

УДК 316.42+304.4

В. Е. Шедяков
доктор социологических наук, кандидат экономических наук, доцент,
независимый исследователь

УЧЁТ ЯЗЫКОВОЙ СРЕДЫ РЕАЛИЗАЦИИ СМЫСЛОВ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ КАК ФАКТОР СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ PR-ОТНОШЕНИЙ

Постановка проблемы. Качество подготовки и осуществления социальной работы является важной составной частью Public Relations (PR, связи с общественностью), а также Government Relations (GR, связи с органами государственной власти). Роль его в поддержании вектора общественных трансформаций особенно возрастает в периоды форсированных изменений. Соответственно, менеджмент социальной работы выходит на передний план концептуальных противоречий эпохи, облекающих смысловые группы в языковые формы. Носители особенностей языковой среды входят в культурологическое ядро социальных движений, воплощая базовые ценностно-смысловые комплексы своих культурно-цивилизационных миров и участвуя в создании и развитии кластеров будущего. Образность, метафоричность, ассоциативность становятся важными ресурсами донесения своих идей и идеалов, влияния идеального поля жизнедеятельности на реальное. Идеальность как черта не только бытия потенциального или субъективного представления (коллективного или индивидуального), но и формы представленности, деятельностного замещения одного предмета другим позволяет анализ этой «чувственно-сверхчувственной» реальности. При этом средствами культуры осуществляется идеальная репрезентация материальной действительности, когда идеальное является признаком истинного бытия материального. Отношения социальной идеальности ценностно-смысловых комплексов как своего рода объективной субъективности и подтверждают дополнительно роль в качестве ресурса общественной интеграции.

Создание и распространение привлекательного образа не просто притягивают потенциальных сторонников, информационно «заражает» и активизирует их, они фактически материализуют идеи, подходы, переводя виртуальный мир в реальную плоскость и обеспечивая получение действительных преимуществ. Поскольку формирование образа апеллирует к опыту и настроению, интегрируя феномены культуры художественной и интеллектуальной, это позволяет под внешним видом рациональных решений скрывать иррациональные начала, обходить ловушки критицизма и рассудительности.

Анализ исследований и публикаций по данной теме. В материале использованы научно-методологические и номенклатурно-терминологические традиции контекстового изучения ценностно-смыслового пространства сквозь призму социокультурного капитала, созданные исследованиями таких авторов, как Л. Беляева, С. Богдан, Т. Ветрова, О. Лушникова, Э. Паин, Н. Федотова, В. Шилов и некоторых других, а также концептуальные подходы В. Абаева, С. Аверинцева, М. Бахтина, Э. Ильенкова, Д. Лихачёва, А. Лосева, Ю. Лотмана, А. Любичева, Р. Якобсона для понимания места речевого начала в особенностях и развитии социального пространства культурно-цивилизационных миров, В. Барулина, Л. Выготского, Ю. Давыдова, Р. Додонов, Р. Косолапова, В. Межуева, А. Спиркина, В. Толстых, А. Уледова для характеристики духовной жизни общества, соотношения общественной психологии и идеологии в ней. Ассоциации как средство образности языка культуры охарактеризовывали А. Бен, Г. Спенсер, Э. Фрейд, А. Костнер, К. Леонгард, Р. Немов, Д. Узнадзе, М. Мамардашвили. Классическими стали труды по использованию Public Relations в социально-политической сфере, созданные такими авторами, как Д. Бурстин, Д. Доти, Д. Лиллекер, Д. Макгинес, Л. Сабато, А. Салливан и другие исследователи.

Целью статьи является отразить динамику языка культуры постглобализма как средства социальной работы в контексте развития PR-отношений.

Изложение основного материала. Смысловая нагрузка сообщения возникает в интерпретации текста соответственно характеру мировоззрения. Разорванность или целостность, точечность или панорамность, голографичность мировоззрения, соотношение общественного сознания и коллективного бессознательного, социальной психологии и идеологии непосредственно отражается в закономерности / случайности как прогнозируемой, так и спонтанной, что может заметно усиливать / ослабевать информационное воздействие [1–7]. Содержание, методология, ресурсные базы и характеристики PR / GR тесно связаны с общей трансформацией как социально-политических, так и технико-технологических условий. В частности, пропаганда предполагает намеренное регулярное лингвистическое искажение смыслов; «поломки языка» используются для «изменения смысла текстов» и мировоззренческих трансформаций. Именно нравственные стержни через традиции, устои, обычаи создают, организуют и оберегают общество и его экономику. Смыслы жизнедеятельности, человеческой и культурно-цивилизационных миров, определяют направленность, темпы, формы и очередность трансформации их конкретных характеристик, но сами проявляют себя как сторона ценностного восприятия окружающего мира. Жизнедеятельность культурно-цивилизационных миров интегрирует образное восприятие социокультурной постистории (где можно использовать и реактуализировать образы из самых разнообразных эпох) и предыстории (когда ничего не предreshено, могут победить самые противоречивые формы). Переход к принципам постсовременности, к логике свободы является и отказом от единственности любого базиса развития, возможностью соединения отдельных черт миров в новую целостность и обеспечения соразвития, что, с одной стороны, требует отвыкать стремиться к однообразию решений и видеть в ином заведомо враждебное, а с другой, – именно боязнь разнообразия превращает в угрозу окружающим. Соборность характеризует состояние общества, в котором доверяют друг другу, а не идёт вечная война каждого против всех.

Между тем оценка реального происходит в сравнении его с идеальным. Идеалы общественных справедливости, свободы и равенства преломляются сквозь представления каждого культурно-цивилизационного мира, сконцентрированные в его базовых ценностно-смысловых комплексах. Баланс реализма и символики в тексте чутко отражает как общемировые процессы, так и динамику событий внутри культурно-цивилизационного мира, продолжая оставаться важнейшим ресурсом социально-политической идентификации / самоидентификации. Тенденции постглобализма повышают роль языковых особенностей в восприятии и интерпретации происходящего [8–12]. Появление «новых медиа», «смайликовой» культуры, возможности получать и оценивать информацию с позиций различных смысловых платформ обеспечивает расширение диапазона и комбинаций участия в событиях культуры, что существенно изменяет соотношение социализации / аккумуляции и индивидуализации освоения социокультурного пространства. Вместе с тем карнавальность – это и средство радикализации настроений и действий толпы, повышения истеричности реакций (так, к примеру, библейские и античные сюжеты активно эксплуатировались для оправдания поступков

во времена британской и французской революций). Соответственно, важно не только что преподнесут, но и кто и как. Движение коммуникации от модели «один к одному» (классический вариант) к «один ко многим» (масс медиа) и «многие со многими» (новые медиа) дополняется переходом от внетекстовых форм общения в первобытном обществе (на скальные рисунки, пещерные изображения и проч.) к устным текстам, текстам письменным, радио- и телеобращениям, а также интернет-общению – с возвратом к «смайликовым» (опять внетекстовым) формам. Вместе с тем, если постмодерные ресурсы коммуникации предоставляют мощный уравнивающий ресурс, то существенно дифференцирует возможность доступа к ним. Притом видимость повсеместного доминирования демократических форм и процедур усиливает внимание не только к индивидуальной, но и к социальной психологии воздействия для создания и поддержания вектора толпо-элитарных подвижек.

Обесечение растущего поля доминирования гуманизма, толерантности, политкорректности, права человека на собственное мнение, свободу слова и т.п. выступает насущной задачей развития Public Relations. На данный же момент, с одной стороны, в глобальном масштабе накоплена достаточная материально-техническая база как удовлетворения потребностей, так и воспроизводства ойкумены, с другой, – техногенное воздействие на окружающую среду и само человечество стало критичным. Одновременно массово воспроизводятся модели альтернативного образа жизни, усиливается значение непроизводственного измерения жизнедеятельности (прежде всего, учения и игры). Хозяйственные признаки нового этапа развития проявляются, например, в формировании беспрецедентной структуры потребления, когда в качестве основных предметов спроса всё чаще выступает «духовная пицца» и информация, а также средства их доставки, обработки и анализа. В экономической структуре приоритетное значение приобретает сфера услуг (в частности, информационных), а также индустрия досуга.

Личность развивается на осях как интеллекта, так и эмоционально-художественного восприятия, на основе базовых ценностно-смысловых комплексов культурно-цивилизационного мира: как своего, так и доминирующего. Люди, как правило, не видят того, чего не ожидают увидеть. Социально важной информация становится при соответствии социокультурной памяти, укоренении базовыми ценностно-смысловыми комплексами культурно-цивилизационного мира. Защищающие ойкумену свойства эпохи определяют направления уязвимости. Нужда, жизненно критичная потребность – ключ; неотложная необходимость – цель, рождающая средства. Время порождает и кризис, и ресурсы его преодоления. Эффективное убеждение может дать больше, чем принуждение. Не всегда лучшая ложь – это часть правды или полуправда, приправленная вымыслом. Иногда самая лучшая ложь – та, что слишком нелепа, чтобы быть принятой за ложь. То, что лишь выглядит как случайное, может быть как раз имманентным эпохе. Наступает новая эпоха – и прежняя уходит в легенды, из которых вырастают сказки, меняющие свои черты с возвращением породившей их эпохи – но уже в новых формах. Прежние барьеры слабеют, поддаются, старые стены разрушаются и распадаются. На макроуровне специфика информационного взаимодействия социальных систем и несистемных социальных целостностей формируется через призму соотношения национальных государств и надгосударственных объединений. Именно надиндивидуальные, надэгоистичные и другие трансцендентные факторы часто оказываются решающими на макро- и микроуровне. Это требует перейти в исследовании информационных взаимодействий от абстрактно-упрощенной схемы «человека экономического» в гораздо более полной и богатой концепции «человека творческого», что позволяет изучать информационные отношения на основе социокультурных стилистики, исторической памяти, традиций народа. Этнос часто выступает как самостоятельная и недробимая далее социокультурная величина

на с собственной волей, задачами, привычками. В наличии – воплощение в системе информационных взаимодействий идеальной, надиндивидуального понимания человека и общества. Под иллюзией же верховенства потребительских интересов каждого легко заметна жёсткая и предельно отчужденная воля «техноструктуры», которая пытается задать индивидам их потребительский (редуцированный к биологии) стереотип. А распад личности до уровня индивида, доминирование биологического над социальным, торжество звериных инстинктов – это, собственно, и есть деградация человека и этноса.

Усиление же «новых медиа», глобальность масштаба социальных проектов сочетается с индивидуализмом восприятия. Подключение ценностных игровых и образовательных иерархий позволяет опираться на детские комплексы восприятия образов, отторгая взрослые ряды логической аргументации. Даже базовые ценностно-смысловые комплексы культурно-цивилизационных миров преломляются сквозь сонмы глубоко индивидуальных призм жизнедеятельности людей, в сознании которых плавают образы из разных эпох и событийных узлов – их встраивание в определённую схему восприятия позволяет в рамках формирования основных установок подготовить почву для самоубеждения и доствраивания на этой основе остальных фрагментов мировоззрения. В этой ситуации положение иначемыслящих – важный симптом социокультурного состояния общества, особенно чувствительное для постсовременной среды. Обретение образом смысла, включение в социокультурное пространство становится осознанным личностным выбором, становлением как гражданственности, так и общественных отношений (социальности, социальной ткани, социокультурного капитала, etc.). Напротив, нисхождение до «культурной жвачки», культивирование социального инфантилизма – один из опаснейших рудиментов эгалитаризма. Простенькая культура обкрадывает смысл отношений, доступность вообще лишает смысла. Самое глубокое неравенство – неравенство талантов, прежде всего в создании смыслов, в восприятии и интерпретации. Тогда как языковой и культурный изоляционизм позволяет на время приостановить конкуренцию одарённости, подменив её делением на «своих» и «чужих». Однако само наличие общественной среды квазидемократических социально-политических образований, с одной стороны, позволяя им правящим и оппозиционным элитам за внешними формам скрывать совершенно отличное от них содержание, но с другой, делает их уязвимыми к воздействиям под лозунгами реализации декларируемых ценностей. В частности, актуальным оказывается качество геостратегического позиционирования: сохранение самоидентичности – или же превращение в псевдозападное общество.

В то же время для элиты, к примеру, необходимо находить, понимать и правильно применять символы, добросовестно трансформировать мир, его тенденции и процессы. В случае негативного алгоритма отбора элиты осуществляется противостоительная «селекция худших». Тогда де-факто члены элиты с высоким положением в обществе, конвертируемым в разные формы власти: идеологическую, экономическую, политическую, административную и т.д., – по своему образу мышления могут быть типичными «людьми толпы», хотя и занимающими «элитные» должности (возможно, и с элитарным образованием, проживанием и образом жизни). Толпа же – это всегда сборище людей с резко выраженным эмоциональным, иногда называемым «женский» типом мышлением. Соответственно, «человек толпы» полностью управляем, например, СМИ (прежде всего – посредством формирования и направления эмоций образами и символами). Элиты, к сожалению, тоже могут превратиться в разновидность «людей толпы»: процесс управления тогда приобретает иррациональные варианты. Превращение в «человека толпы» осуществляется под влиянием врожденных интеллектуальных качеств, системы образования, социальных факторов, но значительную роль может сыграть и направленная селекция качеств, в т.ч. деинтеллектуализм, совмещенный с безнравственно-

стью. Достаточно опасен и тот факт, что сегодня появился влиятельный слой «золотой молодежи» – наследников крупных состояний, члены которого не знают (часто – и не хотят знать) условий реальной жизни, а также строить свое «дело» в контексте усиления своего культурно-цивилизационного мира. Наоборот, симптоматично, что и в условиях реального социализма, например, существовала сложная система кадрового выдвижения и роста, когда доступ к трамплину вверх получали только те, кто имел дело с деятельностью трудового коллектива и проявил свою способность работать с людьми и управлять ими. Если общество предполагает решить проблему самовоспроизводства и, в частности, воссоздания систем власти, то обеспечение комплексной кадровой работы по созданию и продвижению элиты, в т.ч. на региональном уровне, является абсолютной необходимостью.

Противоречие родовых сил (прежде всего способностей и потребностей) развертывается в социальные конфликты. Если внутренняя характеристика сил – их рационально-эмоциональная определенность, то внешняя – единство вещественного содержания, форм вещественных и общественных. На материально-вещном уровне деятельность уже входит в сущность человека, является потребностью, но развитие той же потребности на социально-материальном уровне затрудняется закономерностями отчуждения, что мешает структурированию социальной сущности человека, придает ей внешний характер. При этом смысловые иерархии, заложенные в предметах духовной и материальной культуры, фиксируются и в языковой системе. Таким образом, общекультурные признаки становятся важнее генетических особенностей, предоставляющих задатки сущностных сил человека. По общему правилу, новый вид создается на границе популяции – там, где нужно бороться за выживание, конкурировать и меняться.

Итак, именно социокультурная общность как целое становится субъектом отбора вариантов и оценки социального поведения. Государство же должно не принуждать население, а обеспечивать наилучшие условия общественно приемлемого развития и реализации задатков за счёт формообразования и защиты традиций и устоев на основе ценностно-смысловых комплексов культурно-цивилизационных миров. При этом ресурсно-методологические базы пиара характеризуют знания и представления о методике осуществления (подготовки и проведения) PR-деятельности; будучи, в частности, всё в большей мере ориентированными на движение от жёсткого администрирования к осуществлению стимулирования желаемых изменений на базе мягких методов гибкой власти. Прогресс человечества трансформирует как общие свойства общества (в направлении «аграрное – индустриальное – постиндустриальное»), культуры (на генерализующем векторе «традиционная – модерная – постмодерная»), эффективных моделей социального управления («традиционное управление – рационально-бюрократическое – инновационно-синергетическое»), поведенческих типов («делай так, потому что и до тебя так делали», «делай так, потому что это рационально», «делай так, потому что это продуктивно») [13–21].

Соответственно, социокультурная динамика меняется и исторический тип менеджмента социальной работы в ракурсе использования PR-отношений. На конкретном этапе страны организованные в экономическом и политическом плане определённым образом достигают некоторых целей развития человека и своего народа в целом успешнее, чем прочие. Но время корректирует привычные представления. При усилении же мировых трансформаций постинформационного характера ценность своеобразных подходов, интерпретаций и мотивов каждого растёт. В нынешних хозяйственных условиях быть успешным глобальным конкурентом – значит, прежде всего, найти адекватную своим конкретным особенностям нишу. В любом случае, инверсионные явления неклассической трансформации позволяют более гармонично использовать имеющиеся иррациональ-

но-превращённые (иррационально-преобразованные) социально-экономические формы в процессе общественного регулирования, когда эффективность функционирования таких систем зависит от сбалансированности всех звеньев, своевременности и ритмичности их взаимодействия. Вместе с тем кризисность может восприниматься как толчок не к развитию, а к консервации и даже деградации, иницируя подчас попытки экономии на стимулах к творчеству. Так, после порывов высокого Модерна опять востребуются приметы традиции в виде религий, суеверий, мистицизма. Одновременно человечество порой утрачивает веру в информацию и разум. Что повышает значимость постглобальности в формировании гармоничных сочетаний эмоционального и рационального измерений общественной и индивидуальной жизни.

Выводы. Оценка реального происходит в сравнении его с идеальным. Идеалы общественных справедливости, свободы и равенства преломляются сквозь представления каждого культурно-цивилизационного мира, сконцентрированные в его базовых ценностно-смысловых комплексах. Баланс реализма и символики в тексте чутко отражает как общемировые процессы, так и динамику событий внутри культурно-цивилизационного мира, продолжая оставаться важнейшим ресурсом социально-политической идентификации / самоидентификации. Тенденции постглобализма повышают роль языковых особенностей в восприятии и интерпретации происходящего. Появление «новых медиа», «смайликовой» культуры, возможности получать и оценивать информацию с позиций различных смысловых платформ обеспечивает расширение диапазона и комбинаций участия в событиях культуры, что существенно изменяет соотношение социализации / аккультурации и индивидуализации освоения социокультурного пространства. Вместе с тем карнавальность – это и средство радикализации настроений и действий толпы, повышения истеричности реакций (так, к примеру, библейские и античные сюжеты активно эксплуатировались для оправдания поступков во времена британской и французской революций).

Таким образом, необходимость усиления регулятивных воздействий в медиапространстве на основе своих базовых ценностно-смысловых комплексов связывается как с общим постсовременным парадигмальным переходом от приоритета материального воспроизводства на том его уровне, который фиксируется наличием гонки сверхпотребительства («суперконсюмеризма»), формированием финансово-страховых «пузырей», крайней неравномерностью распределения преимуществ и недостатков общественной системы и проч., к акцентированию духовно-интеллектуального созидания, ментально-виртуальной сферы, наращивания пластов художественной и научной культуры, так и с комплексом мер при форсированных изменениях.

По нашему мнению, оптимизацию дальнейшего исследования в данном направлении можно ожидать, прежде всего, при осуществлении углублённого анализа возможностей менеджмента PR-отношений под воздействием формирования т.н. «умного общества» с «экономикой, основанной на знаниях».

Литература

1. Лосев А.Ф. Страсть к диалектике: литературные размышления философа / А.Ф. Лосев. – М.: Советский писатель, 1990. – 320 с.
2. Любичев А.А. Линии Демокрита и Платона в истории культуры / А.А. Любичев. – СПб.: Алетейя, 2005. – 255 с.
3. Горький и Леонид Андреев: Неизданная переписка / АН СССР. Ин-т мировой лит. им. А. М. Горького. – М.: Наука, 1965. – 630 с.
4. Абаев В.И. Избранные труды: Религия, фольклор, литература / В.И. Абаев. – Владикавказ: Ир, 1990. – 638 с.
5. Ильенков Э.В. Об эстетической природе фантазии / Э.В. Ильенков // Вопросы эстетики. – М.: Искусство, 1964. – Вып. 6. – С. 46–92.
6. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история / Ю.М. Лотман. – М.: Языки русской культуры, 1996. – 464 с.

7. Шедяков В.Є. Конкуренція смислів і протистояння стратегій соціально-інформаційних систем / В.Є. Шедяков // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. – 2013. – № 2(17). – С. 109–114.

8. Вакурова Н.В. Новые тенденции в журналистике в условиях политической и общественной нестабильности / Н.В. Вакурова // Вестник университета, издание ФГБОУ ВПО «Государственный университет управления». – 2013. – № 14. – С. 245–248.

9. Гончарова А.А. Социальные сети как инструмент манипуляции массовым сознанием / А.А. Гончарова // Personality Development In the Age of Globalization : Collection of scientific papers. – USA, Morrisville : Lulu Press, 2016. – P. 41–45.

10. Шедяков В.Е. Языковая толерантность в контексте постсовременного взаимодействия культурно-цивилизационных миров / В.Е. Шедяков // Языковая толерантность как фактор эффективности языковой политики : Матер. Междунар. научно-практ. конф. – Пермь, 2015. – С. 347–359.

11. Шедяков В.Е. Роль мифолекта как формы социолекта в развитии культурно-цивилизационного мира: потенциал и реалии / В.Е. Шедяков // Влияние суспільних наук на процес розвитку суспільства: можливе та реальне: Матер. Міжнар. наук.-практ. конф. – Київ, 2016. – С. 50–54.

12. Шедяков В.Е. Трансформации общественной жизни и язык науки / В.Е. Шедяков // Наукові пошуки у III тисячолітті: соціальний, правовий, економічний та гуманітарний виміри: Матер. Міжнар. наук.-практ. конф. – Кіровоград, 2016. – С. 172–174.

13. Бурлачук В.Ф. Символ и власть. Роль символических структур в построении картины социального мира / В.Ф. Бурлачук. – К. : ИС НАН Украины, 2002. – 266

14. Шедяков В.Е. Люди и символы / В.Е. Шедяков // Журналист. – 1998. – № 25. – С. 3.

15. Фадеева Т.М. Образ и символ : [универсальный язык символики в истории культуры: в 2 ч.] / Т.М. Фадеева. – М. : Новалис, 2004. – 254 с.

16. Копнина Г.А. Речевое манипулирование / Г.А. Копнина. – М. : Наука: Флинта, 2007. – 176 с.

17. Яковлев Д.В. Медіакратія – новий політичний клас / Д.В. Яковлев // Політологія, філософія, соціологія: контури міждисциплінарного перетину: Матер. II Міжнар. наук.-практ. конф. – Одеса, 2014. – С. 145–147.

18. Шедяков В.Є. Міфічно-символьні конструкції в здійсненні інформаційних впливів на основі ресурсної бази м'якої влади / В.Є. Шедяков // Гілея. – 2013. – № 72(5). – С. 781–787.

19. Шедяков В.Е. Оперирование образами в социокультурных обменах постсовременности / В.Е. Шедяков / Наукова дискусія: питання соціології, політології, філософії та історії: Матер. Міжнар. наук.-практ. конф. – Одеса, 2015. – С. 39–42.

20. Шедяков В.Е. Формирование умного общества и расширение оснований контрманипулятивных практик / В.Е. Шедяков // Час вибору: виклики інформаційної епохи / заг. ред. О.А. Івакіна, Д.В. Яковлева. – Одеса : Гельветика, 2016. – С. 196–216.

21. Пелагеша Н. Україна у смислових війнах постмодерну: трансформація української національної ідентичності в умовах глобалізації / Н. Пелагеша. – К. : НІСД, 2008. – 288 с.

Аннотация

Шедяков В. Е. Учёт языковой среды реализации смыслов в системе социальной работы как фактор совершенствования PR-отношений. – Статья.

Языковая среда гибко коррелирует с базовыми ценностно-смысловыми комплексами культурно-цивилизационного мира и выступает важным средством социально-политической идентификации / самоидентификации, а также интерпретации событий. Общемировые процессы индивидуализации восприятия и отбора предпочитаемой информации меняют требования к организации социальных отношений и повышают роль образа как идеального концентрирования реальности. Участие личности в разнообразных смысловых потоках предоставляет возможность конкурированию подходов и идей. Соответственно, для повышения уровня PR-отношений и качества менеджмента социальной работы требуется использование особенностей языковой среды и ее инструментария.

Ключевые слова: смысл, мировоззрение, интерпретация, сознание, PR.

Анотація

Шедяков В. Є. Урахування мовного середовища реалізації смислів у системі соціальної роботи як фактор вдосконалення PR-відносин. – Стаття.

Мовне середовище гнучко корелює з базовими ціннісно-смысловими комплексами культурно-цивілізаційного світу і виступає важливим засобом соціально-політичної ідентифікації / самоідентифікації, а також інтерпретації подій. Загальносвітові процеси індивідуалізації сприйняття і відбору інформації, що отримує перевагу споживача, змінюють вимоги до організації соціальних відносин і підвищують роль образу як ідеального концентрування реальності. Участь особистості в різноманітних смислових потоках надає можливість конкурування підходів та ідей. Відповідно, для підвищення рівня PR-відносин і якості менеджменту соціальної роботи потрібне використання особливостей мовного середовища і її інструментарію.

Ключові слова: сенс, світогляд, інтерпретація, свідомість, PR.

Summary

Shedyakov V. E. Language environment's taking into consideration of sense's realization in the system of social work as a factor in improving the PR-relations. – Article.

The language environment flexibility correlates with the basic value-sense complexes of cultural and civilization of the world and is an important means of social and political identification / self-identification, as well as the interpretation of events. The global processes of individualization of perception and selection of the preferred information are changing requirements for the organization of social relations and enhance the role of the image as the ideal concentration of reality. The individual's participation in a variety of sense's flows enables competing approaches and ideas. Accordingly, to increase the level of PR-relations and quality of management of social work it's necessary to use of the specialties of language environment and its tools.

Key words: sense, ideology, interpretation, consciousness, PR.