

УДК 323.2

А.В. Клименко

Донецкий национальный университет

E-mail: antalex@antalex.dn.ua

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ИСТОРИОГРАФИЯ ПРОБЛЕМАТИКИ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРИОРИТЕТЫ

Проведен обзор работ по проблематике исследований феномена политической коммуникации. Выделены приоритетные исследовательские направления современных разработок взаимодействия политики и средств массовой коммуникации.

Политика не существует вне конкретной политической деятельности и различных способов взаимодействия ее носителей, т.е. коммуникации. Концепт коммуникации, активно используемый в социальных исследованиях вот уже более полувека, позволяет раскрыть немало тайн политической жизни. Однако многие грани и параметры политической коммуникации все еще недостаточно изучены. В настоящее время приложение законов обращения информации к объяснению социальной коммуникации, по сути, равнозначно интерпретации последней как некой целостности. Между тем, в различных областях социальной жизни место и характер информационно-коммуникативных процессов отнюдь не одинаковы.

Концепт «политической коммуникации» описывает не универсальный, а уникальный тип коммуникативного процесса, которому присущи собственные источники информационных контактов, особый тип организации социальных взаимоотношений, специфические функциональные нагрузки в рамках общества, своя морфология, многократно опосредованный стиль общения макросоциальных групп и ряд других свойств. Анализ этих свойств политической коммуникации приводит к выводу, что, хотя содержание политических коммуникаций крайне разнородно, они все же обладают рядом параметров, позволяющих рассматривать их как вполне определенную совокупность явлений. Поэтому необходимо, чтобы применяемые в науке подходы были способны к отображению не просто каких-то оттенков, сторон и фрагментов этого комплекса социальных контактов, но, прежде всего, их природы и сущности.

Понятие социальной коммуникации является междисциплинарным. В его разработке участвуют разные науки: герменевтика, лингвистика, логика, психология, социология, философия, эстетика, но главную роль играет так называемая обобщающая метатеория социальной коммуникации, для которой это понятие является базовой научной категорией, служащей отправной точкой и основой для метатеоретического исследования. В зависимости от пространственно-временной среды различаются четыре типа коммуникации: материальная, генетическая, психическая, социальная. Три по-

следних образуют класс смысловой коммуникации. Социальная коммуникация – движение смыслов в социальном времени и пространстве. Смыслы, движущиеся от коммуниканта к реципиенту, представляют собой знания, умения, стимулы, эмоции. Социальная коммуникация, как правило, имеет материальную, чувственно воспринимаемую форму и духовное умопостигаемое содержание. Одним из специфических видов социальной коммуникации является коммуникация политическая.

Изучение политической коммуникации восходит, по меньшей мере, к Платону, но начало современным изысканиям положили исследования пропаганды периода первой мировой войны, проводившиеся после ее окончания. С тех пор много внимания уделялось изучению форм и объектов политической коммуникации, анализу средств передачи сообщений, их содержания, а также воздействия сообщений на их получателей. Весьма изощренным средством изучения коммуникации в исходной части коммуникативной цепи на стороне коммуникатора стал контент-анализ; средствами же изучения оказываемого сообщением воздействия служат обработка материалов обследований и метод интервью.

К числу авторов, разрабатывавших еще в 50-60-е гг. взгляд на политику как систему коммуникаций и информационных потоков, можно отнести Х. Арендт и К. Дойча. К. Дойч в широком контексте высказал мнение, что политическая коммуникация могла бы стать средоточием всей политологии; политические системы трактовались бы при этом как обширные коммуникационные сети [1]. В структурно-функциональных подходах такого рода обычно политическая коммуникация рассматривается как одна из главных функций политических систем.

К новейшим интерпретациям политической сферы можно отнести «коммуникативную» концепцию политики и также ее, так называемое, «постмодернистское» понимание. Последние наиболее известные теоретические построения, рассматривающие политическую сферу как мир коммуникаций и коммуникативных действий, связаны с разработками Ю. Хабермаса [2]. Ю. Хабермас отмечает, что политика отражается в системе коммуникативных действий, которые выступают в качестве цепочки опосредований, например, во взаимоотношениях между капитализмом и демократией, когда частная и публичная сферы общества сообщаются через такие механизмы этих каналов опосредования, как деньги и власть [3, с. 65].

В целом же современная литература, так или иначе затрагивающая тему политической коммуникации, может быть разделена на следующие категории:

а) прежде всего, пласт исследований по общим вопросам теории коммуникации [4];

б) довольно широко в научной литературе представлена тема социальной и массовой коммуникации [5-7];

в) наконец, отдельное направление исследований составляет проблематика общественного мнения и его взаимодействия с институтами публичной власти [8,9];

г) к сожалению, необходимо констатировать недостаточный исследовательский интерес непосредственно к самому феномену коммуникативных процессов в политике и в то же время гипертрофированное внимание к их технологическим аспектам.

Имеющиеся публикации – это:

- ◆ *теоретические разработки*. В рамках этой группы можно выделить исследования, касающиеся феноменологии политической коммуникации в обществе; герменевтики политических сообщений (содержание политической коммуникации, политический дискурс и его лингвистические аспекты, коммуникация и культура) [10-12];
- ◆ *прикладные исследования* – технологические аспекты политической коммуникации: СМК и политика, политическая коммуникация и выборы, информационно-коммуникативные технологии в политике и PR-деятельность, изучение структуры политкоммуникации отдельного государства и даже города [13-14].

То есть состояние научного изучения проблемы следует признать недостаточным. Указанные обстоятельства актуализируют комплексный системный дискурс феномена политической коммуникации, который соединил бы в себе традиционный политологический и философский подходы, дополняя их новыми аспектами рассмотрения избранной для исследования темы. Целью дальнейшей работы исследователей может быть разработка и многоаспектный системный анализ концепта политической коммуникации.

Сказанное обуславливает важность решения ряда исследовательских задач, важнейшими среди которых являются, по нашему мнению, следующие:

- ◆ выявление теоретических оснований концепции политической коммуникации как специфической разновидности социальной коммуникации;
- ◆ конвенциализация в исследовательской среде формулировок основных понятий, важных для анализа современной политической коммуникации;
- ◆ уточнение подходов к изучению и моделированию коммуникативных процессов в современном мире политике;
- ◆ исследование современных тенденций массовой коммуникации, значимых для политического процесса.

В ряду подходов, перспективных, прежде всего, в качестве теоретической основы решения определенного круга задач, следует, думается, выделить концепцию Маршалла Маклюэна и системно-кибернетический подход Карла Дойча. Особый интерес представляет концепция Маршалла Маклюэна. Пик популярности этого исследователя пришелся на 1960/70-е гг., и его взгляды вызвали неоднозначное отношение со стороны традиционной науки. Отличительной особенностью взглядов Маклюэна является то обстоятельство, что технологии коммуникации рассматриваются им в качестве решающего фактора процесса формирования той или иной социально-экономической системы. Говоря об относительной самостоятельности средств массовой коммуникации, Маклюэн подчеркивает тенденции все усиливающейся активной роли масс-медиа. Массовая коммуникация, по его мнению, как структурно оформившаяся сфера жизни современного общества, с одной стороны является его частью, а с другой – имеет над ним определенную власть.

Глобализация массовой коммуникации, предсказанная М. Мак-Люэном в конце XX века, выразилась в развитии всемирной компьютерной сети Интернет. Наличие возможности почти мгновенной связи с одновременным использованием визуального и аудиального канала, текстового и невербального сообщения качественно изменило общение. Появилось понятие *виртуальной коммуникации*. В каком-то смысле, сама сеть не является средством массовой информации, ее можно использовать и для межличностной, и для групповой коммуникации. В то же время, те возможности, которые она открывает именно для массовой коммуникации, свидетельствуют о начале новой эпохи в развитии коммуникативных систем [15, лекция 7].

В качестве методологической основы дальнейших исследований сферы политических коммуникаций широко используют разработки в области теории политической системы, связанные с «информационно-кибернетической моделью» американского политолога Карла Дойча. Он определяет политическую систему как сеть коммуникаций и информационных потоков. При этом именно правительство как субъект государственного управления мобилизует политическую систему путем регулирования информационных потоков и коммуникативных взаимодействий между системой и средой, а также отдельными блоками внутри самой системы [16].

Сегодня исследовательский интерес в сфере медиаэффектов переключается на новые проблемы, которые можно понимать как проблемы макроуровня. Для нас некоторые из этих вопросов представляют особый интерес, так как непосредственно связаны с процессом политической коммуникации. Речь, прежде всего, идет о таких взаимосвязанных явлениях как **формирование повестки дня** (agenda-setting) и **конструирование социальных проблем**.

При рассмотрении этих вопросов возникает некоторая переоценка важности отдельных научных положений. Для анализа массовой коммуникации становится более принципиальным не содержание сообщения, а то, о чем это сообщение. Как правило, **формирование повестки дня** рассматривают в контексте политических новостей. Новость сама по себе становится объектом борьбы, которая направлена на то, чтобы определить, что является общественно важным, а что не заслуживает такого внимания. Причем в данном случае борьбу нельзя понимать как рациональные практики, в том смысле, что агенты хорошо представляют себе, кому выгоден тот или иной информационный повод. Сегодня в этой борьбе начинают доминировать сами средства массовой информации, так как они имеют собственные представления на сей счет, которые тоже являются ставками в этой борьбе. По крайней мере, именно журналисты, репортеры, комментаторы хорошо «знают», что такое «новостное» сообщение. Следствием этой ситуации становится навязывание политикам определенных правил, с которыми приходится считаться. Собственно говоря, это и есть один из эффектов медиатизации политики. Более того, именно в этом контексте следует понимать власть прессы, а не в каком то другом смысле.

Процесс медиатизации политики характеризуется двумя чертами.

1. Первая выражается в том, что политике приходится все большая публичность, которая расширяет свою экспансию. Политики сдают один рубеж за другим. Например, частная сфера, становясь публичной, становится одновременно политической. Тот, кто пытается удерживаться в рамках ограниченной публичности, тут же начинает сдавать свои позиции в политической борьбе. Вообще правило, которое вывела Ноэль-Нойман, «тот, кто не находит своего мнения в массовой коммуникации, тот безмолвствует» [17], для политиков следует перефразировать: *тот, кто не присутствует в массовой коммуникации (или тот, кто не слишком публичен), того нет в поле политики*. Конечно, здесь несколько гиперболизирована роль массовой коммуникации в политическом процессе, так как политика вовсе не сводится к публичной политике (но публичная политика все время захватывает новые пространства корпоративной, «подковерной» борьбы). Однако, важно другое: отмеченные тенденции приобретают самостоятельный характер, что придает политическому процессу неуправляемый характер, по крайней мере, в том смысле, что *поле политики перестает быть самодостаточным и самовоспроизводящимся по внутренним правилам*.

2. Вторая черта медиатизации политики заключается в том, что политический язык все в большей степени редуцируется к обыденному языку. Современные правила телевидения, которые задают тон и всему информационному процессу, определяются калейдоскопичностью и сюжетной фрагментарностью. Для пространственных политических заявлений и коммента-

риев остается все меньше места. Политики вынуждены использовать максимально упрощенные и лаконичные конструкции, чтобы быть услышанным и понятым. Не удивительно, что политконсультанты часто советуют своим клиентам говорить на публике (сейчас это значит в присутствии СМИ) таким образом, чтобы ни одна фраза не могла быть вырвана из контекста во вред политику. Для этого следует в каждом предложении выражать самодостаточный непротиворечивый смысл, что на практике удается не всегда [18].

В условиях постсоветского политического процесса медиатизация сочетается и с противоположным по направленности, но имеющим, на наш взгляд, общую природу, *процессом политизации медиа*. Это выражается в том, что некоторые СМИ вовлекаются в политический процесс, замещая собой реальных политических акторов. Это происходит по нескольким причинам.

Прежде всего, среди прочих следует выделить такую причину, как слабость и зависимость отечественных СМИ. Свобода от опеки государства не привела к становлению системы прессы по американскому образцу. СМИ не приобрели экономическую независимость, в том смысле, что не оказались способны к функционированию за счет собственных доходов. Попутно следует заметить, что примеры, когда убыточность некоторых американских газет покрывалась сверхприбыльностью популярных изданий, остались в наших условиях только теорией. Об этом говорит опыт самых крупных отечественных медиахолдингов. Частные СМИ призванные участвовать в формировании гражданского общества или хотя бы гражданской общественности, в этих условиях взяли на себя совсем иные функции, которые во многом были навязаны им собственниками, а именно: участие в политической борьбе. Учитывая наличие символических средств для конструирования политической реальности, эта практика была эффективна только в одном направлении. Была сконструирована политическая позиция «свободы слова», которая на самом деле была абсолютно не релевантна сложившейся структуре поля политики. В конечном счете, это привело к выхолащиванию очень многих важных и полезных для нашего общества идей.

Нынешний этап в развитии системы СМИ носит противоречивый характер. С одной стороны, процесс становления независимых СМИ приостановился. С другой стороны, государство сейчас не способно реально контролировать прессу. Надо сказать, что это не под силу даже более стабильным западным государствам, что давно признается как на теоретическом, так и на практическом уровне. Сложившаяся амбивалентная ситуация не может продолжаться бесконечно. Во многом на развитие ситуации могут повлиять очередные выборы, когда понадобятся информационные ресурсы

как сторонникам, так и противникам различных моделей системы СМИ. Но в любом случае, сами СМИ будут принимать самое непосредственное участие в своей политической судьбе, в том числе в процессе конструирования социальных проблем, о чем будет сказано ниже.

Этот процесс является еще одним подтверждением автономности коммуникативного пространства и его влияния на политику и социальную сферу. **Конструирование социальных проблем** – это современная концепция в социологии массовой коммуникации, которая фактически отвергает существования объективных критериев значимости тех или иных вопросов для СМИ. Сторонники данного подхода рассматривают этот процесс как деятельность различных группировок, направленную на публичное признание определенной проблемы в качестве важной и значимой. Эта деятельность направлена на конечный результат, который предполагает, что СМИ рассматривают какую-то проблему в качестве актуальной, уделяют ей эфирное время и печатные площади. Борьба за признание этих социальных проблем носит ожесточенный характер, так как ресурсы публичного интереса крайне ограничены, а от того, будет признана проблема или нет, зависит очень многое для тех, кто ее пытается «проблематизировать». Оставляя в стороне социальные последствия подобного конструирования, остановимся на политических эффектах.

Самое важное и очевидное следствие принятия этой теории заключается в том, что дискуссия вокруг проблемы информирования избирателя (например, политологов Карминеса и Хакфельдта) приобретает несколько иной акцент. Она непосредственно связана с одной из теорий поведения избирателей – голосования по проблеме. О количестве таких людей говорить сложно, по этому поводу существуют противоречивые данные. После выхода классической для этой концепции книги Ная, Вербы и Петрокика (Nie, Verba, Petrocik) практически все признали сам факт существования таких избирателей. Но эта концепция фактически не учитывала то обстоятельство, что сами социальные проблемы конструируются в результате отнюдь не политической борьбы (при более глубоком изучении этого явления, возникает другое ощущение, что именно это и есть политическая борьба, а то, что мы наблюдаем с помощью СМИ есть симуляция). В этой игре политик может уйти на второй план, так как он не в состоянии самостоятельно решать, что есть социальная проблема. В то же время он также располагает ресурсами (а главное интересом) для участия в этой борьбе. В условиях СНГ показателен пример с проблемой Чечни. Неоднократно приходилось слышать, что именно данная проблема стала ключевой для последнего электорального цикла в России. Большинство сходятся в том, что она во многом предопределила успех Путина и «Единства». Но остается вопрос, как она стала «социальной проблемой», кто сделал ее таковой. Такие

крайние точки зрения как «кризис в Чечне был специально спровоцирован, это ПР-мероприятие» и «Чечня никак не связана с выборами» являются скорее демонстрацией политической позиции, нежели научными заключениями. Для того чтобы разобраться в этом, потребовалось бы проанализировать позиции и практики различных политиков, журналистов, правозащитников. Насколько известно этим, к сожалению, пока никто не занимался, да и эта задача во многом осложнена тем, что в отличие от публичной политики эта сфера крайне закрыта для стороннего наблюдателя, а анализ на основании тех же СМИ только затемняют картину. В любом случае признание проблемы является результирующей точкой некоторой символической борьбы, которая превращается в исходную точку уже политической публичной борьбы. И эти состояния взаимообратимы и взаимозависимы.

Проведенный в работе обзор исследовательских усилий в разработке проблем политической коммуникации при его некоторой незавершенности все же позволяет сделать ряд выводов и обобщений.

Наиболее устоявшимся в науке является макрополитическое определение политической коммуникации как совокупности коммуникативных процессов (т.е. процессов передачи смыслов) между элементами политической системы, между политической и социальной системами, а также между элементами социальной системы по поводу политики и на специфические политические темы.

По мере развития теории политической коммуникации круг научных разработок обогащался новыми методологическими подходами и моделями ее функционирования. В итоге научное сообщество продвинулось от понимания процесса политической коммуникации преимущественно как монолога, соответствующего бихевиористской схеме «стимул – реакция», к многовариантным схемам ее организации, не исключающим возможность диа- и полилога.

Одной из ведущих тенденций развития современных политических коммуникаций как на Западе, так и на постсоветском пространстве является процесс медиатизации политики, оборотной стороной которого выступают политизированные средства массовой коммуникации. Характерно, что медиатизация политики разворачивается по американскому сценарию с его акцентами на краткосрочности в информации, негативизме, персонализации и театрализации политической жизни. Это дает основание ряду политологов говорить о феномене «американизации политической коммуникации» в современном мире [19]. Естественным следствием указанного феномена является распространение в обществе политической отчужденности с ее характерными проявлениями – абсентеизмом, снижением доверия к основным политическим институтам – партиям и падением как специфической, так и диффузной поддержки к политической системе в целом.

В свою очередь, потеря политической системой поддержки в обществе и стремление снова ее обрести вынуждает систему более активно заниматься коммуникацией (тем, что называется PR). Она эффективна, очевидно, только при использовании структурных и культурных установок современной системы СМК, которые можно описать как триумф развлекательной индустрии, с преобладающим персонализмом, негативизмом, краткосрочностью и агонией долгосрочной аналитической политической информации. Использование этих принципов создает новые проблемы в политической системе. В краткосрочном периоде это представляется результативным, но в долгосрочном периоде подобная политика еще сильнее уменьшит поддержку.

Библиографический список

1. 26 основных понятий политического анализа // Полис. — 1993. — № 1. — С. 32. (Статьи из книги The Dictionary of Political Analysis. Jack C Piano, Robert E.Riggs, Helenah S.Robin. ABC — Clio, Santa Barbara (Calif., USA) — Oxford (Great Britain), 1982).
2. Хабермас Ю. Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма / Ю. Хабермас // Thesis. — 1993. — № 1. — Вып. 2. — С. 123–126.
3. Дегтярев А.А. Основы политической теории: Учеб. пособие / А.А. Дегтярев; Ин-т «Открытое об-во». — М.: Высш. шк., 1998. — 239 с.
4. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. — М.; К.: Рефл-бук-Ваклер, 2001. — 656 с.
5. Дмитриев А.В. Массовая коммуникация: пределы политического влияния / А.В. Дмитриев, В.В. Латынов. — М.: МНУЦ, 1999. — 110 с.
6. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: Учеб. пособие / А.В. Соколов. — СПб.: Изд-во В.А. Михайлова, 2002. — 460 с.
7. Терин В. Массовая коммуникация. Социо-культурные аспекты политического воздействия. Исследование опыта Запада / В. Терин. — М.: Изд-во Ин-та социологии РАН, 1999. — 170 с.
8. Гавра Д.П. Общественное мнение и власть: режимы и механизмы взаимодействия / Д.П. Гавра // Журнал социологии и социальной антропологии. — 1998. — Т. 1. — Вып. 4. — С. 15–21.
9. Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра: Пер. с фр. / П. Шампань / Пер. под ред. Н.Г. Осиповой. — М.: Socio-logos, 1997. — 317 с.
10. Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе / М.С. Вершинин. — СПб.: Изд-во В.А. Михайлова, 2001. — 253 с.
11. Соловьев А.И. Коммуникация и культура: противоречия поля политики / А.И. Соловьев // Полис. — 2002. — № 6. — С. 17–26.
12. Шейгал Е.И. Рефлексивы в политической коммуникации / Е.И. Шейгал // Теоретическая и прикладная лингвистика: Межвуз. сб. науч. тр. — Воронеж, 2002. — Вып. 3. — С. 27–30.
13. Гаджиев К.С. Средства массовой информации и политика / К.С. Гаджиев // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и методология. — 1995. — № 1. — С. 18–23.

14. Пугачев В.П. СМИ в современном политическом процессе / В.П. Пугачев // Вестн. МГУ. — Сер. 12. — 1995. — № 5. — С. 3–16.

15. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. пособие / В.Б. Кашкин. — Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. — 175 с. <http://kachkine.narod.ru/CommTheory/Intro/WebCommIntro.htm>

16. Грачев М.Н. Политическая коммуникация / М.Н. Грачев // Вестн. Российского ун-та дружбы народов. Серия: Политология. — 1999. — № 1. — С. 24–39.

17. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания / Э. Ноэль-Нойман. — М.: «Изд-во Инфра-М», 1996. — 351 с.

18. Авдиенко Д.А. Влияние в процессе политической коммуникации / Д.А. Авдиенко // Санкт-Петербургский политологический журнал. — 2001. — № 12. — Вып. 3. — С. 15–22.

19. Бламлер. Лекция «Кризис публичной коммуникации» («Crisis of Public Communication»), прочитанная во время стади-тура пресс-секретарей в Великобритании в 2002 г. // http://biblio.nscs.ru/Lecture_Blamler.html

Поступила в редакцию 29.10.2003 г.