

ПОЛИТИЧЕСКОЕ ЛИДЕРСТВО КАК КОММУНИКАЦИЯ

Данная статья содержательно нацелена на анализ коммуникативных процессов, осуществляемых между политическим лидером и его последователями. Указывается на усиление роли коммуникаций в современном политическом пространстве. Отмечается, что основополагающим качеством современного политика является искусство ведения социальных коммуникаций. Определяются содержательные параметры процесса политической коммуникации. Выделяется совокупность средств коммуникации, используемых политическими лидерами. Дается анализ основных способов коммуникаций между политическим лидером и последователями. Исследуются диалогические и монологические параметры коммуникаций между ними. Изучается содержание коммуникативных действий. Дается характеристика трех уровней обмена информацией между лидером и последователями: индивидуального, группового и уровня массовой коммуникации.

Политическое лидерство по своей природе является коммуникативным процессом, так как этот феномен содержательно основан на перманентном взаимодействии между лидером и его последователями. Политические коммуника-

ции обладают способностью продуцировать смысловые образы власти и властителя, форматируя пространство культуры.

Сегодня наблюдается резкое усиление значимости коммуникаций в политическом пространстве. Это обстоятельство отчетливо проявляется в деятельности современного политического лидера, основополагающим профессиональным качеством которого является способность (и необходимость) быть специалистом в области социальных и межличностных коммуникаций как внутри социальных организаций и групп, так и между ними. Коммуникативные ресурсы, умение оперировать ими стали для лидера эпохи постмодерна основополагающими инструментами осуществления власти и влияния.

Доминирование в системе политического лидерства коммуникативного компонента заставляет четко определить содержательные параметры процесса коммуникации, а именно, кто с кем сообщается, посредством чего, каковы содержание и эффекты коммуникаций.

Большинство исследователей понимают коммуникацию как передачу сообщения, сигнала, смысла от одного социального актора к другому с использованием различных средств-медиаторов: языка, знака, символа и т.п. В процессе коммуникации различные знаки наделяются смысловым значением, кодируются отправителем и декодируются получателем.

В коммуникативных процессах политический лидер выступает наиболее активной, деятельной, креативной стороной, определяющей предмет и способы коммуникационных связей. Вместе с тем система коммуникации – это не только передача сообщений от одной стороны к другой, но она предполагает наличие обратной связи. Не любая передача информации является коммуникацией, а лишь та, которая предполагает коммуникативную активность двух сторон. Как справедливо отметил Т. Дризе, “если коммуникация – это отношение субъекта с субъектом с обратной, то есть двунаправленной, связью, осуществляемой в режиме диалога, то информационные процессы однонаправленны, и там диалог присутствует не обязательно” [1, с. 93].

Подобное понимание коммуникации исключает однонаправленность, однозначность, ригидность социальных взаимодействий и предполагает создание между лидером и последователями отношений партнерства, диалогичности, взаимной заинтересованности, даже солидарности. В системе политического лидерства отношения между лидером и последователями выступают как отношения между субъектами, личностные и диалогические. Лидер перестает относиться к последователям только как к средству реализации собственных властных интенций, а начинает видеть в них если не равноправного партнера, то, по крайней мере, политического актора, обладающего собственной автономией и определенными возможностями влияния на лидера.

Диалогичность коммуникативных связей между лидером и последователями детерминирована рядом факторов. Бесспорно, важен социальный контекст их взаимодействия. В современной западной цивилизации именно он является основой современного политического равновесия, придавая ему консенсное содержание. Политический лидер является только “первым среди равных” при наличии целого спектра зависимостей от предпочтений последователей, закона и социальных норм. В тоталитарных режимах диалогичность заменяется монологом.

Диалогичность коммуникативных связей в значительной мере определяет также мотивами лидеров и последователей, побуждающих их к взаимодействию. Если основу мотивов лидера составляет стремление обрести *власть над* человеком, что естественным образом выражается в насилии и манипулирова-

нии, то тогда диалогичность устремляется к нулю. Если же его мотивы ориентированы на достижение *власти для* блага других людей, то тогда диалогичность резко возрастает. Власть "есть прежде всего власть убеждения, а убеждение – всегда улица с двусторонним движением. Власть убеждения – это власть ради заключения договоров" [2, с. 89-90].

В научной литературе чаще всего выделяют три способа коммуникаций: семантический, технический, инфлуентальный (англ. *influence* – влияние). *Семантический* способ раскрывает зависимость процессов коммуникации от употребляемых знаково-языковых форм, передающих определенные сообщения и обеспечивающих их адекватную интерпретацию реципиентами. *Технический* способ указывает на совокупность и эффективность технических средств, задействованных в процессе коммуникации. *Инфлуентальный* способ выступает в качестве своего рода равнодействующей информационно-смысловых влияний и раскрывает степень влияния информации на человеческое сознание.

В соответствии с природой знаковых средств в системе политического лидерства выделяются, с одной стороны, действия *инструментальные*, имеющие дело с рациональными, публично манифестируемыми целями и использующие в сфере коммуникации прежде всего вербально-дискурсивные средства. С другой стороны, действия *символические*, направленные на создание специального, заданного лидером семиотического пространства для последующих его герменевтических интерпретаций последователями. Разумеется, способы и механизмы символизаций сообщений исторически видоизменяются.

Процесс политической коммуникации не ограничивается только информационным обменом, состоящим из определенной совокупности знаков. Сердцевину коммуникаций составляет обмен между лидером и последователями определенными смысловыми образованиями. Уже этимологическое значение этого слова (в переводе с латинского "коммуникация" означает "сообщать", "беседовать", "связывать") указывает на возникновение в процессе коммуникации интегративного ценностного единства и предполагает движение определенных, заданных лидером смыслов между коммуникантами и осмысленный (рациональный) ответ на него последователей. Основу коммуникаций между лидером и последователями составляют смыслозначимые "образы власти и властителя", процесс нахождения смыслового единства по поводу эталонного образа лидера, обладающего наибольшей аттрактивностью в определенном историческом, социокультурном и страновом контекстах. Подобное (ценностное) взаимодействие основано на следовании общим культурологическим алгоритмам, что обуславливает осмысленность политических коммуникаций, тождественность интерпретаций открытых и скрытых образов власти, достигаемых следованием общим культурологическим кодам и идентичностью их интерпретаций.

Передача сообщений с необходимостью основана на использовании различных технических средств, которые накапливают, контролируют и распространяют информацию.

Кроме этого, техническое оснащение политической коммуникации напрямую влияет на ее эффективность. Распространение печатного слова, например, по сути дела, создало принципиально новый тип лидера – публичного политика, обязанного эффективно осуществлять вербальную деятельность. Гедонизация современных масс-медиа естественным образом стимулировала появление политика, умеющего развлекать, быть интересным массовой публике, своеобразного политического шоумена, интеллектуальные качества которого имеют второстепенное значение по сравнению с его имиджем.

Обмен информацией (сообщениями) между лидером и последователями осуществляется на трех уровнях: индивидуальном, групповом и уровне массовой коммуникации. На индивидуальном происходят непосредственные (межперсональные) интеракции лидера с отдельными персонами. Интенсивность этих интеракций традиционно велика в силу специфики деятельности лидера с так называемым “ближним кругом”, то есть верхними слоями политической элиты.

Групповая коммуникация включает в себя организацию лидером информационных потоков, направленных определенным (неэлитарным) социальным группам. В этом случае непосредственность коммуникаций между лидером и последователями минимизируется, коммуникационное воздействие становится двухступенчатым. На первом этапе последователи-ретрансляторы усваивают от лидера содержание сообщений, которые затем передают “целевым группам”. Естественным образом в процессе трансляции и ретрансляции информации происходит искажение первоначального смысла. Более того, может происходить и его подмена. Принципиальное значение имеет то обстоятельство, чтобы формулируемые лидером сообщения должным образом соответствовали смысловым кодам адресных социальных групп.

Массовая коммуникация в контексте политического лидерства основана на информационно-смысловом воздействии лидера на последователей с помощью СМИ и определенным образом организованных медиа-сообщений. В этом случае коммуникационная связь лидера и последователей становится трехступенчатой, несмотря на кажущуюся (внешнюю) непосредственность и интенсивность коммуникативных взаимодействий между ними, а также масштабное использование лидером в своей политической практике средств массовой информации.

Первую ступень в этом процессе составляют эксперты (имиджмейкеры), формирующие и формирующие визуальный и виртуальный образ лидера. Вторая ступень – за журналистами, специфическим образом презентующими в СМИ его персону. И только потом – на третьей ступени – виртуальный образ лидера становится доступным для массовых идентификаций.

Роль СМИ в современном мире возросла настолько, что вызвала к жизни целую когорту политических лидеров, именуемых медиа-звездами (Г. Шредер, Б. Клинтон, Т. Блэр и др.). Как следствие этого, в настоящее время по сравнению с 20-летней давностью сформировался другой человеческий тип политического лидера [3, с. 390]. Следует учитывать также, что ключевой политической ролью современных СМИ является не простое информирование, но и формирование определенной системы ценностей, “идеологических” доктрин, “удобных” для политического правления того или иного государственного лидера.

Возрастание роли СМИ в системе политического лидерства было вызвано преимущественно двумя обстоятельствами. Во-первых, резким повышением у большинства населения интереса к политике. Этот рост интереса к политике обусловлен утверждением в современных обществах, относящихся к западной цивилизации, в качестве доминирующих постматериальных ценностей, важным компонентом которых является фактор широкого “политического участия”.

Во-вторых, возрастание роли СМИ связано с их огромными суггестивными и манипулятивными возможностями. Через процессы персонификации, гедонизации и аффективности СМИ регулируют и трансформируют социально-политический контекст политического лидерства, вырабатывают принципы структурирования социальной реальности. Они превращаются в важнейший социальный ресурс в борьбе за политическое влияние, что позволяет исследователям применительно к современному обществу писать о “манипулируемой демократии”, “медиа-демократии”. “В настоящее время медиа-пригодность является необхо-

димой предпосылкой политической карьеры, как это демонстрирует пример Рейгана. С другой стороны, владение СМИ помогает овладеть вершинами политической власти (пример Берлускони)... Борьба политических акторов стала не прямой: приоритетным для них стало внимание масс-медиа, организующих пиар-кампании" [4, с. 64, 92]. Более того, постепенное становление информационного общества, стимулирующего создание "электронной демократии" ("Э-демократии"), вызвало новую опасность – возможность тирании "одной личности, если эта личность освоит тонкости компьютерной коммуникации и будет обладать необходимыми ресурсами" [5, с. 74].

"Медиакратия" резко повысила роль политического имиджа в системе политического лидерства. Имидж в большей степени детерминирует политический успех лидеров, чем приписываемая им принципиальная компетентность.

Политические коммуникации ориентированы на достижение согласия между взаимодействующими субъектами. Эффективность коммуникации между лидером и последователями обусловлены идентичностью открытого для них знакового и смыслового "поля значений". Ее механизм состоит из четырех последовательных этапов: идентификация материальной формы знака; определение его содержательных параметров; лично-оценочное отношение к нему; синтез смысловых бинарных оппозиций, выраженных определенными идеологическими феноменами. И как результирующая – идеальная модель политического лидерства, по поводу которой существует идентичность позиций и интерпретаций лидера и последователей.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Дризе, Т.М.** Социальная коммуникация и фундаментальная социология на рубеже XXI века / Т.М. Дризе // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 1999. – № 4.
2. **Макаренко, В.П.** Политический дискурс: между бессмыслицей и порочным кругом / В.П. Макаренко // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2005. – № 2.
3. **Donsbach, W.** Inhalte, Nutzung und Wirkung politischer Kommunikation / W. Donsbach // Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft. – Jg. 22. – 1993. – Num. 4.
4. **Saxer, U.** Mediengesellschaft: Verstandnisse und Missverständnisse / U. Saxer // Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. – Bonn, 1998.
5. **Белинис, Л.** Электронная демократия: политика в условиях глобальной коммуникации / Л. Белинис // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2003. – № 4.

Поступила в редакцию 29.01.2007 г.