

САМЫЙ ФИЛОСОФСКИЙ ВЗГЛЯД

СОЗДАНИЕ СОБЫТИЙ В ГОД УЧИТЕЛЯ

В своем интервью Елена Анатольевна Каверина, кандидат философских наук, доцент кафедры связей с общественностью и рекламы РГПУ им. А.И. Герцена поделилась философским взглядом на Год учителя и рассказала о «специальных событиях».

– Елена Анатольевна, Год учителя – это событие? И что понимают под «событием»?

– Год Учителя, бесспорно, событие. На данный момент событием является сама заявка, начало. 2010-й выбран временем и пространством обозначенного события, и в нем должна в первую очередь прозвучать идея значения фигуры Учителя, роли образования. Запланированная программа Года является способом донесения этих идей.

То, что нашему Герценовскому университету оказана честь открыть Год учителя – уже свершившееся событие, имеющее беспрецедентную значимость, укрепляющее значение вуза и его репутацию.

Начнем все-таки с прояснения используемых понятий. Понятие «событие» является родным для философского дискурса. Когда же мы используем его сегодня в ежедневной речевой практике, смысл у него меняется. «Событие» используется и как синоним слов «мероприятие», «происшествие», либо что-то необычное. СМИ каждый день создают события. Если же говорить о профессиональной лексике в области связей с общественностью, то здесь используется понятие «специальное событие», под которым понимается целенаправленно организованное действие для трансляции идеи, ценности, сообщения, выражающего и служащего достижению мировоззренческих, информационных, репутационных, имиджевых, некоммерческих, коммерческих целей какого-либо сообщества.

Год семьи (2008), Год молодежи (2009), Год учителя (2010) – это специально созданные события, на которые возложены стратегические задачи выстраивания новой государственности. Семья, молодежь, учитель – важнейшие силы и ресурсы, опираясь на которые возможно формирование и воплощение национальной идеи. Важнейшая цель государства – создание духовного единства. Это основа национальной идентичности, и это возможно через событие. Участие в событии дает человеку ощущение причастности, восприятия себя как части целого, единого. Сегодня очень актуально формирование российского национального единства, мировоззренческих оснований, способных консолидировать российское общество. Специальное событие должно быть наполнено духовным смыслом и иметь стержневую идею. Обращение к идеям учительства, образования, духовного взросления и силы личности весьма своевременно. Фигура учителя для России всегда имела особенное архетипическое значение. Учитель, прежде всего, воспринимался как источник ду-

ховности и нравственности, а потом уже – как источник предметного знания.

Современное информационное пространство наполнено различными идеями и смыслами, поэтому оно очень конкурентно. Чтобы идея была слышима в информационной среде, необходимо использовать коммуникационные технологии.

– Технологичность – черта времени?

– Конкуренция впечатлений, конкуренция идей – важнейшие черты современной информационной эпохи. Сегодня в информационном пространстве принципиально важно транслировать социально значимые идеи и делать это так же технологично и профессионально, как это делают, например, компании, реализуя коммерческие проекты. Социальной рекламы, транслирующей важнейшие социальные идеи, способствующей формированию активной гражданской позиции, пока еще недостаточно. Поэтому принципиально важно поднимать проблемы и транслировать их с поддержкой на государственном уровне.

– Создание событий – это технология?

– Да, технология, более того – гуманитарная. Обращу внимание на античное понимание «техне» как мастерски, искусно выполненной работы; в нашем ракурсе «гуманитарные технологии» можно понимать как искусство организации взаимодействия людей, выстраивания диалога и полилога среди групп, сообществ. И эта работа очень ответственная, так как «специальные события» могут иметь как положительные, так и отрицательные смыслы («заряды»); могут быть направлены на формирование как позитивных, так и негативных дискурсов; могут «запускать» в общественное и индивидуальное сознание как конструктивные, так и деструктивные идеи; способны консолидировать как созидательные, так и разрушительные силы.

– Есть ли свой язык у «специального события», в чем кроется сила воздействия, про которую Вы говорите?

– Сила коммуникационного воздействия посредством «специального события» на общество в целом и отдельного человека в частности в современном мире существенно возросла. Этому способствует мощное развитие информационной среды, различных средств связи. Коммуникационная сила специального события скрыта и в самом методе – воздействие «образом», создание яркой эмоции, вовлечение в переживание.



Язык специального события уникален, поскольку, действуя через эмоциональную сферу, способен передать смысл, заставить переживать и действовать, убедить, минуя лингвистические барьеры. В этом ракурсе понимания он становится международным. И в этом еще один аспект силы влияния «специальных событий».

– Как измерить масштаб события?

– Ответ, скорее, будет философским, чем статистическим. В чем значение события? В том, что его увидели миллионы? Или в том, что несколько человек поменяли свой взгляд на мир, сделали шаг навстречу пониманию мира и себя в нем, ощутили свою причастность, обрели свою идентичность и свое сообщество, продвинулись на пути поиска смысла. Подлинное событие имеет экзистенциальную сущность.

Создание событий как способ трансляции идей, формирования мировоззрения и системы ценностей, консолидации сообщества – коммуникационная константа культуры. Истоки событийных коммуникаций находятся в недрах развития человеческой культуры и цивилизации, в мифологии и мистериях, хранящих и передающих этические и эстетические максимы человеческого бытия. Методы событийных коммуникаций базируются на опыте сакральных действий древнейших и традиционных культур. Событийная коммуникация и сегодня сохраняет свою актуальность и является одним из основных методов трансляции идей, ценностей, сообщений; методом взаимодействия с общественными аудиториями. Специальные события, бесспорно, обладают серьезным потенциалом влияния на формирование общественного и индивидуального сознания, общественных взглядов и ценностных приоритетов личности.

– Неужели всему этому можно научить? Как называется профессия человека, который создает события, и учат ли этому в стенах РГПУ?

– В своей профессиональной деятельности специалист по связям

с общественностью, специалист по рекламе организует различные специальные события (церемонии открытия, форумы, конгрессы, дни открытых дверей и т.д.). Сегодня уже появилась более узкая специализация – event-менеджер, иначе говоря, «создатель событий».

В РГПУ этому учат на факультете философии человека, на кафедре связей с общественностью и рекламы. Особенно ценно то, что кафедра находится в структуре факультета философии человека, поскольку у специалистов по связям с общественностью и рекламой важно сформировать гуманистическое мировоззрение. Они получают специальность, которая служит продвижению идей, будь то в социальной или коммерческой сфере. Специалисты по связям с общественностью, рекламе должны в первую очередь гуманистически мыслить, это будет их надежным основанием для творчества и ответственности за применяемые технологии. Эти специалисты должны быть гуманитариями высшей классификации, поскольку их работа будет связана с такой сложной сферой человеческой личности, как сознание.

На факультете для этого есть хорошая научная школа: для меня это, прежде всего, научная школа моего Учителя – профессора А.П. Валицкой; на кафедре теории и истории культуры под руководством профессора Л.М. Мосоловой разрабатываются вопросы практической культурологии, в рамках этой деятельности издается актуальный по значению сборник «Гуманитарный лексикон», в котором с философско-культурологических позиций раскрываются важнейшие понятия современного гуманитарного знания; философские аспекты событий раскрывает профессор А.А. Грякалов в своей книге «Письмо и событие».

Благодаря поддержке руководства факультета, декана В.А. Рабоша наши студенты принимают участие и часто побеждают в федеральных, региональных и городских студенческих форумах по связям с общественностью. В этом году осенью кафедра будет отмечать свой десятилетний юбилей.



– Ваша книга «Создание событий: гуманитарные технологии в корпоративных коммуникациях» победила на российском профессиональном конкурсе в области связей с общественностью PROVA в номинации «Лучшая работа по теории PR». Сейчас в ответах на вопросы Вы раскрываете ее основные идеи?

– В общем, да, но в ходе лекций, в процессе общения со студентами и коллегами и наблюдая-анализируя постоянно создаваемые события, появляются новые мысли, желание «дописать» и сделать второе издание. Наверное, это вечное желание автора.

Немного скажу о профессиональных конкурсах, поскольку они так же являются специальными событиями. Их организуют с целью и популяризации той или иной сферы деятельности, и для поддержания к ней внимания и интереса как широкой общественности, так и узких целевых аудиторий, и опять-таки для продвижения идей (существует целая плеяда ставших знаменитыми профессиональных конкурсов: «Нобелевская премия» (наука), «Букеровская премия» (литература), «Оскар» (кино), «Премия Грэмми» (музыка), «Золотая маска» (театр), «Тэффи» (телевидение) и, конечно же, «Учитель года» (образование).

Профессиональный конкурс PROVA проводится уже десять лет, он проходит при поддержке Государственного Эрмитажа и его директора М.Б. Пиотровского. Когда награду вручают на сцене Эрмитажного театра, когда в СМИ сообщают о победителях российского профессионального конкурса и называют имя вуза, его преподавателя – это отличный PR и вуза, и факультета, и кафедры, и специальности. Я благодарна руководству нашего Герценовского университета за воплощение инновационного проекта, поскольку эта книга вышла в свет благодаря именно ему.

Желаю всем нам, чтобы Год учителя действительно стал событием, привлек внимание и повысил интерес к этой великой профессии.

**Интервью подготовил
Антон МАКАРОВ**