

УДК: 070
ББК: 66.042

А.С. Юферева

МЕСТО И РОЛЬ ИНСТИТУТА СМИ В СИСТЕМЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В XX ВЕКЕ

Представлены результаты анализа подходов зарубежных (У. Липпман, Г. Ласуэлл и др.) и отечественных (Н.С. Бирюков, В.Ю. Боров и др.) авторов, в которых раскрывается значение института средств массовой информации в системе политической коммуникации. Автором выявлены основные принципы и направления анализа, в которых поставленная проблема осмысливается под разными углами.

Ключевые слова: *средства массовой информации, политическая коммуникация, пропаганда, агитация, информационное общество, технологический детерминизм.*

DOI 10.23683/1995-0640-2017-4-195-203

Юферева Анастасия Сергеевна – ассистент кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета.

E-mail: yufereva001@yandex.ru

Исторически политическая коммуникация существует издавна. Например, в начале XX в. в России политические партии вели непримиримую борьбу между собой с помощью периодической печати [Ахмадулин, 2001а,б; 2016]. Но первые попытки определения места и роли средств массовой информации в системе политической коммуникации стали прослеживаться в подходах зарубежных исследователей в двадцатом веке. Одной из предпосылок к изучению феномена СМИ выступило появление действительно массовых средств информации, которые обеспечили масштабное вовлечение аудитории в информационный процесс. Развитие системы средств массовой информации (в частности, появление радио в 1920-е годы) привело к усилению академического интереса к проблеме влияния сообщений СМИ на общественное сознание. В классических подходах особое внимание уделялось массовой политической коммуникации, так как в качестве главной технологии для передачи политических посланий выступали СМИ.

В настоящее время вопрос раскрытия значения средств массовой информации в системе политической коммуникации как никогда актуален. Для глубокого понимания нынешних тенденций развития средств массовой информации требуется обратиться к подходам, которые могут быть использованы для дальнейшего осмысления проблемы трансформации современных процессов в области масс-медиа.

© Юферева А.С., 2017.

Цель данной статьи заключается в том, чтобы раскрыть принципы и основные направления анализа места и роли средств массовой информации в системе политической коммуникации.

В двадцатом столетии одна из основных проблем, которая волновала исследователей теории массовой коммуникации, была связана с изучением «эффектов», которые возникают в результате влияния СМИ на общественное мнение. В результате в зарубежном обществознании сложились теоретические концепции, которые по-разному подходили к изучению «эффектов» СМИ: исследователей интересовал вопрос непосредственного и опосредованного воздействия политически значимых сообщений СМИ на аудиторию.

Становление концепции о неограниченном воздействии средств массовой информации на аудиторию относится к первой половине двадцатого века и основано на обобщении накопленного опыта в области применения технологий пропаганды и агитации в период Первой мировой войны.

Одним из первых, кто обратил внимание на абсолютное влияние СМИ на массы, стал У. Липпман. В работе «Общественное мнение» [Липпман, 2004] ученый отмечал, что общество отделено от реального мира псевдосредой, основу которой составляют стереотипы. В понимании Липпмана, стереотип – это упрощенное, заранее принятое представление, не вытекающее из собственного опыта [Капралова, 2013]. В формировании стереотипов участвуют средства массовой информации, которые, представляя собой активных интерпретаторов событий, разрушают «невидимую стену» между мнимым и настоящим.

Логика автора работы «Общественное мнение» укладывается в рамки исследований ученых Франкфуртской школы (М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Ю. Хабермас, Г. Маркузе и др.), которые продолжили отстаивать тезис об абсолютном влиянии средств массовой информации на общественное мнение.

Например, в работе «Диалектика Просвещения» М. Хоркхаймер и Т. Адорно подробно описали технологии манипулирования сознанием однородной аудитории посредством средств массовой информации. Формирование ложных представлений масс об окружающей действительности достигается за счет «фотографического воспроизведения» [Хоркхаймер, Адорно, 1997, с. 185], которое базируется на устойчивой идеологической платформе. Абсолютное влияние средств массовой информации приводит к тому, что люди становятся не способными к критическому осмыслению получаемых сообщений.

В дальнейшем произошло формирование концепций, в которых стало доказываться положение об опосредованном воздействии средств массовой информации на аудиторию (1940 – 1950).

Обратимся к результатам исследования П. Лазерсфельда [Lazersfeld, 1948] об опосредованном влиянии средств массовой информации на аудиторию. П. Лазерсфельд анализировал воздействие информационных и пропагандистских сообщений радио и телевидения на электоральное

поведение избирателей в преддверии президентской избирательной кампании в 1940 г. (Исследовательской группой под руководством П. Лазерсфельда с мая по октябрь 1940 г. было опрошено 600 жителей округа Эри (штат Огайо, США)). В ходе исследования П. Лазерсфельд пришел к выводу, что социальная роль средств массовой коммуникации, которая приписывается им только благодаря факту существования, сильно преувеличена [Науменко, 2013]. Данное обстоятельство послужило основанием для создания «двухступенчатой модели коммуникации». Согласно этой модели, влияние средств массовой информации на политические предпочтения аудитории опосредуется межличностной коммуникацией внутри первичных социальных групп (семья, друзья, коллеги по работе и т.п.) [Желтов, Желтов, 2011]. В процессе межличностного общения особая роль отведена «лидерам общественного мнения», которые после получения сообщений через средства массовой информации распространяли эти сообщения другим избирателям, предварительно дав им субъективную оценку.

Если в рамках теорий об опосредованном и непосредственном влиянии средств массовой информации на аудиторию изучению подлежали, прежде всего, эффекты, то параллельно (с середины двадцатого века) в исследовательском ракурсе оказывались более глубокие изменения структуры общества и, в частности, властных отношений под влиянием технологий коммуникаций. В целях раскрытия поставленного вопроса обратимся к рассмотрению данных направлений подробнее.

Первая группа исследователей (Г. Иннис, М. Маклюэн, Дж. Нэбитт и др.) основывается на позиции технологического детерминизма, согласно которой главным фактором общественного прогресса считаются новейшие технологии, которые провоцируют институциональные перемены, приводят к трансформации ранее устоявшихся принципов построения человеческих отношений.

Вклад в изучение вопросов влияния технологий коммуникации на общественно-политические отношения внёс Г. Иннис [Innis, 1959]. Согласно мнению исследователя, все технологии коммуникации делятся на два вида. Временные (time-biased) технологии характеризуются долговечным и прочным характером, а пространственные (space-biased) – легкостью в транспортировке и зачастую недолговечностью. Особенность общественно-политического строя определяется тем, на какую из технологий коммуникации установлена монополия. Середина двадцатого века Г. Иннис воспринимал как период доминирования технологий пространственного смещения. Преобладание мобильных и принципиально недолговечных технологий коммуникации – в особенности радио – обеспечивает развитие общества в одном измерении. Данное обстоятельство ставит под угрозу сохранение и передачу исторической памяти и обрекает социум на существование в перманентном настоящем, в котором любой исход событий зависит от текущего положения дел. При этом технологии коммуникации не наделялись абсолютной властью, поскольку сложившиеся в рамках одного государства

властные отношения были в состоянии раскрывать или ограничивать потенциал средств коммуникаций в отношении их влияния на развитие социума.

Если у Г. Инниса коммуникативные технологии преломляются через структуру властных отношений, то М. Маклюэн [McLuhan, 1967; 1989] игнорирует дистинкцию «властного» и «технологического», поскольку в его представлениях технологии коммуникации априори наделены властью, развиваются автономно и руководствуются внутренней логикой. По мнению М. Маклюэна, под влиянием новейшей технологии – телевидения – состояние мира переходит в стадию имплозии (направленный внутрь взрыв, «всхлопывание»), для которой характерно нивелирование государственных, национальных границ и образование новой политической, социальной, культурной инфраструктуры.

Технологический детерминизм, который сформировался вследствие растущего влияния научно-технического прогресса и признания высокой значимости технологий коммуникаций, нашел отражение в разнообразных концепциях «постиндустриального общества» (Д. Белл), «третьей волны» (Э. Тоффлер), «технотронного общества» (З. Бжезинский), «информационного общества» (М. Кастельс) и др. Несмотря на сохранение преемственности в следовании позиции технологического детерминизма, в рамках данных направлений присутствуют попытки представить технологии коммуникации во взаимосвязи с политическими, социальными и культурными факторами.

Новое видение формирующейся реальности постиндустриального общества представил Д. Белл [Белл, 2004]. В научных разработках теоретика фигурируют модели общественного производства, которые различаются в зависимости от принадлежности к тому или иному типу производства – доиндустриальный, индустриальный и постиндустриальный секторы. Основу последнего составляют информация, знания и технологии коммуникации, использование которых в человеческой деятельности приводит к образованию новых видов социальной организации общества. Ценность каждого из обозначенных компонентов увеличивается настолько интенсивными темпами, что у них есть все шансы превзойти традиционные ресурсы по степени значимости их влияния. При этом Белл отмечал, что информация, знания и технологии коммуникации находятся в постоянном взаимодействии друг с другом, при котором ни один из этих компонентов не может занять доминирующее положение, так как находятся они в отношениях взаимообусловленности.

Другая группа авторов (К. Мэрвин, Д. Маккензи, Дж. Ваджмэн и др.) работает в рамках культурно-технологических исследований. Согласно мнению сторонников данного направления, развитие технологий коммуникации определяется не имманентно присущими им свойствами, но теми значениями, которые приписываются им в процессе взаимодействия различных социальных групп.

Например, в исследовании «When old technologies were new» [Marvin, 1988] К. Мэрвин отмечает, что на протяжении длительной исто-

рии человечества появление новой технологии сопровождалось иллюзорными ожиданиями общества. Предвосхищая возможность улучшения уровня жизни, люди склонны переоценивать потенциал технологий коммуникаций, связывая с ними революционные изменения в политических, экономических или социальных процессах. Обращая внимание на данную тенденцию, К. Мэрвин предпринимает попытку расширить традиционное представление о технологиях коммуникации, природа которых исходит не столько от технологического, сколько от социального начала. В этом смысле следует смещение исследовательского акцента от технологий коммуникации к специфике взаимодействия между людьми. Проявляется это в следующей закономерности: если возможности технологий коммуникации не в состоянии удовлетворить потребности аудитории, то их сменяют новые технологии, которые могут трансформировать социальные привычки индивидов, приводить к созданию обширной сети социальных практик (в частности, речь идет о формировании в девятнадцатом веке нового класса специалистов – инженеров-электриков, потребность в которых была продиктована обществом и заключалась в поддержке и контроле над техникой).

Изучение данного направления позволяет сделать вывод, что конструирование каждого из элементов становится процессом сугубо социальным, зависящим от разнообразных, включая политические условия (принятие/непринятие политических решений, межличностное взаимодействие политических акторов и т.п.). С одной стороны, в рамках культурно-технологических исследований технологии рассматриваются во взаимосвязи с широким набором социальных факторов, пребывают в границах общественных отношений и лишаются статуса независимых конструкторов, оказывающих влияние на развитие общества. С другой стороны, столь крайняя позиция по отношению к неспособности технологий коммуникаций стать источником общественных трансформаций исключает из исследовательского фокуса другой немаловажный аспект, связанный с взаимообусловленностью технологического и социального.

Что касается традиции изучения средств массовой информации в отечественных работах, то в советский период идеологическое противостояние между капиталистической и социалистической системами оказывало сильное влияние на содержание научных трудов.

Несмотря на отсутствие в понятийном аппарате таких терминов, как «коммуникация», «массовая коммуникация», «политическая коммуникация» авторы описывали те процессы и явления, которые соотносились с ними и составляли их устойчивое содержательное основание. К таким процессам относятся пропаганда и агитация, которые удостоивались подробного рассмотрения советскими исследователями. Тем не менее, данное обстоятельство позволяет отменить сходный с работами зарубежных авторов аспект: в изучении особое внимание уделялось тому, каким образом институт СМИ осуществляет функцию политической коммуникации и какие при этом образуются «эффекты».

Показательны результаты социологического исследования общественного мнения, представленные в работе «Массовая информация в советском промышленном городе» [Грушин, 1980]. В рамках проекта группа социологов на протяжении семи лет (1967 – 1974 гг.) исследовала различные аспекты информационных процессов в городе Таганроге. Отдельное внимание посвящено изучению местной системы средств массовой информации, технологии пропаганды, особенностям включенности населения в процесс потребления массовой информации и многое другое.

Несмотря на ограничения в использовании понятий буржуазного наследия, отношение к средствам массовой информации не было однозначным и определялось в большей степени политической обстановкой СССР, изменение которой оказывало значительное влияние на контекст, в рамках которого СМИ были призваны достигать разных целей. Если на протяжении длительного времени предметом советских трудов было исключительно деструктивное воздействие буржуазных средств массовой информации как института политической коммуникации (см. работы В. Шандра, Ю.М. Власова, Э. Багирова и др.), то впоследствии стали появляться исследования, в которых признавался положительный опыт капиталистических стран и предпринимались попытки теоретического осмысления СМИ.

Проанализируем содержание двух исследований, которые разделяет одно десятилетие и в которых проблематика средств массовой информации осмысливается под разными углами. При этом следует отметить, что весомым обоснованием для написания большинства работ о средствах массовой информации как технологии буржуазного наследия вплоть до начала 1990-х гг. оставалась фиксация идейного противоборства социалистической и капиталистической систем, в особенности – растущей изощренности империалистической пропаганды, что свидетельствует о сохранении очевидной преемственности марксистско-ленинской идеологии.

В работе «Буржуазное телевидение и его доктрины» [Бирюков, 1977] Н.С. Бирюков анализировал телевидение как эффективное идеологическое средство, которым располагал империализм. Показательным выводом в духе марксизма-ленинизма стало разоблачительное заключение Н.С. Бирюкова об искомой природе буржуазных средств массовой информации, которые, несмотря на мнимый коммерческий характер, продолжили оставаться неотъемлемой частью идеологического аппарата. «Монополистическая буржуазия, несмотря на стихию конкуренции, имевшую место в различных областях жизни капиталистических стран, как в отдельных случаях, так и в государственном масштабе, стремится осуществить регулирование деятельностью средств массовой информации» [Бирюков, 1977, с. 39].

Почти десятилетие спустя – в 1986 г. – вышла работа «Культура и массовая коммуникация» [Борев, Коваленко, 1986], в которой прослеживалась установка на прагматичность. Раскрытие В.Ю. Боровым

замысла империалистов по использованию института средств массовой информации в целях пропаганды буржуазных ценностей сочеталось с призывом обратить внимание на достижения культуры (помимо средств массовой информации) как на наиболее эффективный метод контрпропаганды. Выбор подобного ракурса означал определенное расширение предметного поля исследования, так как помимо конструктивной критики целей и угроз буржуазной пропаганды, следовало признание положительного опыта данной системы в апелляции ими к культурному наследию, что дало «возможность закамуфлировать политику господствующего класса под интересы всего общества, сделать влияние идей более направленными и постоянными» [Борев, Коваленко, 1986, с. 12].

Таким образом, на основании проведенного исследования сделаем ряд выводов.

В зарубежных исследованиях, посвященных анализу института СМИ в системе политической коммуникации, пристальное внимание уделялось «эффектам», которые появлялись в результате влияния средств массовой информации на общество. В рамках первого подхода изучаются непосредственные и опосредованные эффекты воздействия СМИ на аудиторию. В рамках второго подхода эффекты отличались долгосрочным характером и отражали степень воздействия технологий коммуникаций на формирование общественно-политической инфраструктуры.

Рассмотрение трудов советских авторов позволило раскрыть специфику их подходов к изучению феномена СМИ. На конструировании научного дискурса по данной проблеме преимущественно сказалось влияние политического контекста, в рамках которого осмысление СМИ отличалось крайне ограниченным характером. Низкая степень проработки теоретической и методологической базы по этой теме компенсировалась обращением к зарубежным источникам, что повлияло на понятийно-категориальный аппарат и общее содержание работ отечественных исследователей.

Литература

Ахмадулин Е.В. Пресса политических партий России начала XX века: издания консерваторов. Ростов н/Д.: ЗАО «Книга», 2001а. 138 с.

Ахмадулин Е.В. Пресса политических партий России начала XX века: издания либералов. Ростов н/Д.: Ростиздат, 2001б. 176 с.

Ахмадулин Е.В. Основы теории журналистики: учебник. М.: Изд-во Юрайт, 2016. 358 с.

Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 2004. 788 с.

Бирюков Н.С. Буржуазное телевидение и его доктрины. М.: Мысль, 1977. 277 с.

Борев В.Ю., Коваленко А.В. Культура и массовая коммуникация. М.: Наука, 1986. 496 с.

Грушин Б.А. (ред.) Массовая информация в советском промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования. М.: Политиздат, 1980. 446 с.

Желтов В.В., Желтов М.В. К вопросу об анализе электорального поведения [Электронный ресурс] // Вестн. Владивостокского гос. ун-та экономики и сервиса. 2011. № 3 (12). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-analize-elektoralnogo-povedeniya> (дата обращения 02.08.2017).

Каралова С.В. Прогресс информационно-компьютерных технологий и развитие интернета как факторы формирования общественного мнения [Электронный ресурс] // Историческая и социально-образовательная мысль. 2013. № 4 (20). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/progress-informatsionno-kompyuternyh-tehnologiy-i-razvitie-interneta-kak-factory-formirovaniya-obshchestvennogo-mneniya> (дата обращения 03.08.2017).

Липпман У. Общественное мнение. М.: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.

Науменко Т.В. Проблемы массовой коммуникации в зарубежных исследованиях XX века [Электронный ресурс] // Журнальный клуб Интелрос «CredoNew». 2013. № 2. URL: http://www.intelros.ru/readroom/credo_new/k2-2013/19217-problemy-massovoy-kommunikacii-v-zarubezhnyh-issledovaniyah-hh-veka.html (дата обращения 01.08.2017).

Тоффлер Э. Третья волна. М.: Изд-во АСТ, 1999. 784 с.

Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты. М.: Медиум; Ювента, 1997. 311 с.

Innis H.A. The Bias of Communication. Toronto, 1951. 218 p.

Lazersfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice. How the Voter Makes Up his Mind in a Presidential Campaign. N.Y., 1948. 198 p.

Marvin C. When Old Technologies Were New: Thinking about Electronic Communication in the Late Nineteenth Century. N. Y., Oxford, 1988. 240 p.

McLuhan M. Understanding Media: the Extension of Man. L., 1967. 381 p.

McLuhan M., Powers B.A. The Global Village: Transformations in World Life & Media in the 21st Century. Oxford, 1989. 220 p.

References

Akhmadulin E.V. *Pressa politicheskikh partiy Rossii nachala XX veka: izdaniya konservatorov*. Rostov n/D.: ZAO «Kniga». 2001a. 138 p.

Akhmadulin E.V. *Pressa politicheskikh partiy Rossii nachala XX veka: izdaniya liberalov*. Rostov n/D.: Rostizdat. 2001b. 176 p.

Akhmadulin E.V. *Osnovy teorii zhurnalistiki: uchebnik*. M.: Izd-vo Yurayt. 2016. 358 p.

Bell D. *Gryadushcheye postindustrialnoye obshchestvo: Opyit sotsialnogo prognozirovaniya*. Moscow, Academia, 2004. 788 p. (in Russian).

Biryukov N.S. *Burzhnaznoye televideniye i ego doktriny*. Moscow, Mysl', 1977. 277 p. (in Russian).

Borev V.Y., Kovalenko A.V. *Kultura i massovaya kommunikatsiya*. Moscow, Nauka, 1986. 496 p. (in Russian).

Grushin B.A. (red.) *Massovaya informatsiya v sovetskom promyshlennom gorode: Opyit kompleksnogo sotsiologicheskogo issledovaniya*. Moscow, Politizdat, 1980. 446 p. (in Russian).

Zhelto V.V., Zheltov M.V. K voprosu ob analize elektoralnogo povedeniya. *Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i servisa*. 2011.

№ 3 (12). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-analize-elektoralnogo-povedeniya> (accessed 02.08. 2017). (In Russian).

Karalova S.V. Progress informatsionno-kompyuternykh tekhnologiy i razvitiye interneta kak faktory formirovaniya obshchestvennogo mneniya. *Istoricheskaya i sotsialno-obrazovatel'naya mysl'*, 2013, no 4 (20). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/progress-informatsionno-kompyuternykh-tehnologiy-i-razvitiye-interneta-kak-faktory-formirovaniya-obshchestvennogo-mneniya> (accessed 03.08. 2017). (In Russian).

Lippman U. *Obshchestvennoye mneniye*. Moscow, In-t fonda «Obshchestvennoye mneniye», 2004. 384 p. (In Russian).

Naumenko T.V. Problemy massovoy kommunikatsii v zarubezhnykh issledovaniyakh XX veka. *Zhurnalnyy klub Intelros «Credo New»*. 2013, no 2. Available at: http://www.intelros.ru/readroom/credo_new/k2-2013/19217-problemy-massovoy-kommunikatsii-v-zarubezhnykh-issledovaniyakh-hh-veka.html (accessed 01.08. 2017). (In Russian).

Horkhaymer M., Adorno T. *Dialektika Prosveshcheniya. Filosofskiye fragmenty*. Moscow, Medium; Yuventa, 1997. 311 p. (in Russian).

Innis H.A. *The Bias of Communication*. Toronto, 1951. 218 p.

Lazersfeld P., Berelson B., Gaudet H. *The Peple Choice*. How the Voter Makes Up his Mind in a Presidential Campaign. N.Y., 1948. 198 p.

Marvin C. *When Old Technologies Were New: Thinking about Electronic Communication in the Late Nineteenth Century*. N. Y., Oxford, 1988. 240 p.

McLuhan M. *Understanding Media: the Extension of Man*. L., 1967. 381 p.

McLuhan M., Powers B.A. *The Global Village: Transformations in World Life & Media in the 21st Century*. Oxford, 1989. 220 p.

Toffler E. *Tretya volna*. Moscow, 1997. 784 p. (In Russian).

Anastasia S. Yufereva (Yekaterinburg, Russian Federation)

Place and Role of Mass Media Institution in the Context of the Political Communication System in the XXth Century

This article presents the results of the analysis of classical approaches of foreign scientists (U. Lippman, G. Laswell, etc.) and Russian scientists (N. Biryukov, V. Borev, etc.). The purpose is to determine the role of the mass media institution in context of the political communication system. In order to achieve this aim the information was gathered from books, monographs, scientific articles, etc. In this research the corresponding method was used to get reliable results. The method of historical analyses was implied to study the crucial stages of understanding the phenomenon of mass media in the context of the political communication system. In particular the author studies both foreign and national approaches to conduct an extensive analysis of this topic. The article describes as well the basic principles and areas of analysis, which allow to identify several areas in the understanding of the problem.

Key words: *mass media, political communication, propaganda, agitation, information society, technological determinism.*

Anastasia S. Yufereva – assistant of Integrated Marketing Communications and Branding dpt. Ural Federal University of the Russian first President B.N. Yeltsin. E-mail: yufereva001@yandex.ru