**Лекция 8. Политические коммуникации. Сущность и особенности коммуникативных процессов в политической сфере. Сущность коммуникации как политического процесса**

Формирование и функционирование в сфере публичной власти разнообразных идеологий, чувств, ценностей, символов, доктрин, официальных норм и оппозиционных оценок и мнений различных акторов составляют особый политический процесс. Суть его заключается в том, что за счет передачи и обмена сообщениями политические субъекты сигнализируют о своем существовании различным контрагентам и устанавливают с ними необходимые контакты и связи, позволяющие им играть различные политические роли. В свою очередь целенаправленные контакты между людьми, обменивающимися и потребляющими разнообразные сведения, знания и сообщения, соединяют разные уровни политической системы, дают возможность институтам власти выполнять свои специфические функции по управлению государством и обществом.

В политике не все обращающиеся сведения равноценны для людей. В частности, те сведения, которые выбираются ими из потока разнообразных сведений для подготовки и принятия необходимых им решений в сфере государственной власти или исполнения функций, а также совершения сопутствующих действий, называются политической информацией. В этом смысле информация выступает и как предпосылка действий любого политического субъекта, и одновременно как его важнейший ресурс, позволяющий эффективно взаимодействовать в политической сфере ради достижения тех или иных своих целей. В результате наличия или отсутствия должной информации субъект может обрести или утратить власть, возможности влияния, реализации своих интересов в политической сфере. Таким образом, получение должной информации становится специфической целью любых субъектов, действующих в политике и заинтересованных во влиянии на власть.

Передача сообщений в любом государстве неизбежно предполагает использование определенных технических средств, поэтому информационные процессы неизбежно включают в себя соответствующие структурные компоненты. К ним относятся прежде всего технические каналы, по которым распространяется (транслируется) информация, а также те структуры, которые позволяют не только передавать и изымать, но и накапливать, контролировать, сохранять и беречь информацию.

В силу того, что люди по-разному воспринимают информацию, интерпретируя ее содержание на основе определенных правил, привычек, способов восприятия, в процессе обмена информацией принципиальное значение имеет способность субъекта осмысленно воспринимать сообщения. Данный аспект субъективированного восприятия, истолкования и усвоения информации именуется коммуникацией, или процессом установления осмысленных контактов между отправителями (коммуникаторами) и получателями (реципиентами) политической информации. Такое уточнение показывает, что не любая информация может породить соответствующую коммуникацию между политическими субъектами.

Иными словами, коммуникативные аспекты информационных связей показывают, что обмен сообщениями — это не безликий технический процесс, который может игнорировать особенности реципиентов как реальных участников политических отношений. На практике многие решения даже на вершинах государственной власти могут приниматься не в соответствии, а вопреки получаемой информации, под влиянием чувств политических руководителей. Поэтому полученная информация является лишь предпосылкой, но не фактором политических действий.

Итак, можно утверждать, что с точки зрения потребления и обмена людьми разнообразными сведениями в сфере публичной власти все институты и механизмы власти являются не чем иным, как средствами переработки информационных потоков и относительно самостоятельными структурами на информационном рынке. Причем эффективность их деятельности непосредственно зависит от их способностей к упорядочению информации и налаживанию осмысленных контактов с другими субъектами. В то же время и сами политические субъекты меняют свой облик, представая в качестве разнообразных носителей информации.

Таким образом, рассматривая политику с точки зрения информационно-коммуникативных связей, мы понимаем ее в качестве такого социального целого, структуры и институты которого предназначены для выработки, получения и переработки информации, обусловливающей осуществление политическими субъектами своих разнообразных ролей и функций. С точки же зрения роли технических компонентов в информационных обменах, политику можно представить как социо-технологическую структуру, чьи институты ориентируются на целенаправленную передачу, обмен и защиту информации.

**1.2. Теории политической коммуникации**

Впервые политическую систему как информационно-коммуникативную систему представил К. Дойч. В то же время заявленный им подход впоследствии получил двоякое теоретическое продолжение. Так, Ю. Хабермас делал акцент на коммуникативных действиях и соответствующих элементах политики (ценностях, нормах, обучающих действиях), представляя их в качестве основы социального и политического порядка. В противоположность этому немецкий ученый Г. Шельски сформулировал идею «технического государства» (1965), выдвинув на первый план не социальные, а технические аспекты политической организации власти.

В соответствии с этим подходом государство должно лишь в малой степени следовать воле и интересам отдельных граждан и групп. В качестве же одновременно и ориентира, и средства деятельности должна рассматриваться логика современной техники, ее требования, имеющие императивный характер. «Власть аппаратуры», повышение эффективности использования техники превращают государство и всю политику в целом в инструмент рационального и безошибочного регулирования всех социальных отношений. Впоследствии в развитие этих взглядов и в обоснование возникновения «информационного общества» ряд ученых (Д. Мичн, Р. Джонсон) предложили гиперрационалистские трактовки политических коммуникаций, отводя компьютерной технике решающую роль в победе над социальными болезнями (голодом, страхом, политическими распрями).

Современный опыт развития политических систем действительно продемонстрировал определенные тенденции к возрастанию роли технико-информационных средств в организации политической жизни, прежде всего в индустриально развитых государствах. Особенно это касается появления дополнительных технических возможностей для проведения голосований (в частности, электронных систем интерактивной связи), повышения роли и значения СМИ в политическом процессе, разрушения многих прежних иерархических связей в государственном управлении, усиления автономности низовых структур управления в государстве и т.д. Однако это только предпосылки, расширяющие возможности институтов и субъектов власти для маневра, поскольку не устраняют ведущей роли политических интересов групп, конфликтов и противоречий между ними.

**1.3. Структура политической коммуникации**

Наличие разнообразных целей и методов, структур и участников политических процессов, а также других параметров решения конкретных задач в сфере государственной власти обусловливает сложную, многомерную структуру информационно-коммуникативного обмена между людьми. В основе любых информационных процессов лежит линейная структура коммуникации, анализ которой позволяет выделить ее наиболее значимые принципиальные аспекты, присущие любой системе и процессу обмена информацией. По мнению Г. Лассуэлла, выделение основополагающих компонентов такой структуры предполагает ответ на вопросы: кто говорит? что говорит? по какому каналу? кому? с каким эффектом?

Иная, более сложная структура информационно-коммуникативных процессов предполагает учет их различных уровней. Так, канадский ученый Дж. Томсон предлагает различать семантический, технический и инфлуентальный (англ, influence — влияние) уровни информационно-коммуникативных связей. Данные уровни позволяют вычленить наиболее существенные и качественно отличающиеся компоненты информационно-коммуникативных процессов, которые, с одной стороны, обеспечивают самое их существование, а с другой — определяют условия эффективного взаимодействия политических субъектов с их информационными партнерами.

Так, семантический уровень раскрывает зависимость процессов передачи информации и возникновения коммуникации между субъектами от употребляемых знаково-языковых форм. Иными словами, с этой точки зрения во внимание принимается способность используемых людьми языковых средств (знаков, символов, изображений), которые сохраняют или препятствуют сохранению смысла и значения передаваемых сигналов и сообщений и обеспечивают их адекватную интерпретацию реципиентами. В этом смысле принимаются в расчет как вербальные (словесные), так и невербальные (жесты, мимика, движение тела, диапазон речи, смех, язык этикета и т.д.) средства передачи информации, которые используются разнообразными политическими субъектами.

Государство, его официальные структуры должны использовать такие языковые формы, которые сглаживали бы противоречия между специализированными и неспециализированными потребителями правительственной информации. Эти формализованные тексты должны содержать в себе языковые формы, облегчающие точное усвоение их смысла населением. Так, в своих выступлениях руководители обязаны использовать определенные просторечия, слэнговые и другие формы, усиливающие семантическую близость языка управляющих и управляемых. Поэтому государственная информация должна быть многоязычной, лингвистически многообразной и при этом семантически целостной.

Важную роль при осуществлении информационных отношений в политике играют и находящиеся в распоряжении субъектов технические средства, что заставляет говорить о техническом уровне информационно-коммуникационных процессов. С данной точки зрения информационная деятельность политических субъектов рассматривается как функционирование специальных организационных структур, кадровых центров, банков данных, сетей и технологий хранения и передачи информации. Значение и роль всех этих технических инструментов коммуникации определяется тем, насколько они способны без каких-либо изменений, своевременно и в нужное место передать то или иное сообщение.

Важность наличия технических каналов для организации информационных контактов показывает, что государство как важнейший институт власти должно обладать необходимым количеством каналов для распространения официальной информации, в частности, как речевыми (брифингов, интервью руководителей и др.) или связанными с бумажными (бюллетени правительства, публикации в газетах и журналах), так и визуальными и электронными (каналы государственного телевидения, федеральные и региональные системы связи и т.д.), позволяющими осуществлять бесперебойную коммуникацию со своими гражданами. Государство должно иметь возможность выбирать каналы (центральные или местные органы печати, радио или телеканалы и т.д.), наиболее эффективные для установления прямых связей с населением для распространения важных сообщений. При этом каналы информации должны уверенно работать как в обычном режиме, так и в условиях перегрузки, специфические средства связи необходимо использовать максимально гибко. В то же время технические возможности государства должны обязательно соответствовать средствам приема сообщений, которыми обладает население. В противном случае технико-информационные стандарты могут исключить определенную часть населения из диалога с государством. Вместе с тем государство должно постоянно совершенствовать средства защиты своих информационных сетей в целях охраны конфиденциальных сообщений от противников и конкурентов.

Третий, инфлуентальный уровень информационно-коммуникативной деятельности государства раскрывает степень влияния информации на человеческое сознание. Именно компоненты данного уровня информационно-коммуникативных связей и отношений характеризуют те условия, от которых зависит сила духовного воздействия на граждан предлагаемых государством или партиями целей, ценностей и идей. По сути дела на этом структурном уровне определяются источники, предпосылки и факторы эффективности вращающихся на информационном рынке идей и представлений.

Для повышения эффективности своей деятельности в этом направлении политические субъекты должны руководствоваться соображениями адресности подачи информации, учитывать особенности аудитории, которая имеет дело с теми или иными сообщениями. Формулируемые лозунги и призывы должны соответствовать условиям социальной среды, ориентироваться на действующие в групповом и массовом сознании традиции и обычаи, доминирующие стереотипы и привычки.

**1.4. Сущность и особенности массовых политических коммуникаций**

Первостепенное значение для политики имеют массовые информационно-коммуникационные процессы. На этом уровне организации информационных отношений прежде всего действуют политические агенты, специально подготовленные для взаимодействия с общественным мнением. Как правило, к ним относят: официальные институты государства (представленные их лидерами и руководителями, а также информационными отделами по связям с общественностью); государственные (национальные) средства массовой информации (СМИ); независимые и оппозиционные СМИ; корпоративные структуры (органы партий, общественных объединений, профессиональные политические рекламные агентства и др.); зарубежные СМИ.

Взаимодействие данных агентов в основном и формирует информационный рынок, на котором каждый из них осуществляет собственные политические стратегии, подчиненные достижению своих интересов в сфере власти. Все это разнообразие используемых политическими агентами приемов и способов информирования и налаживания коммуникаций со своими контрагентами можно в основном свести к двум типам действий в информационном пространстве: мобилизационным, включающим агитацию и пропаганду, и маркетинговым, представленным методами паблик рилейшнз, или PR, a также политической рекламой.

Эти способы информационного взаимодействия характеризуют крайне противоположные методы поведения субъектов в информационном пространстве. Так, агитация и пропаганда представляют собой способы информационного контроля за людьми и придания их политическим действиям строгой социальной направленности. Бельгийский ученый Г. Товерон считает, что пропаганда не предлагает людям возможности выбора, навязывает им определенные изменения мыслей, веры, поведения. По мысли Геббельса, пропагандистское воздействие является инструментом «социального контроля», подразумевающим не переубеждение людей, а привлечение сторонников и строгое обеспечение подчинения их действий. Схема такого информационного взаимодействия: «коммуникатор сказал — реципиент сделал». Классические примеры крайне одностороннего использования подобных методов информирования общественности дали тоталитарные режимы, следовавшие по пути обезличивания человека и огосударствления его сознания.

В принципе без использования агитационно-пропагандистских способов воздействия на общественное мнение не может обойтись ни одно государство, ни один политический субъект, заинтересованный в расширении социальной поддержки своих целей относительно власти. Однако использование данных форм поведения на информационном рынке неизменно несет в себе угрозу качественного видоизменения как информационных, так и коммуникативных процессов. Так, стремление к систематическому контролю за сознанием и поведением граждан неразрывно связано с постоянным манипулированием массовым сознанием, использованием нечестных трюков и прямого обмана населения, что неизбежно приводит к замене информации дезинформацией.

Такие же качественные изменения происходят и при налаживании коммуникаций власти с общественностью. Агитация и пропаганда нередко переходят границы свободной конкуренции за сознание человека, подменяя способы его идейного завоевания методами насильственного навязывания ему заранее запрограммированных оценок и отношений, психологического давления на его сознание, рассчитанного на неосознанное восприятие и усвоение им определенных целей и ценностей.

В противоположность таким приемам завоевания сознания человека, маркетинговые стратегии формируются в соответствии с отношениями спроса и предложения на информацию и направлены на то, чтобы необходимая субъекту информация в нужное время и в нужном месте оказалась в его распоряжении. Эти маркетинговые стратегии информирования нацелены на убеждение человека, а не на контроль за его сознанием, они скорее искушают, чем директивно предписывают те или иные идеи и формы поведения. Исторически сформировавшись в сфере бизнеса, где достоверность сведений и уважение партнеров все более становятся неотъемлемым условием поддержания деловых отношений и получения прибыли, данные стратегии ориентируются по преимуществу на обратную связь, диалог, честное и взаимоуважительное информирование политическими субъектами их контрагентов о своих целях и задачах.

Такая линия поведения на информационном рынке неразрывно связана с предварительным уяснением информационных потребностей человека и его доверительным информированием, что в конечном счете направлено на осознанный выбор им линии своего политического поведения. Подобные приемы используются преимущественно в странах с хорошо развитыми демократическими традициями или, к примеру, в странах, где к власти только-только пришли оппозиционные силы, вынужденные поначалу в большей степени опираться на моральные стимулы социального поведения населения и проводить более открытую политику, чем их предшественники.