**Политические коммуникации**

Пушкарева Г.В.

Политический менеджмент – как управление людьми в процессе политической деятельности – предполагает четкое знание особенностей возникающих между ними связей, взаимодействий, коммуникаций. Из теории и практики управления уже давно известно, что эффективность работы любого предприятия, учреждения зависит прежде всего от сложившейся коммуникационной системы, ее отлаженной и бесперебойной работы. По свидетельству американских исследователей, 73% американских, 63% английских и 85% японских руководителей считают коммуникации главным препятствием на пути достижения эффективности их организаций1.

Словом “коммуникация” обозначают обычно два явления социальной жизни: во-первых, межличностное общение, во-вторых, передачу информации. Эти два явления очень близки: общение людей – это всегда передача какой-то информации, а передача информации несмотря на совершенство технических систем имеет смысл лишь тогда, когда ее получателем является человек. Однако данное разделение неизбежно в силу различных методологических подходов, лежащих в основе изучения коммуникаций.

Парадигма первого подхода отражает субъективно-атомистическое видение реальности: человек как творец социального является основным объектом научного исследования, поэтому важнейшим становится то, как он ведет себя с другими людьми, как общается с ними, каким образом передает информацию другим, как воспринимает новое знание. Упрощенно изыскания сторонников этого подхода можно свести к всестороннему анализу особенностей передачи-информации по следующей схеме:



Парадигма второго подхода отражает объективистско-холистское видение реальности: предпочтительным направлением исследований здесь является изучение места и роли коммуникаций в жизни общества, выявление основных, имеющих значимость для социальных систем каналов передачи информации, анализ проблем информационного пространства и особенностей его формирования.

Политические коммуникации представляют собой особый вид социальных коммуникаций. Это, с одной стороны, та особая форма межличностного общения, которая возникает в ходе политической деятельности, а с другой – это тот процесс движения [c.45] информации, который обеспечивает воспроизводство политической жизни, политической системы, политики как особой сферы общества. Человек, стремящийся к тому, чтобы его голос был услышан власть имущими, и уж тем более человек, желающий добиться определенных успехов в политике, должен иметь хотя бы самое общее представление об особенностях и значении коммуникативных процессов в политической сфере.

Политику недаром называют искусством возможного, ибо индивид постоянно соизмеряет свои действия с позициями и интересами окружающих его людей. Наибольших успехов добивается тот, кто в состоянии уловить перемену настроения масс, изменение ориентации и устремлений своих соратников и партнеров, уязвимость позиции недругов. Все это становится возможным только на основе умелого использования в своих интересах коммуникационных связей и процессов. Мы остановимся только на двух проблемах. Во-первых, рассмотрим некоторые особенности технологии отбора информации, необходимой для принятия политических решений, и во-вторых, выделим основные каналы трансляции информации из политической сферы. Выбор этих проблем определяется их огромной значимостью для изучения механизмов принятия политических решений, для поиска путей совершенствования политического управления. Показательны в этом отношении прошедшие в мае 1994 г. в Государственной думе дебаты по поводу предложенного постановления “О создании телерадиослужбы Государственной думы, завершившиеся принятием указанного постановления. Борьба вокруг этого постановления показала то значение, которое придается как законодательной, так и исполнительной властью информации, праву владеть и распространять информацию. Не случайно 4 марта 1994 г. президент своим указом утвердил положение об Управлении информационного обеспечения администрации Президента Российской Федерации. Спустя некоторое время правительство утверждает уставы РИА “Новости”, ИТАР–ТАСС, провозглашая себя учредителем этих информационных агентств. Правительство вместе с президентом учредили и федеральную службу России по телевидению и радиовещанию.

Отметив значение информации для политики, рассмотрим более подробно некоторые механизмы поступления информации в политическую сферу.

Общество – это безграничный океан информации. Как отобрать из него то, что необходимо для принятия управленческих решений? Ни один политик, ни одна политическая структура не в состоянии впитать и обработать такое количество информации, поэтому вопрос может стоять только об отборе наиболее важной, существенной, злободневной. Так встает первая трудная проблема: по каким критериям осуществлять отбор информации. [c.46]

Политическая сфера очень сложна и, естественно, отбор информации будет прежде всего осуществляться в соответствии с решаемыми задачами, целями той или иной политической организации, политического лидера. Правоохранительные органы собирают информацию о правонарушениях, министерство финансов – о состоянии банковского дела, платежеспособности, системе денежного обращения и т.п. Партия, находящаяся в оппозиции, особый интерес проявит к негативным процессам в обществе, a правящая партия по крупицам будет собирать свидетельства своего успешного руководства.

Селекция информации имеет свои преимущества, т.к. позволяет охватить большой объем информации по отдельным отраслям. Специализация ведет также к развитию профессиональных навыков, умению отсеивать менее значимое, сопоставлять получаемую информацию, анализировать, обобщать, делать выводы, выявлять устойчивые тенденции. Вместе с тем, целенаправленный поиск информации неизбежно ведет к односторонности. Нужная потребителю информация вырывается из общего контекста и абсолютизируется. В итоге возникает недопонимание друг друга различными организациями, усиливается их конфронтация.

Возьмем, к примеру, Аграрную партию, занимающую важные позиции в Государственной думе. Выступления ее лидеров свидетельствуют о хорошем владении информацией о положении дел на селе, о проблемах, волнующих работников аграрного сектора. Именно эта информация лежит в основе требований, заявлений руководства партии. Но, будучи абсолютизированной, вырванной из общей канвы информации об экономическом состоянии общества, она неизбежно утрируется, порождает необоснованные притязания, которые, естественно, вызывают возмущение со стороны других социальных групп.

Источники, из которых черпается информация политическими деятелями, и ее характер крайне разнообразны: от мнения отдельного человека по какому-либо конкретному вопросу до аналитических обзоров по глобальным проблемам, подготовленных большими коллективами. При всей важности суждений простых людей политик в своих действиях опирается главным образом на следующие источники информации: справки, подготовленные аппаратными службами различных государственных и политических учреждений, обзоры, составленные научными институтами, социологическими группами, СМИ, непосредственное общение с коллегами, подчиненными, друзьями, знакомыми.

Каждый из перечисленных источников заслуживает специального рассмотрения, т.к. имеет свои особенности выработки информации, ее составления, кодирования и т.п. Здесь же подчеркнем только общезначимое. Во-первых, информация не может быть полностью деперсонализированной. Даже сухой статистический [c.47] отчет несет отпечаток особенностей человека, его составляющих, что проявляется в подборе цифр, фактов, в логических связях. Во-вторых, социальная информация всегда в той или иной степени затрагивает интересы людей. Индивид как конкретный носитель определенных специальных интересов неизбежно будет просеивать информацию через сито своих ценностей, что может отразиться в структуре предложений, расставленных акцентах, подобранных эпитетах. В-третьих, огромное значение имеет ролевая структура той личности, которая в данный момент является источником информации. Функциональная зависимость, взаимные ожидания, которые связывают источник и получателя информации, невольно сковывают обе стороны. Информация приобретает заданный, вполне определенный, как бы запрограммированный характер. Как хорошая жена не докучает мужу разговорами на неприятную тему, так и услужливый советник, помощник или социолог поставляет именно ту информацию, которую хотел бы услышать политический лидер.

Таким образом, в движении информации уже на ступени ее формирования может произойти сбой в работе. Будучи источником социальной информации, человек неизбежно преломляет ее через призму своих личностных качеств, интеллектуальных способностей, идеологических симпатий, ценностных ориентации, ролевых установок и ожиданий. Система кодирования не только не снимает возникающие погрешности, но может их усиливать. Затруднения в поиске адекватных терминов, выражении, неоднозначность слов, расплывчатость понятий – все это нередко становится трудно преодолимым препятствием на пути движения информации. Так, в нашей стране практически каждый считает себя сторонником демократических реформ. Однако выводы, сделанные на основе такой информации, могут быть глубоко ошибочными. Кодируя свои устремления, пожелания понятием “демократические реформы”, люди вкладывают в него самое различное содержание.

При декодировании расшифровка информации осуществляется, напротив, в соответствии с тем. смыслом, который вкладывает в это понятие получатель информации. Ситуация, допустимая, казалось бы, только в театре абсурда, когда два человека говорят об одном и том же и не понимают друг друга, складывается в политике, увы, нередко. И одной из причин этого является сбой в коммуникационном процессе.

Мы говорим о неосознанном, стихийно складывающемся взаимном непонимании. Но политика – это сфера столкновения различных интересов. Источник информации нередко бывает заинтересован в умалчивании части информации, а иногда и в сознательном ее искажении. Такие явления сплошь и рядом распространены в политике, и тогда складывается ситуация, описанная [c.48] главой администрации Архангельской области П. Балакшиным: “Правительство работает, используя данные, которые не отражают реального положения в регионах. Бюджет на первый квартал сверстан из липовых доходов. Многие наши предприятия с первого января стоят, а Минфин посчитал их работающими и заложил в доходную часть несуществующую прибыль. По этим подсчетам наша область должна получить 50 миллиардов рублей дохода от налога на добавленную стоимость. А мы если 30 миллиардов получим – так это прекрасно”2.

Политика – сфера, где решаются задачи, затрагивающие судьбы многих тысяч, миллионов людей, поэтому государственные и политические деятели вынуждены пользоваться обобщающими понятиями, абстрактными категориями, неоднозначно трактуемыми как различными научными школами, так и идеологическими доктринами. Этот фактор резко усиливает степень взаимного непонимания, двусмысленности, порождает недоверие. Например, декодирование понятия “легитимность” может быть следующим: 1) власть, действующая в соответствии с законом; 2) власть, опирающаяся на поддержку масс; 3) власть, отвечающая высшим идеалам человеческой цивилизации; 4) власть, соответствующая духу, культуре народа и т.д. В соответствии с тем, как расшифрует этот термин политик, будут определяться и его действия по укреплению легитимности власти.

Получатель информации – это конкретный политик, обладающий правом и ответственностью принимать политические решения. Его роль в коммуникационном процессе, на наш взгляд, является определяющей. Во-первых, учитывая множественность источников информации, политик сам выбирает те из них, которые ему кажутся наиболее полными, достоверными, заслуживающими внимания. Во-вторых, уменьшение погрешностей при декодировании информации напрямую зависит от интеллекта, образованности, кругозора, профессионализма получателя информации. В-третьих, только от политика зависит, сможет ли он освободить информацию от эмоциональной, идеологической оболочки, которая всегда прикрывает групповые и личные интересы источников политической информации.

Сила политика, его способность принимать решения, находящие поддержку у масс, уровень его влияния определяются количеством и качеством информации, которой он владеет. Информационная изоляция или самоизоляция ведут к превращению политика в марионетку, ибо информация, повторим, является одним из важнейших ресурсов власти. Создание разветвленной сети информационных центров, поставляющих политикам данные о состоянии экономики, правопорядка, о настроениях и политических [c.49] симпатиях населения и о многом другом, – крайне важное, но не единственное условие формирования политиком своего информационного пространства. Он должен также иметь представление об особенности самого коммуникационного процесса, опираться при отборе информации не только на собственную интуицию, но и на знания, наработанные наукой в этой области.

Если для политика, принимающего ответственное решение, важное значение имеет информация из внеполитической сферы, то для населения наибольший интерес представляет обратный поток информации. Исходящая из политической сферы информация позволяет людям судить об управленческих решениях, оценивать эффективность последних и их соответствие интересам различных социальных групп, формировать отношение к конкретным политикам, организациям, учреждениям, партиям.

В силу этой причины – непосредственной зависимости общественного мнения от получаемой информации – политики придают этому направлению движения информации, как правило, приоритетное значение. Еще Н. Макиавелли заметил: “Государь должен бдительно следить за тем, чтобы с языка не сорвалось слова, не исполненного пяти названных добродетелей. Пусть тем, кто видит его и слышит, он предстанет как само милосердие, верность, прямодушие, человечность и благочестие, особенно благочестие”3.

Великий флорентиец справедливо подметил, что оценка политика по результатам его деятельности формируется в массовом сознании не одномоментно и никогда не бывает однозначной, слишком разноречивы социальные интересы, скрещивающиеся в реальной жизни. Вот почему соответствующим образом препарированная информация всегда являлась важным подспорьем в укреплении позиций государственных деятелей. В современных условиях, когда судьба партийных и государственных лидеров во многом зависит от позиции избирателя, умение манипулировать массами стало такой же необходимостью, как и умение принимать серьезные управленческие решения. В конечном счете – политическое управление есть не что иное как искусство убеждения, искусство воздействия на те элементы мотивационной структуры личности, которые могут подвигнуть человека, большие группы людей на действия, обеспечивающие сохранение, развитие и процветание общества. Рассмотрим, какую роль в этом процессе играют информационные потоки, идущие из политической сферы.

Если представить политическую сферу как целостное образование, то в некоторой степени ее можно сравнить с человеком, который рассказывает о себе только то, что считает нужным, что, как ему кажется, может повлиять на формирование нужного, привлекательного образа в глазах окружающих. Различия в ожиданиях, связывающих человека с другими людьми, приводят к тому, [c.50] что перед каждым из них посредством дозирования, сегментарности информации он раскрывается с особой, непохожей стороны. Эта аналогия, при всей ее условности, позволяет уловить некоторые особенности коммуникационного процесса “политическая сфера – общество”.

Будучи источником, генератором политической информации (касающейся принятия политических решении, процесса их выработки, механизма внедрения и т.п.), политическая сфера распространяет эту информацию по нескольким основным каналам. Перечислим их:

1) Официальный. Регулирует движение информации от политических организаций, учреждений. Эта информация носит иституционализированный характер, она фиксирует принятие политических решений, доведение их содержания до сведения, граждан. Это могут быть государственные нормативные акты, приобретающие после опубликования силу закона; или официальные заявления, обращения, программы политических организаций, которые принимаются населением к сведению.

Официальная информация, даже если она облечена не в форму официального документа, а распространяется политическим лидером, всегда обезличена. Она отражает позицию институционализированной структуры – главы государства, правительства, партии и т.д. Вот почему восприятие официоза, доверие масс к этой информации напрямую зависит от уровня легитимности того или иного политического института. Чем выше оценивается массовым сознанием статус того или иного института, тем более убедительной будет казаться исходящая из него информация.

Официоз ориентирован всегда на разум человека, его язык сух, лишен эмоциональной окраски, он труден для непосредственного восприятия и требует напряжения ума. Поэтому круг получателей официальной информации всегда узок. Тексты законов, указов, распоряжений и официальных заявлений читаются, как правило, специалистами. Обыватель предпочитает краткий комментарий, краткое изложение, которые неизбежно будут нести на себе отпечаток личности комментатора или интерпретатора официального документа. Поэтому главным для политика становится умение донести официальную информацию до населения, используя другие каналы.

2) Персональный. Предназначен для передачи политической информации конкретными участниками политических событий, лидерами политических организаций и государственных органов и предполагающему выражение последними их собственного мнения, своей позиции, индивидуальных качеств. Это выступления политика перед аудиторией, в печати, на радио и телевидении, личные контакты с людьми. Назначение персонального канала – воздействие на наиболее чувствительные стороны человеческого [c.51] восприятия. Институционализированные структуры слишком абстрактны, малопонятны простому обывателю – он привык общаться с конкретными людьми и оценивать их именно по совершенным поступкам, сделанным заявлениям.

Представители старшего поколения помнят, какое сильное впечатление произвело на всех выступление по радио Сталина 3 июля 1941 года, начатое словами: “Братья и сестры!”. Ни одно обращение правительства к народу, публикуемое в печати или озвученное диктором, не может оказать такое же эмоциональное воздействие, как непосредственное выступление лидера государства.

С введением всеобщего избирательного права, когда судьба многих политиков напрямую связана с поддержкой избирателей, значение коммуникационного канала, связывающего политического деятеля с населением, резко возросло. В командах претендентов на самые высокие государственные посты появились специалисты по имиджу, консультирующие по вопросам, как произвести впечатление на публику, какие заготовить лозунги, как себя держать, что говорить в той или иной аудитории и т.д. Политическая реклама стала таким же обычным делом, как реклама шоколада или сока.

Вместе с тем следует отметить, что степень воздействия информации, передаваемой по этому каналу, не беспредельна. Много определяется отношением масс к тому или иному политическому деятелю. Недоверие, страх, безразличие, презрение, которые может вызвать политический лидер, порождает подчас реакцию, обратную той, на которую он рассчитывал, готовя свое выступление.

3) Опосредованный. Информация исходит не от собственно политических структур или политических и государственных деятелей, а от посредников, которыми могут быть СМИ, научно-исследовательские и социологические центры, иные свидетели и интерпретаторы политических событий. Этот канал информации является крайне важным, т.к. политики “заинтересованы в замалчивании ряда фактов, способных, с их точки зрения, отрицательно повлиять на общественное мнение. Приведем лишь один эпизод, иллюстрирующий данный тезис, из книги С. Амброза “Эйзенхауэр. Солдат и президент”. Только что избранный на пост президента Дж. Кеннеди хотел знать мнение Эйзенхауэра о том, стоит ли Соединенным Штатам поддерживать операции партизан на Кубе, если даже о такой поддержке станет известно широкой публике. Эйзенхауэр ответил “да”, такую поддержку необходимо будет оказывать, поскольку мы не можем допустить, чтобы нынешнее правительство оставалось у власти и дальше”. Он сказал Кеннеди, что члены Организации американских государств, которые на публике постоянно возражали против любой акции, направленной на устранение Кастро, в частных беседах очень просили Администрацию “сделать что-нибудь”4. Закрытость политической [c.52] информации, таким образом, единственно доступными для общественности делает сведения, добытые журналистами. Кстати, несколько дней спустя после приведенного выше разговора в “Нью-Йорк тайме” появилась заметка, где давалось описание подготовки боевиков из лагеря кубинских беженцев для свержения режима Кастро.

Массовый потребитель политической информации черпает свои знания прежде всего из теле– и радиопередач, газет и журналов. Поэтому коротко скажем о двух особенностях именно этого коммуникационного канала. Во-первых, информация, исходящая от журналиста, репортера, комментатора, не является первичной, она уже просеяна через сито его восприятия, ценностей и убеждений. Идеологические установки авторов комментариев, как правило, видны невооруженным глазом, и, если они совпадают с идеологическими установками слушателя или читателя, можно говорить о высокой степени доверия к информации со стороны ее получателя. Не случайно газеты разной идеологической направленности имеют собственную читательскую аудиторию.

Во-вторых, в условиях отсутствия государственной монополии на политическую информацию последняя неизменно приобретает налет сенсационности. Сенсация может быть реальной, т.е. действительно “имевшей место в политической жизни, но чаще она создается искусственно. Интерес СМИ к сенсации не самоцель, а средство выживания. Человек всегда сильнее реагирует на необычное, неожиданное. Концентрируя свое внимание на неординарном, он поощряет, в том числе и материально, развитие соответствующих источников информации. Желание учитывать психологию потребителя, информации нередко переходит в крайность, когда та или иная газета, телевизионная компания пытаются подстраиваться под “своего” читателя или зрителя, что неизменно сопровождается соответствующим препарированием политической информации.

Проблеме массовых коммуникаций посвящена обширная литература, и это не случайно. СМИ называют четвертой властью, владеющей умами и чувствами миллионов. Поэтому существует явная заинтересованность не только со стороны ученых в анализе механизма воздействия телевидения; радио на людей, но и со стороны политиков, бизнесменов, явно стремящихся к использованию этого канала в своих интересах.

4) Анонимный. Этот канал лишен достоверно известного источника информации. Основной его источник – слухи. В советский период развития нашего общества слухи были основным каналом циркуляции неофициальной политической информации. Но и в посткоммунистической России роль слухов не уменьшалась, только распространяться они стали в том числе и на страницах печати. В “Правде” даже появилась специальная рубрика “Ждем [c.53] опровержения”, где излагаются факты, исходящие от анонимных источников. Сенсацией стала публикация “Общей газетой” так называемой “Версии–1”, где анонимные авторы рассказывали о готовящемся заговоре против президента и даже называли его организаторов.

Отношение людей к слухам, конечно, неоднозначно, но запечатленный смысл в народной мудрости “нет дыма без огня” наглядно раскрывает доминирующий взгляд на роль этого коммуникационного канала. Слухи порождают сомнения, колебания, они создают эмоциональную напряженность, которая может стать благоприятной средой для развития самых неожиданных политических действий. Спланированная “утечка информации” позволяет политикам не только прозондировать возможную реакцию населения на то или иное решение, но и соответствующим образом подготовить к нему общественное мнение.

Мы показали специфику основных информационных каналов, связывающих политику и общество. При этом следует учитывать, что работают они одновременно, как бы дополняя друг друга, усиливая тем самым информационное воздействие на массы. Они являются проводниками политических знаний, ценностей, норм. Как бесчисленные нити, связывают они политическую сферу с душой и разумом каждого человека, но не являются нервами управления, запрограммированными на передачу импульса, вызывающего вполне определенную реакцию организма. Автономность личности, сложная структура ее мотивации не позволяют однозначно предсказать поведение человека, затронутого информационным полем политики. Следовательно, изучение движения информации в обществе и политике должно быть неразрывно связано с изучением особенностей ее восприятия человеком. [c.54]

**Список литературы**

1 Мескон М.X., Альберт М., Xедоури Ф. Основы менеджмента. – М., 1992. С. 166.

2 Известия. 1994. 19 февраля

3 Макиавелли Н. Избранные произведения. – М., 1982. С. 312.

4 Амброз С. Эйзенхауэр. Солдат и президент. – М., 1993. С. 509.