

Е.В. Осетрова

ПОЛЕ ВЛАСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ: СПОСОБЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ

В данном случае под властной коммуникацией понимается взаимодействие субъектов властных отношений в пространстве социума. Субъектами властной коммуникации являются: 1) власти, 2) население, 3) каналы массовой коммуникации. Последнюю, третью, составляющую необходимо выделить, так как два главных субъекта властной коммуникации - власти и население - получают сведения друг о друге в большинстве случаев не в прямом контакте, а опосредованно, извлекая информацию из СМИ, Интернета, наконец, из разговоров и слухов.

Коммуникативное взаимодействие между властями и населением осуществляется двумя основными способами.

Население и власти высокого уровня, персонифицированные в лице президента, министра, губернатора, мэра, депутата и т.п., могут взаимодействовать непосредственно, когда образ властного лица у населения и образ населения («народа») у властей формируются с помощью визуального и аудиовизуального речевого контакта и, таким образом, более или менее изоморфны действительности; назовем этот способ прямым взаимодействием.

Прямая коммуникация властного лица с населением происходит довольно редко. Ее можно наблюдать в ситуации «встреча с народом», которая часто моделируется политическими технологами в рамках предвыборной кампании либо в более продолжительной период формирования политического имиджа (публичного имени).

Известны два наиболее популярных сценария такого общения.

Первый из них базируется на законах бытовой сферы общения. Он симулирует *случайную встречу*, а затем разговор нескольких людей на улице или в других пространствах возможного коллективного диалога: в проходной

завода, при выходе из машины, на ступенях памятника и даже на кухне (вспомним беседы В. Путина с семьями морских офицеров после аварии подводной лодки «Курск» осенью 2000 г.). Обстоятельствами успешной реализации такого сценария служат несколько факторов. Перечислим наиболее важные: 1) хотя бы видимая спонтанность, взаимная активность участников - инициатором разговора является то властное лицо, то представитель населения; 2) кратковременность диалога - он не может быть продолжительным из-за своей «случайности» и малого знакомства общающихся; 3) злободневность темы; причем ее актуальность должна осознаваться как таковая прежде всего представителями населения.

Данный способ «естественного» общения с населением активно использовали М. Горбачев и Б. Ельцин. Он же был взят на вооружение политтехнологами В. Путина с самого начала его карьеры как первого политического лица государства.

Второй коммуникативный сценарий более традиционен и предполагает общение в собственно политической сфере по законам, сформированным еще при социалистическом режиме. Имеется в виду сценарий собраний коллектива: ему следовали и следуют многие публичные деятели. Подробно технологию его реализации в период предвыборной кампании на пост губернатора Красноярского края 1998 г. описывает В. Малышков: *Он [Лебедь] объездил весь край, 130 раз встретился с избирателями. Живого Лебеда увидели 130-150 тысяч человек. Лебедь демонстрирует потрясающую работоспособность и выносливость, предельную концентрацию - сказывается военный опыт <...> Успех бешеный. Лебедь харизматичен, убедителен, говорит именно то, чего от него ждут. Люди на встречах с ним забывают проходы в залах, висят гроздьями на балконах* [2. С. 96 и сл.; выделено мной. - Е.О.].

В отличие от сценария случайной встречи, на первом этапе собрания властное лицо предлагает аудитории монологический режим общения, то есть самопрезентируется в роли автора неких программных заявлений. Роль коллективного слушающего исполняют собравшиеся представители населения. В заключение возможны «вопросы из зала».

Поскольку собрание - пространство, заранее известное по параметрам места и времени, более тщательная продуманность данного сценария, по сравнению со «случайной встречей», очевидна. Готовится не только речь кандидата (*Во время скоростной гонки [при передвижении по краю] Лебедь или отсытается, или готовится с технологами к выступлениям* [2. С.96]) - вполне возможны и отрежиссированные вопросы аудитории.

Так или иначе, власти стремятся видеть народ и его отдельных представителей в роли коагенса, то есть соучастника политической коммуникации. Эта заинтересованность властного субъекта очевидна и объясняется тем, что речевая активность и соучастие должны, видимо, повлечь за собой социальную активность в момент голосования. Необходимость властей в активно действующем народе поддерживается им же самим через готовность реализоваться в данной роли. Причина - выгодные условия коммуникации,

когда «вышестоящий» субъект в исключительных обстоятельствах выборов зависит от «нижестоящего»: ведь только от осмысления народом общения и его последующего голосования зависит политическая карьера избираемого лица. Кроме того, роль соучастника-слушателя, а в дальнейшем избирателя (послушать → задать или не задать вопрос → осмыслить и оценить сказанное → проголосовать) достаточно легка в исполнении. Результат же весом: для человека, участвовавшего в диалоге с властями, заметно поднимается преодоленная им планка коммуникативной и общественной значимости - без особой затраты интеллектуальных, речевых и социальных усилий.

Вхождение рядового члена общества в пространство властей, расположенных на более низком, по сравнению с только что рассмотренным, уровне (их представляют чаще всего судья, милиционер, чиновники ЖКХ и органов соцзащиты), часто предваряют неблагоприятные обстоятельства, вынуждающие его к такому контакту. Это могут быть нарушение человеком норм законодательства, его болезнь или бытовые неудобства. В любом случае - в обстоятельствах конфликта либо в обстоятельствах нужды - прослеживается нежелательность и одновременно необходимость контакта с властью. Человек исполняет роль пациента (объекта воздействия) либо роль вынужденного агенса (просителя). Субъект власти при этом деперсонифицирован и как будто лишен имени: редко кто из современных россиян знает имена участкового милиционера или начальника ЖЭУ

Подводя итоги рассуждениям о способах прямого взаимодействия «власть - народ», отметим следующие важные моменты:

Контакты «власть - народ» и «народ - власть» относительно редки; они возникают по необходимости: 1) когда у власти есть потребность в народе как соучастнике коммуникативной и социальной деятельности во время предвыборных кампаний либо в период формирования политического имиджа (публичного имени); 2) когда у народа возникает необходимость в контакте с властью, причиной чему является законодательный конфликт или социальная нужда - в общем, некая объективная вынужденность. Со свойством необходимости коррелирует другая составляющая рассматриваемого контакта - он всегда инициативен; только инициатива эта каждый раз однонаправлена: от власти к народу либо от народа к власти.

Прямая властная коммуникация, исходя из предыдущего, характеризуется критичностью, поскольку имеет место в обстоятельствах, не стандартных с точки зрения обычного течения жизни общества (выборы) или индивидуума (конфликт с властью либо социальная нужда).

Очевидной становится и та мысль, что общение в заданных координатах оценочно окрашено. Оценочность эта полярна по своему знаку: если инициатива исходит от высшей власти, контакт желателен и оценивается субъектами в большинстве случаев положительно; если же взаимодействие происходит по инициативе населения, то контакт с низшей властью нежелателен или, по крайней мере, напряжен и часто осмысливается отрицательно.

Непосредственность взаимодействия властей и населения имеет то следствие, что важным становится персонификация образа власти, а отсюда создание имиджа политика, в том числе его речевого портрета. Актуальными становятся его составляющие: степень языковой культуры, владение правилами речевого поведения, коммуникативная мобильность, речевая самостоятельность, ряд содержательных элементов текстов (подробно об этом см. в [3-7]).

Здесь опять следует говорить о важности категории оценочности в развитии властной коммуникации. Деперсонифицированную низшую власть соотнести с чем-то положительным трудно. Естественно, что отрицательные эмоции имеющиеся у каждого и возникающие в процессе властной коммуникации, человек чаще всего направляет на нечто обобщенное: это не подразумевает никакой ответственности. На конкретное же лицо намного труднее публично распространить отрицательные чувства, открыто выразить их ему в лицо. Этот коммуникативно-психологический запрет, своеобразное правило речевой корректности, «идет на пользу» высшей власти. Таким образом, относительно политической персоны, особенно в случае ее первоначальной малоизвестности, достаточно легко сформировать оценку со знаком «+», если имеется соответствующее задание.

Специфика второго способа взаимодействия участников властной коммуникации состоит в том, что оно происходит опосредованно. Здесь нужно говорить о включении в коммуникацию третьей составляющей общения - каналов массовой коммуникации, которые транслируют властные образы и доносят их до населения. Таких каналов три: «слуховой канал», СМИ и Интернет. Как уже говорилось, этот способ контакта и формирования образа властей у населения является преобладающим.

Следует заметить, что перечисленные коммуникативные каналы в политической сфере часто работают при передаче одной и той же информации одновременно, произвольно либо непроизвольно осуществляя функцию ее ретрансляции и уже отсюда - функцию взаимной поддержки. Эти функции независимы от знака достоверности, которой сопровождается отсылка одного канала к другому. Знак может быть положительный, прочтенный как «информации можно доверять», либо отрицательный - «информация недостоверна»; ср.: - *Откуда ты эту сплетню подцепила?* - *Соседка по радио слышала.* - *Ну, тогда еще можно поверить* (из бытового разговора); *Заседание суда началось не сразу, присутствовавшие успели*

несколько раз перекусить. Но почти сразу же распространился слух, что председатель горсовета, вернее, депутатского большинства, в суде не появится, так как заболел. Слух оказался правдой (Норильск. ТРК «Северный город». Новости. 2 февр. 2000) и - Мы хотели бы задать вопрос о повышении зарплаты бюджетникам. Это так разрекламировали [в СМИ], а ходят упорные слухи, что одной рукой дают, а другой забирают (ОРТ. Время. 24 дек. 2001); - Вопреки активным слухам, Ельцин сегодня не появился на обеде с лидерами стран СНГ (из комментария телеведущего; НТВ. Сегодня. 26 янв. 2000). Таким образом, каждый из каналов включается другими в процесс обращения текстов. В частности, СМИ являются в современной действительности катализатором слухов и, по мнению экспертов, ни один слух вообще не может быть сколько-нибудь широко распространен без поддержки и ретранслирующей функции СМИ. Нужно признать очевидной разомкнутость границ между коммуникативным пространством СМИ, Интернета и бытовой сферой общения [9; 10].

Продолжая рассуждения о свойствах образа власти, который формируется, проходя через призму каналов коммуникации, назовем несколько его характеристик, которые он вследствие этого приобретает. Во-первых, следует отметить, что опосредованность самого образа власти естественно порождает его деформацию. И содержание образа власти, и его оценочность могут быть подвергнуты переосмыслению и изменены вплоть до своей противоположности. Например, персонифицированный образ власти в лице того или иного политика, воспринимаемый через призму комментариев СМИ, претерпевает иногда такие значительные изменения, что ряд черт этого лица оказываются полностью искаженными. Продemonстрируем это на следующем примере.

Вот как высказывался сам А. Лебедь о своем главном оппоненте, действующем губернаторе В. Зубове, в период предвыборной кампании 1998 г.: *Он мне ничего плохого не сделал, я хорошо к нему отношусь* (НТВ Сегодня. 1 марта 1998). А вот как комментируют деятельность того же В. Зубова в газете «Красноярский край» - печатном органе предвыборного штаба А. Лебеда: *Зубов планирует продать Дом офицеров какой-то структуре. Интрига в том, успеет ли он это сделать до конца своих полномочий; А где-то далеко от нас сидит сытый - в неге и холе - чиновник, похожий на третьеразрядного купчишку, и что-то поет* (Краснояр. край. 1998. 9 апр.).

Такая необъективность характеристик властных лиц, поступающая через каналы коммуникации, осознается населением-адресатом и порождает у него естественное недоверие к образу властей, что эксплицируется в высказываниях типа: *Никому не верю, Ничему я уже не верю; У каждого своя правда; Все телеканалы и газеты уже давно проданы*. Однако парадоксальность ситуации состоит в том, что некоторая часть населения (в основном старшее поколение), несмотря на отсутствие доверия к властям, проявляет себя как активно действующая в политической сфере в период выборов; ср. с предыдущими высказываниями следующее: *Никому не верю... Но голосовать-то все равно надо идти*.

Наконец, необходимо охарактеризовать субъектов коммуникации, функционирующих в пространстве каждого канала. Субъектом слухов будет все население, не исключая власти, поскольку «слуховая» информация используется абсолютным большинством: автором или, по крайней мере, адресатом «слухового» канала является каждый в процессе массовой коммуникации. Главные действующие лица канала электронных и печатных СМИ - это журналисты, комментаторы, эксперты, ведущие программ и рубрик, которые осмысливаются как авторы информации, исходящей из их уст. В Интернете роли авторов и адресатов информации исполняют его пользователи, поскольку обращение текстов внутри данного канала идет во всех направлениях и взаимнообразно: и власти, и население, и субъекты СМИ играют здесь одинаково активную роль.

Выделим такую фигуру, как политтехнолог, который с точки зрения теории коммуникации исполняет роль посредника. При включенности во взаимоотношения «власти - население» он контролирует все этапы обращения текстов, например запуск слухов, использование СМИ для передачи нужной отрецензированной информации, диалог с пользователями Интернета. Показательна в этом смысле деятельность Г.Павловского, которого называют главным имиджмейкером В.Путина и автором многих идей общения президента с народом. Показательные акции - Гражданский форум, проведенный в Москве 21-22 ноября 2001 г., и «прямая линия» с президентом Российской Федерации, организованная ОРТ и РТР 24 декабря 2001 г. Обе акции, кроме популяризации высшей власти, имеют целью активизировать диалог с ней и стремятся к формированию максимально реалистичных образа власти у народа и образа народа у власти. В последнем случае используется лишь технический потенциал СМИ - их возможности к деформации образа практически сведены к нулю.

Итак, обсуждая коммуникацию между властями и населением через канал СМИ, отметим ее в основном односторонний характер. В этом случае власти посылают о себе населению прошедшую цензуру информацию. Роль же населения сводится к относительно пассивной функции адресата - к восприятию, оценке сообщений и, в конечном счете, к формированию образа власти в заданной модальности. Обратная же связь практически отсутствует: абсолютное большинство населения не в состоянии послать о себе информацию власть имущим. С мнениями и настроениями народа власти знакомятся из социологических отчетов и так называемых писем трудящихся. Так что уже изначально эти сведения во многом имеют

характер опосредованный и, следовательно, субъективный. Сама высшая власть понимает сложившийся коммуникативный и информационный дисбаланс и изъявляет готовность преодолевать его, проводя акции, подобные двум упомянутым выше.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Толковый словарь русского языка конца XX века: Языковые изменения. - СПб, 1998.
2. Малышков В.И. Сибирский вектор: Выборы губернатора Красноярского края. - М., 1998,
3. Ким И.Е., Осетрова Е.В. Региональный политик и общество: возможности лингвистической реконструкции // Сибирская локально-этническая культурная ситуация в юнзе XX века: Материалы II Параславянских чтений. Красноярск, 15 декабря 1998 г. - Красноярск, 1998 - С. 46-48.
4. Осетрова Е.В. Имидж и его речевой компонент: к постановке проблемы // Вестник КГУ - Красноярск, 1999 - Вып. 1. Сер. «Гуманитарные науки». - С. 80-83.
5. Осетрова Е В Речевой портрет политического деятеля: содержательные и коммуникативные основания // Лингвистический ежегодник Сибири. - Вып.1.- Красноярск, 1999. -С.58-67.
6. Осетрова Е.В. Составляющие успеха избирательной кампании: технология и имидж // Философский клуб: журнал электронных публикаций. - 1999. - № 2. (<http://res.krasu.ru/club>)
7. Базылев В.Н. Речевой портрет политического деятеля // Экспериментальные исследования устной речи и овладения языком. - М., 2000. - С. 120-125.
8. Михайлова Т.В., Михайлов А.В. Средства вербальной поддержки континуальности общества: древнерусский пример // Проблемы исторического языкознания и ментальное - Красноярск, 1999. - Вып. 3: Современное русское общественное сознание в зеркале вербализации. - С.36-59.
9. Михальская А.К. Русский Сократ: Лекции по сравнительно-исторической риторике: Учеб. пособие для студентов гуманитарных факультетов. - М., 1996.
10. Прозоров В.В. Молва как филологическая проблема // Филол. науки. - 1998. - № 3. - С. 73-78.