

УДК 070 (091)

К ВОПРОСУ О СТАНОВЛЕНИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАТИВИСТИКИ В СОВЕТСКИЙ ПЕРИОД



Юферева Анастасия Сергеевна,

Институт философии и права
Уральского отделения Российской академии наук,
аспирант,
Екатеринбург, Россия,
E-mail: yufereva001@mail.ru

Аннотация

В статье показаны специфические характеристики процесса изучения политической коммуникации в советский период. На примере сравнения работ отечественных авторов показывается, каким образом исторические и культурные факторы определяли общее содержание исследований по данному направлению.

Ключевые слова:

политическая коммуникация, массовая коммуникация, пропаганда, агитация, советский опыт.

В исследованиях советского периода информационно-коммуникационные процессы в политике зачастую рассматривались одновременно с осмыслением коммуникации массовой, что автоматически способствовало нивелированию специфических черт актов взаимодействия в политическом измерении. Особенность отечественного подхода состоит в том, что, невзирая на отсутствие в понятийно-категориальном аппарате таких терминов, как «коммуникация», «массовая коммуникация» [1, с. 38–39], теоретики описывали явления и закономерности, которые соотносились с ними и составляли их устойчивое содержательное основание. Более того,

наблюдалась подмена понятия «массовая коммуникация» смежными по значению терминами. Например, в 1967 г. И. Федякин предлагал общую теорию социальной информации, развитие которой могло бы сконцентрировать внимание на таких вопросах, как сущность и принципы социальной информации, средства и методы социальной информации, особенности взаимоотношений информации, общественного мнения, пропаганды и пр. [4, с. 45].

В начале 1980-х годов после серии Пленумов ЦК КПСС (июнь 1983 г., февраль и апрель 1984 г.) были определены магистральные направления развития научной

работы, которая должна была соответствовать решению ключевых практических задач, стоящих перед страной. Эти события спровоцировали оживление мысли в академическом сообществе.

Последовало признание проблемы недостаточно проработанной терминологии. «Такие понятия, как «средства массовой информации», «средства массового воздействия», «средства массовой коммуникации», зачастую употребляются в качестве синонимов. Некорректное употребление этих терминов вызвано не только причинами субъективного порядка, вкусами авторов, но и неразработанностью самой системы категорий теории средств социальной связи, – отмечал в 1986 году В. Ю. Боров [3, с. 82–83]. Поэтому возникла необходимость в вовлечении понятия «массовая коммуникация» в научный оборот как устойчивого теоретического конструкта. «Уже само название «средства массовой коммуникации» содержит в себе задачу, – пишет И. Кон в труде «Эстафета поколений» (1987 г.). – У нас их чаще называют средствами массовой информации. До тех пор, пока весь поток информации был преимущественно официальным и односторонним <...> данный термин был совершенно точным. В последнее время стали уделять больше внимания механизму обратной связи – реакции публики на увиденное и услышанное» [5, с. 5].

Сменилась содержательная сторона выходящих в свет научных трудов. Проанализируем работы советских авторов, которые разделяет одно десятилетие, и которые подходят к рассмотрению проблематики средств массовой коммуникации под разным углом.

Так, в работе «Буржуазное телевидение и его доктрины» (1977 г.) Н. С. Бирюков концентрируется на раскрытии истинной природы буржуазных средств массовой информации, которые, несмотря на мнимый коммерческий характер, продолжают оста-

ваться зависимой 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» [2, с. 39].

Показательны заключения Н. С. Бирюкова о сомнительной, а порой парадоксальной направленности суждений зарубежного специалиста масс-медиа У. Эмери, который в собственных работах имел неосторожность высказать мысль о возможности правительственных учреждений оказывать давление на средства массовой информации. Неприемлемым заключением для Н. С. Бирюкова становятся размышления Ли Левингера о том, что «деление коммуникаций на капиталистические и социалистические перестало быть удобным средством наблюдения и анализа национальных систем» [2, с. 151]. «Растворение» границы объясняется заложенной в телевизионных организациях способности к независимому вещанию, даже несмотря на явную принадлежность технологии к тому или иному общественному порядку. В подобном утверждении Н. С. Бирюков видел не что иное, как попытку возвеличить коммерческие электронные средства связи и скрыть несвойственные им признаки надклассовости и политической непредвзятости.

Впрочем, авторской критике подвергнуты и другие аспекты представлений зарубежных ученых о капиталистической системе массовой информации, начиная с парадигмы Г. Ласуэлла, использование которой призвано «снивелировать» идеологическую подоплеку адресованных населению сообщений, и заканчивая прикладными вещами – методиками оценки эффективности содержания транслируемых сообщений (например, контент-анализ), которым свойственна концептуальная ограниченность и которые призваны скрыть истинное содержание сообщений.

Почти десятилетие спустя, в 1986 году, вышел труд «Культура и массовая коммуникация» В.Ю. Борева и А.В. Коваленко, в которой прослеживалась установка на прагматичность.

Раскрытие авторами замысла империалистов по латентному пропагандистскому распространению буржуазной системы ценностей на окружающий мир сочеталось с призывом обратить внимание на достижения культуры (помимо средств массовой коммуникации), как на наиболее эффективный метод контрпропаганды. Выбор такого исследовательского ракурса означал расширение предметного поля работы: помимо стандартной критики целей и угроз буржуазной пропаганды, следовало признание положительного опыта данной технологии в отношении апелляции ими к культурному наследию. В результате это дало «возможность закамouflировать политику господствующего класса под интересы всего общества, сделать влияние идей более направленными и постоянными» [3, с. 12].

Оказание воздействия на эмоциональную сферу сознания людей посредством дублирования образцов произведений массовой культуры, по мнению В.Ю. Борева и А.В. Коваленко, является менее агрессивной, а, следовательно, более эффективной технологией внушения мысли о превосходстве жизни в капиталистическом обществе. Соответственно, «функционирование современной культуры в системе электронных средств массовой коммуникации» [3, с. 13] в состоянии привести к совершенствованию пропагандистского инструментария в СССР. Распространение художественных форм воздействия должно способствовать приобщению людей к памятникам мировой культуры, единению аудитории и, что самое главное, – ускорению процесса формирования нового человека – человека коммунистического с соответствующей системой ценностей и ориентиров. Нацеленность на разработку

научно обоснованных методов эстетического воспитания индивида с помощью трансляции разнообразных элементов культуры позволяет с определенной долей условности отметить прикладное назначение рассматриваемого исследования.

В дополнение ко всему, в предлагаемой работе наблюдалась попытка методологического осмысления взаимодействия между субъектами и его структуры. Изучение сформулированного Г. Лассуэллом коммуникативного акта отличалось не полным принятием данной модели (как наблюдалось в подходе С.Н. Бирюкова), но попытками ее расширения путем добавления шестого вопроса «с какой целью?», что объясняется потребностью в решении задач идеологического и социального толка. Обсуждались и другие ранее «запретные» компоненты коммуникативного процесса (адресант, сообщение, адресат), а также последствия от его осуществления (появление новых «эффектов» в искусстве, как пример).

Рассмотрение трудов советских авторов позволило раскрыть специфику их подходов к изучению феномена массовой коммуникации. На конструирование научного дискурса по данной проблеме преимущественно сказалось влияние политического контекста, в рамках которого осмысление средств массовой коммуникации 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.

1. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы действия. – М.: Изд-во РИП-холдинг, 2003. – 174 с.

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

3. Боров В.Ю. Культура и массовая коммуникация. – М.: Наука, 1986. – 496 с.

4. Федякин И.А. К вопросу об общей теории социальной информации. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1967. – 169 с.
5. Федякин И.А. Общественное сознание и массовая коммуникация в буржуазном обществе. – М.: Наука, 1988. – 212 с.
1. Berezin V.M. Massovaya kommunikaciya: sushnost', kanaly dejstviya. – М.: Izd-vo RIP-xolding, 2003. – 174 s.
2. Biryukov N.S. Burzhuaznoe televidenie i ego doktriny. – М.: Mysl', 1977. – 277 s.
3. Borev V. Yu. Kul'tura i massovaya kommunikaciya. – М.: Nauka, 1986. – 496 s.
4. Fedyakin I. A. K voprosu ob obshhej teorii social'noj informacii. – М.: Izd-vo Mosk. un-ta, 1967. – 169 s.
5. Fedyakin I. A. Obshhestvennoe soznanie i massovaya kommunikaciya v burzhuaznom obshhestve. – М.: Nauka, 1988. – 212 s.

UDC 070 (091)

TO THE ISSUE OF THE FORMATION OF POLITICAL COMMUNICATION STUDIES IN THE SOVIET PERIOD

Yufereva Anastasia Sergeevna,

The Institute of Philosophy and Law,
Ural Branch of the Russian Academy of Science,
PhD Student,
Ekaterinburg, Russia,
E-mail: yufereva001@mail.ru

Annotation

This paper considers the development of the political communication studies in the context of the Soviet experience. As the title implies the article describes the main approaches with regard to an understanding of this phenomenon. The objective of this research is to find out the aspects of an influence of the historical, political and cultural context on the formation of the political communication studies.

Key words:

political communication studies, study of mass communication, mass communication, propaganda, agitation, Soviet experience.