

УДК 811

## МОДЕЛЬ ПУБЛИЧНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАТИЗИРОВАННОМ ОБЩЕСТВЕ

*О. И. Шарафутдинова*

*Челябинский государственный университет, г. Челябинск*

*Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта Российского научного фонда (проект №16-18-02032 «Ментально-языковые трансформации русской лингвокультурной личности: поиск идентичности в медиатизированном обществе»)*

*Рассматривается изменение модели публичной коммуникации в современном медиатизированном обществе. Традиционно публичная коммуникация активную роль спикера закрепляла за оратором, для аудитории была характерна пассивная роль слушателей. Медиатизация общества, создание и повсеместное внедрение технических средств коммуникации привело к расширению ролей коммуникантов: адресат становится активным участником коммуникации, получая возможность занимать позицию спикера – создателя текста, а коммуникация приобретает многослойную, многоуровневую структуру.*

**Ключевые слова:** модель коммуникации, адресат, аудитория, адресант, медиатизированное общество, средства массовой коммуникации.

Политическое пространство составляет часть всего коммуникативного пространства, т. е. коммуникативное пространство и политическое пространство соотносятся как целое и часть. Коммуникация необходима в целях информирования, побуждения к действиям, убеждения, выражения приказов и указаний, создания законодательных актов и т. д. Неслучайно ряд ученых считает, что политическая деятельность вообще сводится к деятельности коммуникационной, а в современной политологии наблюдается тенденция рассматривать коммуникацию не столько как средство отражения политической реальности, сколько как компонент поля политики [7].

Политика, цель и сущность которой составляет борьба за власть, реализуется прежде всего через язык, политический дискурс является неотъемлемой частью поля политики. В связи с этим важной проблемой становится языковое проявление власти. Как отмечают большинство исследователей, феномен власти самым тесным образом связан с принуждением (см., например: [1; 2; 5; 9]). Власть определяется как возможность навязывания своей воли другим вопреки сопротивлению, как право коллективного агента накладывать обязательства и принуждать к действиям. В коммуникативном плане власть проявляется в способности заставить других принять выгодную для говорящего интерпретацию действительности, то есть в принуждении к точке зрения.

Власть в дискурсе выражается в том, что обладающие властным статусом коммуниканты контролируют и ограничивают коммуникативный вклад нижестоящего участника (не обладающего властью). Существуют три типа ограничений: 1) ограничения на содержание коммуникации; 2) ограничения на типы социальных отношений, в которые могут вступать участники коммуникации; 3) ограничения на позиции субъекта коммуникации [8]. М. Фуко к числу наиболее распространенных средств контроля над дискурсом относит процедуры исключения, самой очевидной из которых является запрет («говорить можно не все, говорить можно не обо всем и не при любых обстоятельствах, и, наконец, не всякому можно говорить о чем угодно») [4. С. 51].

Традиционно контроль над дискурсом через запреты был связан с возможностью властей контролировать каналы массовой коммуникации. В полной мере это проявилось с возникновением массового общества, когда архаичные модели общественной жизни разрушаются, в процессе урбанизации происходит атомизация человека и возникающие средства коммуникации начинают носить массовый характер и выступать в качестве ориентира для формирования нормы. Осуществляя контроль над СМК, либо прямой, как в случае диктатур, либо финансовый, как в либерально-капиталистических обществах, власть может отсекал отдельных людей или группы от возможности массового высказывания. Так, в СССР СМИ контролировались партийно-государственным аппаратом и попытки создать неподцензурные печатные органы, например, диссидентами, решительно пресекались. В значительной степени это было связано с тем, что не только необходимо было произвести значительное количество копий газеты или журнала, но и наладить доставку до адресата. В советское время для решения этой проблемы использовали возможности личного копирования и распространения. Но, несмотря на это, до XXI века господствовала вертикально-иерархичная модель коммуникации, которую Делез и Гваттари предлагают обозначать через метафору дерева. Это однонаправленная модель коммуникации, в рамках которой автор / оратор формирует текст, который доносится до аудитории. При такой схеме, конечно, приходится делать ряд оговорок: во-первых, успешный оратор должен понимать свою аудиторию и ее ожидания, следовательно, адресат опосредованно влияет на адресанта; во-вторых, любой текст должен быть усвоен и переосмыслен и, таким образом, в коммуникации аудитория всегда играет важную роль. Но нам важно, что в такой древовидной модели коммуникации аудитория не порождает тексты в рамках массовой коммуникации. У адресата есть возможность стать адресантом в случае создания писем во власть, слухов, личной переписки и т. п. Однако все эти варианты коммуникации не обладают способностью к технической воспроизводимости.

В современных условиях, с развитием информационного пространства, оказывается возможной реализация альтернативной модели коммуникаций. По мысли Делеза и Гваттари, «дереву» должна противостоять «ризом», или «грибница», структура, которая не имеет центра и иерархии [3]. Реализация модели Web 2.0 выводит User Generated Content на первое место в медиа пространстве. Основная задача программистов – создать новую площадку и новые инструменты, а уже пользователи наполняют форму содержанием. Сама логика современных медиа предполагает замену пассивного восприятия активным соучастием. В современном медиатизированном обществе, обладающем принципиально иными, по сравнению с предыдущим этапом развития человеческой коммуникации, техническими средствами пользователь может не только создавать тексты для массового восприятия, но и публиковать фото и видео, оценивать («лайкать») или репостить публикации других пользователей. Множество новых коммуникативных практик позволяют адресату активно участвовать в информационном пространстве. При этом современное медиатизированное пространство находится вне привычных географических границ, происходит новая сборка идентичности. Если раньше на первый план выходила идентичность, связанная с местом жительства, то сейчас физическое присутствие зачастую отходит на второй и третий планы. Таким образом, государству оказывается все сложнее сохранить древовидную модель коммуникации, а пользователи все активнее оказываются вовлечены в политический дискурс. Симптоматичным показателем усиления роли контента, созданного пользователем, является ситуация вокруг избирательной гонки в США. Пытаясь найти причину победы Дональда Трампа, многие заинтересованные лица обращали внимание именно на социальные сети: через фейковые аккаунты российское правительство влияло на американских избирателей; сторонники Трампа в Интернете активно распространяли фейковые новости и использовали мемы для своей агитации и т. п. Важно, что акцент переносится с привычной избирательной кампании, которую

организовал штаб кандидата в президенты, на деятельность его сторонников в сетевом пространстве.

Другим показателем обозначившейся тенденции является усиление репрессивной политики и попытки установить контроль над Интернетом со стороны российских властей. Регулярное возбуждение уголовных дел не только за создание оригинального контента, но и за репост чужих материалов показывает, что с точки зрения власти сетевые коммуникации – это не менее опасная практика, чем «живые» публичные выступления. Так, Алексей Навальный, не имея доступа к федеральным СМИ и используя социальные сети, оказывается лидером оппозиции и одной из главных медийных фигур современной российской политики.

Исходя из этого, можно говорить о формировании новой модели коммуникации, в основе которой лежит разнонаправленность и множественность. Нормативный спикер, т. е. оратор, представляющий первоначальный текст, который можно считать отправной точкой коммуникации в данной модели, обращается к аудитории с помощью традиционных медиа. Медиа играют роль и посредника, и своеобразного спикера: в большинстве случаев трансляция выступления или события предполагает его фрагментацию, медиа отбирают те фрагменты первоначального текста, которые реализуют их непосредственную задачу или отражают ценностные установки. Возникает эффект «привратника» («gatekeeper theory») [6; 10]. Далее в аудитории, на которую направлена трансляция медиа, выделяются спикеры второго уровня, формирующие собственную реакцию – позитивную или негативную – на выступление нормативного спикера. Аудитория спикеров второго уровня имеет возможность самостоятельно распространять тексты в новых медиа, тем самым формируя третий круг аудитории. Количество уровней в подобной модели коммуникации ограничено только количеством реакций на каждый новый созданный текст-транслятор первоначального текста, текст – комментарий к первоначальному тексту, тексту-транслятору или предыдущему тексту-комментариию.

### Список литературы

1. Блакар, Р.М. Язык как инструмент социальной власти [Текст] / Р. М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М.: Прогресс, 1987. – С. 88–120.
2. Водак, Р. Язык. Дискурс. Политика [Текст] / Р. Водак; пер. с англ. и нем. – Волгоград: Перемена, 1997. – 139 с.
3. Делез, Ж. Тысяча плато: капитализм и шизофрения [Текст] / Ж. Делез, Ф. Гваттари. – Екатеринбург: У-Фактория, 2010. – 895 с.
4. Фуко, М. Археология знания [Текст] / М. Фуко: пер. с фр.; общ. ред. бр. Левченко. – Киев: Ника-Центр, 1996. – 208 с.
5. Шейгал, Е. Власть как концепт и категория дискурса [Электронный ресурс] / Е. Шейгал. – URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/Article/scheig\\_vlast.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Article/scheig_vlast.php).
6. Barzilai-Nahon, K. Toward a theory of network gatekeeping: A framework for exploring information control [Text] / K. Barzilai-Nahon // Journal of the American Society for Information Science and Technology. – 2008. – № 59. – Pp. 1493–1512.
7. Ealy, S. Communication, Speech and Politics [Text] / S. Ealy. – Washington, D.C.: University Press of America, 1981. – 244 p.
8. Fairclough, N. Language and Power [Text] / N. Fairclough. – London: Longman, 1989. – 259 p.
9. Hodge, R. Language as Ideology [Text] / R. Hodge, G. Kress. – New York: Routledge, 1993. – 230 p.
10. Lewin, K. Frontiers in group dynamics [Text] / K. Lewin // Human Relations. – 1947. – № 1. – Pp. 143–153.

## MODEL OF PUBLIC POLITICAL COMMUNICATION IN MODERN MEDIATIZED SOCIETY

**O. I. Sharafutdinova**

*Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, gadkie\_lebedi@mail.ru*

*The article is devoted to problem of changing of public communication in modern mediatized society. Traditionally public communication gives active role to the speaker and passive role to the listener. Mediatization of society, creation and using of technical means of communication led to the expansion of communicants' roles. The addressee as an active participant in communication is able to hold the position of speaker, of text's creator. And communication gets multilayered, multilevel structure.*

**Keywords:** model of communication, addressee, audience, mediatized society, mass media.

### References

1. Blakar, R. M. (1987) Jazyk kak instrument social'noj vlasti [=Language as a means of social power], in: *Jazyk i modelirovanie sotsialnogo vzaimodeystviya* [=Language and modeling of social interaction], Moscow, pp. 88–120. (In Russ.).
2. Vodak, R. (1997) *Jazyk. Diskurs. Politika* [=Language. Discourse. Politics], Volgograd, 139 p. (In Russ.).
3. Delez, Zh. (2010) *Tysjacha plato: kapitalizm i shizofrenija* [=Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia], Ekaterinburg, 895 p. (In Russ.).
4. Fuko, M. (2004) *Arheologija znanija* [=Archeology of knowledge], SPb., Gumanitarnaja akademija, 416 p. (In Russ.).
5. Shejgal, E. *Vlast' kak koncept i kategorija diskursa* [=Power as a concept and category of discourse], available at: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/Article/scheig\\_vlast.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Article/scheig_vlast.php), accessed 15.08.2017. (In Russ.).
6. Barzilai-Nahon, K. (2008) Toward a theory of network gatekeeping: A framework for exploring information control. In: *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. No. 59, pp. 1493–1512.
7. Ealy, S. (1981) *Communication, Speech and Politics*. Washington, D.C., University Press of America, 244 p.
8. Fairclough, N. (1989) *Language and Power*. London, Longman, 259 p.
9. Hodge, R. and Kress, G. (1993) *Language as Ideology*. New York, Routledge, 230 p.
10. Lewin, K. (1947) Frontiers in group dynamics. In: *Human Relations*. No. 1, pp. 143–153.

**Шарафутдинова Олеся Ильясовна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и литературы, Челябинский государственный университет.  
gadkie\_lebedi@mail.ru