

Круглик Наталья Владимировна

кандидат культурологии, доцент кафедры социологии, правоведения и работы с персоналом Кубанского государственного технологического университета

АВТОРИТЕТ, ВЛАСТЬ, ГОСПОДСТВО КАК ОСНОВНЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

Аннотация:

В современном мире, где господствуют глобальные внешнеполитические связи, характеризующиеся движением огромных массивов информации, применение коммуникативных технологий необходимо. Власть, господство и авторитет как технологии коммуникации выступают неотъемлемой частью процесса политической коммуникации и повышают ее эффективность. Формы проявления этих технологий разнообразны, они неразделимы и зависят от множества субъективных и объективных факторов самой коммуникации. Использование инструментов власти, господства и авторитета расширяется, если коммуникатору требуются непосредственный отклик от аудитории, защита своих интересов, мотивирование на определенные действия. Реализация этих методов повышает продуктивность коммуникации в политических процессах, но при неправильном обращении с ними происходит смещение в пользу одного из инструментов, что приводит к формированию негативного диктаторского образа коммуникатора и влечет за собой снижение ответной реакции участников коммуникации.

Ключевые слова:

коммуникативные технологии, коммуникация, манипулятивные техники, политическая коммуникация, политика, власть, господство, авторитет.

Kruglik Natalya Vladimirovna

PhD in Cultural Science, Associate Professor, Social Science, Jurisprudence and HR Management Subdepartment, Kuban State Technological University

AUTHORITY, POWER, DOMINATION AS THE MAIN COMMUNICATION TECHNOLOGY IN POLITICS

Summary:

In the age of global foreign policy relations full of vast amount of information, it is justifiable to use communication technology. Power, domination, and authority as communication technology serve as an integral part of the process of political communication and enhance its efficiency. There are various forms of such technologies; they are inseparable and dependent on many subjective and objective factors in communication. More tools of power, domination, and authority are used when the communicator needs an immediate response from the audience, the protection of his interests, and the motivation for performing actions. The advantage of these techniques is the increasing efficiency of communication in political processes, and the disadvantage is a shift in favor of one of the tools, which leads to the creation of a negative dictatorial image of the communicator and entails a decrease in the response of other participants in communication.

Keywords:

communication technology, communication, manipulative techniques, political communication, politics, power, domination, authority.

Происходящие сегодня в обществе изменения приводят к тому, что традиционные коммуникативные методы больше не соответствуют новым условиям жизни, требованиям гибкости и динамизма, которые необходимы для повышения конкурентоспособности в рамках глобального информационного общества. Политическая власть, основанная на непосредственной связи со своим источником – народом, уже не может использовать традиционные методы и средства управления. В мире, опирающемся на активный обмен информацией, важны технологии ее управления и подачи.

Влияние коммуникативных технологий на социальные отношения и политические процессы в современном социуме актуально как с теоретической точки зрения, так и с практической. Данные технологии меняют общественные, экономические и политические отношения, оказывают решающее воздействие на изменения, происходящие в социальной структуре общества, экономике и развитии социальных институтов. Новые технологии трансформируют и дополняют предназначение и функции разных социальных институтов – как в процессе межличностного общения, так и в целом на уровне государства. Внедрение в коммуникацию подобных инструментов может повлечь за собой различные эффекты, в частности усовершенствование коммуникативного акта и повышение его эффективности, а неправильное их применение способно исключить возможность продолжения и возобновления коммуникации. В этом случае необходимо прогнозировать использование коммуникативных технологий с учетом ряда факторов, сопутствующих коммуникации [1].

Однако коммуникативные технологии, несмотря на современный характер, появились достаточно давно. Проповедь, шаманское пение, книга – все это коммуникативные инструменты разной степени интенсивности, которые направлены на изменение сознания.

В.З. Демьянков, анализируя зарубежные исследования по воздействию, разработал типологию коммуникативных технологий в зависимости от интенсивности влияния. Он выделил низко- и высокоинтенсивные технологии, которые позволяют решать различные типы задач. Высокоинтенсивные осуществляют перемены в сознании за краткий срок, а низкоинтенсивные ориентированы на более длительный период. В результате создаются благоприятные условия для будущих действий. В низкоинтенсивных технологиях цели коммуникации очевидны для коммуникатора, но скрыты от получателя информации, а в высокоинтенсивных – цели известны и отправителю, и реципиенту [2, с. 34–35].

Таким образом, коммуникативная технология – это последовательность действий в коммуникации, воздействующая на массовое сознание и опирающаяся на особенности механизмов восприятия, изменения мнений или отношений к предмету, а также другие социальные и социально-психические механизмы. В силу сложности и многообразия этого феномена исследователи выделяют множество элементов в структуре коммуникативных технологий: в качестве базовых компонентов выступают отправитель сообщения, канал, само сообщение и реципиент, помимо них также следует отметить кодирование-декодирование, обратную связь, автора сообщения, информационный шум, инструмент-манипулятор, фигуру умолчания и др. Коммуникативные технологии включают набор приемов, методик, техник, специальностей, объединенных по целям и сферам применения. К ним относят рекламную коммуникацию, маркетинг, информационный менеджмент, пиар, промоушен, паблисити, имиджологию, избирательные технологии, управление кризисными ситуациями, спин-докторинг, управление новостями, слухами и т. п. В рамках анализа коммуникативных технологий, особенно в сфере политических коммуникаций, важны вопросы информационных и психологических войн, защиты информации, шпионажа, информации и дезинформации [3].

Политика с точки зрения информационно-коммуникативных связей представляет собой социальное целое, структуры и институты которого предназначены для формирования, получения и переработки информации, обуславливающей осуществление политическими субъектами разнообразных ролей и функций. С позиции роли технических компонентов в информационных обменах политику можно охарактеризовать как социотехнологическую структуру, чьи институты ориентируются на целенаправленную передачу информации, а ее вспомогательными элементами являются коммуникативные технологии власти, господства и авторитета.

Большое значение для политической сферы имеют массовые коммуникативные процессы. На этом уровне действуют специально подготовленные политические агенты, которые взаимодействуют с общественным мнением: официальные институты государства, представленные их лидерами и руководителями, а также информационными отделами по связям с общественностью; государственные национальные средства массовой информации; независимые и оппозиционные СМИ; корпоративные структуры, органы партий, общественных объединений, профессиональные политические рекламные агентства и др.; зарубежные СМИ. Они формируют коммуникативное политическое пространство, где каждый из них реализует собственные политические стратегии, подчиненные достижению интересов в сфере власти.

Все разнообразие коммуникативных технологий, используемых политическими агентами, можно свести к двум типам действий в информационном пространстве:

1) мобилизационным, включающим агитацию и пропаганду в качестве способов информационного контроля и придания политическим действиям строгой социальной направленности, при этом пропаганда не предоставляет людям возможности выбора, навязывает им определенные изменения мыслей, веры, поведения;

2) маркетинговым, представленным методами пиара и политической рекламы [4, с. 57].

Процессы коммуникации в политической сфере невозможно представить без выработки и применения таких коммуникативных технологий, как власть, господство и авторитет, которые встречаются чаще других и являются наиболее эффективными.

Власть выступает особой формой социальных отношений, которая характеризуется способностью влиять на характер и направление деятельности и поведения людей посредством экономических, идеологических и организационно-правовых механизмов. Сущность власти составляют отношения руководства, господства и подчинения. К главным видам власти можно отнести власть, основанную на принуждении; власть, базирующуюся на вознаграждении; должностную или традиционную власть; власть авторитета. Эти формы являются инструментом, с помощью которого руководитель или политик может манипулировать и подчинять. Система власти всегда строится на отношениях субординации.

Наиболее важным видом власти выступает политическая власть – способность определенной социальной группы или индивида реализовывать свою волю. Главными средствами ее осуществления служат политика, административные акты и правовые нормы. Государственная власть является разновидностью политической власти, она доминирует в обществе и представляет собой основной

объект в политической борьбе. Для достижения целей власть пользуется различными средствами – идеологическим воздействием, экономическим стимулированием, а также косвенными способами, только она обладает монополией на принуждение с помощью специального аппарата.

Господство следует считать механизмом реализации власти, оно предполагает дифференциацию социальных групп на господствующих и подчиненных, социальную дистанцию между ними, а также формирование особого аппарата управления. Власть предшествует господству, но не всегда перенимает его характеристики. М. Вебер утверждал, что господство не тождественно власти. Власть – это отношения, в которых приказ не является законной необходимостью, а подчинение не является обязательным. Господство выступает подчинением, которое базируется на признании приказа подчиненными. Согласно этой методологии ученый проанализировал типы господства на основе типических мотивов повиновения [5]. Господство может быть обусловлено интересами повинующихся относительно преимуществ или недостатков выполнения приказа, а также нравами, привычками к повиновению, личной склонностью к подчинению.

Авторитет выступает еще одной из форм осуществления власти, он проявляется как оценка достоинств руководителя и способность убеждать подчиненных в правильности и точности принимаемых решений. Харизма влияющего вызывает у подчиненных желание быть таким же, как он. Исполнитель считает, что воздействующий обладает теми знаниями и опытом, которые позволяют удовлетворить потребности и достигнуть цели [6].

Авторитет базируется на вере в личностные особенности руководителя, его престиж, способности, таланты и деловые качества. Реальный авторитет формируется как совокупность качеств профессионала своего дела, способностей манипулятора и аспектов занимаемой должности. Авторитет завоевывается, складывается из множества факторов, которые зависят от ситуации и социального окружения. Без авторитета не может быть хорошего руководителя, управленца, политика.

Авторитет строится на доверии подчиненных, в частности на убеждении, что управленец или политик хорошо относится к ним, обладает глубокими профессиональными знаниями и компетентностью [7]. Чаще всего авторитет личности основывается на бессознательной вере в харизму.

Для оценки проявления власти, господства, авторитета как коммуникативных технологий в сентябре 2018 г. проведено исследование содержания 10 публичных выступлений президента РФ на основе видеоматериалов из разных источников. В.В. Путин выступил фигурой анализа согласно официальному рейтингу российских политиков, составленному Агентством политических и экономических коммуникаций, где он находился на лидирующих позициях (на 10.09.2018 г. занимал первое место в рейтинге 100 ведущих политиков России) и относился к категории «очень сильное влияние». Видеоматериалы взяты из разных новостных источников за период с января по сентябрь 2018 г. В качестве смысловых единиц контент-анализа выбраны понятия, выражения и отдельные термины, касающиеся коммуникативных технологий власти, господства и авторитета. Результаты приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Коммуникативные технологии в публичных выступлениях В.В. Путина

Видеоматериалы выступлений	Коммуникативная технология		
	Власть	Господство	Авторитет
	125	79	83

Согласно полученным данным технологии власти, господства и авторитета в процессе политической коммуникации задействованы одновременно и дополняют друг друга. Наряду с механизмом убеждения и манипулятивной техникой власть, господство и авторитет весьма эффективны в политическом процессе, что является и преимуществом, и недостатком, поскольку применение одного инструмента приводит к переизбытку в коммуникативном акте и, как следствие, к снижению эффективности коммуникации в целом.

Власть как коммуникативная технология чаще используется в речи политиков с очень высоким рейтингом, что подтвердили данные исследования. Политики со средним и низким рейтингом используют ее весьма ограниченно, поскольку она является менее экспрессивной и более скрытой тактикой ведения коммуникативного акта.

Авторитет в качестве коммуникативной технологии ярче всего проявляется в глаголах повелительного характера, запретах, ограничениях; в утвердительных предложениях, резких выражениях оценочного характера; речи от первого лица.

Технология господства в коммуникации выражается в предложениях и терминах превосходства, нахождения «над» некими политическими и социальными структурами и ситуациями. Эмоциональная окраска превалирует при использовании данной технологии, что проявляется в применении экспрессивно окрашенной лексики.

Частота обращения к той или иной технологии в процессе коммуникации зависит от авторитета личности коммуникатора, его харизмы, положения в обществе, статуса, занимаемой

должности. Таким образом, чем выше авторитет коммуникатора в политической сфере, тем эффективнее воздействие коммуникативных механизмов власти, господства и авторитета в коммуникативном процессе, они используются как вспомогательный инструмент политического манипулирования. В заключение можно сделать вывод о необходимости применения коммуникативных технологий в политической сфере, из которых самыми широко распространенными являются власть, господство и авторитет.

Ссылки:

1. Десяткова Л.В. Современные информационно-коммуникативные технологии [Электронный ресурс] // DisTTutor. URL: <http://dist-tutor.info/library/index.php?id=14> (дата обращения: 05.11.2018).
2. Демьянков В.З. Эффективность аргументации как речевого воздействия // Проблемы эффективности речевой коммуникации. М., 1989. С. 13–40.
3. Соловьев А.И. Основы информационно-коммуникационной деятельности : пособие для студентов Института журналистики БГУ. Минск, 2009. 191 с.
4. Соловьев А.И. Политические коммуникации. М., 2004. 332 с.
5. Weber M. *Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriss der verstehende Soziologie*. Tübingen, 1980.
6. Тощенко Ж.Т. Политическая социология. М., 2016. 624 с.
7. Шибалкин Ю.А. Психология влияния, власти и авторитета: как управлять людьми [Электронный ресурс] // Элитариум. URL: http://www.elitarium.ru/2006/09/22/vlijanie_vlast_avtoritet.html (дата обращения: 05.11.2018).

References:

- Demyankov, VZ 1989, 'Efficiency of Reasoning as a Persuasion', *Problemy effektivnosti rechevoy kommunikatsii*, Moscow, pp. 13-40, (in Russian).
- Desyatova, LV 2018, 'Modern Information and Communication Technologies', *DisTTutor*, viewed 05 November 2018, <<http://dist-tutor.info/library/index.php?id=14>>, (in Russian).
- Shibalkin, YuA 2018, 'Psychology of Influence, Power, Authority: How to Manage People', *Elitarium*, viewed 05 November 2018, <http://www.elitarium.ru/2006/09/22/vlijanie_vlast_avtoritet.html>, (in Russian).
- Solovyov, AI 2004, *Political Communication*, Moscow, 332 p., (in Russian).
- Solovyov, AI 2009, *Fundamentals of Information and Communication Activities*, manual, Minsk, 191 p., (in Russian).
- Toshchenko, ZhT 2016, *Political Sociology*, Moscow, 624 p., (in Russian).
- Weber, M 1980, *Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriss der verstehende Soziologie*, Tübingen, (in German).