергетики (В.И. Аршинов, О.Н. Астафьева, В.Г. Буданов, В.В. Василькова и др.), то это позволяет говорить о том, что еще одной составляющей универсального эволюционизма является и широко понимаемый коммуникативный подход (К.-О. Апель, Ю. Хабермас, Н. Луман, Р. Коллинз и др.), дающий возможность интерпретировать и описывать процессы самоорганизации в системах различного типа (включая социальные и когнитивные) как коммуникационные процессы.

Что же касается транспективного анализа, развивающего идеи универсального эволюционизма, то лежащее в его основе понятие «транспектива» предполагает «сквозное видение из настоящего в прошлое и будущее», своеобразный «чувственно-мысленный обзор» эволюции объекта изучения, обладающего характеристиками самоорганизующейся системы [2. С. 32]. *Транспектива* – это в определенном смысле аналог *становления*, но в отличие от последнего не только фиксирует факты появления новообразований в системе, но и открывает перспективу и направленность процесса развития на основе изучения внутренних тенденций этого развития, чаще всего скрытых от наблюдателя. Транспективный анализ фокусирует внимание на механизме взаимодействия между элементами внутри системы и на границе с внешней средой, источником которого становится *соответствие* элементов друг дру-

^{*} Не умаляя значения первых двух концептуальных направлений как составляющих универсального эволюционизма, сразу оговоримся, что непосредственное отношение к предмету нашего исследовательского интереса имеет третье, т.е. синергетика.

гу, вхождение их в резонанс. В то же время это соответствие не может быть абсолютным, иначе наступает состояние равновесности (стагнации) системы. Такое понимание характера взаимодействия элементов системы коррелирует с положениями теории Н. Лумана, в соответствии с которой аутопойетическая коммуникация исключает устойчивую равновесность. Итак, *соответствующие* элементы находят друг друга «автоматически» и вступают во взаимодействие («коммуникацию»), результатом которого является порождение новых элементов и последующая переструктуризация системы. Особенность транспективного мышления в том, что оно в равной степени не признает ни линейности движения, понимаемой как «однолинейность», т.е. опосредование развития одной-единственной целью; ни нелинейности, если под таковой имеется в виду чисто «случайное», вероятностное поведение в точке бифуркации, вследствие чего дальнейший путь развития системы оказывается полностью непредсказуемым. Метод транспективного анализа, сформировавшийся на базе психологии, с нашей точки зрения, особенно актуален для изучения самоорганизующихся антропосоциокультурных систем.

Кроме уже обозначенных методологий – универсального эволюционизма, синергетического, коммуникативного и транспективного подходов, в философско-методологический комплекс, направленный на моделирование пиаурологии как открытой самоорганизующейся когнитивной системы, мы включили *структурализм* и *конструктивизм*. Изучение объекта как открытой системы в ее эволюционном развитии (транспективе) не только не предполагает отказа от структурного подхода, но невозможно без поиска и анализа структур как «следов», «по которым удастся засечь эффекты становления» [1. С. 11]. То есть фактически «ускользающих» или «отсутствующих» структур (У. Эко), но все же структур, необходимых для «схватывания» становящейся реальности (в данном случае науки) в ее «поперечных срезах», в той или иной точке транспекта. С этих позиций наука в каждый момент своего становления – это система, которую можно представить в виде открытой сложной структуры иерархического, сетевого или голографического типа, элементы (подструктуры) которой постоянно взаимодействуют друг с другом и порождают тем самым новые структуры, что приводит к усложнению и переструктуризации всей системы и т.д. «...Возникновение каждого нового уровня перестраивает всю систему, (...) воздействует на ранее сложившиеся уровни, меняет композицию их элементов и их функциональные характеристики, благодаря чему система, усложняя свою организацию, остается органически целым» [7. С. 47]. Отсюда проблема структуры научного (теоретического) знания некоторой дисциплины предстает как проблема «организации и функционирования сложной сети абстрактных объектов, репрезентирующих исследуемую реальность» [7. С. 50]. В свете сказанного более релевантной методологией представляется *эпистемологический структурализм* У. Эко, Ж. Деррида и М. Фуко, а также некоторые положения генетического структурализма П. Бурдьё, нежели структурализм онтологический (Ф. де Соссюр, Р. Якобсон, В. Пропп и др.), в соответствии с которым структура рассматривается как онтологическая реальность, «окончательная и неизменная». Ж. Деррида: «Быть структуралистом – это в первую очередь противостоять всякой заорганизованности смысла, суверенности и равновесию всякой став-

шей формы; это значит отказываться считать неуместным и случайным все то, что не вмещается в рамки выстраиваемой конструкции. Ведь и отклонения – это не простое отсутствие структуры. Они как-то организованы» [цит. по: 9. С. 366]. Фактически, здесь ставится проблема «открытости структур» как проблема «структуры самой открытости», «которая есть бесконечная открытость навстречу истине любого опыта» (У. Эко) [9].

Что касается конструктивизма, развивающего положение о том, что субъект познания в своих процессах восприятия, мышления и деятельности не столько отражает окружающий мир, сколько активно творит, конструирует его (Ж. Пиаже, Х. фон Фёрстер, Г. Бейтсон, У. Найссер, Э. фон Глазерсфельд, У. Матурана, Ф. Варела и др.), то особый интерес для нас представляет его «синергетический» вариант (С.П. Курдюмов, Е.Н. Князева). Согласно последнему длительный путь эволюции к сложному может быть сокращен за счет резонансного возбуждения желаемых сложных структур. На основе определения параметров порядка сложных систем происходит моделирование этого резонанса, чтобы затем посредством малых, но топологически правильно организованных воздействий выводить процесс развития на желаемые структуры. «В результате резонансных объединений единая структура в итоге приобретает более высокий темп развития, чем темп развития самой быстро развивающейся структуры до объединения» [3]. С позиций «синергетического» конструктивизма лучший способ предвидеть будущее системы (когнитивной в том числе) – это сконструировать, создать его. Мы полагаем, что описанный философско-методологический комплекс не только дает возможность «увидеть» контуры пиарологии в контексте всех важнейших тенденций и проблем современного СГН-знания, но и обладает прогностическими возможностями: позволяет представить в общих чертах вектор её эволюции (транспективы).

В результате пиарологию можно описать как открытую нелинейную самоорганизующуюся когнитивную систему, обобщенная транспективная модель которой представляет собой синтез трех частных моделей – «классической», «неклассической» и «постнеклассической». Эти частные модели могут рассматриваться не только как этапы транспективы пиарологии и её поперечные «срезы», но и как частные проекции, позволяющие представить пиарологию *одновременно* с позиций классической, неклассической и постнеклассической научной рациональности для последующего выбора субъектом познания той проекции, которая более всего соответствует типу его системного мышления и характеру стоящих перед ним задач. Такое структурирование пиарологии согласуется с положением В.С. Стёпина о «двойном» статусе онтологии самоорганизации (как общенаучной и специально-научной КМ) и типов рациональности (как исторических типов познания, следующих друг за другом, и различных типов научного познания, существующих одновременно). Нелинейность пиарологии проявляется в характере синтеза её элементов как объединения структур, обладающих разным «возрастом», находящихся на разных стадиях развития (С.П. Курдюмов, Е.Н. Князева), а также в самом взаимодействии трех типов научной рациональности.

Онтогносеологические и философско-методологические основания пиарологии – это совокупность концептуальных направлений (общей системоло-

гии, синергетики, теории коммуникации, социального и синергетического конструктивизма, эпистемологического и генетического структурализма, транспективного анализа), объединенных рамками универсального эволюционизма как общенаучной КМ и метапохода к изучению социальной реальности. Кроме того, в основания пиарологии «в снятом виде» входят «классические» и «неклассические» философские, общенаучные и специально-научные концепции и теории, актуализирующиеся в зависимости от того, какая проекция транспективы пиарологии является для субъекта исходной в каждой конкретной познавательной ситуации.

Метаобъектом пиарологии как постнеклассической технологической СГН-дисциплины является информационно-коммуникативная социальность; объектом – паблик рилейшнз (PR) как непрерывно изменяющаяся социальная практика; предметом – принципы и закономерности анализа, конструирования, объективирования и функционирования PR как полионтологического, многомерного, амбивалентного, эволюционирующего антропосоциокультурного феномена, являющегося не только средством (технологией) формирования общественного мнения, но и обязательным элементом социальной коммуникативно-управленческой системы любого типа.

Итак, PR как объект изучения представляет собой сложный, постоянно трансформирующийся антропосоциокультурный феномен, обладающий свойствами самоорганизующейся системы. Современный паблик рилейшнз можно рассматривать как результат эволюции, произошедшей сразу по нескольким параметрам: по масштабу «захватываемых» PR территорий общественного сознания; границам применения PR-технологий; типу СМК, посредством которых реализуются PR-технологии; степени сложности PR-технологий; уровню системной организации PR; типу психологических механизмов, обеспечивающих реализацию PR-технологий. Технологическое и функциональное многообразие PR и его общая эволюция опосредованы не только новыми техническими возможностями, но и ростом многообразия, усложнения социально-управленческих задач, характеризующих функционирование современного информационно-коммуникативного социума как надсистемы по отношению к социальной практике PR. Последняя в процессе своего развития проходит три стадии: 1) стадию управления процессами *адаптации* социального субъекта к окружающей среде; 2) стадию управления *взаимодействием* социального субъекта с окружающей средой; 3) стадию управления *проектированием и конструированием* информационно-коммуникативной среды, окружающей социального субъекта.

Предметную сферу пиарологии образуют обобщенная предметная схема PR («генотип») и частные предметные схемы двух типов. Схемы первого типа отражают трансформацию PR «по горизонтали», т.е. в рамках одного и того же уровня системной организации и типа рациональности, но различных (философских и научных) парадигм. Схемы второго типа отражают эволюцию PR «по вертикали»: от менее сложных к более сложным уровням его системной организации и его перехода от одного типа рациональности к другому. Таким образом, имеет место *переопределение предмета* пиарологии в ситуациях различного парадигмального и системного методологического мышления. Переструктуризация предметной сферы пиарологии как целост-

ной, но открытой когнитивной системы и «по горизонтали», и «по вертикали» происходит в результате ряда взаимодействий её элементов как между собой, так и с элементами внешней среды (надсистемы), осуществляемых по принципу *соответствия* друг другу, дополненного принципом ограничения взаимодействий.

Методология пиарологии – это самоорганизующаяся (под)система когнитивных технологий – методологических стратегий (МС) как способов анализа и конструирования частных моделей (предметных схем) паблик рилейшнз. Основанием для синтеза различных (в том числе альтернативных) пиарологических МС являются принципы синергетического и коммуникативного подходов. Методологическая стратегия как эпистемологическая структура представляет собой «матрицу» осмысления PR и «упаковки» знаний о нем в рамки различных философских и специально-научных парадигм, каждая из которых по-своему дефрагментирует смысловое поле PR. В методологии пиарологии можно условно выделить три методологических кластера, каждый из которых представляет собой некоторое множество методологических стратегий, интегрированных соответствующими картинами мира (онтологиями) – классической, неклассической и постнеклассической. Представление о методологии пиарологии как о (под)системе разнообразных методологических стратегий обусловлено не только полипарадигмальным подходом к PR как многомерному и полионтологичному феномену, но и законом необходимого многообразия. «Ситуационность» методологии не означает ее эклектики – возможности смешения различных (полипарадигмальных) методов в пределах одного и того же интервала, одной и той же познавательной задачи.

Понятийный аппарат пиарологии представляет собой средство описания PR как элемента становящейся социально-коммуникативной реальности и самоописания пиарологии. Это самоорганизующаяся (под)система семантических спектров, каждый из которых актуализируется той или иной методологической стратегией, реализуемой в рамках конкретной философской или специально-научной парадигмы в зависимости от характера познавательной ситуации. Категориальная апперцепция в пиарологии подразумевает существование понятийной «сетки», по мере эволюции пиарологии сохраняющейся номинативно, но изменяющейся концептуально. Основу «сетки» составляют генетические коды PR – *коммуникация, управление, технология, диалог, общественное мнение*, а также сам термин «паблик рилейшнз». Остальное пространство категориального поля образуют производные от них понятия, а также понятия, являющиеся принадлежностью дисциплин, на пересечении которых образовалась пиарология.

Механизмом самоорганизации пиарологии как открытой когнитивной системы является взаимодействие элементов системы друг с другом и с элементами внешней среды по *принципам соответствия* (вхождения в «резонанс») и «*кольцевой причинности*». «Внутренняя» или «внешняя» проблема, преобразуясь в *соответствующую* когнитивную задачу, взаимодействует с *соответствующей* методологической стратегией в рамках *соответствующей* парадигмы, в свою очередь, выводящей на *соответствующую* частную схему предмета, разворачивающейся в *соответствующую* модель – когни-

тивный аналог объекта как цель задачи («цепная реакция» принципа соответствия). Эта абстрактная модель, превращаясь в модель реальной PR-практики, становится частью социокультурной реальности – «внешней среды» и т.д., «по кольцу». *Перенастройка методологии* пиарологии и обуславливает *переопределение её предмета*. Это переопределение может осуществляться как в пределах одного и того же типа научной рациональности, но в рамках различных философских и специально-научных парадигм, принадлежащих ей (переопределение «по горизонтали»), так и разных типов научной рациональности – в связи с повышением уровня системности методологического мышления (переопределение «по вертикали»). При этом все подсистемы пиарологии могут обладать разной степенью разработанности, разным уровнем осмысления (упорядоченности / хаотичности), что в целом поддерживает состояние неравновесности когнитивной системы.

Субъект познания – это системообразующий элемент пиарологии как открытой когнитивной системы. В «классической» проекции он вынесен за пределы познавательной ситуации; в «неклассической» – вовлечен вовнутрь; в «постнеклассической» – является становящимся наблюдателем, обладателем метасистемного, транспективного мышления, обеспечивающего «сквозное видение» объекта – PR, не исключающего изучение данного объекта в «поперечных сечениях» его транспективы (проекциях).

Постнеклассическое понимание пиарологии преодолевает дуализм понятий «интернализм» – «экстернализм», так как, с одной стороны, предполагает наличие движущей силы в самой науке, обусловленной имманентно присутствующими ей целями, средствами и законами, а с другой – постоянный обмен с внешней социокультурной средой, за счет чего система удерживает устойчивое состояние и не растворяется в других регионах знания. Обмен пиарологии с внешней средой – социокультурной в целом и с другими сферами научного знания в частности происходит на самых различных уровнях: проблемно-целеполагающем, ценностном, парадигмальном, методологическом, категориальном и др. Пиарология как открытая самоорганизующаяся и саморазвивающаяся когнитивная система – это система, реагирующая на социальную проблематику, преобразованную в соответствующие когнитивные задачи. В зависимости от проблемы-задачи, вступающей в резонанс (соответствие) с системой, происходит *перенастройка методологии* и, соответственно, *переопределение предмета*.

Конечно, попытка рассмотреть пиарологию (впрочем, как и любую другую социально-гуманитарную науку) как нелинейную открытую когнитивную систему является рискованным шагом. Существует риск смоделировать систему, которая на самом деле нелинейной не является. И вообще очень сложно увидеть постнеклассику, если смотришь на нее через «классические» очки. Имеется в виду, что мышление большинства членов научного PR-общества, включая автора данной статьи, сформировано в классических интеллектуальных сетях. Выйти на новые уровни мышления – неклассический и постнеклассический – чрезвычайно трудно. Только одного желания недостаточно. Остается надежда на те самые внутренние и внешние «силы» (по С.Л. Рубинштейну), которые способны вывести субъекта познания, изначально включенного в классическую познавательную ситуацию, *за пределы*

этой ситуации, т.е. помочь ему, как самоорганизующейся системе выйти на новый уровень мышления.

Литература

1. Киященко Л.П., Тищенко П.Д., Свирский Я.И. Когнитивно-коммуникативные горизонты синергетики // Синергетическая парадигма. Когнитивно-коммуникативные практики современного научного познания. М.: Прогресс-Традиция, 2004. С. 9–16.
2. Ключко В.Е. Самоорганизация в психологических системах: проблемы становления ментального пространства личности (введение в транспективный анализ). Томск: Том. гос. ун-т, 2005.
3. Князева Е.Н. Синергетически конструируемый мир [Электронный ресурс]: <http://spkurdyumov.narod.ru/KnyazevaElena.htm>
4. Князева Е.Н., Курдюмов С.П. Загадка человека: человеческая особенность коэволюционного процесса // Синергетическая парадигма. Когнитивно-коммуникативные практики современного научного познания. М.: Прогресс-Традиция, 2004. С. 379–399.
5. Кривоносов А.Д. Пиарология: квазинаука или рефлексия квазидеятельности? // PR-Универсум 2006: Вторая Всерос. науч.-практ. конф. Томск, 2006. С. 64–67.
6. Стёпин В.С. Синергетика и системный анализ // Синергетическая парадигма. Когнитивно-коммуникативные практики современного научного познания. М.: Прогресс-Традиция, 2004. С. 58–78.
7. Стёпин В.С. Системность теоретических моделей и операции их построения // Философия науки. Вып. 1: Проблемы рациональности. М., 1995.
8. Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 1999.
9. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Симпозиум, 2004.