

Секция «Политические науки»

Основные научные подходы к исследованию
информационно-коммуникационного воздействия в политическом
управлении

Щегловитов Алексей Евгеньевич

Аспирант

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет
политологии, Москва, Россия
E-mail: scheglovitov@mail.ru*

Политическая наука выявляет тесную взаимосвязь феноменов власти, управления, с одной стороны и информации, коммуникации, с другой. Различные научные подходы к данной проблеме возникли в рамках нескольких исследовательских направлений.

Наиболее интенсивно исследования коммуникационных процессов в политике стали проводиться, начиная со второй половины XX столетия. К примеру, рассмотрение проблем массовой коммуникации и информационного воздействия с позиций представителей Франкфуртской школы Т.Адорно и Г.Маркузе предполагало максимальную роль и влияние управляющих элит на массы с помощью коммуникации. Такая точка зрения легла в основу так называемого марксистского подхода в науке. Яркий представитель Франкфуртской школы Ю.Хабермас разработал концепцию об использовании приемов массовой коммуникации властными элитами на основе принципа историзма [2].

В противовес этому, П.Лазарсфельд стал основоположником позитивистского подхода, в рамках которого отстаивался основанный на эмпирических исследованиях тезис о минимальном эффекте при воздействии на массы с помощью средств коммуникации. В последствии позитивистами подчеркивался ограниченный характер влияния власти на общество с помощью средств массовой коммуникации.

При этом, важно отметить, что Г.Лассуэлл, У.Липпман, Д.Дьюи, П.Лазарсфельд, К.Ховланд в своих трудах стали утверждать, что влияние на массы в рамках политической коммуникации может быть весьма эффективным, при условии, что субъект умело владеет соответствующими методами воздействия.

Особо необходимо обратить внимание на линейную модель коммуникации, разработанную Г.Лассуэлом, в которой были отражены основные элементы коммуникативного процесса: коммуникатор, само сообщение, канал его передачи, аудитория и оценка эффективности. Данная модель предполагает, что коммуникатор всегда стремится повлиять на взгляды аудитории, а это превращает саму коммуникацию в процесс убеждения [4].

С развитием демократизации общества и формированием массового политического сознания методы воздействия в политическом управлении становятся все менее директивными и ориентируются больше не на принуждение, а на убеждение управляемого объекта. В связи с этим, на наш взгляд, модель Лассуэла можно рассматривать, прежде всего, в рамках анализа значимости коммуникативного воздействия в политическом управлении.

Управленческую суть коммуникативного процесса можно увидеть и в одной из функций, которую в своей модели Г.Лассуэл определил для коммуникации – это влияние на ценностные ориентации людей с целью поддержания общественного порядка.

Ко всему прочему, позитивист П.Лазерсфельд в своей концепции обращал внимание на то, что в процессе коммуникации передаваемая реципиенту информация попадает к нему не напрямую, а через авторитетных членов общества, которые по-своему способны интерпретировать полученное сообщение в процессе последующей межличностной коммуникации [5]. Таким образом, влияние информации ограничивается и опосредуется другими источниками идей, знаний и власти, что необходимо учитывать коммуникатору в процессе управленческого воздействия.

На формирование политических установок в процессе массовой коммуникации также обратил внимание У.Липпман, считая, что в процессе воздействия на аудиторию с помощью СМИ происходит непосредственное вырабатывание готовых представлений о власти и политических процессах [6].

По-своему трактовал роль информации в политической системе общества Ж.Бодрийяр, являвшийся последователем марксизма. Ученый исходил из тезиса о том, что в современную эпоху уже надстройка (элементом которой являются и средства массовой коммуникации) определяет базис, а потребности людей искусственно «подгоняются» под интересы политических элит с помощью медиа, и таким образом власть создает систему абсолютного культурного, экономического и политического контроля над обществом. Воздействие на массы, по Бодрийяру, происходит в виде управления языковыми сигналами – «симулякрами», которые стали инструментом социального контроля, с их помощью создается искусственная реальность, управляемая властью посредством установления полного контроля над СМИ [1].

Рассмотрение значимости информационно-коммуникационного воздействия в структуре политического управления является неполным, без анализа исследований Торонтской школы. По мнению Г.Инниса, для стиля политического управления в государстве определяющим фактором являются способы хранения и передачи информации. По типу средств массовой коммуникации, существующих в государстве на определенном историческом отрезке, можно судить о специфике всех общественных структур, включая властные. При этом властная элита не просто полностью контролирует средства коммуникационного воздействия, но и формируется в процессе борьбы за обладание этим контролем [3]. Другой приверженец макросоциологического подхода Инниса – Г.Маклюэн сравнивал структуру современного общества с «глобальной деревней», в которой постоянно совершенствующиеся средства коммуникации влияют на социум незаметно, но эффективно. Рассматривая средства коммуникации в качестве единственной власти, подчиняющей себе все процессы, Маклюэн при этом усматривал в них главный инструмент демократизации общества, разрушающих барьеры между элитой и массами [7].

Таким образом, следует заключить, что управленческое предназначение информации наиболее заметно отражается в политической сфере, выступая в качестве источника власти, механизма регулирования политических процессов, а также в виде продукта управленческого процесса. При этом средства коммуникации рассматриваются многими учеными как важнейший инструмент осуществления управленческого воздействия в политике.

Литература

1. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М.: Добросвет, 2000.

2. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Пер. с нем. под ред. Д.В. Складнева; послесл. Б.В. Маркова. – СПб.: Наука, 2000. – С 166.
3. Innis H. The Bias of Communication. – Toronto: University of Toronto Press, 2003.
4. Lasswell H.D. The Structure and Function of Communication in Society // The Process and Effects of Mass Communication. – Chicago, 1971.
5. Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People Choice. N.-Y.: Columbia University Press, 1948.
6. Lippman W. Public Opinion. N.-Y.: Harcourt Brace, 1966.
7. McLuhan M., Fiore Q. War and Peace in the Global Village. – N.Y.: Bantam, 1968.