

Российский государственный гуманитарный университет
Russian State University for the Humanities



R G G U B U L L E T I N

№ 1/07

Scientific monthly

Political Science.
Social and Communicative Studies

Moscow 2007

В Е С Т Н И К Р Г Г У

№ 1/07

Ежемесячный научный журнал

Серия «Политология.
Социально-коммуникативные науки»

Москва 2007

УДК 309
ББК 66.0я43
П50

Главный редактор
Е.И. Пивовар

Ответственный секретарь
Б.Г. Власов

Главный художник
В.В. Сурков

Редколлегия серии
«Политология. Социально-коммуникативные науки»

Логунов А.П. – ответственный редактор
Клягин С.В. – заместитель ответственного редактора
Кафеева М.В. – ответственный секретарь
Антонова И.Б.
Барышева Е.В.
Калмыков А.А.
Шатилов А.Б.
Шугрина Е.С.

Перевод статьи С. Биби и Т. Мотета выполнили
И. Антонова и А. Туктарова

ISBN 978–5–7281–0924–2

© Коллектив авторов, 2007
© Российский государственный
гуманитарный университет, 2007

СОДЕРЖАНИЕ

От редакции 9

Форум

Библ С.А., Мотет Т.П.
Коммуникация и ценности 11

Общество в коммуникации

Клягин С.В.
Социальная коммуникация: созидание человека и общества 33

Калмыков А.А.
Онтология коммуникации как социально-антропологическая проблема 47

Штейнман М.А.
Специфика социокультурной коммуникации «Третьей волны»: обесмысленный знак, обесцененный оригинал 62

Александров А.А.
Социальные коммуникации и юридические информационно-поисковые системы: борьба с «коэффициентом молчания» 73

Политика в обществе

Шатина Н.В.
Современная политика: формирование и репрезентация смыслов 97

Зими́на В.Д., Стри́зов А.А.
Политическое управление в лабиринтах исследовательских парадигм 110

Логунов А.П.
Политическое проектирование как способ формирования политической современности 127

Зверев А.А.
Характерные черты информационного манипулятивного управления политическими процессами в современной России 137

Борисов Н.А.
Причины и последствия «революций» на постсоветском пространстве: попытка компаративного анализа 150

Практики исследований

<i>Иллерицкая Н.В.</i> Историография как коммуникативный проект	171
<i>Березовая А.Г.</i> Террор культуры в коммуникативном пространстве	181
<i>Чертов А.В.</i> Наблюдатель или каратель: государство в правовом регулировании социальных коммуникаций	196
<i>Барышева Е.В.</i> Метафора диктатуры пролетариата в политических коммуникациях 1917–1920-х годов	204

Исследования практик

<i>Аксеновский Д.И.</i> XX vs XXI: коммуникативные обертоны крутого поворота в логике конкуренции	219
<i>Гордеева М.А.</i> Управление конфликтами: поиск пространства для переговоров	231
<i>Рыбин В.Н.</i> Товарный знак как средство коммерческой коммуникации	242
Abstracts	254
Сведения об авторах	262

CONTENTS

Editorial Column	9
Forum	
<hr/>	
<i>S.A. Beebe, T.P. Mottet</i> Communications and Values	11
Society in the Communication Process	
<hr/>	
<i>C.V. Klyagin</i> Social Communication: Creation of Personality and Society	33
<i>A.A. Kalmykov</i> Ontology of Communication: a Social and Anthropological Problem	47
<i>M.A. Shteynman</i> Specificity of Social and Cultural Communication of the "Third Wave" Society: the Lost of Meaning	62
<i>A.A. Alexandrov</i> Social Communications and Juridical Data-Searching Systems: Fighting "the Index of Silence"	73
Politics in Society	
<hr/>	
<i>N.V. Shatina</i> Modern Politics: Forming and Representing Meanings	97
<i>V.D. Zimina, A.L. Strizoe</i> Political Management in the Labyrinths of Research Paradigms	110
<i>A.P. Logunov</i> Political Projection as a Means of Forming Political Contemporaneity	127
<i>A.L. Zverev</i> Characteristic Features of Manipulation Management of Political Processes in Modern Russia	137
<i>N.A. Borisov</i> Causes and Consequences of "Revolutions" in the Post-Soviet Space: An Attempt of Comparative Analysis	150

Case Studies

<i>N.V. Illeritskaya</i> Historiography as Communicative Project	171
<i>L.G. Berezovaya</i> The Terror of Culture in Communicative Space	181
<i>A.V. Chertov</i> Observer or Karatel': State in Legal Regulation of Social Communication	196
<i>E.V. Barisheva</i> Metaphor of the Proletariat Dictatorship in the Political Communications of 1917–1920	204

Field Studies

<i>D.I. Axenovsky</i> XX vs. XXI: Communication Overtones of Turning Point the Logic of Competition	219
<i>M.A. Gordeyeva</i> Managing Conflicts: in Search for Negotiations Space	231
<i>V.N. Rybin</i> Trademark as an Instrument of Commercial Communication	242
Abstracts	254

От редакции

Предлагаемое читателю издание называется «Политология. Социально-коммуникативные науки». Оно открывает новую серию в семействе «Вестников РГГУ». По нашему замыслу, серия будет посвящена исследованию различных аспектов современной политической жизни, их обсуждению и осмыслению в дискурсе политических наук.

«Ускользящий мир» политического (по определению Э. Гидденса) интригует нас своей изменчивостью, избытком информации и уникальностью событий, своей интеллектуальной неопределенностью. В связи с этим поиск новых тем, анализ, адаптация и переосмысление исследовательских средств политической науки становятся насущной социально-гуманитарной задачей.

К настоящему времени в РГГУ складывается самостоятельная школа политико-коммуникативных исследований. Ее появление подготовлено значительным опытом по разработке и апробации значительного комплекса научно-исследовательских идей. Становление политических наук как самостоятельного направления гуманитарного знания началось в университете в 1992–1993 гг. В первые годы в университете сложились два тесно взаимосвязанных между собой подхода к изучению политики и политического. Во-первых, в специфических условиях общественно-исторического развития страны в центре экспертно-аналитического знания оказывались проблемы политического поведения. Поэтому политологи РГГУ внимательно изучали различные аспекты политической психологии и политической культуры с тем, чтобы полнее определить содержание и тенденции политического поведения как отдельных личностей, так и широких масс. Во-вторых, весьма значимой оказывалась и разработка концепции аналитической политологии, определявшаяся поисками своего лица в сфере научных политологических исследований.

В 1996–1997 гг. в РГГУ началось активное исследование проблем теории и практики социокультурных и политических коммуникаций. Этому способствовало быстрое развитие коммуникатологии (этот процесс характерен для всего международного научного сообщества). Закономерным оказалось и сближение исследований в области политических и коммуникативных наук. Для политологии обращение к потенциалу коммуникативных наук соответствует парадигмальным параметрам современного научно-познавательного мировидения. Коммуникативные науки, позволяющие различать сложности современ-

ного социума, выступают каналом интенсивного междисциплинарного обмена понятиями и идеями. Мы надеемся, что объединение в названии и, главное, в практике работы издания двух взаимосвязанных областей современной интеллектуальной культуры создаст предпосылки для полицентризма, органичной «мозаичности» в постановке и рассмотрении исследовательских проблем.

Хочется верить, что заинтересованное сотрудничество редколлегии и авторов журнала, процесс постепенного формирования авторского сообщества, обратная связь авторов с читательской аудиторией позволят нам в совместной работе расширить круг социально-политических идей, исследовательских проблем и версий их решения. Наличие возможностей для свободной дискуссии может способствовать столь важному для современного общества расширению пространства публичной интеллектуальной жизни, сохранению «общественной сферы» (Ю. Хабермас) как гарантии жизнеспособности общества.

Уже в первом выпуске журнала мы постарались создать пространство для диалога. Он открывается публикацией известных американских исследователей С. Биби и Т. Мотета (Техасский университет), рассматривающих саму коммуникацию как ценность и подчеркивающих объединяющую роль ценностей для коммуникации в ситуациях кросскультурного взаимодействия.

Мы надеемся, что основные рубрики журнала «Общество в коммуникации», «Политика в обществе», «Практики исследований», «Исследования практик» останутся постоянными, и в дальнейшем будут наполняться разноплановыми материалами. Содержание рубрик первого выпуска представлено оригинальными авторскими проектами по ключевым пунктам общей темы проекта «Общество. Коммуникация. Политика».

Среди наших авторов – преподаватели и сотрудники факультета истории, политологии и права РГГУ. Но мы надеемся, что уже в ближайшей перспективе будет развернуто сотрудничество со всеми заинтересованными в предлагаемой проблематике: экспертами, аналитиками, практическими политиками.

Редакционная коллегия выражает признательность руководству Российского государственного гуманитарного университета за всестороннюю поддержку инициативы по созданию нового научного издания.

Доктор исторических наук, профессор
Доктор философских наук, профессор

А.П. Логунов
С.В. Клягин

С.А. Биби, Т.П. Мотет
(Техасский государственный
университет – Сан Маркос)

КОММУНИКАЦИЯ И ЦЕННОСТИ

Поиск объединяющих принципов человеческой коммуникации

Научно установлено, что 90% своего активного времени человек посвящает целенаправленной коммуникации (Клеммер и Снайдер, 1972). Письмо, чтение, говорение и слушание составляют основу человеческой деятельности. Во многих современных учебниках по коммуникации повторяется цитата: вы не можете не общаться¹. В самом общем виде коммуникацию определяют как процесс воздействия на информацию². Если говорить более конкретно, коммуникация – это «способ, с помощью которого мы осмысливаем мир и делимся этим смыслом с другими, создавая его вербальные и невербальные сообщения»³. Язык – одно из самых мощных средств, которым мы располагаем для осмысления мира. Определение точки пересечения коммуникации с этическими критериями человеческого поведения поможет яснее понять принципы коммуникации и основополагающие этические ценности.

Цель данной статьи – доказать необходимость выявления ряда принципов, которые заложены в человеческих ценностях и служат средством установления эффективного и адекватного коммуникативного поведения в панкультурных контекстах.

Предположение существования транскультурных человеческих ценностей может дать основу для выработки этичного поведения в процессе коммуникации. Пользуясь обзорной литературой, посвященной поиску общечеловеческих ценностей, и в частности – некоторыми трудами К.С. Льюиса, написанными в защиту учения Тао об универсальных ценностях и закрепленными в философских парадигмах платоников и неоплатоников, – мы определили пять принципов коммуникации, которые могут быть применены ко всему многообразию культурных контекстов. Эти принципы были выделены нами в результате изучения фундаментальных исследований по коммуникатологии и педагогике. Далее, чтобы актуализировать учение Тао, мы предложили спо-

собы использования и описания этих принципов. Мы предлагаем такой исследовательский формат не с целью подвести финальную черту, а для того, чтобы продолжить диалог о том, что же является поистине человеческим общением между людьми.

Поиск универсальных ценностей на стыке наук

Теоретики и практики, работающие в самых различных областях науки, спорят о существовании универсальных человеческих ценностей, чтобы предложить научные основания для интерпретации человеческого поведения. Еще Платон, а за ним неоплатоники сделали предположение о существовании универсальных идеалов истины и добра. Последовавшее за этим обсуждение аргументов «за», а иногда «против» универсалий не претендует на законченность. Скорее, такое обсуждение призвано осветить вопросы универсалий, законов природы и человеческих ценностей, которые продолжают вызывать споры у философов, коммуникатологов, антропологов и других ученых.

Ученые-антропологи обнаружили некоторые свидетельства панкультурного поведения, которое привело к появлению универсальных ценностей. Браун⁴ составил каталог, а Пинкер⁵ дал описание не одной сотне «человеческих универсалий» (выявленных на основании культурно-антропологических исследований), тем самым предоставив дополнительные свидетельства о существовании универсального критерия правильного и неправильного поведения. В каталоге Брауна есть следующие универсалии:

- 1) вера в сверхъестественное/религия;
- 2) вера в неизбежность смерти;
- 3) детские страхи;
- 4) классификация;
- 5) разделение труда в соответствии с возрастом и полом;
- 6) выражение эмоций, включая эмпатию;
- 7) мимика;
- 8) магия;
- 9) музыка;
- 10) поэзия и риторика;
- 11) частная жизнь;
- 12) территориальность;
- 13) времяпрепровождение;
- 14) развлечения.

Данный перечень отнюдь не означает, что в разных культурах к вышеперечисленным универсалиям относятся одинаково:

культурные различия, безусловно, существуют. Доказано, например, что во всех культурах религии и вере в сверхъестественное уделяется определенное внимание, но проявление этих верований и культовых отправлений в разных культурах различно. Наличие в разных культурах общих тем и понятий отнюдь не обесценивает роль культуры в человеческих цивилизациях, а скорее свидетельствует о том, что люди имеют общий опыт и поведенческие категории, взаимодействующие с культурой, а значит, можно найти общие принципы, которые помогут в дальнейшем объяснить человеческое поведение.

Еще один аргумент в защиту существования «универсалий» в человеческом поведении мы находим в работах психолога Карла Юнга. Юнг развил концепцию Фрейда о бессознательном, полагая, что бессознательное состоит из двух частей. Первая – «персональное бессознательное», описанное Фрейдом, – находится там, где хранятся воспоминания обо всем том, что было пережито. Вторая часть, называемая «коллективным бессознательным», состоит из архетипов, которые описаны как «некая форма психики, куда стекается и где оформляется весь индивидуальный и коллективный опыт; тем не менее эта часть отличается от самих символов и образов»⁶. Понимание Юнгом коллективного бессознательного и его теория архетипов объясняют «универсальность функционирования психики и воображения человека в любой период времени и вне зависимости от культуры»⁷. Таким образом, коллективное бессознательное – это универсальная основа для систематизации нашего опыта, мыслей и чувств.

Помимо психологии, исследования в философии, даже на самом элементарном уровне, обращены к принципу универсальности. Во вступительной статье к учебнику по философии Роберт Пол Вульф отмечает: «Бросив беглый взгляд на всю историю западной философии длиною в 2500 лет, мы снова и снова обнаруживаем возвращение к трем характерным чертам, которыми обладают все философские истины и взгляды: рациональность, универсальность и объективность»⁸. Далее Вульф пишет: «...не во всем философы согласны между собой...», но «подавляющее большинство, по крайней мере до недавнего времени, считали, что философия должна быть рациональной и объективной». И далее: «...В настоящее время у меня есть серьезные сомнения по поводу признака универсальности в философии». Такие сомнения возникают у Вульфа в связи с его личным опытом, почерпнутым из других культур. Тем не менее он отмечает: «Хо-

тя я перестал считать универсальность критерием философской истины, она [универсальность] остается для меня целью, хотя и в несколько измененной форме, поскольку я продолжаю искать средства расширения круга тех людей, с которыми могу наладить человеческие связи и выполнить моральные обязательства».

Одной из наиболее исчерпывающих попыток выявить и подтвердить существование универсальных ценностей является книга Сиссели Бок «Общие ценности»⁹, написанная внятным, убедительным языком и содержащая попытки ряда исследователей достичь согласия в отношении универсальных ценностей. Ее книга представляет собой великолепный хронологический обзор успехов и неудач, связанных с определением ключевых универсальных ценностей.

Ее цель – поиск ограниченного числа ценностей, таких приземленных и банальных, чтобы их можно было легко распознать вне общественных и других границ. Будучи признанными как общие, они могут обеспечить основу для диалога и сотрудничества, которые так необходимы нам сейчас¹⁰.

Тем не менее Бок – реалистка. Она знает, что поиск будет нелегким: «Проекты общемировой этики наводняют историю, как резервуары из-под воды, брошенные в пустыне. Утопические, грандиозные, разумные; тоталитарные – на наш век их хватило. Когда этнические и религиозные конфликты опустошают целые регионы, особым донкихотством может показаться разговор о ценностях, признаваемых вне культурных, религиозных, этических и других границ; такой разговор может показаться явно оскорбительным для тех, кто относится к сторонникам фундаментальных ценностных различий между Севером и Югом, Азией и Западом, мужчинами и женщинами, пожилыми и молодыми, колонизаторами и поработченными».

Далее Бок приходит к заключению о том, что «мысль о поиске этики, способной разрушить культурные границы, кажется многим современникам либо оскорбительной, либо наивной»¹¹. Тем не менее она горячо выступает за необходимость найти тот небольшой набор ценностей, который мог бы служить основой для взаимопонимания. Она не считает, что список этих ценностей должен быть длинным. Скорее она занимает позицию минималиста, когда предлагает: «Моральные ценности, при условии, что они выдержат испытание широкой оглаской вне культурных границ, должны быть немногочисленны по количеству и ограничены по масштабу»¹². Маловероятно, что максималистские подходы, т. е. подходы, связанные с более длинными и проработан-

ными списками общих ценностей, будут иметь больший успех. В этой связи она называет Эразмуса (который отдавал предпочтение универсальному миру) и Канта (автора категорического императива «Действуйте лишь по той максиме, которую в то же время вы бы хотели видеть универсальным законом») как двух наиболее значительных защитников универсальных принципов.

Одна из попыток, предпринятых политиками в этой области и описанных Бок, содержится во Всеобщей декларации прав человека, принятой Генеральной Ассамблеей ООН в 1948 г. Это важный документ в том смысле, что в нем прописаны неотъемлемые ценности для граждан безотносительно страны проживания, места рождения или национальности. В первом параграфе признается «врожденное чувство достоинства и равные и неотъемлемые права всех членов человеческого сообщества...» и содержится предположение о том, что эти права — «...основа свободы, справедливости и мира во всем мире».

Помимо ратификации Организацией Объединенных Наций Всеобщей декларации прав человека Бок описывает еще четыре, относительно недавно предпринятые политиками попытки представить основной список всеобщих ценностей:

1. Всемирная конференция ООН по правам человека (Вена, 1993)
2. Всемирный парламент религий (Чикаго, 1993)
3. *Veritatis Splendor* (празднование 10-летия энциклопедии Папы Иоанна Павла II, 1993)
4. Доклад комиссии мирового правительства (1995)

Список тех, кто присоединился к дискуссии и кого цитирует Бок, внушителен. Несмотря на широкое внимание к поиску общих ценностей, Бок приходит к выводу об иллюзорности достижения консенсуса по вопросам существования всеобщих, универсальных, человеческих ценностей. Тем не менее, исходя из последствий таких событий, как 11 сентября 2001 г., и многочисленных чрезвычайных ситуаций, она надеется на то, что такой поиск будет продолжен, цитируя Мартина Лютера Кинга-младшего и приглашая остальных присоединиться к его выводу: «Я имею дерзость полагать, что повсюду люди имеют право принимать пищу три раза в день для поддержания своего тела, получать образование и воспитание для поддержания своего ума, развивать в себе чувство достоинства, равенства и свободы для поддержания своего духа»¹³.

Релятивисты, т. е. те, кто не согласен с существованием универсальных этических принципов (а также любых универсаль-

ных допущений), противостоят универсалистам, полагая, что вся человеческая коммуникация, включая оценку того, что правильно, а что неправильно, изначально связана с культурой (определенной страны), и что поиск универсальных принципов обречен на провал¹⁴. Такие мыслители, как Охам¹⁵ и Фрейд¹⁶, опровергают существование универсальных, созданных объективно или при вмешательстве божьей силы принципов, которые помогают человеку понять, что правильно, а что – нет. Релятивисты считают, что на самом деле общие этические принципы – это всего лишь фантом нашего разума, а то, что может показаться универсалиями, – не что иное, как созданные человеком лингвистические категории, помогающие нам осмыслить мир, который кажется запутанным и нестабильным.

Сторонники релятивистской этики полагают, что роль культуры, религии, пола, личности или жизненных обстоятельств изначально оценивается относительно степени их значимости¹⁷. Как пишет Шилеппи, «релятивистская этика предполагает, что о ценностях человека и его/ее правильном или неправильном поведении можно судить только учитывая ту культуру или жизненную ситуацию, в которой они появились».

Дискуссия о поиске универсальных ценностей и принципов «правильного» поведения не ограничивается участием в ней философов, просветителей, психологов, политиков и антропологов. Русский романист Лев Толстой присоединился к дискуссии, когда предположил, что именно посредством искусства все люди участвуют во всеобщем эксперименте по передаче эмоционального смысла. Толстой считал, что существуют две стратегии, используемые людьми для общения друг с другом. Первая, и наиболее очевидная, осуществляется через речь; именно посредством сказанного и написанного слова происходит выражение мыслей¹⁸. Как объяснил Толстой в своем эссе «Что такое искусство?» (1896), «вызвав в себе раз испытанное чувство и, вызвав его в себе, посредством движений, линий, красок, звуков, образов, выраженных словами, передать это чувство так, чтобы другие испытали то же чувство, – в этом состоит деятельность искусства». Таким образом, Толстой полагает, что посредством искусства люди могут передавать друг другу свой культурный опыт и присоединяться к всеобщему выражению чувств.

Дебаты по поводу существования универсальных ценностей продолжают. Аргументы К.С. Льюиса (философа и писателя из Оксфорда и Кэмбриджа) в защиту существования объективной истины – это лишь один из большого хора голосов, которые

защищают тезис: универсальные принципы делают любую Истину возможной. Дискуссия о существовании универсалий подразумевает разнообразие научных дисциплин, включаемых в область коммуникатологии.

Коммуникация и поиск универсальных ценностей

Ученые-коммуникатологи присоединились к дискуссии о том, существует ли универсальная этическая основа, исходя из которой может быть рассмотрена вся человеческая коммуникация. Кейль, например, защищает тезис о том, что спокойствие и священность человеческого духа должны стать основой для универсального этического кода, а значит, и основой для человеческой коммуникации¹⁹. Исследователи межкультурной коммуникации Самовар и Портер считают, что основополагающая этика для коммуникации людей представляет собой поиск собственно физического и психологического удовольствия и нанесение вреда другому человеку.

Широкая дискуссия по вопросам существования универсальных ценностей и их отношения к коммуникационной этике была начата несколькими авторами специалистами-антропологами в книге «Коммуникационная этика и универсальные ценности» под редакцией Клифорда Кристианса и Микаэля Трейбера²⁰. Кристианс и Трейбер полагают: «Каждая культура обязана своим существованием тем нормам, которые заведуют человеческими отношениями и социальными институтами». Что представляют собой эти основополагающие нормы? Исходя из обзора исследовательской литературы о культурных нормах Кристианс и Трейбер называют три прототипические («прото» как «лежащий под») нормы: 1) правда; 2) уважение достоинства другого человека; 3) нанесение вреда невинному.

Они заявляют: «Правда – это основополагающий принцип, по поводу которого существует кросскультурная договоренность», и предоставляют вниманию читателей свидетельства из нескольких культурных и религиозных традиций в поддержку основополагающей этики правды, делая на этом основании следующий вывод: «Обман разрушает социальный порядок. Жизнь с другими людьми становится невообразимой, если мы по умолчанию изначально не доверяем людям, считая, что они не говорят правды. На самом деле, ложь настолько неестественна, что технические средства в состоянии уловить реакции на нее человеческого тела»²¹.

Авторы упомянутой выше книги считают уважение достоинства другого человека еще одной панкультурной ценностью. Предлагая в качестве примеров отличительные особенности культурных традиций истинных американцев и арабов, он заявляют: «Различные культурные традиции по-разному защищают человеческое достоинство, но в совокупности они свидетельствуют о том, что все без исключения люди обладают этим священным статусом».

Третья прототипическая норма «не навреди невинному» тесно связана с «поиском справедливого общества и соответственно – неприятия ситуации, при которой попирают немощных. В общинных и туземных культурах забота о слабых и уязвимых (детях, больных и престарелых) и совместное владение материальными ресурсами и знаниями – естественный ход вещей»²².

Выступая за существование универсальных, прототипических норм, Кристианс и Трейбер не настаивают на том, что все люди последовательно действуют в соответствии с этими нормами. Само их существование дает возможность увидеть, действуют в обществе эти ценности или нет. Описывая современные перспективы, связанные с существованием универсальной этики, Кристианс вторит Льюису, полагая, что «просвещение отпраздновало успехи в области науки и политики. Но теперь занавес за 300-летней эпохой Просвещения закрывается. Разрушен фундамент, на котором были выстроены универсальные нормы. Разрушено само понятие нормы, поскольку западный мир утратил чувство нормы»²³. Одно дело – выступать за существование универсальных ценностей в жизни и совсем другое – полагать, что эти ценности задействованы в этой жизни.

Ученые-коммуникатологи утверждают, что ключевой функцией коммуникации является управление неизвестностью²⁴. Если бы согласие по вопросу универсальных ценностей было достигнуто, они имели бы все основания подойти к решению проблемы неизвестности. Релятивисты полагают, что люди общаются друг с другом не для того, чтобы обнаружить наконец универсальную или врожденную добродетель, а для того, чтобы осмыслить идиосинкразическую, неизвестную природу человеческого существования. Дебаты по вопросу универсальных этических принципов имеют важный подтекст, связанный с разработкой теории человеческой коммуникации. Если универсальные принципы этического поведения действительно существуют, теоретики в области межкультурной коммуникации и антропологи в области культуры были бы наделены правом определять этическое поведение.

Не подлежит сомнению тот факт (взятый из неоднократно цитируемой книги Хофстеда), что существуют различные культурные ценности. Различия в таких культурных ценностях, как индивидуализм–коллективизм, определенность–неопределенность, мужской–женский и централизованный–децентрализованный, бесспорно очевидны²⁵. Подробно освещены в литературе по межкультурной коммуникации различия культурного контекста (утонченный–вульгарный), предпочтения усложненных или упрощенных контактов, а также различия в понимании и использовании времени²⁶.

В исследованиях обзорного характера также освещается вопрос существования культурных различий. В своей книге «Америка против всего мира», основываясь на обширных межкультурных обзорах, предоставленных исследовательским центром Пью, Эндрю Кохут и Брюс Стоукс²⁷ обнаружили множество различий в понимании культурных ценностей во всем мире. Но несмотря на все эти уже освещенные в литературе культурные различия, мы предполагаем существование основополагающего набора человеческих ценностей, того, что есть добро и истина. Нахождение разных «ценностей» разными исследователями свидетельствует о различиях их пристрастий в области взаимодействия с другими людьми. Тем не менее может существовать и основополагающий набор имплицитных положений о доброте и справедливости, который [набор] также подлежит изучению. Как отмечают Мартин и Накайама: «Универсалист может, например, попытаться определить действия, которые большинство обществ считают неправильными, такие как убийство, воровство и измена. Тот, кто занимает крайне универсалистскую позицию, будет настаивать на том, что культурные различия поверхностны, а фундаментальные понятия “правильно–неправильно” универсальны»²⁸.

Они делают следующий вывод: «Учение о межкультурной коммуникации не только обеспечивает проникновение в суть культурных образцов, но и помогает нам обратиться к вопросам этики, которые включены в межкультурное взаимодействие. Мы должны прежде всего уметь: 1) судить о том, что является этически и неэтически поведением, учитывая при этом вариативность культурных приоритетов, 2) определять основные направляющие этического поведения в межкультурных контекстах, где происходят столкновения различных этик»²⁹.

Мы согласны с Мартином и Накайамой в том, что неуместно и даже опрочетливо отрицать культурные различия. Тем не ме-

нее вполне уместно вести поиск того, что составляет этическое и неэтическое поведение в кросскультурах.

Некоторые коммуникатологи (на которых часто ссылаются) указывают на взаимосвязь между поведением в человеческой коммуникации и морально-этическими стандартами. Ричард Иохансен в своей книге «Этика в человеческой коммуникации»³⁰ называет имена теоретиков в области коммуникации, указывающих на связь между коммуникацией и этическими критериями эффективной коммуникации. Дин Барнлунд, к примеру, открыто заявляет о том, что общая теория или философия коммуникации должны включать в себя описание морального стандарта, «который определит образцовое поведение в процессе общения»³¹. Еще один ученый-коммуникатолог Геральд Миллер утверждает, что вопросы, относящиеся к этическому поведению, «неразрывно связаны с каждым отдельным случаем человеческой коммуникации»³². Вот некоторые из этих вопросов: какова этическая ответственность коммуниканта перед аудиторией? как определить моральные рамки возникающих в процессе общения разногласий?

К.С.Льюис – лишь один из авторов, помогающий в поиске универсальных принципов коммуникации не только в связи с его интересом к Тао, но и в связи с его приверженностью к языку, который может быть использован в качестве инструмента формирования универсальных принципов. В некоторых трудах Льюиса (наиболее заметные из них – «Язык религии», «Прежде чем мы научимся общаться», а также неопубликованные «Фрагменты Ле Фай», найденные в библиотеке Бодлера в Оксфорде) подробно описывается сила слов и суть значений в контексте передачи универсальных принципов выражения человеческой мысли. Книги Льюиса, его мысли об универсальных этических принципах и роли языка помогают инспирировать поиск универсальных принципов человеческой коммуникации.

Природу того, что составляет эффективную коммуникацию, определяют три критерия³³. Первый – чтобы быть эффективной, коммуникация должна быть точно понята получателем сообщения. Крайне важно развивать взаимное понимание между отправителем сообщения и его получателем. Тем не менее процесс развития взаимопонимания не сводится просто к «отправлению» и «получению» сообщения. Такой линейный подход к коммуникации был заменен подходом, характеризующим коммуникацию как трансакционный процесс, в котором коммуникация рассматривается как процесс совместного создания сообщений и одновременного выражения идей и чувств.

Второй критерий эффективной коммуникации – передаваемое сообщение должно достичь поставленной цели. Целенаправленно общаясь с теми или иными людьми, мы стремимся прийти к определенным результатам. Самые распространенные цели публичных выступлений – проинформировать, убедить или просто развлечь аудиторию; межличностной коммуникации – принять определенные решения или просто насладиться общением. Независимо от того, сколько человек участвуют в коммуникации, они всегда делают это для чего-то. Достижение чувства общности с другими или реализованная задача не являются исчерпывающими признаками эффективной коммуникации.

Третий критерий связан с целью коммуникативного взаимодействия: коммуникация должна быть этичной – она должна соответствовать моральным и этическим нормам. Национальная коммуникативная ассоциация разработала Кодекс коммуникативной этики, для того чтобы обратить внимание на важность соблюдения этических вопросов в процессе коммуникации:

«Этика коммуникаций является основой для ответственного образа мыслей, способа принятия решений, развития взаимоотношений и создания сообществ в различных контекстах, культурах посредством различных средств и каналов коммуникации. Более того, коммуникативная этика показывает честь и достоинство человека, воспитывая в нем честность, справедливость, ответственность, уважение к самому себе и окружающим».

Как и другие универсалисты, Льюис предполагал этические стандарты поведения общими для всех культур. Отталкиваясь от аргументов Льюиса, мы определили принципы, которые способствуют формированию эффективных и этически приемлемых принципов поведения в коммуникации.

Мастерство коммуникации между людьми

Универсальные принципы коммуникации между людьми представляют собой общие положения о функционировании коммуникации, применимые в различных контекстах (например, в межличностной, групповой коммуникации, в публичных выступлениях, в общении посредством СМИ). Их цель – сформировать законы эффективной коммуникации. Эти принципы включают в себя общепризнанные, основанные на научных исследованиях идеи о природе человеческой коммуникации. Они должны быть, с одной стороны, настолько общими, чтобы войти в любые учебники по основам коммуникативистики, с другой

стороны, в них должны быть учтены все тонкости процесса коммуникации.

Следующие пять фундаментальных принципов выведены на основе исследований в области коммуникативистики и первоначально разрабатывались для того, чтобы помочь студентам, начинающим изучать этот предмет, понять природу коммуникаций между людьми в различных контекстах. Эти принципы вобрали в себя результаты исследования коммуникаций в течение прошлого столетия³⁴. Мы не утверждаем, что эти пять принципов охватывают все, что нужно знать о коммуникациях, но тем не менее в них обобщен огромный пласт знания о коммуникативных процессах и о том, из чего складывается эффективная коммуникация.

Пять принципов коммуникации выглядят следующим образом:

1. Коммуникация должна быть осмысленной.
2. Необходимо эффективно использовать вербальные каналы общения и правильно интерпретировать вербальные послания партнера по коммуникации.
3. Необходимо эффективно использовать невербальные каналы общения и правильно интерпретировать невербальные послания партнера по коммуникации.
4. Необходимо взвучиво слушать окружающих и давать обдуманные ответы.
5. Необходимо корректно преподносить информацию окружающим.

Принцип первый. Фактически все вводные материалы к теории коммуникаций включают в себя главы о коммуникации и личности коммуникатора, о коммуникации и особенностях восприятия, о внутренней коммуникации. Основываясь на психологии и коммуникативистике, первый принцип гласит: для того чтобы добиться успеха, коммуникатор должен участвовать в коммуникации осмысленно, в то время как непродуманные слова и действия приводят к коммуникативным неудачам. Сохранять осмысленность коммуникации не значит постоянно быть начеку, не менее важно глубокое знание собственной личности. Эффективных коммуникаторов отличает высокая самооценка. Действия компетентных коммуникаторов характеризуются высокой степенью осмысленности во всех видах коммуникации, в то время как некомпетентные коммуникаторы часто дают поспешные, непродуманные ответы. Понимание того, кто мы есть, и продуцирование смыслов из окружающей действительности – вот фундаменталь-

ные принципы коммуникации, которые могут объяснить тайну коммуникативной успешности или несостоятельности.

Принцип второй. Дэниел Квинн однажды заметил: «Не существует рассказов, лишенных смысла, если только уметь до него добраться. Это верно в отношении любых повествований от детских стихов до эпосов». При вербальном общении смысл рождается только в том случае, когда люди сходным образом понимают знаки языка. Эффективный коммуникатор корректно кодирует и декодирует сообщения, умеет подобрать правильные знаки для передачи той или иной мысли и интерпретировать знаки говорящего для понимания исходной мысли. Процесс передачи и интерпретации знаков составляет суть понимания мира и достижения взаимопонимания с окружающими.

Принцип третий. Невербальная коммуникация в корне отличается от письменного или устного языка, создающего смыслы. Эксперт по невербальной коммуникации Рэймонд Бердвисл подсчитал, что 65% социальных смыслов, рождающихся из коммуникации, основаны на информации, полученной невербальным путем. В книге Малкольма Глейдуэлла «Мерцание» подчеркивается, что мы часто «думаем не задумываясь» из-за мощной силы скрытого воздействия невербальных сигналов. Доказано, что невербальные сигналы в большей степени затрагивают чувства и эмоции, чем слова³⁵.

Одна из основных причин значимости невербальных способов коммуникации заключается в том, что люди задействуют их прежде всего для выражения чувств и эмоций. Кроме того, при наличии противоречий между тем, что человек говорит и делает, невербальные знаки вызывают больше доверия. Успешные коммуникаторы умеют точно расшифровывать невербальные знаки других. Они также контролируют свой способ передачи информации, чтобы не допустить случайного противоречия вербальной и невербальной коммуникации. Но несмотря на то что невербальная коммуникация играет главенствующую роль в коммуникативном процессе, невербальные знаки сложнее поддаются интерпретации, так как они не имеют четких временных рамок, к тому же не существует толкового словаря невербальных знаков, который помог бы разобраться в их значениях. Да и значения невербального языка, так же, как и вербального, во многом определяются культурным контекстом. Наличие целого комплекса невербальных знаков, выражаемых спонтанно (взгляды, выражение лица, позы, жесты, интонации), усложняет задачу точной передачи и интерпретации невербальной ин-

формации. Несмотря на сложности интерпретации невербальных знаков, успешные коммуникаторы эффективно ими пользуются и хорошо интерпретируют невербальные послания других.

Принцип четвертый. Гораздо больше мы проводим времени, слушая собеседников, чем участвуя в других видах коммуникации, тем не менее искусство слушать развито все еще очень слабо. Слушать собеседника тем более трудно, что на первый взгляд это кажется просто. В соответствии с представлениями Международной ассоциации искусства слушать, этот процесс включает в себя получение сообщения, выявление смыслов и ответную реакцию на полученную вербальную и невербальную информацию. В процессе слушания мы выделяем пять видов деятельности: отбор, заострение внимания, понимание, запоминание и – для подтверждения того, что информация получена, – ответ. Внутренняя рассредоточенность и внешние раздражители могут воспрепятствовать эффективному слушанию.

Слушающий играет отнюдь не пассивную роль в коммуникации, он скорее занят установлением связи с человеком, которого он слушает. Теолог Генри Ноуэн четко выразил достоинства активного слушания: «Слушать очень сложно, потому что это требует от нас столько внутреннего спокойствия, при котором нам уже не нужно проявлять себя в речах, аргументах, утверждениях и восклицаниях... Слушание – это одна из форм духовного гостеприимства, проявляя которое, вы вдохновляете незнакомцев на проявление дружеских чувств к вам, помогаете им лучше понять самих себя и даже даете им возможность молчать в вашем обществе»³⁶.

Суть четвертого принципа коммуникации – развитие в себе чуткости к другим. Ориентированность на других предполагает, что для вас важны их потребности, мотивы, желания и цели, но при этом вы сохраняете свою индивидуальность³⁷.

Принцип пятый. Умение корректно преподносить информацию обычно развивается в последнюю очередь. Признаки зрелой личности – умение хорошо слушать, адекватно реагировать и передать свою мысль таким образом, чтобы добиться максимальной коммуникативной ясности. Незрелые коммуникаторы недостаточно ориентированы на других, недостаточно чувствительны к их нуждам и интересам, они скорее сконцентрированы на себе. Однако умения улавливать чувства других и интерпретировать их мало, важно уметь выражать свои мысли корректно и этично. Коммуникатор, выбирая способ выражения своих мыслей, пытается определить, какая формулировка будет более

точной. Глубокие личностные различия между людьми являются серьезной причиной для того, чтобы адаптировать свои мысли к той знаковой системе, которая наиболее понятна собеседникам.

Есть простая жизненная мудрость с глубоким коммуникативным подтекстом: у каждого из нас свой неповторимый жизненный опыт. Чем сильнее различаются жизненный опыт, религия, культурные особенности участников коммуникации, тем для них сложнее правильно интерпретировать вербальные и невербальные знаки и выслушивать друг друга, те же самые различия усложняют задачи адаптации своего послания к особенностям восприятия собеседника. Корректно подавать информацию не значит говорить слушателю только то, что он хочет услышать. Это было бы незачем. Необходимо так редактировать и подавать информацию, чтобы другой правильно понял мысль, что позволяет достичь цели коммуникации без использования угроз или лжи.

Мы считаем, что эти принципы коммуникации применимы во всех коммуникативных контекстах. Осмысленность, искусство вербального и невербального общения, умение слушать, отвечать и адаптировать свой ответ к особенностям восприятия аудитории – важнейшие элементы взаимодействия между людьми независимо от того, является ли коммуникация межличностной, групповой, идет ли речь о публичных выступлениях или о коммуникации посредством СМИ или Интернета.

Эти принципы уместны и в межкультурных коммуникациях. Высокий уровень понимания себя и других важен для любой коммуникации, в какой бы культуре она ни происходила. Известно, что в некоторых культурах большее внимание уделяется групповой идентичности (мы их называем коллективистскими культурами), в других – индивиду (индивидуалистские культуры). Тем не менее определенный уровень анализа аудитории и контекста требуется в любом обществе. Независимо от культурной принадлежности участников коммуникации, все они используют вербальные и невербальные символы. Хотя знаковые системы (языки) и смыслы (интерпретации знаков) сильно различаются в разных культурах, тем не менее существуют как вербальные, так и невербальные универсальные способы выражения мыслей. В некоторых культурах большее значение принимают вербальные способы коммуникации (развитые общества), в других – невербальные (развивающиеся общества), но обе знаковые системы имеют существенное значение в коммуникации.

Восприятие и ответная реакция – неотъемлемые процессы общения. Как гласит притча про дерево, падающее в лесу, коммуникация появляется тогда, когда есть кто-то, способный воспринять и интерпретировать выраженные знаки. И хотя уровень и способ адаптации информации в разных культурах разный, способ редактирования сообщения для восприятия его другими играет ключевую роль в том, насколько верно или неверно оно будет интерпретировано³⁸.

Пересечение общих законов этики (по Льюису, естественных законов) и универсальных принципов коммуникации – центральная тема этой работы. Фиксирование того, как пять принципов коммуникации вписываются в рамки этических ценностей, будет способствовать развитию коммуникативной этики. Можно спорить, что основная человеческая деятельность – это общение с себе подобными; поиски смысла, а затем попытка передать этот смысл другим составляют основное занятие человека.

Проиллюстрировать эту мысль можно с помощью восьми естественных законов Льюиса (см. табл.). Отражают ли эти законы суть общекультурных ценностей человечества? Льюис бы ответил на этот вопрос отрицательно. Как он сам признается, его система естественных законов скорее носит характер зарисовки, чем определения. Тем не менее они могут послужить отличным примером общих для различных культур и цивилизаций ценностей.

Являются ли пять принципов коммуникации единственно приемлемыми и единогласно принятыми всеми учеными мира? Очевидно, что это не так. В духе льюисовских естественных законов, они иллюстрируют великое множество коммуникативных теорий, описывающих и направляющих коммуникации в общекультурном контексте.

Поиск универсальной истины наиболее важен в контексте формирования общности между людьми. Слова «общий» (common) и «коммуникация» (communication) в английском языке являются однокоренными. Определение значений и продуцирование взаимно понятных смыслов – процесс хрупкий. Существует серьезная опасность непонимания. Тем не менее главная цель любой коммуникации – быть понятым. Поиск общекультурной платформы для коммуникации важен в стремлении к взаимопониманию.

Объединение естественных законов Льюиса и «пяти непреходящих принципов коммуникации»³⁹ обеспечит глубокое по-

нимание коммуникативной этики. Эта работа проделана не для того, чтобы составить окончательный список правил коммуникативной этики, а для того, чтобы выяснить, что мы можем почерпнуть для себя в предположениях универсалистов. Теория межкультурных коммуникаций большое внимание уделяет выявлению различий, чтобы коммуникаторы с различным культурным «программным обеспечением мозга»⁴⁰ осознавали свои различия и могли к ним адаптироваться. Другой подход к исследованию межкультурных коммуникаций – выявление общих для разных культур принципов построения коммуникации. Поиск принципов общечеловеческой коммуникации скорее поможет достичь взаимопонимания между разрозненными обществами и культурами, чем наблюдения и выводы, сделанные с позиции одной культуры. Такая универсалистская парадигма разработана не для отрицания могущественной роли культур в человеческой коммуникации, а скорее для подчеркивания различий между людьми. Во многих отношениях коммуникация – это утверждение определенной культуры. В то же самое время универсалисты предполагают, что коммуникацию можно облегчить, попытавшись найти общие ценности и используя их для достижения понимания и интерпретации смыслов, и затем передать эти смыслы другим.

В таблице представлены восемь естественных законов Льюиса в первом столбце и пять принципов коммуникации в верхнем ряду. Данные таблицы отражают способы коммуникативного поведения, которые могут послужить примером претворения естественных законов в общение. Далее таблице дана иллюстрация разнородных коммуникативных принципов в контексте общих законов этики.

В чем ценность определения точек пересечения между общечеловеческими ценностями и основными принципами коммуникации? Поиск ответа на этот вопрос может стать основой обсуждения общечеловеческих ценностей в различных межкультурных коммуникативных контекстах. Эти исследования не должны стоять на полках, их выводы должны обсуждаться, осмысливаться, пересматриваться и использоваться в коммуникациях. Философ Питер Крифт, например, считает, что «принципы – это не выводы, а точки отсчета»⁴¹. Пусть принципы коммуникации, сформулированные в настоящей статье, станут отправной точкой или продолжением разговора о том, что составляет прекрасное, доброе и истинное в человеческом общении.

Учение Тао об универсальных ценностях

Тао К.С. Льюиса Философия Тао по К.С. Льюису	Принцип № 1: Приди к пониманию того, что ты обща- ешься сам с собой и с другими	Принцип № 2: Эффективно исполь- зуй и интерпретируй вербальные сообще- ния	Принцип № 3: Эффективно исполь- зуй и интерпретируй невербальные сооб- щения	Принцип № 4: Слушай и вдумчиво отвечай другим	Принцип № 5: Подобающим обра- зом приспосабливай- ся к общению с дру- гими
1	2	3	4	5	6
1. Закон всеобщего благоедеяния: не убий, не солги, не ук- ради	Осознавай основные права других и свои собственные	Вдумчиво разговари- вай с другими; пы- тайся точно понять то, что тебе говорят	Действия должны позитивно сказыва- ться на других; не делай того, что мож- ет принести вред другим	Слушай других, чтобы оказать им честь; не пе- ребивай, когда они го- ворят. Отвечай вдум- чиво, чтобы подтвер- дить, что ты их пони- маешь, и старайся быть особенно вниматель- ным к нуждам своей семьи и друзей в связи с твоими особыми с ни- ми отношениями	Подобающим обра- зом приспосабливай- ся к общению с дру- гими, используя ум и проницательность, будучи при этом правдивым и честным и не предполагая ни- какого вреда другим
2. Закон частного благоедеяния: цени членов своей семьи и друзей	Осознавай особую природу отношений между собой, члена- ми твоей семьи и тво- ими друзьями; стре- мись узнать нужды и ожидания своей семьи и друзей	Разговаривай с чле- нами своей семьи и друзьями особенно внимательно, поско- льку ты знаешь их нужды, надежды и желания	Действия должны позитивно сказыва- ться на членах тво- ей семьи и друзьях	Слушай членов своей семьи и друзей с осо- бым вниманием и по- ниманием, поскольку ты знаешь об их част- ных нуждах, надеж- дах и мечтах; отвечай вдумчиво, чтобы подтвердить, что ты их понимаешь	Подобающим обра- зом приспосабливай- ся к общению с дру- гими, проявляя ум и проницательность, стараясь быть особен- но внимательным к нуждам своей семьи и друзей в связи с твои- ми особыми с ними отношениями

1	2	3	4	5	6
3. Обязанности по отношению к родителям, представителям более старших поколений и предкам. Относись к своим родителям и представителям более старших поколений в своей семье с особым почтением и уважением	Знай свои обязанности по отношению к родителям и более старшим поколениям своей семьи; относись к их нуждам и ожиданиям с особым уважением, чтобы тем самым оказать почтение своим предкам	Высказывай слова поддержки и почтения своим родителям и более старшим поколениям своей семьи; с почтением говори о своих предках	Действия по отношению к родителям, более старшим поколениям твоей семьи и в память о предках должны позитивно сказываться на всех	Слушай и вдумчиво отвечай своим родителям, более старшим поколениям твоей семьи, почитая при этом мудрость предков	Подобающим образом приспосабливайся к общению с другими, проявляя мудрость и проницательность в предвосхищении нужд своих родителей и более старших поколений, почитая при этом своих предков
4. Обязанности по отношению к детям и потомкам: мы должны уважать права молодых и ценить тех, кто придет после нас	Проявляй уважение к правам молодых и тех, кто придет после нас	Разговаривай с детьми мягко и уважительно	Действия в отношении детей и тех, кто придет после нас, должны подразумевать чувство уважения к их нуждам, надеждам и желаниям	Прислушиваясь к простой мудрости, высказываемой детьми; вдумчиво отвечай детям из уважения к их будущему	Подобающим образом приспосабливайся к общению с другими, проявляя мудрость и проницательность в общении с детьми; проявляй понимание к нуждам детей и зрелость в разговоре с ними
5. Закон справедливости: уважай основные права человека; каждый человек заслуживает этого	Осознавай самоценность всех людей, включая себя	Разговаривай с людьми, уважая их достоинство, неприкосновенность и самоценность	Действия в отношении всех людей должны подразумевать их самоценность, их право на выбор, который не ограничивает права других	Слушай, выражая уважение к другим; вдумчиво отвечай, чтобы подтвердить, что ты их понимаешь	Подобающим образом приспосабливайся к общению с другими, проявляя мудрость и проницательность, разговаривая честно и доброжелательно со всеми людьми

1	2	3	4	5	6
6. Закон честности и добросовестности: выполняй свои обещания, будь честен, не лги	Осознавай, как важно выполнять свои обещания, быть честным и правдивым	Говори правду; выполняй то, что обещал выполнить	Действия в отношении всех людей должны подразумевать честность, неприкосновенность и истинную добродетельность в надежде, что все эти качества будут проявлены и в отношении тебя	Слушай, а не изображай внимательность, а слушай, проявляя истинное уважение. Отвечай правдиво, пытаясь понять говорящего	Подобающим образом приспосабливайся к общению с другими, проявляя мудрость и проницательность, выполняя свои обещания и уважая данное тобой слово
7. Закон милосердия: сочувствуй тем, кто менее благополучен, чем ты	Осознавай нужды тех, кто менее благополучен, чем ты	Разговаривай доброджелательно с теми, кто менее благополучен, чем ты	Действия в отношении тех, кто менее благополучен, чем ты, должны подразумевать щедрость и сочувствие при рассмотрении их нужд	Слушай с уважением и вниманием всех людей независимо от их статуса и положения; отвечай вдумчиво и точно, чтобы подтвердить, что ты их понимаешь	Подобающим образом приспосабливайся к общению с другими, проявляя мудрость и проницательность с теми, кто менее благополучен, чем ты
8. Закон великодушия: избегай немотивированного насилия против других людей. Тем не менее будь готов приносить жертвы на благо общества	Осознавай важность жертвы во имя других	Разговаривай почтительно со всеми людьми	Действия в отношении других людей должны подразумевать желание принести личную жертву на благо общества	Слушай не перебивая, даже если ты хочешь обсудить то, что говорит человек; по жертвуй разговором, чтобы услышать другого	Подобающим образом приспосабливайся к общению с другими, проявляя мудрость и проницательность, даже если следствием этого будет твоя личная потеря, но при этом будет процветать все общество

Примечания

- 1 См.: *Waltzlawic J., Bavelas B., Jackson D.* The pragmatics of human communication. N.Y.: W.W. Norton, 1967.
- 2 См.: *Dance F.E.X., Larson C.* Speech communication: Concepts and behavior. N.Y.: Holt, Rinehart and Winston, 1972.
- 3 *Beebe S.A., Beebe S.J., Ivy D.K.* Communication: Principles for a lifetime. Boston: Allyn and Bacon, 2007.
- 4 См.: *Brown D.E.* Human universals. N.Y.: McGraw-Hill, 1991.
- 5 См.: *Pinker S.* The blank Slate: The Modern Denial of human nature. Princeton: Princeton Univ. Press, 2002.
- 6 *Норске R.H.* A guided tour of the collected works of C.G. Jung. Boston: Shambhala, 1999. P. 15.
- 7 Ibid. P. 14.
- 8 *Wolff R.P.* About philosophy. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2000. P: 28.
- 9 См.: *Вос S.* Common values. Columbia, MO: Univ. of Missouri Press, 2002.
- 10 Ibid. P. 1.
- 11 Ibid. P. 42.
- 12 Ibid. P. 53.
- 13 Ibid. P. 202.
- 14 См.: *Barnsley J.* The social reality of ethics. L.: Routledge, 1972.
- 15 См.: *Audi R.* The Cambridge dictionary of philosophy. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1999.
- 16 См.: *Nicholi A.M.* The question of god. N.Y.: The Free Press, 2002.
- 17 См.: *Corey G., Schneider-Corey M.* Meaning and values // Bridges not walls: A book about interpersonal communication. 8th ed. / Ed. by J. Stewart. Boston: McGraw-Hill, 2002; *Scileppi P.A.* Values for interpersonal communication: How then shall we live? Belmont, CA: Star Publishing company, Inc., 2005. P. 19.
- 18 См.: *Wolff R.P.* Op. cit. P. 324.
- 19 См.: *Kale D.* Peace as an ethic for intercultural communication // Intercultural communication: A reader / Ed. by L. Samovar, R.E. Porter. Belmont, CA: Wadsworth, 1994. P. 435–441.
- 20 См.: *Christians C.* The ethics of being in a communications context // Communication ethics and universal values / Ed. by C. Christians, M. Traber. Thousand Oaks, CA: Sage, 1997.
- 21 Ibid. P. xi.
- 22 Ibid. P. xii.
- 23 Ibid. P. 18.
- 24 См.: *Berger C.R., Calabrese R.J.* Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication // Human Communication Research. 1975. № 1. P. 99–112.

- ²⁵ См.: *Hofstead G.* Culture's consequences: International differences in work-related values. Beverly Hills, CA: Sage, 1980.
- ²⁶ См.: *Lustig M., Koester J.* Intercultural competence: Interpersonal communication across cultures. Boston: Allyn & Bacon, 2006; *Martin J.N., Nakayama T.K.* Intercultural communication in contexts. N.Y.: McGraw Hill, 2004.
- ²⁷ См.: *Kobut A., Stokes B.* America against the world: How we are different and why we are disliked. N.Y.: Times Books, 2006.
- ²⁸ *Martin J.N., Nakayama T.K.* Op. cit. P. 33.
- ²⁹ Ibid. P. 34.
- ³⁰ См.: *Johannesen R.* Ethics in human communication. Prospect Heights, IL: Waveland Press, Inc., 1990. vity:
- ³¹ См.: *Barnlund D.* Toward a meaning-centered philosophy of communication // Journal of Communication. 1962. № 12. P. 198.
- ³² *Miller G.R.* Contributions of communication research to the study of speech // *Monroe A.H., Ehninger D.* Principles and Types of Speech Communication. Glenview, IL: Scott, Foresman, 1969. P. 355.
- ³³ См.: *Masterson J.T., Beebe S.A., Watson N.J.* Invitation to effective speech communication. Glenview, IL: Scott, Foresman and Co, 1989; *Beebe S.A., Beebe S.J., Ivy D.K.* Op. cit.
- ³⁴ См.: *Beebe S.A., Beebe S.J., Ivy D.K.* Op. cit.
- ³⁵ См.: *Mehrabian A.* Nonverbal communication. Chicago: Aldine Atherton, 1972.
- ³⁶ *Nouwen H.* Bread for the journey. San Francisco: HarperCollins, 1997.
- ³⁷ См.: *Beebe S.A., Beebe S.J., Ivy D.K.* Op. cit.
- ³⁸ См.: *Hammer M.R., Bennett M.J., Wiseman R.* Measuring intercultural sensitivity: The intercultural development inventory // International Journal of Intercultural Relations. 2003. № 27. P. 421–443.
- ³⁹ См.: *Beebe S.A., Beebe S.J., Ivy D.K.* Op. cit.
- ⁴⁰ *Hofstead G.* Op. cit.
- ⁴¹ *Kreeft P.* C.S. Lewis for the third millennium. San Francisco: Ignatius Press, 1994. P. 13.

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: СОЗИДАНИЕ ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА

Обсуждение многообразия социальной коммуникации, возможностей и стратегий ее исследования ведется представителями различных научных дисциплин и профессиональных коммуникативных практик. В этих дискуссиях желательно сохранять предпосылки для взаимопонимания и диалога, поэтому задача автора настоящей статьи состоит в том, чтобы охарактеризовать ряд тезисов, важных для согласования исходных представлений о феномене коммуникации.

Прежде всего, необходимо показать общественный характер и макросоциальные масштабы коммуникации, подчеркнуть тот факт, что ее нельзя сводить лишь к различным способам передачи сообщений, пусть даже и усиленным технологическими изысками современной цивилизации. Важно также рассмотреть логико-методологические основания и культурные контексты теоретического дискурса о коммуникации. Нельзя не обратить внимание и на социально-антропологические следствия «слова и дела» коммуникации, изменение природы социальности и меры человеческого в современном мире, который в силу раскрытия в нем горизонтов и деятельностных пластов коммуникации так же отличается от «докоммуникативной» эпохи, как пастораль деревенского пруда разнится от симфонии морского простора.

Слово «коммуникация» становится одним из символов и одновременно симптомом состояния человеческого общества к началу III тысячелетия его истории.

Признаком неслучайности дискурса коммуникации является не только его распространенность, но и уникальное содержание, где с трудом сохраняется баланс между широтой очевидного и предметностью выражаемого. Постепенно из специальных лексиконов культуры это слово перешло в разряд понятий, удостоверяемых не столько четкостью признаков,

сколько общей узнаваемостью. Коммуникация, человек, существование, смысл и содержание жизни, будущее – эти и другие «общие слова» современной культуры сегодня действительно стали рядом.

Феномены коммуникации масштабны и чрезвычайно многообразны. Коммуникации созидают и формируют «ткань» современной общественной жизни. Системы связи, сложные информационные комплексы выстраивают ее глобальные векторы и измерения. Коммуникативные взаимодействия создают новые символические пространства социальной реальности. Современные коммуникации стали заметны не только в качестве средства локального взаимодействия, но и как объединяющая среда, в которой реализуется целостность человека и общества. Важно, что коммуникации вырастают количественно, но, главное, они становятся средством и специфическим пространством обнаружения качественного единства современного мира, в котором парадоксальным образом сочетаются энергия объединяющих связей и хрупкость их «поверхностного натяжения».

Мир, «скрепленный» коммуникацией, – это мир новых возможностей и перспектив развития цивилизации. Но мир коммуникации полнится и новыми угрозами, ибо он уязвим из-за преобладания в его природе искусственности, конструктивизма. Сделанное легко разрушить. В этом мире содержание и смыслы жизни человека, притягиваясь к фигурам, средствам и знакам коммуникативных актов, утрачивают глубину, как бы уплотняют поверхность той функциональной реальности, которая еще в середине XX в. получила имя-предупреждение «техногенный постав» (М. Хайдеггер).

Определения понятия коммуникации многочисленны, но, как правило, локальны, ограничены теми или иными контекстуальными рамками. Поэтому важно охарактеризовать общие предпосылки многообразных проявлений коммуникации. Принципом такой характеристики является движение от очевидных, предметных феноменов коммуникации к ее неявным аспектам.

Прежде всего, в жизни современного общества коммуникации – это системы связи, обработки и передачи различных видов информации, а также разветвленные пути сообщения. В процессе развития коммуникаций находит непосредственное выражение специфика современной производственной деятельности человека, которая невозможна без широкой кооперации, обмена знаниями и материалами, без маневра трудовыми ресурсами в региональном и глобальном масштабах.

Мировое разделение труда привело к активизации взаимодействия между различными регионами мира, ведущими мировыми хозяйственными и финансово-экономическими центрами. Коммуникации связывают как эти центры, так и области их влияния, обретая при этом не только экономическое, но и социокультурное содержание.

Интенсивные коммуникации порождаются также современными демографическими процессами. Разный уровень рождаемости, неравномерность распределения населения в различных странах и регионах мира создают предпосылки для активной миграции высококвалифицированных специалистов и низкооплачиваемых рабочих, для активного взаимодействия перемещаемых и постоянно проживающих на той или иной территории контингентов населения.

На фоне потребности общественного производства и повышения значимости в нем «человеческой составляющей» усиливается межгрупповая и межличностная коммуникация, которая проявляется не только в активизации, но и в повышении ответственности, содержательной насыщенности как межличностного общения, так и взаимодействия социальных групп и субъектов.

Важнейшая роль коммуникативных процессов проявляется в обеспечении функционирования базовых связей и отношений современного общества. В социокультурной динамике обнаруживается значимость для социума таких деятельностных и поведенческих моделей, которые, в свою очередь, невозможны без коммуникации между различными субъектами общественной жизни. Плюрализация культурной жизни, проблематизация социально-интеллектуального проекта модерна повышают актуальность меж- и внутрикультурного диалога, в котором востребуются языковые, текстовые средства взаимодействия. Именно интенсивность этого взаимодействия способствует обнаружению и переводу коммуникационного потенциала общественных отношений в актуальный коммуникативный фактор их развития.

Очевидным проявлением феноменов коммуникации в современном мире является создание и использование средств массовой информации (СМИ) и глобальных телекоммуникаций: распространение мобильной связи, газет и журналов, радиовещания, телевидения, Интернета, а также различных сочетаний медиасредств. Современные СМИ из обычных каналов распространения информации превратились в мощные средства воздей-

ствия на общественное сознание. Они используются не только как действенная форма социального регулирования, но и как средство модификации экономического и потребительского поведения людей (интегрированные маркетинговые коммуникации, реклама, индустрия шоу-бизнеса и развлечений).

В многообразии современных коммуникаций необходимо также учитывать автокоммуникацию («внутреннюю» коммуникацию) отдельных культур и крупных социокультурных субъектов (стран, регионов, корпораций). Именно эти специфические коммуникативные явления лежат в основе цивилизационного и научно-культурного самоопределения народов мира, в том числе в попытках их противодействия распространению стандартов и ценностей процессов глобализации. Автокоммуникация сопровождает глубокие социально-экономические трансформации, которые затронули в конце XX в. обширные регионы мира, включая Россию и страны бывшего СССР. Указанный внутренний («для-себя») аспект коммуникации обнаруживает свою значимость в построении и самоопределении идентичностей и организационных культур крупных корпоративных, в том числе производственных, субъектов (крупнейших мировых компаний, влиятельных фондов и институтов, объединений лидеров общественного мнения).

Осмысление феномена коммуникации невозможно без обращения и к ее философскому, «метафизическому» измерению, лежащему за пределами повседневных коммуникативных проявлений, но во многом формирующему их конфигурацию и трактовку. «Метафизическая коммуникация» – это коммуникация поверхности культуры с ее глубинными смыслами. Это своего рода вопрошание человека о своих истоках, которое становится особенно драматичным в лабиринтах плоскостей и упаковок современной массовой культуры. «Культура должна быть метафизически ориентированной, – подчеркивал Й. Хёйзинга, – либо ее нет вообще»¹.

Развитие коммуникации в мире делает его не только целостным, но и «целокупным» (М.М. Бахтин). Коммуникации мира порождают миры коммуникаций, которые знаменуют собой не только богатство феноменов коммуникации, но возможность их обособления в той или иной относительно самостоятельной области. «Пишущие и читающие живут в разных вселенных», – заметил писатель А. Битов. Но дело не только в функциональной и онтологической разделенности коммуникативных пространств. Современные миры коммуникаций сосуществуют с об-

ластями коммуникационного дефицита. «Разрыв», «разделенность» коммуникаций (аналогия digital divide) порождают острые социокультурные, геополитические и социально-экономические противоречия, обнаружение и разрешение которых являются важной составной частью изучения коммуникативных явлений.

Завершая общую характеристику коммуникации, еще раз подчеркнем многообразие этого феномена, его особую интегрирующую роль в современном мире. Коммуникация имеет общественную природу, она органично связана с воспроизводством общественной жизни, содержанием общественных процессов, с постановкой и решением ключевых социально-культурных проблем. Коммуникация не сводится к схемам и алгоритмам передачи информации от одного адресата к другому, она опосредована личностными смыслами участников коммуникативного взаимодействия, многообразием порождаемых ею социальных миров и реальностей.

В познании такого сложного феномена, как коммуникация, не стоит забывать знаменитый вопрос из «Фауста» И.В. Гете: «Что значит знать?». Ответы на него надо искать в различных областях знания, в комплексном постижении истины различными формами современной культуры: наукой и искусством, здравым смыслом и практическим знанием, духовными поисками, нравственными и эстетическим интуициями. Вместе с тем нельзя не учитывать доминирующую роль научного познания в жизни современного общества. На его содержании строится современная картина мира, оно является ведущим в образовательной деятельности, его принципы определяют контуры влиятельных мировоззренческих систем современности и основы общественно-политического устройства наиболее мощных мировых держав.

Таким образом, в познании феноменов коммуникации и создаваемых ими социальной реальности и технологических артефактах могут проявляться различные познавательные установки. С учетом того, как трактуется роль науки в обществе, это могут быть позиции сциентизма и антисциентизма. Много споров и конкурентных коллизий между различными социально-профессиональными субъектами, имеющими собственные интересы в области коммуникации (например, образовательные структуры и организации, работающие в различных практических областях), возникают также вокруг роли теории в описании и нормировании коммуникативных явлений и технологий.

В настоящее время в изучении феноменов коммуникации получила общественное признание позиция умеренного научного рационализма. При этом, с одной стороны, учитывается роль науки в современном обществе, а с другой – принимаются во внимание последствия культурно-исторической динамики науки, в том числе необходимость диалога науки с другими формами культуры и здравым смыслом повседневности, внимание к социально-гуманитарным аспектам коммуникативных взаимодействий, их органической связи с ценностями и смыслами человеческого бытия. Значимость позиции умеренного научного рационализма для изучения коммуникаций проявляется в изменении соотношения между технократическими и социально-гуманитарными подходами к этой области. Примечательно, что сегодня в различных сообществах специалистов по коммуникациям наряду с инженерами, компьютерщиками, специалистами по системам связи все больше востребуются психологи, политологи, социологи, представители таких синтетических, социально ориентированных профессий, как связи с общественностью (PR), реклама, маркетинг, социальные и политические технологии.

Плюрализация аспектов изучения коммуникации обуславливает необходимость использования обобщающих познавательных стратегий и форм познания, т. е. научных теорий. Поэтому сохраняется актуальность именно теоретического рассмотрения феноменов коммуникации. Факторами этой актуальности являются необходимость выработки и развития профессиональных языков в изучении и реализации современных коммуникаций; важность интеграции коммуникативных наук и культуры как мегатекста, знаково-символической системы социума; потребность в обеспечении единства и разумной специализации образовательных стандартов; необходимость выработки рационального, органичного современной культуре стиля деятельности специалиста по коммуникациям.

Как уже подчеркивалось, феномены коммуникации объективно сложны. Множественность и разноаспектность их трактовок на практике принципиально неустранимы. Однако в рамках согласующих теоретических подходов к изучению коммуникации необходимо определить исходное содержание понятия «коммуникация».

Примечательно, что большинство определений коммуникации в учебной и справочной литературе, как правило, носят описательный характер.

В начале XX в. (1928 г.) одним из первых охарактеризовал феномен коммуникации английский исследователь И. Ричардс (I.A. Richards): «Коммуникация имеет место тогда, когда одно сознание так действует на свое окружение, что другое сознание попадает под его влияние, и в этом другом сознании возникает опыт, который подобен опыту первого сознания, и оно этим опытом в какой-то мере начинает обуславливаться»².

В Британской энциклопедии приводятся сведения об американском ученом Ю. Рюше (J. Ruesch), который собрал более 40 вариантов определений коммуникации, относящихся к самым различным областям научного познания и культуры: антропологии, психологии, языкознанию, архитектуре, социологии и пр.

Отметим, что иногда в определениях коммуникации не учитываются единые основания отграничения коммуникативных явлений. Соответственно определения нередко опираются на довольно разноплановый набор признаков и свойств коммуникации.

Отчасти указанный недостаток устраняется в наиболее общих, социально-философских, определениях коммуникации. В качестве примера приведем следующую дефиницию.

Коммуникация – тип взаимодействия между людьми, предполагающий информационный обмен. Коммуникацию (слово имеет индоевропейский корень «mei» – меняться, обмениваться) следует отличать от диалога, поскольку целевой причиной последнего является слияние личностей, участвующих в нем, и от общения, ибо оно имеет дело прежде всего с механизмами воспроизводства социального опыта и порождения нового. Между тем вопросы, связанные с коммуникацией, исторически поднимались и рассматривались в рамках проблематики диалога и общения³.

Интересно, что в российской научной литературе характеристика понятия «коммуникация» включена пока только в некоторые новейшие философские и социологические словари⁴, и, скорее всего, потребуются время для апробации этих формулировок, предложенных в литературе учеными и практиками, которые занимаются проблемами коммуникации.

Наличие различных определений понятия «коммуникация» представляет собой общекультурную и специальную научно-познавательную проблему. Логическая разноголосица нередко становится причиной практических недоразумений, она проявляется в сложных взаимодействиях различных специалистов по

коммуникации, представителей различных научных дисциплин и видов коммуникативной деятельности.

Для решения указанной проблемы необходимо учитывать познавательные и практические основания изучения и реализации коммуникации. Феномены коммуникации многообразны, но вполне интеллигибельны. В социальной философии и философской антропологии, социологии и психологии, политологии и культурологии, семиотике и лингвистике, в ряде комплексных научных дисциплин (в системотехнике, теории сложных систем, синергетике, теории информации, теории организации и управления) рассматриваются их конкретные специфические трактовки.

В интересах познавательного самоопределения важно также учитывать контексты, в которых в научно-профессиональных дискурсах ведется речь о коммуникации.

Понятие «коммуникация» нередко употребляется рядом с понятиями «общение», «диалог», «дискурс», «массовая коммуникация», «информация», «взаимодействие», «информационные и телекоммуникационные системы», «процесс обработки и передачи информации», «социальное отношение», «социальное действие». Таким образом, содержательное поле, исходное для определения коммуникации, достаточно широко. Поэтому оно может служить основой «собираания» смыслов и признаков, необходимых для формулирования более точных определений понятия «коммуникация», относящихся к той или иной исследовательской или практической ситуации.

То или иное конкретное определение коммуникации может избираться в зависимости от конкретных исследовательских и практических потребностей. Обобщающие определения коммуникации возможны в рамках социально-гуманитарных наук высокой степени абстракции, прежде всего в философии и социологии, на основе поиска общей онтологии⁷ коммуникации.

Тезис об общественной природе коммуникации, признание приоритета для современного мира ее социально-культурных разновидностей и одновременно потребность в поиске оснований для характеристики коммуникативных феноменов – все эти обстоятельства обуславливают рассмотрение коммуникации в ряду базовых, конституирующих структур общества и социальной реальности.

Социальная природа коммуникации раскрывается в понятиях «отношение», «связь» и «взаимодействие». Предпосылкой коммуникации является наличие отношения между чем-либо

или кем-либо, возникновение связи и, далее, взаимодействия на основе этого отношения. При этом взаимодействие следует понимать как действие объектов относительно друг друга, как их взаимную обусловленность, изменение состояния в результате прошедшего воздействия.

Итак, феномен коммуникации определяется наличием особого рода отношений между областями реальности, социальная коммуникация – наличием и содержанием общественных отношений. Хотя в конечном счете и коммуникация как таковая характеризуется антропным качеством объективации, основывается на общественных отношениях, экспонируется ими, формируется и нормируется.

Рассмотрение коммуникаций отличается парадигмальной природой. На общем фоне общественных отношений они могут проявляться под определенным углом зрения, при том или ином способе соединения отдельных событий и фактов в целое реальности. В обществах с замедленной динамикой, при отсутствии необходимой экономической и технической базы коммуникации «не заметны». Они открываются при «космотрительном» (М. Хайдеггер)⁶ осмыслении социальной реальности, на той стадии ее развития, когда она уже «подготовлена» внутренними взаимодействиями, отличающимися необходимыми многообразием, интенсивностью и технической осначенностью.

Общественные отношения имеют коммуникативную природу, которой соответствует определенное – информационное и смысловое – качество взаимодействия.

В этом качестве «обмен» между участниками коммуникации отличается необходимым уровнем разнообразия, сложности и соответственно информационным характером. Во взаимодействии коммуницирующих объектов предполагаются достаточно высокая степень свободы, неоднозначность получаемых результатов, необходимость выбора между этими результатами, что, собственно, и выражает смысловой характер взаимодействия.

Коммуникация представляет собой способ реализации общественных отношений, который становится «заметным» на определенном уровне активности людей и в процессе усложнения средств познания реальности. Выделение феноменов и объектов коммуникации из общего многообразия реальности предполагает наличие и использование ряда критериев: отличительных существенных признаков коммуникации.

Прежде всего, коммуникация – это системное и сложное взаимодействие. Не всякий контакт или «точечное» воздействие

одного предмета на другой является коммуникацией. Коммуникация обнаруживается только при определенном уровне сложности, целостности и структурированности базовых для нее связей и отношений. Поэтому коммуникативные явления, во-первых, являются, главным образом, характеристикой жизни человека и общества, и во-вторых, рассматриваются как системные образования.

Сложные системы, преобладающие в общественных отношениях, имеют ряд уникальных свойств. Они способны к самоописанию и самоорганизации, а их взаимодействие является настолько «широкополосным», что в нем сумма единичных трансакций интегрируется «переносом» состояний и структур порядка систем в целом. Такое обобщение содержания и процессов коммуникативного взаимодействия связано с понятием «информация», а также с теорией информации.

Существенно важно и то, что коммуникация должна быть свойственна позиционная и функциональная определенность участников взаимодействия, что находит выражение в коммуникативных ролях участников коммуникации, в их социальных статусах и решаемых ими задачах. Невозможно представить такое коммуникативное взаимодействие, где отсутствуют те, кто отправляют и получают сообщения, или где их нельзя, по крайней мере, домыслить, «достроить». Структурные элементы коммуникации как системы должны быть в достаточной степени развиты. Коммуникативный аспект обнаруживается, когда стороны взаимодействия приобретают качества субъектов. Без субъектности коммуникации нет и ее объективности.

Коммуникация – это не только системное и информационное взаимодействие, но и действия определенных субъектов. Исследование и реализация коммуникации, выявление и конструирование коммуникативных структур направлены на определение (создание) их субъектов, а также на анализ (построение) различных видов их коммуникативной активности.

Отметим далее, что коммуникация проявляется и создается в рамках общественных отношений, поэтому становление и развитие субъектов коммуникации возможно при соответствии качеств данных субъектов условиям воспроизводства общества и сохранения его целостности. Такими качествами, дополнительно определяющими существенные признаки коммуникации, являются вариативность и селективность действия ее участников.

Вариативность обусловлена процессами социальной дифференциации и общей социокультурной эволюции, причем в ходе

последней дифференциация общества усиливается. Современное общество есть единство разного. Вариативность действия участников коммуникации выступает необходимым следствием уже названных существенных свойств коммуникативного взаимодействия: системности, информационного характера и наличия обладающих достаточной степенью свободы субъектов коммуникации.

В свою очередь, вариативность в коммуникации обусловлена селективностью. Коммуникация и социальность взаимно предполагают друг друга. Социальные системы образуются благодаря коммуникации. Очевидно, что сохранение их преемственности возможно только на основе согласованных коммуникаций. Такое согласование обеспечивается «опробывающими» и «закрепляющими» взаимодействиями, т. е. селективными процессами. «Социальные системы возникают прежде всего из необходимости селективного согласования, – писал Н. Луман. – С другой стороны, сама эта необходимость может быть воспринята только в социальных системах... Коммуникация реализуется только в том случае, если в ней осознается селективность сообщения. Это означает, что оно может быть использовано для селекции состояния собственной системы»⁷.

Вариативность и селективность действия субъектов коммуникации обуславливает не только информационный, но и смысловой характер коммуникативного отношения. Если вариативность раскрывает многообразие коммуникации в объективном плане, то ее смысловой характер относится к плюрализму содержательного аспекта коммуникативных феноменов. Еще раз обратимся к тексту Н. Лумана: «Точно так же, как эволюция демонстрирует временной смысловой характер общественной системы, а дифференциация – ее предметный смысловой характер, коммуникация артикулирует социальный смысловой характер»⁷.

Роль селективности действия участников коммуникации настолько велика, что именно от ее установления зависят возможность и устойчивость коммуникативного взаимодействия. В свою очередь, целенаправленное воздействие на селективность позволяет управлять коммуникацией, создавать ее различные сочетания, проектировать формы и перспективы изменения.

Завершая характеристику существенных признаков коммуникации, отметим, что она может быть реализована только в том случае, если взаимодействия ее участников соразмерны по параметрам пространства и времени.

Пространственно-временные параметры коммуникации, необходимые для ее становления и реализации, имеют определенную специфику в жизни общества. Они находят выражение в структурах организации социокультурной среды⁸, в ценностях и идеях той или иной культурно-исторической эпохи. Для начала XXI в. характерен переход от индустриального типа общества к новой форме общественного устройства, пока еще только примеряющей на себя различные наименования (постиндустриальное, или информационное общество, планетарная цивилизация и пр.). В трактовках коммуникативных явлений все эти перемены означают переход от иерархических, локализуемых вокруг различных центров систем коммуникации с единым линейным временем к горизонтальным, децентрализованным коммуникативным связям и отношениям с циклическим, разноплановым временем, в котором, по образному выражению А. Шнитке, звучит «единовременный аккорд жизни». Пространственно-временная соразмерность систем коммуникации находит обобщенное выражение в таком существенном признаке информационно-смыслового взаимодействия, как социальная релевантность. Это означает, что коммуникация всегда связана с определенной социальной ситуацией.

Итак, коммуникация – это информационно-смысловое взаимодействие в сложных социальных системах, обеспечивающее их устойчивость и воспроизводство. Коммуникация реализуется развитыми социокультурными субъектами, имеющими свободу осознания получаемого сообщения и выбора на этой основе своего поведения. Коммуникация как особое качество строения социальной системы проявляется на индивидуальном, межгрупповом и массовидном уровнях. Воспроизводство коммуникации обеспечивается согласованностью средств коммуникации, преемственностью, взаимной «привязкой» сделанного выбора поведения и последующей мотивацией к взаимодействию участников коммуникации.

Релятивная природа коммуникации обуславливает ее «уместность» в базовой для нее общественной среде. Однако «МЕСТ-ность» коммуникации – отнюдь не статичный социокультурный ландшафт, но наполненная действием драма «вмещения» социально-антропологических инноваций в жизнь человека и общества. Очевидно, что социальная адаптация феноменов и практик коммуникации, их новые вызовы должны трактоваться обоюдоостро: как возможности и угрозы одновременно.

«Коммуникативная революция»⁹, провозглашенная и содержательно артикулированная социологами, политологами и теоретиками коммуникации, имеет следствия, которые еще ожидают тематизации и дискуссий в философском дискурсе, в аспектах онтологии, антропологии и социальной философии.

В этом смысле коммуникация как общественное явление, по-видимому, представляет собой иное расположение границы трансценденции к человеческому из культурно-исторически очерченного «места» предметности человека. От использования рефлексивности и мускульной силы древнего труженика к функциональной чувственности и механике ремесла и, далее, от доминирования рассудочного операционализма и эстетизации повседневности к массовому преобладанию социотехнических средств информационно-смысловой регуляции социальной реальности – такова примерная траектория перемещения фронта встречи (а точнее, Встречи) человека как открытой возможности с недостаточностью своего наличного существования. Субъективация комплексов обработки и трансляции информации, формирование гипертекстовых и симулятивных знаково-символических областей реальности – эти и подобные им черты новой социальности обуславливают актуальность осознания нами уже произошедшего «онтологического сдвига», признания не только достаточности эффективного пользования благами коммуникативной цивилизации, но и необходимости поиска новых смыслов и оправданий собственного присутствия в мире.

Примечания

- ¹ Хейзинга Й. Homo ludens: В тени завтрашнего дня. М., 1992. С. 284.
- ² The New Encyclopedia Britannica. Vol. 16: Macropaedia. P. 623.
- ³ Социальная философия: Словарь / Сост. и ред. В.Е. Кемеров, Т.Х. Керимов. М.: Академический проект, 2003. С. 214.
- ⁴ Современный философский словарь / Под общ. ред. В.Е. Кемерова. 2-е изд., испр. и доп. М., 1998. С. 414–418.
- ⁵ Онтология (от греч. *on* – сущее и *logos* – учение) – учение о бытии, о сущем, о формах и наиболее общих принципах обнаружения, конструирования и предпосылках познания реальности.

Проблема определения онтологии коммуникации связана с необходимостью выяснения совокупности идей о месте и роли коммуникации в социальной реальности и возможностях согласованного языкового отображения этого отношения. В качестве показательного примера характеристики содержания понятия «онтология» отметим пози-

цию современного английского социального философа и социолога Э. Гидденса (р. 1938). Он рассматривает онтологию как концептуальное исследование природы человеческого действия и институтов, а также взаимоотношений между действием и институтами (см.: Современная теоретическая социология: Энтони Гидденс: Реф. сб. М., 1995. С. 8).

- ⁶ В статье «Время и бытие» М. Хайдеггер писал: «Как нам, не изменяя делу, войти в положение дел?..»

Ответ: путем осмотрительного осмысления вещей, с которыми мы имеем здесь дело. Осмотрительного – это значит прежде всего: не набрасываясь поспешно на обстоятельства дела с непроверенными концепциями, предпочесть этому тщательное обдумывание...

Заглядывая *вперед*, мы будем еще и в каком-то другом смысле *пред-осмотрительны*» (Хайдеггер М. Время и бытие. М., 1992. С. 393).

- ⁷ Луман Н. Власть. М.: Праксис, 2001. С. 13.

- ⁸ Как пишет публицист А. Генис: «Сегодня мы понимаем, что вряд ли доберемся до неба, поднимаясь к нему по ступеням научно-технического прогресса. Но это, конечно, не значит, что мы в силах забыть о своей Вавилонской башне. Просто сейчас меняется “геометрия строительства”, на место дерзкой вертикали приходит смиренная горизонталь» (Генис А. Вавилонская башня: Искусство настоящего времени // Культурология. М., 2002. С. 294).

- ⁹ Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М., 2002. С. 87.

ОНТОЛОГИЯ КОММУНИКАЦИИ КАК СОЦИАЛЬНО-АНТРОПОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

Опредмечивание коммуникации, ее объективация есть насущная задача многих отраслей знания, и особенно таких, как коммуникатология и коммуникативистика. Парадокс заключается в том, что эти быстро формирующиеся науки присутствуют фактически без своего, четко обозначенного предмета, т. е., строго говоря, науками пока не являются. Такое положение, естественно, не может сохраняться долго, прежде всего потому, что коммуникатологические практики, сфера применения которых все более расширяется, требуют фундаментального теоретического базиса, иными словами, научных оснований своего существования. Однако коммуникация относится к тем феноменам, развитие которых происходит быстрее, чем их осмысление, вот почему никакие имеющиеся модели коммуникации нельзя признать полностью адекватными. Упрощенная трактовка коммуникации, например как информационного транспорта, не отражает все многообразие и сложность этого явления, так как не учитывает антропо-социальный контекст, в котором осуществляется коммуникация и который находится с коммуникацией в отношениях взаимовлияния.

Коммуникация, в первом приближении, может быть понята как связь, прямая или обратная, объектов коммуникации. Между коммуникацией и объектами коммуникации возникает отношение, при котором именно коммуникация обладает активностью, т. е. имеет статус субъекта, а те (или то), кого (или что) она связывает, остаются в позиции объектов. Иными словами, между коммуникацией и объектами коммуникации возникает отношение «субъект–объект».

Поэтому понятно, что коммуникация детерминирует мышление, поведение и даже образ коммуникантов. Следовательно, связность (коммуникация) может существовать сама по себе, вне и без коммуникантов, подобно тому как существует сама по

себе веревка, вне зависимости от того, привязано к ней что-нибудь или нет. Такое понимание коммуникации существенно расходится с традиционным.

Чаще предполагается, что коммуникацию порождает субъект «Я», в крайнем случае «Ты», в лучшем – «Мы». Даже тогда, когда никто из перечисленных не может быть заподозрен в инициации общения, всегда остается некий «Он», создающий поле общения, назначающий его участников, правила и форматы. Всегда есть некое «Лицо», запускающее процесс коммуникации, т. е. вне субъектности нет и коммуникации.

Но нет противоречия и в предположении, что именно коммуникация порождает процесс коммуникации, который, безусловно, немислим без объектов коммуникации. Следовательно, можно говорить о существовании внешнего по отношению к человеку пространства коммуникаций, снимающего неопределенность положения объектов-коммуникаций друг относительно друга. Для задания пространства необходимо допустить также существование силового поля, или, что то же самое, коммуникативного потенциала, позволяющего различать коммуникации по их способности запускать коммуникативные процессы, включать в них различные объекты.

Здесь возникает серьезная методологическая проблема, связанная с определением статуса коммуникации и коммуникативного пространства. Признание их существования автоматически выводит эти понятия в ряд понятий онтологического ряда – они приписываются объективной реальности. С другой стороны, коммуникации проявляются только в процессе коммуникации, только актуально, т. е. принадлежат объективной действительности и виртуальной реальности, и в этом смысле никак не могут быть онтологичны.

Вместе с тем современная литература изобилует терминами, придающими коммуникациям и коммуникативным конструктивам явно онтологический статус: символические миры коммуникаций (Ю. Хабермас), аутопойэзис (Н. Луман), гиперреальность, символический обмен (Ж. Бодрийяр), симультанные пространства (М. Маклюен) и т. п. Иными словами, в современном теоретическом дискурсе онтологический статус коммуникации присвоен де-факто, однако это весьма специфический онтологический статус.

В подтверждение приведем развернутую цитату из работы Никласа Лумана «Понятие общества». Различая информацию, сообщение и понимание, он пишет: «Коммуникация осущес-

является лишь тогда, когда можно синтезировать эти три аспекта. В отличие от простых восприятий поведения в основу понимания должно быть положено различие акта сообщения и самой информации. Именно из него и следует исходить. Без такого “primary distinction”¹ коммуникация вообще не осуществляется. Если эта предпосылка удовлетворяется, а в случае языка это всегда имеет место, то дальнейшая коммуникация может занимать сама собой. Тогда и только тогда она достаточна и достаточно сложна для этого. Тогда она может заниматься информацией или основаниями того, почему нечто высказывается непосредственно здесь и теперь; или трудностями понимания смысла коммуникации, или, наконец, следующим шагом: должен ли предложенный смысл быть принят или отклонен. Таким образом, различие информации, сообщения и понимания является тем различием, которое производит различия и которое, будучи однажды совершенным, поддерживает деятельность системы. Как легко можно заметить, это корреспондирует с понятием информации Бетсона как различия, производящего различие. Коммуникация есть не что иное, как та операция, которая осуществляет такую трансформацию различий в различия. При этом важно учитывать, что отдельные события коммуникации завершаются вместе с пониманием. Тем самым еще не решено, будет ли понятое положено в основу дальнейшей коммуникации или нет. Это может быть, но также может и не быть. Коммуникации могут быть восприняты или отклонены. Всякое иное воззрение имело бы абсурдное следствие о том, что отклоненные коммуникации вообще не являлись коммуникациями. Отсюда следует, что неверно приписывать коммуникации имманентную, квази-телеологическую тенденцию к консенсусу. Иначе все давно бы уже кончилось и *мир был бы безмолвен, как вначале* (курсив мой. — А.К.). Однако коммуникация не исчерпывает себя, как раз на пути провоцирования самой себя она производит больше, создавая на каждом шагу бифуркацию восприятия и отклонения. Каждое коммуникативное событие закрывает и открывает систему. И только вследствие этой бифуркации может иметь место история, ход которой зависит от того, какое направление будет избрано: “да” или “нет”².

Отсюда следует, что одним из базовых свойств процесса коммуникации является заложенная в ней энергия отчуждения. Действительно, коммуникация становится возможна только тогда, когда ее объекты разделяются и отчуждаются друг от друга. В этом смысле коммуникация прямо противоположна об-

щению. Общению не нужна коммуникация, так как входящие в круг общения находятся в синергичном взаимодействии. Они, если и коммуницируют, то не между собой, а с чем-то внешним, отчуждение от которого и определяет границу этого круга, т. е. идентичность, и в какой-то степени субъектность самой для себя общности.

Философ Ф.И. Гиренок обозначил некоторый до-словный период развития человеческой культуры, при котором слово еще не являлось средством коммуникации, а выполняло роль камертона, настраивающего общество на гармонические вибрации со-общего смысла³. Слово изначально не требовало шифрования и дешифрования, так как не являлось системой условных знаков, и, следовательно, не требовало перевода с одного языка на другой. Язык как самоопределяющаяся лингвистическая система еще не существовал. Слово было фонетическим образом бытия, понятным без перевода всем тем, кто имел отношение к Бытию. Быть Человеком (слав. – словеком) означало просто Быть, т. е. общаться не только с людьми, но и со всеми другими тварями, имеющими дар жизни, и в первую очередь с Творцом.

Впоследствии изобретение алфавита и письменности способствовало превращению слова в код и соответственно разделению единого человечества на языки. О перерождении слова свидетельствуют события Священной Истории, например вавилонское столпотворение и его следствие – разделение языков. Примечательно, что образ вавилонского Столпа все чаще появляется на страницах популярных изданий в связи с глобализмом и глобальными коммуникациями, как будто, несмотря на декларируемый всеобщий плюрализм, абсолютную толерантность и политкорректность, человечество ждет новое разделение – множественность иерархий постсловности посткоммуникативной цивилизации.

Подобное архаическое отношение к звучащему слову частично сохранилось, причем не только в религиозных практиках. Песенное «художественное слово» поэзии, свойственное искусству в целом, естественно стремится к своему дословному состоянию (раскодированному мимесису), хотя и здесь культурная агрессия постмодерна уже приводит к смешению языков и зашумлению звучания прообраза.

Общение как осмысленное со-бытие предполагает открытие и совместное производство смысла. Иными словами, смысл есть продукт общения, а не коммуникации. Впрочем, коммуникацию также можно назвать информационно-смысловым взаимодей-

ствием, но лишь в той точке, где коммуникация преодолевается. Смысл – это отрицание коммуникации, а коммуникация – катализатор собственного отрицания и соответственно осмысления. Именно это отметил Н. Луман: «Отдельное событие коммуникации завершается вместе с пониманием... Каждое коммуникативное событие закрывает и открывает систему».

Это означает, что потенциал самоотрицания делает коммуникацию приемлемой и полезной для культуры, и также делает необходимым осмысление самого феномена коммуникации и осмысление каждого отдельного коммуникативного акта, участвовавшей в нем личности. Смысл можно действительно считать потенциальным продуктом коммуникации, но порождаемым не процессом коммуникации, а рефлексией коммуникативного акта, осуществленной после его завершения. Причем этот смысл извлекается, в соответствии с известным положением Маршала Маклюэна «средство само есть сообщение», из параметров и свойств коммуникационного канала, а не только из той информации, которая при этом была передана и принята. Ответ на вопрос «Что во мне изменилось после коммуникации?» служит ключом к раскодировке переданного информационного сообщения. В противном случае сообщение может быть принято, зафиксировано в памяти, но не осмыслено, что означает наличие свершившегося акта коммуникации, но отсутствие события коммуникации. Подобная ситуация достаточно обычна, например, для педагогического процесса, в котором учитель стремится вложить хорошо ему знакомый учебный материал в память учеников, не заботясь о том, что происходит с его собственным сознанием. Профессионализм, заключающийся в определенном автоматизме изложения знаний, не дает ему повода для рефлексии происходящего. А это, в свою очередь, приводит к мнимой очевидности и понятности излагаемого, т. е. не провоцирует аудиторию на попытки определения отношения к получаемой информации, оценки и переживания ее, иными словами, не способствует информации превращаться в знание. В этой ситуации смысл не транслируется и информационно-смыслового взаимодействия не происходит, хотя факт коммуникации имеет место.

Иными словами, при подходе к понятию «коммуникация» возникает множество методологических проблем, являющихся следствием не только сложности самого понятия, но и определенной принципиальной новизны феномена коммуникации, принадлежащего культуре и цивилизации и актуализируемого современностью.

Из этой ситуации есть два выхода.

Первый – ограничить рассмотрение коммуникаций сферами прагматики, аксиологии, эпистемологии, частично антропологии и т. п., т. е. оперировать понятием «коммуникация» как вспомогательным теоретическим конструктом.

Второй – найти теоретические основания, позволяющие объективировать коммуникацию и рассматривать ее предметно. Такими основаниями могут быть, например, разработки в области виртуалистики, в частности работы отечественного психолога Н.А. Носова и его школы⁴. Парадигматика виртуалистики позволяет расширить границы онтологии реального, допускает сложный полионтологичный характер его структуры, где есть место и существующим только актуально виртуальным бытийным планам, частным случаем которых являются коммуникативные миры и пространства.

На наш взгляд, второй подход более продуктивен, хотя бы потому, что позволяет рассматривать коммуникацию в ряду фундаментальных понятий и избавляет от необходимости редуцировать ее к чему бы то ни было другому.

На мысль о том, что виртуал каким-то образом связан с коммуникацией, а виртуальная реальность – с коммуникативными процессами, наводит ряд смысловых сопоставлений. Вот некоторые из них:

– известная из физики высоких энергий виртуальная частица, агент взаимодействия (превращения) элементарных частиц, виртуальна онтологически, так как существует, пока длится процесс взаимодействия, но не существует ни до того, как началось взаимодействие, ни после того, как процесс завершился. Так как процесс регистрации частицы есть процесс взаимодействия – виртуальная частица не регистрируется принципиально. Важно отметить, что физика оперирует объектом, существование которого подрывает физическую парадигму: «Существует только то, что можно наблюдать»;

– присутствие в термине «виртуал» корня, переводящегося как доблесть, смелость и сила, проявляемые в бою. *Virt* существует только в со-бытии боя. До и после боя это качество деактуализируется. Если рассматривать бой как форму коммуникации, то *virt* здесь то, что обеспечивает эту коммуникацию;

– невероятная популярность в обыденном сознании терминов «виртуальная реальность» и «виртуальный мир», связываемых с информационными и телекоммуникационными технологиями;

– некоторые из выявленных свойств психологической виртуальной реальности, в частности порожденность виртуальной реальности, нерелексированность при погружении в нее, изменение статусов пространства и времени и т. п., переживаемые психикой впоследствии как факт свершения события или пребывания в со-бытии;

– трактовка виртуальности как мистического состояния, при котором происходит контакт человека с сущностями, пребывающими в тонких (горних) мирах;

– точечная фиксация виртуальности и коммуникации оператором «здесь и сейчас»;

– понимание виртуальности как бытия в со-бытии, т. е. бытия в процессе коммуникации с кем-то или с чем-то.

Иными словами, везде, где говорилось или говорится о виртуале и виртуальности, одновременно говорится о связи, со-бытии, коммуникации.

Таким образом, можно полагать, что виртуал – это коммуникатор, обеспечивающий рождение новых связей, в результате которых происходит трансформация реальности, а виртуальная реальность – это мир активных коммуникаций, со-бытийность.

Однако в научном и философском дискурсе (да и в практике) можно действовать и наоборот – выводить коммуникацию из виртуала как из более общего понятия. В частности такой подход позволил бы рассматривать коммуникацию, абстрагируясь от объектов коммуникаций, как это произошло в физике, когда понятие «эфир» – агент взаимодействия, было заменено на понятие «поле» – среда взаимодействия.

Тогда можно отнести коммуникацию к феноменам виртуальной реальности, выделяя в них особый тип виртуала – виртуал-коммуникацию. Описанный подход продуктивен хотя бы в том плане, что с помощью него можно сформулировать целый спектр новых задач, имеющих как теоретическое, так и практическое значение:

– отношение коммуникации/виртуала и информации;

– проблема коммуникации смыслов, виртуальные механизмы процессов осмысления;

– виртуальные характеристики искусственных коммуникационных сред (СМИ, Интернет и т. п.);

– разработка общих способов описания и исследования виртуальных/коммуникативных реальностей, технологии их порождения, поддержки, трансформации, уничтожения, что, например, осуществляется в технологиях PR;

– оценка влияния на индивидуальную психику тех или иных виртуальных/коммуникативных технологий; проблема психологических загрязнений и психологической безопасности;

– оценка влияния виртуальной и информационной деятельности человека на окружающий мир – социум, биоту, физическую реальность. Здесь – новый аспект экологии;

– наконец, оценка парадигмального потенциала коммуникатологии, т. е. выявление тех ее идей, которые войдут в формирующуюся новую общенаучную парадигму.

Сложность, новизна и многозначность феномена коммуникации в современности имеют следствием и новые возможности, и новые угрозы. Нужно отдавать себе отчет в том, что усиление коммуникативных факторов бытия не может не затронуть базовые антропологические качества. Человек будет стремительно меняться, и задача теоретико-методологического дискурса в этой связи сводится к ответу на вопрос, каковы будут эти изменения и каким образом можно их учесть, чтобы не потерять личностное человеческое начало – главное достояние вида homo-sapiens, а также реальность его существования.

Смысл понятия «реальность» (лат. *realis* – вещественный) в том, что человек потенциально относится к окружающему его миру как к набору предметов, которыми он может манипулировать, т. е. как к вещному миру. В этом отношении вещь является и сам мир – обиталище человека, эйкос (*oikos*). Причем эйкос – это величина переменная.

Во-первых, он для каждого человека свой. Во-вторых, отличный для каждого социума. В-третьих, общечеловеческий эйкос XX в. не такой, каким он был в XIX в., а в XIX в. он был не такой, каким был до Рождества Христова.

Обитаемый мир, с одной стороны, находится в постоянном становлении, а с другой – каждый человек одновременно существует во множестве эйкосов. Отсюда и идея полионтологичности бытия, т. е. предположение об одновременном существовании во множестве вещных миров. Потенциальная изменчивость эйкоса позволяет ввести понятие виртуального эйкоса.

Виртуальный эйкос – часть мира, осознаваемая в настоящий момент времени обитаемой и отражаемая психикой в качестве освоенного психологического пространства. Его размеры могут колебаться от физических размеров человеческого тела и даже отдельных органов тела (когда, например, все внимание сосредоточено на физической боли) до обозримых мысленно бесконечных пределов вселенной.

Психика человека получает и обрабатывает информацию, поступающую извне, а результат обработки – новую информацию возвращает в окружающую среду. Человек формирует и регулирует свою деятельность, совершая действия и производя вещи, которые отчуждаются от автора и погружаются в среду, что наполняет ее новыми смыслами. Так осуществляется информационный обмен между человеком и обитаемым миром.

Следовательно, рассматривая эйкос, полезно выделить тот его функциональный компонент, который будет отвечать за психологическое взаимодействие с индивидуальной психикой. Речь идет о психо-информационной модели эйкоса.

В эту модель необходимо включить:

- картину мира, представляющую собой сложную суперпозицию сформированных в филогенезе архетипов; образов объектов, сформированных в процессе прохождения жизненного пути (онтогенеза); образов, взятых из социокультурной среды и родившихся в результате научения (науки). В целом картина мира – это многослойное поле символов, знаков, образов, смыслов, каждый из которых по отдельности и в комбинации имеет особое значение и эмоциональную окраску;

- поток новых фактов, независимо поступающих из естественного природного окружения и искусственной среды;

- набор событий – реакций на человеческую деятельность, в том числе хозяйственную, научную, художественную и т. п.;

- информацию, поступающую в результате интерактивного общения с другими людьми, культурными, научными, паранаучными и религиозными объектами;

- независимый информационный поток, поступающий по каналам социальных коммуникаций из социокультурной среды.

Коммуникации человека с виртуальным эйкосом призваны способствовать расширению эйкоса, т. е. усложнению системы «человек–эйкос», но могут действовать и в прямо противоположном направлении, сужая сферу присутствия человека в реальности, иными словами, приводить к деградации и человека, и его виртуальный эйкос. В этом и состоит основная угроза несбалансированного развития информационно-коммуникативных технологий. Причем порождаемые ими информационно-коммуникативные потоки в этом контексте могут быть поняты как психологические загрязнители.

Попробуем конкретизировать возможные деструктурирующие воздействия на психику человека.

Картина мира – психика. Повреждение или упрощение картины мира само по себе есть повреждение и деградация психи-

ки. Например: выпадение из картины мира природных объектов, замена их искусственными суррогатами стало достаточно обычным явлением для современного городского жителя. При этом способность человеческой психики к ориентации в окружающем мире непосредственно зависит от полученной ранее априорной информации: чем большим опытом обладает человек, чем более наполнена и организована его картина мира, тем лучше и тоньше работают механизмы восприятия и мышления. И наоборот, если картина мира подвергается разрушению, из нее либо вычленяются объекты, либо рвутся связи, то это приводит к разрушению восприятия и мышления.

Факты естественного природного окружения и искусственной среды – психика. Информация об окружающей естественной среде поступает по всем чувственным каналам и воспринимается как на уровне чувствительности, так и на перцептивном уровне. Если условия окружающей природной среды достаточно приемлемы для человека (приемлемый диапазон температур, давления, освещенности, шума и т. п.), то окружающая среда воспринимается как комфортная. Ухудшение условий включает адаптационные механизмы, а при невозможности быстро адаптироваться провоцирует стресс. Но если изменение условий носит экстремальный характер, то информация, поступающая по чувственным каналам, сама по себе может нести разрушительный характер, т. е. приводить к упрощению системы «психо-эйкос». Так, например, может действовать раздражитель, вызывающий сильную болевую реакцию, практически блокируя все другие каналы и сосредотачивая внимание на себе. Другой пример: у людей, живущих в зонах экологического бедствия, наблюдается не только рост тех или иных заболеваний, но и глубокие личностные изменения, затрагивающие эмоционально-волевую и ценностные сферы психики. Экстремальные условия существования приводят к искажению процессов восприятия и, как следствие, – к формированию искаженной картины мира, т. е. обедняют виртуальный эйкос. Однако всегда есть принципиальная возможность управления процессами формирования такого образа окружающей действительности, который будет помогать человеку максимально использовать свои резервы при адаптации к резко ухудшающимся условиям существования.

События-реакции на деятельность – психика. Сигналы, которые человек получает из среды в ответ на свои действия, являются необходимым элементом процесса управления деятель-

ностью. Они формируют образ деятельности и образ себя в деятельности, которые вместе с целеполаганием образуют структуру деятельности. Все те информационные включения, которые способны помешать и затруднить обработку сигналов-реакций на деятельность, играют роль психологических загрязнений. Механизм повреждения структуры деятельности адекватно описывается в психологии виртуальных реальностей. «Существуют психические события (переживания), которые порождаются внутри самой деятельности. Эти события возникают спонтанно, неожиданно и так же спонтанно исчезают. В этот момент работа начинает получаться либо особо эффективно, без приложения дополнительных усилий, либо, наоборот, продолжение и поддержание обычной деятельности требуют особых волевых усилий, поскольку даже собственное тело перестает быть послушным. В первом случае деятельность становится сверхэффективной, во втором – малопродуктивной, вплоть до полного прекращения. Это означает, что человек погружается в виртуал»⁵, т. е. переходит в другую, необычную реальность, обретая фактически другую телесность.

Общение – психика. Общение создает возможность внутренней деятельности (или мыследеятельности), так как поступающую информацию приходится осмысливать. Общение с людьми – достаточно хорошо изученная область психологии. Оно направлено на формирование новых межличностных отношений либо на изменение прежних. Общение может привести к повышению социальной компетентности личности, а может оставить ее неизменной или даже ухудшить. Социальная компетентность – это способность ориентироваться в социальной среде. Связанное с социальной компетентностью понятие социального интеллекта означает способность личности ставить и решать задачи изменения окружающей личность социальной среды. Чем более дифференцированно личность способна относиться к своему социальному окружению, чем сложнее и упорядоченнее это социальное окружение, тем большей социальной компетентностью обладает личность. Следовательно, психологическим загрязнением будет являться такое общение, которое приводит к деградации системы межличностных отношений. Суррогатные формы общения, достаточно широко предлагаемые на рынке развлечений, при их чрезмерном потреблении в конечном счете приводят к личностной деградации. Это и есть одна из социально-детерминированных форм психологических загрязнений. Проблема суррогатных форм общения особенно актуализиру-

ется с развитием телекоммуникационных технологий, создающих новые форматы и каналы общения.

Массовые социальные коммуникации – психика. Поток информации, приходящий по каналам массовых коммуникаций, а также поток знаний, приходящий из системы образования и науки, служат для формирования рациональной и эмоционально-образной актуализированной картины действительности. Этот канал сегодня наиболее сильно влияет на массовое и индивидуальное сознание, декларируя комплекс вкусовых предпочтений: эстетических, этических, идеологических.

Специфика второй половины XX в. по отношению ко всей предыдущей истории человечества в том, что:

– современные социальные коммуникации в значительной степени рационализированы как по содержанию, так и по методологии подачи информации. Формула современного цивилизованного образа жизни «образование – знание – успех – благополучие» лишь укрепляется;

– культурно-образный и духовный компонент социальных коммуникаций значительно нивелирован по отношению к рациональному. Одновременно с этим система образования и науки переживает кризис, обусловленный тем, что они уже не в состоянии давать знания, гарантированно обеспечивающие успех и благополучие, на которые рассчитывает обыватель;

– средства массовой информации (СМИ), расширенные до системы массовой коммуникации (СМК), переживают расцвет, так как все в большей степени приобретают возможность управлять не только сознанием, но и подсознанием масс, заслоня собой другие коммуникативные каналы;

– знания вследствие своей общедоступности обесцениваются, утрачивается способность различать знание и информацию; происходит смещение понимания знания как самоценности в сторону понимания знания как инструмента – орудия.

Захват средствами массовой информации социально-коммуникативного канала, насыщенного, даже перегруженного готовыми к употреблению образами, провоцирует утрату психикой способности самостоятельно генерировать образы. Фактически здесь речь уже идет об информационно-образной наркомании массового сознания, подпитывающегося от иллюзионистских практик социально-коммуникативных технологий.

Причем легкость освоения иллюзорных миров контрастирует со сложностью со-бытия с самим собой и миром. Последнее приводит к виртуализации иллюзорной реальности, т. е. заме-

щению целостно-личностного плана бытия фрагментарно-личностным, профанации внешнего и внутреннего мира, деградации, скольжению вниз.

Иными словами, происходит симуляция реальности, реальность замещается своим симулякром. Более того, можно констатировать появление следующей стадии симулятивного процесса, описанного Ж. Бодрийяром⁶,

«подделка – производство – симуляция».

Особенности современности наводят на мысль о необходимости дополнить эту схему симулякром следующего порядка – симулятивной коммуникацией.

Тогда она будет выглядеть так:

«подделка – производство – симуляция –
– симулятивная коммуникация».

Симулятивная коммуникация подменяет не только свой предмет, но и самого коммуникатора, имитируя взаимодействие там, где оно уже закончилось или не начиналось вовсе. «Наблюдатель становится частью самого симулякра, а его точка зрения трансформирует и деформирует последний»⁷. Симулятивная коммуникация преобразует симулякры нижних порядков, разрозненные и фрагментарные, в систему, связанную определенным кодом.

Таким образом, симулятивная коммуникация управляет нашими контактами с миром вещей, идей и смыслов. По каналам независимого информационного потока из социокультурной среды поступают образцы симулятивных коммуникаций, определяющих способы интерактивного общения с реальностью, в результате которого делается дальнейший шаг к свертыванию в код образов реальности и способов их восприятия.

Этот цикл встроен в цивилизационный процесс формирования информационного общества и, вероятно, является одним из его системогенерирующих факторов.

В качестве иллюстрации приведем эволюцию задач рекламы, которая прошла следующие стадии:

- 1) реклама изделия (товара);
- 2) формирование потребности, которую может удовлетворить именно эта группа товаров;
- 3) реклама имиджа изготовителя;

- 4) позиционирование имиджа на рынке;
- 5) связывание имиджа с образом жизни;
- 6) реклама образа жизни;
- 7) создание мифа.

Речь идет о порождении последующего симулякра предыдущим, в результате которого последующие симулякры начинают детерминировать весь предыдущий ряд, двигаясь в направлении создания некоего универсального кода, с помощью которого аудиториям предлагается осуществлять коммуникацию с реальностью⁸.

Человек информационного общества все в большей степени коммуницирует с симулякрами, природа которых меняется в направлении симуляции самой по себе коммуникации. При этом человек все меньше оказывается способным к реконструкции значений предлагаемых ему знаков, поскольку они в большинстве своем являются пустыми знаками – симулякрами, и потому отказывается от самой идеи такой реконструкции. Это приводит к нивелированию понятия смысла и автоматическому приятию навязываемых социокультурным окружением симулятивных кодов.

Сам симулятивный код фактически является цифровым, основанным на Булевой алгебре (0 – 1) кодом. Оцифровка уникальных личностных особенностей и чувственных отношений творит уникальную пространственную структуру, строго не локализованную ни в одной из протяженностей. Цифровые коды и форматы представления информации становятся стандартом культурного процесса, подчиняя себе деловую, познавательную и творческую активность, а также бытовое общение. За этими процессами, естественно, стоит новый профессионализм, формы которого в значительной степени определяются новыми культурными кодами и формами структуризации коммуникаций в Интернете.

Таким образом, как в посюстороннем (вне экрана компьютера), так и в потустороннем (за экраном) пространстве создается культура, подчиненная логике цифровых процессоров и гипертекстовых презентаций. При этом коммуникация, как «живая», так и «электронная», осмысливается в качестве основного инструмента деятельности, опять-таки и там, за экраном, и тут. Таким образом, именно коммуникация становится центральным предметом человеческой культуры, со всеми вытекающими отсюда последствиями, в том числе и труднопредсказуемого феномена ее эволюционирования в сторону симулятивности всего доступного человеческому восприятию.

Все сказанное выше заставляет еще раз задать главный вопрос: так кто же мы – виртуальные частности, переносящие информацию и смыслы, которые сами уже не в состоянии вместить, или личности, способные найти в себе и в мире все же нечто не симулятивное и не коммуникативное, а самодостаточное?

Примечания

- ¹ Первичного различения (англ.).
- ² Луман Н. Понятие общества // Проблемы теоретической социологии / Под. ред. А.О. Бороноева. СПб., 1994. С. 25–42. Перевод выполнен с немецкой рукописи, предоставленной Луманом, в 1994 г. Н.А. Головинным.
- ³ Эта концепция подробно представлена, в частности, в работе: *Гиренок Ф.И.* Патологии русского ума: (картография дословности). М.: Аграф, 1998.
- ⁴ См. сайт Центра виртуалистики Института философии РАН: <http://www.virtualistika.ru>
- ⁵ Носов Н.А. Психологические виртуальные реальности. М., 1994. С. 17.
- ⁶ См.: *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000; см. также другие его работы.
- ⁷ *Делез Ж.* Симулякр и античная философия // Логика смысла. М., 1995. С. 336.
- ⁸ Хорошим примером такого универсального кода является язык населения планеты Кин-дза-дза из одноименного фильма, в котором все формы сообщений сводились к одному высказыванию «КУ!».

СПЕЦИФИКА СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ
КОММУНИКАЦИИ «ТРЕТЬЕЙ ВОЛНЫ»:
ОБЕССМЫСЛЕННЫЙ ЗНАК,
ОБЕСЦЕНЕННЫЙ ОРИГИНАЛ

Во второй половине XX в. с интервалом в десятилетие появились книги, предугадавшие социокультурную ситуацию начала века XXI. Р. Барт в «Мифологиях» (1957) предлагает принципиально новое наполнение термина «миф» как знака, сигнификат которого вытеснен идеологией. Спустя десять лет Э. Ги Дебор пишет «Общество спектакля» (1967), где рассуждает об иллюзорности «образов», порождающих псевдомир потребления, а спустя год выходит «Система вещей» Ж. Бодрийяра, в которой даны предпосылки для последующей книги «Симулякр и симуляция» (1981). «Миф» Барта, «образ» и «спектакль» Ги Дебора, «симулякр» Бодрийяра в той или иной степени апеллируют к обесмысливанию знака – феномена, который, в свою очередь, тесно связан с понятием общества потребления.

Р. Барт в «Мифологиях» показывает, как внешняя среда влияет на структуру знака, заменяя одну из его составляющих – смысл (сигнификат) – идеологически ангажированным содержанием (коннотатом)¹. Так фальшивый знак становится мифом в бартовском понимании. При этом идеология, как оказывается, далеко не всегда непосредственно связана с той или иной политической системой. Значительное число примеров, приводимых Бартом в его «Мифологиях», касается скорее идеологии потребления, нежели тех или иных государственных моделей. Характерно, что Ж. Бодрийяр, в свою очередь, развивает модель Барта, но дает деформированному знаку иное название – симулякр.

Легко убедиться, что построенное на симулякрах (в понимании Жана Бодрийяра, а не Жака Делеза²) сообщение кардинальным образом меняет сам процесс коммуникации, поскольку между адресантом и адресатом встает система фильтров, трансформирующая пространство восприятия.

Таким образом, знак, утративший свое первичное значение, но сохранивший первичную форму, становится стереотипом и встраивается в новую систему. Отныне его конститутивный признак – узнаваемость. Именно поэтому подобный знак-миф занимает особое место в социальной коммуникации, становясь транслятором смыслов массовой культуры. Более того, противостояние копии и подлинника в современной коммуникативной модели во многом обусловлено процессами, источником которых служит массовая культура, а точнее, такой ее признак, как визуализация.

Б. Дубин предлагает вести отсчет этого явления с конца 1830 – конца 1850-х годов, когда западная цивилизация познакомилась с фотографией³. Именно изобретение фотографии сделало возможным не только «останавливать мгновение», но и, что гораздо важнее, тиражировать его. Любая фотография, по сути, является копией утраченного подлинника – мгновения, проявленного и закрепленного на негативе. Наряду с фотографией исследователь называет такие факторы, как превращение жанров романтизма в жанры, имеющие своей читательской аудиторией грамотные массы (романы тайн Э. Сю, авантурные романы с продолжением А. Дюма, наконец, бурное развитие детектива), «формирование широкой грамотной публики» (которая позже станет потребителем массовой литературы), а также эстетику реализма с «ее культом визуальной представленности».

Такие факторы, как научно-технический прогресс и социальная динамика, приводят к внешне парадоксальному, но внутренне совершенно закономерному явлению: демократизация культуры становится залогом ее разделения на множество разрозненных стереотипов. Подобные растиражированные знаки и формируют отныне новую культурную среду.

Фактор узнаваемости в этой среде является одним из доминирующих и до определенной степени соотносится с таким известным признаком постмодернизма, как цитатность. Классическим примером цитатности в эстетической системе постмодернизма является знаменитое рассуждение У. Эко в «Заметках на полях “Имени розы”». Эко описывает влюбленного, который не может произнести «Люблю тебя безумно», поскольку для него подобные фразы являются цитатой из книг популярной итальянской писательницы. Выходом становится прямая отсылка к первоисточнику. Он должен сказать: «По выражению Лиала – люблю тебя безумно». Цитация, по мнению Эко, единственный выход для влюбленных, живущих в эпоху «утраченной простоты»⁴.

Цитата так же рассчитана на расшифровку и узнавание, как и стереотип. И. Ильин подчеркивает, что важнейшим элементом поэтики постмодернизма является пастиш как своего рода компиляция, коллаж, составленный из цитат предшественников. Пастиш подразумевает в том числе и «различные способы семиотического кодирования эстетических систем»⁵.

Однако если в произведениях постмодернизма самым автором заложено ироническое отношение к тексту (своего рода дистанцированность от материала), то массовая культура наряду с узнаванием известных образов отнюдь не подразумевает ни расшифровки, ни иронии. В этой коммуникативной модели реципиент берет на себя роль потребителя уже известной информации. Фрагментарность «цитатного мышления», первоначально ассоциируемая с постмодернистским искусством, на деле оказывается глубоко укорененной в сознании и рядового потребителя.

Узнаваемость оказывается тесно связанной с еще одним важным понятием – присвоением, побочным эффектом конъюмеризации общества. Стремление иметь последовательно вытесняет в сознании стремление быть. Именно копия предоставляет нам возможность обладания объектом желания. Характерно, что Ж. Делез и Ф. Гваттари вводят понятие «желающая машина» (ср. укоренившееся высказывание о человеке как машине желания). В этой концепции человек как «желающая машина» оказывается встроенным в псевдоструктуру общества⁶.

Удовольствие, соответственно, потребитель может получить только от обладания копией. Подлинник, существующий в единственном числе, постепенно начинает вызывать не позитивные, а негативные эмоции. Приведем одну из самых удачных формулировок, принадлежащих Джулиану Барнсу: «Мы должны требовать копий, ибо реальность, истина, аутентичность копии – это то, что мы можем присваивать, колонизировать, реструктурировать, использовать как источник наслаждения»⁷.

Собственно, именно этот механизм лежит в основе функционирования рекламной коммуникации. Объект рекламы и есть объект желания. В условиях перепроизводства задачей экономики, по мнению Ги Дебора, становится «возросшая стоимость выживания»⁸, когда потребителя заставляют желать приобретения тех товаров, которые напрямую не входят в перечень первой необходимости. Процесс потребления замыкается на иллюзорном богатстве. Таким образом, потребление растиражированных товаров есть потребление иллюзий, зрелища. Бодрийяр в

«Обществе потребления» (1970) развивает сходную мысль о рекламе как царстве «псевдособытия», утверждая, что система производства заменяет собой систему наслаждения, «реорганизуя все в систему производительных сил»⁹.

Тиражирование напрямую связано с понятием копии. Тот факт, что феномен копирования на сегодняшний день крайне важен для понимания тенденций развития современного социума, не вызывает сомнений. Копирование давно вышло за рамки сугубо технического достижения. В СССР, как известно, государство осуществляло жесткий контроль за всеми средствами тиражирования (все пишущие машинки имели свои номера, которые были зарегистрированы в соответствующих органах). Поэтому появление копировальных аппаратов воспринималось как одна из побед демократии. «Ксероксы» обеспечивают свободный доступ к информации и ее распространение. В этом и заключается их своеобразная миссия.

В «Комментариях к “Обществу спектакля”» Дебор рассуждает о том, что «не только Америка, весь мир стал гигантским Диснейлендом». Это принципиально важный момент для понимания роли копии в современном мире. Собственно, Диснейленд как коммерческий проект ценен именно своей вторичностью. Характерно, что эпиграфом к «Обществу спектакля» Э. Ги Дебор ставит высказывание Л. Фейербаха: «Наше время предпочитает образ – вещи, копию – оригиналу, представление – действительности, видимость – бытию... Ибо для них священна только иллюзия, истина же нечестива»¹⁰.

Процесс превращения подлинника в копию, знака – в миф, а смысла – в симулякр затрагивает существующие артефакты культуры и наблюдается практически на всех социокультурных уровнях. В этом контексте особенно следует отметить вопрос о разграничении массовой и элитарной культурных сфер. Очевидное исчезновение границ между ними в XX в. имеет множество объяснений.

Ю.М. Лотман рассматривает понятие массовой литературы как понятие социологическое. По его мнению, здесь важна не структура произведения, но его социальное функционирование в общей системе текстов, которое, в свою очередь, определяется *отношением* участников коммуникации. «С текстом изменений не происходит – меняется лишь его место и функция в общей системе»¹¹. Любое произведение проделывает путь от ядра («вершинной культуры») к периферии (маргинальной культуре) и наоборот.

В свою очередь, этическая система постмодернизма, в частности, предполагает отрицание любых иерархических систем. Таким образом, именно массовая литература и культура, по мнению И.П. Ильина, оказывается питательной средой постмодернизма. Однако принцип «нонселекции» и «всеобщей равнозначности всех явлений и всех сторон жизни»¹² приводит к радикальному изменению модуса повествования. Дэвид Лодж предложил для этого явления термин «короткое замыкание»¹³, поскольку отныне произведения пост- (а равно и постпост-) модернизма оказываются замкнуты на сиюминутных политических и рекламных аспектах современности. Причину этого Ильин видит в техническом прогрессе в области массмедиа.

Сходного мнения придерживается и Б. Дубин. Он убежден, что границы между массовым и элитарным стираются благодаря воздействию телевидения на сознание реципиента. Именно с появлением телевидения зрителю, сидящему по ту сторону экрана, гарантируется доступ (сопровожаемый эффектом присутствия) к наиболее элитарным мероприятиям¹⁴.

Однако развитие массмедиа – фактор хотя и значимый, но, на наш взгляд, недостаточный для объяснения феномена активного внедрения копии в процесс социокультурной коммуникации и размывания границ между элитарным и массовым. Тем более что это размывание зашло настолько далеко, что, по утверждению Д. Сибрука, «к девяностым годам идея, что высокая культура является некоей высшей реальностью, была отправлена на помойку». Коммерциализация искусства привела к появлению нового типа культуры, которую Сибрук определяет как *pobrow*¹⁵ в противоположность высокой (*highbrow*), средней (*middlebrow*) и низкой (*lowbrow*). Феномен *pobrow* основан, во-первых, на продаваемости тех или иных произведений искусства как единственного мерила их успешности, а во-вторых, на их сугубой фрагментарности, доставляющей потребителю удовлетворение от узнавания. Культура *pobrow* существует вне прежней иерархии вкуса.

Сама природа авторства существенно меняется под воздействием не только медийных, но и новых информационных технологий, провоцирующих «творца» на копирование и цитирование чужих текстов. Эта тенденция затрагивает не только и не столько литературу, но и музыку (сэмплирование), кинематограф, рекламу – практически все сферы современной культуры.

Именно в этом коренится непреходящая популярность такого социокультурного феномена западной цивилизации, как кук-

ла Барби, которую традиционно называют одним из символов нашего времени¹⁶. Оставляя в стороне различные аспекты бытования данного артефакта (психологические, гендерные, экономические и политические), которые затрагивает в своей книге Л. Горалик¹⁷, отметим одно: секрет популярности Барби именно в том, что она – воплощенная копия. У нее нет и не может быть подлинника. Бесконечное воспроизводство и узнаваемость – главный залог многолетнего коммерческого успеха куклы.

Еще более показателен, однако, сам процесс превращения подлинника в копию, знака – в миф, а смысла – в симулякр, который затрагивает существующие артефакты культуры.

Модель подобного общества, доведенную до абсурда, предлагает Джулиан Барнс в романе-памфлете «Англия, Англия». Финансовый магнат задумывает создать грандиозный «Луна-парк», где собраны все достопримечательности Великобритании в натуральную величину. Ценность их в глазах туристов будет обусловлена не экономией времени и сил, а, напротив, именно «похожестью». При этом приводится беспроегрешный аргумент маркетолога: «Люди не будут выкладывать деньги за новые знания. Если им этого захочется, пусть идут в какую-нибудь задрипанную библиотеку... А к нам они придут наслаждаться тем, что и так знают»¹⁸. Мир, переживаемый непосредственно, заменяется ре-презентацией, повторной презентацией мира, «улучшенным, обогащенным, иронизированным и суммированным вариантом». Иначе говоря, остров Мэн, где собрано все – от копий Стоунхенджа до малиновок на снегу с рождественских открыток, – становится грандиозным зрелищем-симулякром. Туристам предлагают любоваться на хождения Робин Гуда и завтракать с Босуэллом и доктором Джонсоном. Однако затем происходит замещение реальности симулякром. «Оригинал» – Великобритания – уступает первенство копии, а занятые в «обществе спектакля» статисты начинают принимать иллюзию за действительность: «распада личности, точнее ее склеивания с личиной, никто не ожидал». Сотрудники перестали считать себя служащими корпорации, отождествив себя с персонажами, чьи роли они играли за деньги. Триумф копии («Англия, Англия») оттеняет регресс оригинала – Великобритания, низведенная до «Ингланда», распадается на разрозненные королевства, возвращаясь в доиндустриальную цивилизацию. Иными словами, из «Третьей волны», по характеристике Э. Тоффлера, страна регрессирует до уровня «Первой».

Одной из важнейших характеристик «Третьей волны» (пост-индустриальной цивилизации) является все увеличивающийся объем информации, который, в свою очередь, требует от нас пересмотра «картотеки образов». Реципиенту предлагается постоянно заменять устаревшие образы новыми, иначе «наши действия не будут соответствовать новой реальности»¹⁹. Следствием этих новых требований становится, по выражению Тоффлера, «одноразовое искусство», дешевые книги (pulp fiction), комедии-однодневки, поляроидные снимки, цифровая печать, ксероксы, дешевые репродукции. Таким образом, «барочность» нашего сознания, по формулировке И.П. Ильина, представляет еще одно подтверждение радикальных социальных перемен, свидетелями и участниками которых мы являемся.

Соответственно этому феномен постмодернизма, закрепившийся в 1970-х годах, является еще одним порождением «Третьей волны», реакцией на далекоидущие перемены, нуждающиеся в осмыслении. Возрастающая информационная агрессивность каналов коммуникации не может не привести и к изменению в восприятии окружающей действительности.

В этой новой культуре с ее фрагментарными, временными образами увеличивается разрыв между пользователями средств информации «Второй» и «Третьей» волн. Возрастную аудиторию «Второй волны», стремящуюся к готовым, установившимся моральным и идеологическим истинам прошлого, раздражает и дезориентирует быстрая смена отрывков информации, иными словами, клиповая культура. Причина – не только в содержании, но и в форме подачи материала. «Вместо получения пространных, соотносящихся друг с другом “полос” идей... нас все больше пичкают короткими модульными вспышками информации – рекламой, командами, теориями, обрывками новостей»²⁰. Как следствие, люди «Третьей волны» изначально внимательно следят за тем, как в новых концепциях или метафорах собираются или организуются в некое целое эти кусочки информации. По убеждению Тоффлера, мы не получаем готовую ментальную модель реальности, но вынуждены постоянно формировать ее и переформировывать. Это ведет к «большей индивидуальности, демассификации как культуры, так и личности»²¹.

Здесь, однако, мы сталкиваемся с определенным парадоксом. На наш взгляд, фрагментарность, о которой рассуждает Тоффлер, ведет к кажущейся индивидуализации личности, поскольку свобода формировать реальность основана все на тех же копиях, симулякрах, унифицирующих наше восприя-

тие. Интерактивность, как отмечают многие исследователи, отнюдь не является залогом свободного выбора в условиях консьюмеризации.

Общество потребления присваивает себе культурные артефакты, тиражируя их и встраивая в рекламную коммуникацию. Можно вспомнить, в частности, феномен трилогии Дж.Р.Р. Толкина «Властелин колец». После экранизации П. Джексона книга заняла прочную позицию в системе *bestrow* – причем не как самостоятельное произведение, но скорее как один из элементов «постпродакшн», наряду с компьютерными играми, постерами, компьютерными ковриками и прочими «гаджетами». Наглядной иллюстрацией служит публикация «Властелина колец» в издательстве «Амфора», которое поместило на обложку книги кадр из фильма П. Джексона.

В качестве еще одного примера приведем трансформацию, которую претерпело в массовом сознании полотно Леонардо да Винчи «Джоконда» («Мона Лиза»). Изначально за картиной тянется шлейф ассоциаций. Загадочность содержания (в частности, является ли картина портретом моны Лизы, мистической аллегорией или автопортретом) и безупречность формы привлекали и привлекают к ней внимание отнюдь не только художников, писателей или историков искусства. К картине апеллирует, в частности, З. Фрейд в своей «Психологии бессознательного» (касаясь вопроса об андрогинности Леонардо). Д. Мережковский делает мону Лизу героиней романа «Воскресшие боги. Леонардо да Винчи». Но вот уже у Маяковского «Мона Лиза» заметно утрачивает свою многомерность. В поэме «Облако в штанах» он исползует название знаменитой картины как обозначение загадки:

Вы говорили:
«Джек Лондон,
деньги,
любовь,
страсть», –
А я одно видел:
Вы – Джиоконда,
которую надо украсть!

Загадочная улыбка моны Лизы постепенно становится нарицательным обозначением сначала загадки женской природы, а затем и загадки как таковой. В поэме Маяковского женщина

уподобляется даже не изображенной на картине Джоконде, а самой картине – неодушевленному предмету, имеющему материальную ценность, который можно похитить («И украли»).

Таким образом, в случае с картиной да Винчи мы наблюдаем выхолащивание смысла, или превращение знака (каковым данное полотно безусловно является) в фикцию, в симулякр, если использовать термин Бодрийера. Однако первоначально та «Мона Лиза», которая находится в галерее Лувра, составляет не знак, но целый текст. «Мона Лиза», использованная как обозначение загадки, – знак. Тогда как «Мона Лиза», задействованная в рекламной коммуникации, – симулякр (или миф, если использовать концепцию Ролана Барта, предшественника и учителя Бодрийера). У. Эко называет подобное явление «иконограммой-китчем», когда «знаменитое произведение искусства превращается в этикетку»²².

Именно об использовании копий и копировании в рекламной коммуникации и необходимо продолжить разговор. Приведу еще два примера. Наружная реклама фирменного магазина итальянской одежды (магазин «Terranova», ул. Никольская, г. Москва) использует укоренившиеся в массовом сознании стереотипы, связанные с семантикой «итальянскости»: мотороллер (ср. кинофильм «Римские каникулы», где героиня открывает для себя Рим, разъезжая по «вечному городу» на мотороллере), кепка с цветами итальянского флага и надписью «Italia», а также изображение картины Леонардо да Винчи. Из них и складывается рекламное сообщение: «Свобода, красота – Италия». Оно, в свою очередь, проецируется на название магазина и слоган «Spitito Italiano». Таким образом, «Джоконда» в этой наружной рекламе занимает место знака-иконы, т. е. именно той разновидности знака, которая легче всего поддается тиражированию.

В настоящее время наблюдается и почти полная редукция семантики самого названия «Мона Лиза» («Джоконда»), имеющая место в рекламной кампании романов Дэна Брауна. Узнаваемое лицо монеты Лизы Джоконды использовано на обложке его самого известного романа «Код да Винчи» (Москва, 2004), затем на обложке издания pop-fiction М.-Ф. Этчегуан и Ф. Ленуара «Код да Винчи: Расследование» (М., 2005) и наконец на обложке очередного романа Брауна «Цифровая крепость» (М., 2005). Хотя «Цифровая крепость» была написана в 1998 г., и сюжет ее никоим образом не соотносится с «Кодом да Винчи», художник издательства использует узнаваемые фрагменты картины, апел-

лируя к устойчивой ассоциации с именем автора. Таким образом, «Джоконда» становится частью литературного бренда «Дэн Браун».

Характерный факт: растиражированность фамилии и творческого метода да Винчи в настоящее время такова, что узнаваемость распространяется и на другие его рисунки. В частности человеческая фигура с раскинутыми руками, вписанная в окружность, использована в оформлении названия кинофильма «Дневной дозор» без всякой видимой связи с его содержанием.

Таким образом, рекламная коммуникация (как часть массовой культуры) с легкостью может присваивать наиболее узнаваемые элементы мировой культуры, моделируя более или менее устойчивые ассоциативные связи у потребителя. И тогда неминуем вопрос: а так ли негативен процесс присвоения, если коммуникация осуществляется в двух направлениях и подразумевает обратную связь?

После выхода сериалов «Идиот», «Мастер и Маргарита», «Доктор Живаго» возрос спрос на романы Достоевского, Булгакова и Пастернака, изданных как «post-production». В таком случае можно говорить и об обратном влиянии текстов на аудиторию повrow. При всей риторичности подобного утверждения мы лишь можем обозначить актуальность этой новой модели коммуникации и наблюдать за ее дальнейшим функционированием.

Примечания

- 1 См.: *Барт Р.* Мифологии. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996.
- 2 См.: *Маньковская Н.Б.* Эстетика постмодернизма. СПб.: Алетейя, 2000. С. 57.
- 3 См.: *Дубин Б.* Массовая словесность, национальная культура и формирование литературы как социального института // Популярная литература: Опыт культурного мифотворчества в Америке и России: Материалы V Фулбрайтской гуманитарной летней школы. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. С. 12.
- 4 См.: *Эко У.* Заметки на полях «Имени розы» // Эко У. Имя розы. М.: Кн. палата, 1989. С. 461.
- 5 *Ильин И.П.* Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. М.: Интрада, 1996. С. 222.
- 6 Там же. С. 119.
- 7 Там же. С. 95.
- 8 См.: *Ги Дебор Э.* Общество спектакля. М.: Логос, 2000. С. 45.

- ⁹ *Бодрийяр Ж.* Общество потребления: Его мифы и структуры. М.: Республика; Культурная революция, 2006. С. 103.
- ¹⁰ *Фейербах Л.* Сущность христианства // Фейербах Л. Избранные философские произведения: В 2 т. Т. 2. М.: Полит. лит., 1955. С. 22.
- ¹¹ *Лотман Ю.М.* Массовая литература как историко-культурная проблема // Лотман Ю.М. О русской литературе. СПб.: Искусство-СПБ, 2005. С. 819.
- ¹² *Ильин И.П.* Постмодернизм от истоков до конца столетия: эволюция научного мифа. М.: Интрада, 1998. С. 162.
- ¹³ См.: *Lodge D.* Working with Structuralism: Essays and Reviews on 19th and 20th-Century Literature. L., 1981.
- ¹⁴ См.: *Дубин Б.* Визуальное в современной культуре // Дубин Б. Интеллектуальные группы и символические формы: Очерки социологии современной культуры. М.: Нов. изд-во, 2004. С. 34.
- ¹⁵ См.: *Сибрук Д.* Nobrow: Маркетинг культуры, культура маркетинга. М.: АдМаргинем, 2005. С. 19.
- ¹⁶ См.: *Смолянская Н.* Символ нашего времени // Горалик Л. Полая женщина: Мир Барби изнутри и снаружи. М.: Новое литературное обозрение, 2005.
- ¹⁷ См.: *Горалик Л.* Указ. соч.
- ¹⁸ *Барнс Дж.* Англия, Англия. М.: АСТ, 2005. С. 74.
- ¹⁹ *Тоффлер Э.* Третья волна. М.: ООО «Изд-во АСТ», 2004. С. 266.
- ²⁰ Там же. С. 278.
- ²¹ Там же. С. 279.
- ²² См.: *Эко У.* Отсутствующая структура: Введение в семиологию. СПб.: Симпозиум, 2004. С. 230.

А.А. Александров

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ И ЮРИДИЧЕСКИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ПОИСКОВЫЕ СИСТЕМЫ: БОРЬБА С «КОЭФФИЦИЕНТОМ МОЛЧАНИЯ»

А н н у н ц и а т а . Да. Вам известно то, что написано о нас в книгах, но то, что о нас не написано, вам неизвестно.

У ч е н ы й . Это иногда случается с учеными.

Евгений Шварц.

Тень: сказка в трех действиях

Вначале – пять характерных примеров. На официальном сайте президента России – помимо традиционных для интернет-представительств виртуальных экскурсий и политических заявлений – легко найти объемную базу нормативных актов.

Второй эпизод тоже связан с Интернетом: при создании портала Европейского союза в 1995 г. одной из первых была открыта база юридической информации¹.

Третий факт: на компьютерных экранах бухгалтерий Калининграда или Владивостока – возьмем крайние географические точки – можно заметить одинаковые «ярлыки» популярной справочной правовой системы, необходимой для подготовки финансовой отчетности.

Четвертая иллюстрация – электронные копии одной и той же базы данных используются студентами из девяноста стран мира при подготовке к ежегодному конкурсу по международному праву.

Пятый факт: высокооплачиваемый юрист из Нью-Йорка и – возьмем социальные крайности – заключенный тюрьмы в Портленде, штат Мэн, работающий в тюремной библиотеке за компьютером, используют одну и ту же базу данных.

О чем свидетельствуют эти примеры? Юридические автоматизированные документальные информационно-поисковые системы² – неременное условие коммуникаций между государственными органами и гражданами. Базы данных стали существенным условием деятельности юриста. Более того, они необходимы всем, кому важно – добровольно или нет – знать норму права.

Значение электронных баз данных определяется общей логикой развития информационного общества³. Уверен, что сегодня эти системы играют собственную самостоятельную роль. Как они влияют на систему политических и научных коммуникаций? Какую роль занимают банки данных, созданные коммерческими организациями, в политических и правовых взаимосвязях? В настоящей статье мне хотелось бы привлечь внимание к этим вопросам⁴.

Мы можем классифицировать базы юридической информации на государственные (муниципальные), коммерческие и некоммерческие (научные, просветительские, правозащитные проекты). Действуют национальные системы (включают законодательство страны и международные договоры на соответствующем государственном языке), международные государственные (чаще всего они посвящены международному праву) и интернациональные негосударственные банки данных (содержат правовые акты нескольких государств).

Сайт одной из крупнейших западных баз данных Westlaw указывает, что первые услуги в режиме online фирма стала оказывать в 1975 г.⁵ Реальный расцвет электронных технологий в области права связан с распространением персональных компьютеров. Первые коммерческие компьютерные базы российской правовой информации появились на рубеже 1990-х гг.⁶ Государственная система правовой информации в электронном формате создается с 1996 г.⁷ В 2006 г. в нашей стране наиболее известными являются пять автоматизированных документальных информационно-поисковых систем по современному праву.

Начать следует с государственного Научно-технического центра правовой информации «Система»⁸, имеющего уникальное для России право официальной публикации актов президента страны и федерального правительства. Центр производит, а Федеральная служба охраны Российской Федерации распространяет несколько банков данных⁹. Негосударственные организации и частные лица могут получить эти базы за умеренную плату. «Система» официально издает также машиночитаемые «Собрание законодательства» и «Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти»¹⁰. Кроме того, это учреждение проводит государственный учет и регистрацию баз данных, учет банков данных правовой информации¹¹.

Четыре базы производятся коммерческими организациями. Они существенно различаются по своему качеству и популярности среди профессионалов. Приведем их список в алфавит-

ном порядке: «Гарант»¹², «Кодекс»¹³, «Консультант Плюс»¹⁴, «Референт»¹⁵. Существуют и другие, в том числе разработки вузов, научных групп. В литературе приводятся многочисленные примеры попыток университетов и общественных организаций создать базы региональных и судебных актов¹⁶. Эти попытки очень важны как проявление частной инициативы, свидетельство свободы слова. Но они не системны из-за финансовых и организационных проблем.

Базы устанавливаются на персональных компьютерах, имеются версии для работы в локальных и территориально-распределенных компьютерных сетях. В разных вариантах они доступны в Интернете.

Множество бесплатных банков данных стали неременной частью порталов органов власти Российской Федерации.

И еще о терминах. Широкое распространение получило понятие «электронная библиотека». В. Армс использует это название для коллекций информации в цифровых форматах и сервисов по работе с нею, доступных в сети. Известно определение электронных библиотек как совокупности локальных или распределенных электронных ресурсов, объединенных единой идеологией структуризации и доступа (А.И. Земсков)¹⁷. Возможно, более правильно по отношению к лидирующим зарубежным и российским системам применять именно этот термин. Так мы сможем подчеркнуть фундаментальность передовых электронных ресурсов. Ведь лучшие из них включают в себя полные тексты монографий, тома комментариев. Зарубежные банки содержат полные электронные версии юридических журналов. Замечу, что российские компании «электронной библиотекой» чаще всего называют собрание электронных книг и журналов в традиционном смысле этих слов.

Общество, государство, право, информация

Принято считать, что компьютерные технологии – не самоцель, а один из ресурсов повышения эффективности и производительности услуг, предоставляемых населению государственными органами¹⁸. Электронные ресурсы позволяют чиновникам, всем гражданам эффективно использовать информацию, создаваемую государственными учреждениями и организациями. ЮНЕСКО призывает все государства осознать важность выбора оптимального формата для производства, распространения, использования и долгосрочного хранения информации.

Конечно, электронное воплощение текста – не только свидетельство прогресса, но и серьезный повод для сомнений в способности сохранить информацию. Бумага надежнее? Директор¹⁹ Института правовой информатики Университета земли Саар, профессор М. Хербергер справедливо отмечает, что тот, кто не считает передачу электронных материалов надежной, должен сомневаться и в том, что у нашего индустриального общества есть будущее¹⁹.

Общество получает значительные выгоды, когда информация, являющейся общественным достоянием, распространяется через Интернет²⁰. Специалисты в области социальных коммуникаций констатируют, что такая польза не имеет точного материального выражения. Результаты фиксируются в сферах экономики, социальной защиты, образования, культуры. Интернет способствует успешному развитию страны.

Очевидна внеэкономическая ценность общедоступной информации, создаваемой государственными органами. Она обеспечивает прозрачность, открытость, гласность государственного управления²¹. Следует помнить, однако, что знание, его производство и накопление, «невозможно отделить от властных механизмов, с которыми они вступают в сложные отношения, требующие анализа»²².

Власть, право, информация, электронные технологии неразрывно взаимосвязаны. Этот факт определяет ту роль, которую играют юридические базы данных.

В настоящей статье под правовой информацией понимаются прежде всего тексты нормативных актов и договоров, документов органов законодательной, судебной и исполнительной власти, научные исследования, обзоры практики, а также справочные данные о государстве и праве²³. Очень условно мы можем выделить два блока правовой информации: документы государственных органов и документы, созданные негосударственными организациями и частными лицами (научные материалы, комментарии).

Прежде всего нужно упомянуть важнейшую часть правовой информации – источники права.

Нормы права должны быть опубликованы. Эта античная истина получила распространение в XVIII столетии. Сегодня термин «опубликование документа» используется в двух смыслах. Первый – широкое оповещение граждан страны о принятом правиле. Второе значение – издание, которое придает нормативному акту обязательную силу.

В XIX в. группа ученых и чиновников, возглавляемая М.М. Сперанским и М.А. Балугьянским, совершила научный подвиг, подготовив к изданию Полное собрание законов и Свод законов Российской империи. Был сделан важный шаг в распространении государственной правовой информации. В XXI в. традиционные бумажные издания не могут служить основой эффективного управления. Прежде всего потому, что их трудно найти. Это касается не только изданий федеральных органов власти. В литературе приводился характерный пример обеспечения правовой информацией жителей Тульской области. В 2000 г. тульские газеты публиковали не более 25% региональных документов, причем объемные акты часто давались в изложении, а официальные сборники выходили ограниченным тиражом в 200 экз.²⁴ В 2006 г. обнародованы сходные социологические данные по библиотекам Чувашской Республики, которые показывают, что будущее за электронными ресурсами²⁵.

К сожалению, пока в Российской Федерации электронная публикация не может придать юридическую силу всем нормативно-правовым актам. Хотя за рубежом такая практика есть. В отечественной прессе появляются предложения внести соответствующие изменения в Федеральный закон «О порядке опубликования и вступления в силу федеральных конституционных законов, федеральных законов, актов палат Федерального Собрания». Уверен, что в будущем электронная публикация станет основанием для введения в силу нормативного акта.

Сегодня существуют уникальные механизмы, для того чтобы сделать нормы права доступными всем пользователям глобальных сетей. *Электронные базы правовой информации – залог твердых правил социальной и политической жизни на новом технологическом уровне.* Граждане всегда могут обратиться к электронным государственным правовым ресурсам и банкам данных, распространяемым коммерческими и некоммерческими производителями.

Государство благодаря электронным технологиям делает общедоступными сведения почти обо всех нормах права. Большую роль в этом процессе играет Федеральная целевая программа «Электронная Россия»²⁶. В ее рамках формируется в России система, получившая название «электронное правительство» (e-government). Тексты документов, изданных государственными органами, можно получить на порталах центральных и региональных органов власти. Проблема заключается в том, что материалы сайтов законодательных, исполнительных и судебных органов не ор-

ганизованы в единую систему. Некоторые учреждения не имеют сайтов. Осложнена система поиска информации. Недоступны документы некоторых регионов, иногда – ведомственные акты.

В аналитических обзорах Федеральной службы охраны Российской Федерации подчеркивается, что государственная система распространения правовых актов в электронном виде (ее обеспечивает именно это ведомство) была создана для обслуживания государственных органов, учреждений и организаций. Сегодня акценты смещаются. Федеральная служба охраны планирует создание государственного портала правовой информации²⁷. Если данный проект будет реализован и будет бесплатен для граждан, то он будет способствовать демократизации государства и распространению в российском обществе правовых знаний.

В настоящий период само собирание текстов государственных документов является трудным делом. Более того, публикация в электронном виде сама по себе не упрощает работу с текстом. Необходимы подготовка новых редакций, составление оглавлений, примечаний, систематизация актов и многое другое.

Специалисты выделяют десятки показателей качества базы. Три из них, на мой взгляд, основные: подбор текстов; их доступность через глобальные компьютерные сети; качество поиска и обработки информации (гиперссылки, поисковые системы, комментарии к текстам, взаимосвязи документов, которые позволяют установить дополнительную информацию и т.д.). По этим трем критериям сегодня лидируют базы данных, созданные коммерческими организациями.

В основе идеологии коммерческих баз – интересы бизнеса. Поэтому уже сейчас они содержат все доступные государственные документы, значительный корпус научной и справочной информации. Негосударственные ресурсы включают в себя научные комментарии, справочные материалы, которые отсутствуют в государственных банках данных. Из максимально полного набора официальных документов эти базы стали системами правовой информации в широком смысле этого слова.

Приведу два примера. В июне 2006 г., когда разворачивались печальные события вокруг изъятия для государственных нужд земельных участков частных лиц, мне необходимо было срочно найти государственные акты, удивительным образом пересказываемые газетами и радиостанциями. В течение тридцати минут мне не удалось отыскать тексты решений на официальных сайтах. Поиск документа в базе данных, созданной коммерческой организацией, занял несколько секунд.

Для чтения лекций в сентябре 2006 г. мне были необходимы нормативные акты нескольких регионов Южного федерального округа. Очевидно, что тексты на бумажном носителе хранятся в Российской государственной библиотеке. Что было представлено в Интернете? Большинство нормативных документов не были размещены на сайтах государственных органов субъектов Федерации, а некоторые учреждения не имели работающих сайтов. Портал коммерческой организации позволил получить бесплатно информацию обо всех действующих и отмененных документах высших органов власти республик. Были доступны для копирования (причем бесплатно) тексты документов, принятые в течение последних 61 дня²⁸.

Производители электронных баз данных содействуют большей информационной открытости государства. Они размещали свои ресурсы на сайтах государственных органов. Это было особенно важно в начале развития официальных порталов, когда не существовали открытые государственные базы данных. В качестве современного примера приведу сайт Конституционного суда России, на котором акты размещены в «оболочке» негосударственных разработчиков.

Коммерческие базы данных систематически публикуют законопроекты, знакомят читателей с готовящимися нормативными актами, что делает государственную политику более предсказуемой, понятной.

Распространяя избранные российские акты на английском языке, как это сделано в «Гаранте», информационные корпорации способствуют большей открытости нашей правовой системы²⁹. Это необходимо в условиях экономической интеграции. Коммерческие интересы разработчиков электронных ресурсов XXI в., продающих потребителям переводы российских документов, позволяют одновременно выполнить те же просветительские и пропагандистские задачи, которые в XIX в. выполняло правительство, публикуя важнейшие манифесты в переводах на европейские языки.

Коммерческие базы данных и проблема электронного расслоения общества

Общепринятым стал термин «электронное расслоение общества»³⁰. Само пользование компьютером, сетями связи требует затрат. По финансовым причинам базы правовой информации не всегда доступны гражданам. Репрезентативные справоч-

ные системы – сравнительно дорогой ресурс (бесплатны банки данных на сайтах государственных органов, но они разрознены и неполны).

Стоимость можно назвать единственным существенным недостатком лучших правовых систем, созданных коммерческими организациями³¹. Однако ситуация не так драматична, как можно было бы предположить. Те документы, которые чаще всего нужны гражданам, размещены в свободном доступе в порталах производителей баз данных. Это конституция, некоторые кодексы и законы, актуальные тематические подборки.

Владельцы крупных коммерческих банков данных разрешают безвозмездное пользование частью документов, отобранных по определенному критерию (по времени издания, теме, региону). В некоторых случаях безвозмездно можно пользоваться большинством данных в вечернее и ночное время, выходные дни.

И государственные, и коммерческие базы данных бесплатно передаются в муниципальные и государственные библиотеки. Например, около 1400 публичных центров правовой информации (ПЦПИ) к 2006 г. получили безвозмездно базы «Консультант Плюс» (55,3% центров от их общего числа), «Гарант» (19,47%), «Кодекс» (13,41%). К сожалению, из отчета о работе ПЦПИ не ясно, какое число центров не имеет ни одной неправомерной базы данных. Очевидно, впрочем, что большинство из них располагают именно бесплатными коммерческими ресурсами. Для сравнения укажем, что официальными федеральными базами данных были снабжены меньше трети работающих центров правовой информации³².

Отрадно, что российский бизнес вносит свой вклад в реализацию повестки дня цифровой солидарности, к которой призывает международная научная общественность³³.

Электронные базы правовой информации как новая «форма» власти

Не ошибочно ли видеть в базах юридической информации только Тексты? Ролан Барт отмечал, что говорить вовсе не значит вступать в коммуникативный акт. Это означает подчинять себе слушающего: весь язык целиком есть общеобязательная форма принуждения³⁴. Если мы согласимся с такой метафизической трактовкой, то будем вынуждены признать, что *электронные базы данных вне зависимости от воли их создателей являются новой формой влияния на социальные коммуникации.*

Коммерческие правовые ресурсы содержат все доступные им (с учетом финансовых возможностей, научного кругозора составителей, требований авторского права, государственной тайны и многих других факторов) юридические данные, в том числе полярные оценки, комментарии. Уже от пользователя зависит, как распорядиться предложенным ему знанием. Правовые базы данных – прежде всего свод знаний. Это один из мощных инструментов юриспруденции. Ханс-Георг Гадамер отмечал, что наука как социальный институт, как «научная копилка» представляет собой тезаурус, пригодный к самому произвольному употреблению. Философ подчеркивал, что разумное использование возможностей науки – проблема всего общества, а не одной только науки как социального феномена³⁵. Научные знания могут служить любым – в том числе и негативным – целям.

Нужно признать, что репрезентативные электронные базы юридических данных играют позитивную социальную роль. Разумеется, недобросовестный чиновник или ученый может «отыскать» в них нужную цитату подзаконного акта. Но система неминуемо показывает всем заинтересованным лицам законные правила. Можно попытаться использовать в качестве прецедента судебное решение, искажающее закон, из разряда тех, что председатель Высшего арбитражного суда назвал «странными»³⁶. Но в базе имеются акты вышестоящих судов по этому делу, обобщения судебной практики. Приводится ссылка на цитируемый закон. Очевидной становится ошибка.

Даже гиперссылка дает значимую информацию. Например, ряд положений распоряжения правительства Москвы от 12 июля 2002 г. № 1013-РП были отменены после целого ряда судебных разбирательств 2003–2004 гг. и постановления президиума Высшего арбитражного суда России № 11992/04 от 14 декабря 2004 г. Речь шла о нарушении законных интересов собственников и арендаторов недвижимости. До 17 апреля 2006 г. – т. е. в течение шестнадцати месяцев после принятия постановления Высшего арбитражного суда – правительство города Москвы не вносило соответствующих изменений в текст. А независимые базы данных немедленно поместили соответствующую ссылку. Эта гиперссылка показывала, что часть документа была признана недействительной судом и не может применяться.

По сути своей государственные и негосударственные правовые базы данных, оставаясь депозитариями правовых актов, приобретают в современном информационном обществе черты хранителей Права. Вспомним архивариуса из пьесы «Дракон»

Евгения Шварца. Защищая свои интересы и исполняя профессиональный долг, он показывает правителю, рыцарю, всем горожанам документ, ограничивающий тиранию. Только запрос информации сегодня, в отличие от 1943 г., когда была написана пьеса, может исходить от любого пользователя Интернета. Документ больше не хранится в одном экземпляре, он получает миллионы электронных воплощений.

Во всем мире высказываются опасения по поводу введения государственной политической цензуры в области компьютерных коммуникаций. Теоретически документ может быть изъят из электронной базы. Но если он в ней есть, то он не может стать редким, «затеряться», как это подчас бывало с публикациями законов или «неудобных» инструкций советского периода.

Другой проблемой может стать исключение коммерческими производителями баз определенных научных публикаций, справочной информации. Причины такой выборки могут быть самыми разными: от финансовых до политических. Мы ведь помним, как некоторые издательства были вынуждены отказаться от публикации литературных произведений и карикатур под влиянием общественного мнения. Научные тексты бывают злободневнее религиозных стихов.

Если цензура сделает базу не репрезентативной, то юристы перестанут считать этот компьютерный ресурс базой данных. Банки правовых данных по сути своей стремятся к максимально широкому объему информации, без каких-либо лагун. Но они превратятся в PR-акцию, если увеличится *коэффициент молчания* (позволим себе вольно интерпретировать образный термин ГОСТа³⁷).

Поль Рикёр отмечал, что сегодня государство как «источник права» находится в двойственном положении. Оно призвано одновременно выступать и в качестве всеобъемлющей силы и в качестве частной инстанции. Этот парадокс, в сущности, затрагивает само понятие политической власти³⁸. Примером этой метаморфозы власти в современных коммуникациях выступают государственные органы, поставщики-потребители юридических баз данных, созданных коммерческими организациями.

Видя на сайтах высших органов государственной власти ссылки на производителей коммерческих баз данных, мы получаем наглядное *свидетельство разгосударствления самой информации, исходящей от власти, и каналов политических коммуникаций*³⁹. Государственные органы являются пользователями юридических информационно-поисковых систем. Большин-

ство судей работают с актами арбитражных судов, используя коммерческие базы данных. На протяжении значительного периода времени это была единственная доступная возможность знакомиться с материалами судопроизводства. Производители крупнейших баз реализуют бесплатные программы обучения судебных работников работе на компьютере. Более того, по мнению одного из самых авторитетных российских цивилистов А.А. Маковского, распространение арбитражной практики в электронном банке данных непосредственно сказалось на качестве судебных решений⁴⁰.

Банки данных содержат прежде всего нормативные документы. В этом смысле они – канал государственной информации. Но ее компьютерное воплощение, автоматизированная обработка зависят от воли производителя базы. Речь идет и о трансляции информации, и о ее графическом дизайне. В этом смысле электронная база правовых актов – оформление на новом технологическом уровне государственной воли. И это оформление, распространение, обработка информации осуществляются при активном участии негосударственных структур, действующих в интересах потребителя, гражданина.

Характерно, что список кодексов для быстрого поиска в базе «Консультант Плюс» построен не по алфавитному принципу, а на основании индекса запросов пользователей. На первом месте помещен Налоговый кодекс. Это наглядно демонстрирует роль налогов как важнейшего средства политической и экономической коммуникации власти и общества.

Власть, государственная власть в особенности, осуществляется «через производство и обмен знаков»⁴¹. *Производители банков данных декодируют правовую информацию, делая более эффективными коммуникации власти и граждан.* Они публикуют графические схемы, разрабатывают системы поиска, доступные для человека, не получившего специальное образование, публикуют научно-практические комментарии.

Мнение юристов-практиков, ученых занимает важное место в электронных ресурсах. Их оценки государственных актов, свободные критические суждения очень важны для демократизации общественной жизни. Комментарии становятся постоянным обрамлением нормы права.

В банках данных заметно мировоззрение их создателей, они хранят индивидуальные авторские черты⁴². Сказанное относится и к их «интерфейсу», архитектуре самой базы, выбору научных текстов.

Отметим еще одну очень важную культурную функцию автоматизированных систем. В них представлены все версии документов. Хранятся отмененные акты. *Базы юридической информации по природе своей историчны*, показывают ретроспективу государственной политики. Они наглядно свидетельствуют об истории современного права. Они воспитывают у читателей чувство истории. Символично, что одна из первых инициатив государственной «Системы» – электронное издание Свода законов Российской империи 1906 г.

Предприниматели – создатели баз данных, стремясь предоставить своим пользователям наиболее актуальную информацию, реализуют различные проекты: online интервью, конференции, привлекая внимание интернет-общественности к тем или иным решениям и государственным программам. Они содействуют развитию правовой культуры.

И еще один, гуманитарный аспект. Электронные ресурсы существенно влияют на вовлеченность людей с ограниченными физическими возможностями в интеллектуальные коммуникации. Граждане, которые по состоянию своего здоровья вынуждены работать дома, получили объем информации, несопоставимый с тем, что дают доступные им печатные источники. Они активнее вовлекаются в социальные взаимосвязи.

Коммуникации профессионального сообщества юристов

Базы данных, влияя на всю информационную инфраструктуру российского общества, целенаправленное воздействие оказывают на юридическое сообщество.

Бумажные издания всегда будут базой научной и учебной деятельности юристов. Иначе обстоит дело с юридической практикой. В прошлом, когда было нужно найти какой-либо документ, юрист шел в библиотеку или искал текст у коллег. Дома и на работе хранились годовые подписки официальных журналов. Незабываемы книжные издания кодексов, а в 1991–1993 гг. и Конституции России, с вложенными в них десятками вырезок из «Российской газеты». Переиздания не успевали за законодателем. В 1990-х годах произошли важные изменения в информационном обеспечении труда юристов. Сегодня, начиная работу, мы в первую очередь «включаем» электронную базу данных.

Банки данных существенно повышают эффективность поиска нужных сведений, новейшая информация становится легко-

доступной. Никогда раньше, например, судебная практика не была так открыта для научного анализа и системы образования.

Не до конца оценена роль коммерческих организаций – производителей электронной информации – в пропаганде научной классики, распространении ранее труднодоступных текстов. Например, студенты имеют возможность бесплатно пользоваться книгами серии «Классика российского права» в электронном формате⁴³. Коммерческой организацией «Консультант Плюс» открыт научный и образовательный ресурс. Он содержит учебники XIX–XX вв., комментарии законодательства периода империи, памятники российской юриспруденции последних двух веков. Трудно переоценить тот факт, что тексты О.С. Иоффе, И.А. Покровского, Г.Ф. Шершеневича представлены теперь в открытом доступе. Это важно не только для высшей школы, но и для повышения качества Интернета как информационной среды.

Еще один факт. Перевод на русский язык важнейшего памятника права – Дигест императора Юстиниана, изданный в 2002–2006 гг. при поддержке «Консультант Плюс», стал выдающимся фактом истории российской науки⁴⁴. Многотомное издание содержит оригинальный текст исторического источника, способствуя тем самым изучению латыни.

Приведу пример специального сайта «Гарант», посвященного конституционному праву⁴⁵. На сайте размещены русские переводы зарубежных конституций, отечественное законодательство и законопроекты с 1611 по 1993 г., памятники истории русского права, библиография. Очевидна польза проекта для юридического и исторического образования. Естественно, он требует совершенствования. В некоторых случаях выбраны не самые лучшие публикации исторических источников. Например, было бы правильнее дать текст «Введения к Уложению государственных законов» М.М. Сперанского по изданию 1961 г., в котором представлены важные фрагменты текста, не вошедшие в итоговую редакцию⁴⁶. Необходимо уточнить библиографию приведенных материалов.

Распространение в бумажной и электронной форме классических изданий, теоретических трудов, зарубежного законодательства смещает акценты в современном правовом знании, актуализирует то, что считалось сравнительно неважным. Пока по объемам включенных в систему научных публикаций российские коммерческие базы уступают лучшим зарубежным аналогам, но их развитие идет очень быстрыми темпами.

Очень важно, что коммерческие электронные ресурсы делают более доступными работы молодых ученых и начинающих практиков, тексты, подготовленные не в мегаполисах, а в научных центрах субъектов Федерации. Последнее обстоятельство принципиально для интеллектуальной интеграции.

Крупнейшие корпорации активно реализуют свои образовательные программы, научные проекты. Одной из крупнейших американских баз данных LexisNexis открыт специальный сайт для студентов и преподавателей права. Он содержит научные и учебно-методические материалы, специально разработанные для высшей школы. Значительная часть текстов находится на открытом доступе, они не защищены паролем⁴⁷.

Производители бесплатно устанавливают свои программы в высших учебных заведениях. Это международная практика. Речь идет сейчас не о маркетинговых акциях, а о том, что научные и учебные центры обладают необходимыми электронными системами.

Одно замечание. Предполагаю, что доминирующие позиции на рынке в 2006 г. определяются в некоторой степени тем, что еще в конце 90-х годов очевидно лидирующая сегодня корпорация начала осуществлять системные, масштабные и совершенно безвозмездные научные и учебные проекты в университетах по всей стране. Разумеется, не она одна помогала вузам, которые стремятся получить все бесплатные ресурсы, необходимые для обучения и науки. Посредством компьютерных технологий преподаватели и студенты к 2000 г. получили доступ к огромному числу нормативных актов, международных договоров. Компьютерные классы стали оснащаться постоянно обновляемыми электронными базами данных. И это тогда, когда ощущался дефицит учебной литературы, у государственных вузов не было достаточных средств для комплектования книжных и журнальных фондов. Мои наблюдения позволяют утверждать, что усилия компании, продукция которой в настоящий момент наиболее распространена, были лучше организованы, более продуманы. Помню свое удивление, когда коллеги-преподаватели из Московской государственной юридической академии упомянули, что на их домашних и служебных компьютерах бесплатно установлена «юридическая компьютерная программа». Ее они использовали при составлении учебных материалов, подготовке учебников и пособий. Не первый год студенты каждый семестр бесплатно получают личный диск с подборкой нормативных актов, рядом электронных учебников. К сегодняшнему дню сфор-

мировалось поколение молодых юристов, которое привыкло на студенческой скамье работать с определенной программой, доверять ей. Теперь они решают, какую систему выбрать, если бюджет фирмы не позволяет купить все, имеющиеся на рынке. Коммуникации бизнеса и высшей школы взаимовыгодны.

Обратим внимание на социально-психологическую деталь. Несмотря на широкое распространение баз данных в компьютерных классах университетов, наличие дисков с подборками документов, открытие интернет-версий в выходные дни и т. д., широкое хождение получили пиратские копии. Пользователи не учитывают риск применения устаревших версий баз данных. В большинстве случаев лица, использующие такие копии, даже не пытаются законным путем получить информацию. Возможно, мы имеем дело с психологической готовностью нарушить авторские права. Трагикомический характер ситуации в контрафактными базами правовой информации в том, что их используют именно юристы.

И еще один, пусть и не столь значимый факт. Существующие базы данных применяют своеобразную, а иногда и необъяснимую, систему библиографического оформления и описания публикуемых ими научных работ. Конечно, это пустяк, но в описании журнальной статьи отсутствуют номера страниц. В электронных публикациях монографий не указываются страницы бумажного издания. Все это определяет фантастические представления наших студентов, да и всех пользователей, о правилах библиографии. Но, разумеется, это не более чем иллюстрация воздействия компьютерных технологий на работу юристов.

Сведения, размещенные в базе данных, воспринимаются как информационное Событие, а по сути, как подлинный факт юридического процесса. Наиболее характерным примером является подбор публикуемых судебных решений, документов Европейского суда по правам человека, которые становятся широко известными именно благодаря базам данных. *Электронная база данных – это своеобразная картина мира современных юристов.*

Профессиональное сообщество юристов всегда располагало хорошо организованной и достаточно унифицированной системой информационных ресурсов. Был достаточно жестко определен ряд авторов, труды которых читали буквально все, кого называли профессионалами. Сложилась устойчивая система научных изданий и журналов. Если взглянуть на полки в кабинетах юристов, то легко заметить одни и те же книжные и журнальные обложки.

Сегодня юристы работают с одинаковыми базами данных. Никогда еще унификация в наборе данных не достигала такого уровня. Профессионалы используют различные методики, у них разный уровень квалификации, но возможность получить информацию стала почти одинаковой у всех пользователей баз данных. В абсолютном большинстве случаев они выбирают системы, разработанные неправительственными коммерческими организациями.

Большинство российских юристов применяют одну базу данных. Даже те, кто может позволить роскошь иметь различные ресурсы, пользуются чаще всего одинаковым набором двух основных представителей отрасли. Только крупные корпорации и научные центры располагают большим числом систем. Разумеется, существуют множество вариантов информационного обеспечения. На рынке представлены различные тематические компьютерные подборки, зарубежные продукты. Кроме того, сами банки данных состоят из разных комплектов международных, федеральных и региональных документов. В этом смысле одно название фирмы-производителя может означать десятки различных наборов содержимого. Различаются и сроки обновления: еженедельное обслуживание инженером фирмы, ежедневное – по сетям телекоммуникаций. Определенную значимость имеет и стоимость информационного обслуживания: чем больше ресурсов для оплаты, тем больше объем документов.

Проблемой остаются сроки включения текстов в базу данных. Даже сайт официальной «Системы» указывает, что между подписанием и публикацией текста в базе проходят 3–4 дня. Обновление компьютерной базы данных актов портала Президента России осуществляется «не реже одного раза в две недели», отмечается на официальном сайте главы государства.

Общей проблемой являются и технические ошибки при вводе текстов.

Производители баз данных, размещая тексты монографий и статей, тиражируют одни издания, но – в силу ряда причин – могут или вынуждены исключать работы других авторов. По какому принципу отбираются журналы и издательства? Есть ли у пользователей ясность в репрезентативности представленных исследований? Пока базы данных использовались меньше, чем издания на бумажных носителях, эта проблема не была столь важной. Теперь электронные ресурсы существенно определяют круг профессионального чтения. Событием становится научный текст, о котором рассказали электронные базы данных.

Итак, *унификация потоков электронной информации кажется абсолютной*. Причем она определяется качеством самого электронного продукта и эффективностью маркетинга фирм-производителей. Авторитетность базы данных, которая предполагает максимальное множество имеющихся в ней сведений, автоматически повышает ее индивидуальное влияние на профессиональное сообщество.

Электронные базы данных становятся важнейшими элементами политических коммуникаций – они служат взаимному диалогу государства, с одной стороны, и общества, бизнеса, науки, образования – с другой.

Государственная система правовой информатики – а ее прогресс за последние годы очевиден и неоспорим – стремится предоставить максимальный объем нормативно-правовых актов, данных о действиях государственных органов. Этим определяется сегодня круг сведений официальных информационных систем. Негосударственные коммерческие организации предлагают гражданам значительно больший объем данных и передовые возможности их обработки. При этом цель достигается без бюджетного финансирования. Эти банки данных созданы на средства предпринимателей, финансистов – потребителей правовой, налоговой, бухгалтерской информации.

Юрген Хабермас отмечал, что политическое урегулирование общественной жизни во все большем объеме зависит от коммуникативных процессов⁴⁸. Поэтому мы можем назвать базы данных юридической информации одним из элементов инфраструктуры гражданского общества. Вне зависимости от прикладных или политических целей их создателей они являются новой формой влияния на социальные коммуникации.

Правовые базы данных – неоцененная «коммуникационная революция» в истории юридического сообщества. Электронные базы юридических данных глобальны, они унифицируют информационные потоки. В этом смысле они представляют собой единство двух противоположных тенденций – желание сообщить максимально полный объем информации при стремлении к монополизации самого потока информации.

Мы должны задать себе вопрос: что такое электронные базы данных в России сегодня? Это гигантский гипертекст? Или интеллектуальное пространство, стремительно приобретающее

черты авторской индивидуальности? Это юридический текст или его автор? Как отмечал Маршалл Маклюэн, средство коммуникации само является содержанием коммуникации.

Базы данных – и следствие и движущая сила либерализации информационного общества. Они делают невозможным наступление цензуры правовой информации, увеличение «коэффициента молчания».

В будущем будут развиваться и государственные, и коммерческие системы правовой информации. Сегодня особую роль играют негосударственные корпорации, производящие базы данных. По сути своей их базы данных стали «средствами массовой коммуникации», как определяют этот термин социологи⁴⁹. Причина их успеха – в компьютерных технологиях и использовании рыночных механизмов создания и распространения информации. Распространение в России и на Западе правовых баз, созданных коммерческими организациями, является свидетельством «разгосударствления» и информации, исходящей от власти, и каналов политических коммуникаций.

Жан-Франсуа Лиотар завершил свою книгу «Состояние постмодерна» словами о том, что информатизация общества может стать инструментом контроля и социальной регуляции, простирающимся вплоть до контроля самого знания. Он призвал сделать доступ к носителям памяти и банкам данных свободным, видя в этом важнейшее условие для создания политики, которая построена на стремлении к справедливости и стремлении к неизвестному⁵⁰. Развитие электронных баз данных юридической информации – важный шаг на этом пути.

Примечания

¹ См.: European Union documents // Europa [Electronic resource] : Gateway to the European Union. Electronic data. [S. l., s. n.]. Mode of access : http://europa.eu/documents/index_en.htm.

² В настоящей статье термины «автоматизированные документальные информационно-поисковые системы» и «базы данных» используются как синонимы. Автоматизированные документальные информационно-поисковые системы – совокупность справочно-информационного фонда и технических средств информационного поиска в нем, реализованная на базе электронно-вычислительной техники и предназначенная для поиска документов и/или сведений о них.

Действующий закон определяет базу данных как «объективную форму представления и организации совокупности данных (например:

статей, расчетов), систематизированных таким образом, чтобы эти данные могли быть найдены и обработаны с помощью ЭВМ». См.: Закон Российской Федерации от 23 сентября 1992 г. № 3523-1 «О правовой охране программ для электронных вычислительных машин и баз данных».

В литературе указывается, что более точным является определение, даваемое в подзаконном акте: база данных – совокупность организованных взаимосвязанных данных на машиночитаемых носителях. Под банком данных понимается совокупность баз данных, а также программные, языковые и другие средства, предназначенные для централизованного накопления данных и их использования с помощью электронных вычислительных машин. См.: Временное положение о государственном учете и регистрации баз и банков данных. П. 2/ Утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 28 февраля 1996 г. № 226 «О государственном учете и регистрации баз и банков данных»; ГОСТ 7.73–96: Поиск и распространение информации: Термины и определения. Введ. 1998-01-01. Минск: Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации, 1996. (Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу.) Сайт «Нормативная база Государственной системы научно-технической информации». Режим доступа: http://www.gsnti-norms.ru/norms/common/doc.asp?2&/norms/stands/7_73.htm. В литературе по информатике идет дискуссия о точности дефиниций, указывается на необходимость их уточнения.

Создатели компьютерных справочных правовых систем определяют их как программные комплексы, включающие в себя массив правовой информации и программные инструменты для работы с ним. В качестве важного признака системы указывается на ее неотделимость от сервисных услуг разработчика. См., например: *Камынин В.А.* Методическое пособие для преподавателей вузов, ведущих занятия по обучению работе с СПС КонсультантПлюс. М., 2006. С. 12.

- ³ Обзор теории баз данных и знаний см.: *Варламов О.О.* Эволюционные базы данных и знаний для адаптивного синтеза интеллектуальных систем: Миварное информационное пространство. М., 2002. С. 11–91; Комплексный анализ проблем см.: *Дворкина М.Я.* Информационное обслуживание: социокультурный подход. М., 2001; *Кашинский Ю.И.* Совершенствование системы правовой информации: от банков данных к базам знаний // Информационное право. 2006. № 2.
- ⁴ Автор признателен за советы и рекомендации директору Научной библиотеки РГГУ Л.А. Батовой; коллегам по кафедрам: истории и теории государства и права; организационно-правовой защиты информации; методологии защиты информации; юристам Ю.М. Богомолу, И.М. Нурбекову. Данная работа выполнена при информационной под-

держке компании «Консультант Плюс» в рамках Программы информационной поддержки российской науки и образования.

- ⁵ West, a Thomson business [Electronic resource] : Electronic data. [S. l., 2006]. Mode of access : <http://west.thomson.com/about/history/>
- ⁶ См.: *Стародубова Н.З.* Публичные центры правовой информации: история вопроса и настоящее их состояние // Библиотека. 2005. № 4. С. 54–55. Краткий очерк истории и зарубежной практики баз правовой информации см.: *Прохоров А.* Рынок справочных правовых систем в России // Компьютер Пресс. 2005. № 7. Журнал Компьютер Пресс [Электрон. ресурс]. Электрон. дан. М., [2006]. Режим доступа : <http://www.compress.ru/Archive/CP/2005/7/31/>
Автор признателен Е.А. Кораблевой за указание на данную публикацию.
- ⁷ Федеральная служба охраны Российской Федерации [Электрон. ресурс]. Электрон. дан. М., [2006]. Режим доступа: <http://www.fso.gov.ru/pir/p4.html>. Научный центр правовой информации при Министерстве юстиции СССР был создан в середине 1970-х годов. Специалисты указывают на большую роль данного центра в становлении автоматизированной системы поиска правовой информации в нашей стране. См.: *Колобова И.* Законное предназначение: Российским правовым системам – 30 лет // Российская газета. 2005. № 197. 6 сентября.
- ⁸ Научно-технический центр правовой информации «Система» [Электрон. ресурс]. Электрон. дан. М., [2006]. Режим доступа : <http://www.systema.ru>. Обзор истории формирования государственной системы правовой информатизации России см.: Федеральная служба охраны Российской Федерации [Электрон. ресурс]. ... Режим доступа : <http://www.fso.gov.ru/pir/p2.html>
- ⁹ О государственной системе распространения правовых актов в электронном виде см.: Федеральная служба охраны Российской Федерации [Электрон. ресурс]. Электрон. дан. М., [2006]. Режим доступа: <http://www.fso.gov.ru/pir/p4.html>
- ¹⁰ Указ Президента РФ от 23 мая 1996 г. № 763 «О порядке опубликования и вступления в силу актов Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации и нормативных правовых актов федеральных органов исполнительной власти». П. 9.
- ¹¹ Временное положение о государственном учете и регистрации баз и банков данных... П. 6.
- ¹² Гарант [Электрон. ресурс] : законодательство с комментариями. Электрон. дан. М., 2006. Режим доступа : <http://www.garant.ru>
- ¹³ Кодекс [Электрон. ресурс] : все законодательство, судебная практика, нормы, правила, стандарты России. Электрон. дан. [М., 2006]. Режим доступа : <http://www.kodeks.net>

- ¹⁴ Консультант Плюс [Электрон. ресурс]: справочные правовые системы. Электрон. дан. [М.], 1997–2006. Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
- ¹⁵ Референт [Электрон. ресурс]: экспертные системы нового поколения. Электрон. дан. М., 1996–2006. Режим доступа: <http://www.referent.ru>
- ¹⁶ См.: Хургин В.М. О механизме распространения официальных документов // Концепции. 2000. № 1. С. 51–56; Он же. Использование информационных технологий для обеспечения доступности правовой информации // Научные и технические библиотеки. 2004. № 6. С. 7–16; Кузьмин Е.А., Усачев М.Н., Демидов А.А. Система доступа граждан России к правовой информации: итоги и перспективы // Библиотека. 2004. № 7. С. 6–10.
- ¹⁷ См.: Арнс В. Электронные библиотеки. М, 2001. С. 10; Электронные библиотеки: учебник для вузов / А.И. Земсков, Я.Л. Шрайберг. М., 2003. С. 31.
- ¹⁸ См.: Руководящие принципы политики совершенствования информации, являющейся общественным достоянием, создаваемой государственными органами / П.Ф. Улир; ЮНЕСКО. Париж, 2004; *Уэбстер Ф.* Теории информационного общества: Пер. с англ. М., 2004. С. 7 и сл.
- ¹⁹ Хербергер М. Электронные научные публикации в Германии: правовые последствия и перспективы // Информационное право. 2006. № 1.
- ²⁰ См.: The Role of Scientific and Technical Data and Information in the Public Domain: Proceedings of a Symposium / Ed. by: J.M. Esanu, P.F. Uhlir; National Research Council, National Academies Press. Washington, 2003. P. 6; См. также: The National Academies press [Electronic resource]. Electronic data. [S. l., s. n.]. Mode of access: <http://books.nap.edu/catalog/10785.html>
- ²¹ См.: Декларация принципов Всемирного саммита по информационному обществу. Женева. 12 декабря 2003 г.; Longworth E. The Role of Public Authorities in Access to Information [Electronic resource]: The Broader and More Efficient Provision of Public Content, UNESCO, 2000 18 July. Mode of access: <http://webworld.UNESCO.org/infoethics2000/studies.html>. См. характерный пример в отечественной практике: Комплекс мер по повышению правовой культуры избирателей (участников референдума) и обучению организаторов выборов и референдумов в Российской Федерации на 2006–2008 годы. П. 3.7 / Утв. Постановлением Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 28 февраля 2006 г. № 172/1109-4.
- ²² Беседа с Мишелем Фуко // Фуко М. Интеллектуалы и власть: Избранные политические статьи, выступления и интервью / Пер. с фр. И. Окуневой под общ. ред. Б.М. Скуратова. М., 2005. Ч. 2. С. 276.
- ²³ Очевидно, что юристы используют в своей профессиональной деятельности большой круг информации.

- ²⁴ См.: *Хургин В.М.* Использование информационных технологий для обеспечения доступности правовой информации // Научные и технические библиотеки. 2004. № 6. С. 7–16.
- ²⁵ См.: Электронная Россия [Электрон. ресурс] : федер. целевая программа. Электрон. дан. М., 2004–. Режим доступа : http://www.e-rus.ru/site.shtml?pid=11&n_id=6526
- ²⁶ Электронная Россия [Электрон. ресурс] : федер. целевая программа. Электрон. дан. М., 2004–. Режим доступа : <http://www.e-rus.ru>
- ²⁷ «Мы планируем открыть государственный портал правовой информации, где можно будет найти любой правовой государственный документ как федерального, так и регионального уровня, а также получить информацию по правовой ситуации», – заявил заместитель начальника управления ФСО Вячеслав Юдин, выступая в Совете Федерации на совещании, посвященном использованию современных информационно-коммуникационных технологий. Сообщение РИА Новости от 1 июня 2006 г. См.: Российское информационное агентство [Электрон. ресурс]. Электрон. дан. М., [2006]. Режим доступа: <http://www.rian.ru/society/20060601/48911722.html>
- ²⁸ КонсультантПлюс [Электрон. ресурс] : справочные правовые системы... Режим доступа : <http://base-i.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=home>
- ²⁹ Анализ перечня переведенных документов и юридический статус переводов не входит в задачи данной статьи.
- ³⁰ См.: Декларация принципов Всемирного саммита по информационному обществу. Женева. 12 декабря 2003 г.; Информационные технологии: Мониторинг информатизации России: Основные положения мониторинга / Утв. Минсвязи России от 4 марта 2002 г. № 1341.
- ³¹ Это отмечают и американские юристы, описывающие западные базы данных. См.: *Бернанд У.* Правовая система США. М., 2006. С. 162.
- ³² См.: Общероссийская сеть публичных центров правовой информации [Электрон. ресурс]. Электрон. дан. [М., 2006]. Режим доступа : <http://www.pcrp.ru/manage/page/?tid=764400089>. Ср.: *Кузьмин Е.А., Усачев М.Н., Демидов А.А.* Указ. раб. С. 6–10.
- ³³ См.: Декларация принципов Всемирного саммита по информационному обществу...
- ³⁴ См.: *Барт Р.* Актовая лекция, прочитанная при вступлении в должность заведующего кафедрой литературной семиологии в Коллеж де Франс 7 января 1977 года // Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика: Пер. с фр. / Сост., общ. ред и вступ. ст. Г.К. Косикова. М.: Прогресс, 1989. С. 549.
- ³⁵ См.: *Гадамер Х.-Г.* Актуальность прекрасного: Пер. с нем. М., 1991. С. 54–55.
- ³⁶ См.: Российская юстиция. 2002. № 5. С. 5.

- ¹⁷ ГОСТ 7.73–96: Поиск и распространение информации: Термины и определения... Режим доступа : http://www.gsnti-norms.ru/norms/common/doc.asp?2&/norms/stands/7_73.htm
- ¹⁸ См.: *Рикёр П.* Мораль, этика и политика // Открытая русская электронная библиотека [Электрон. ресурс]. Электрон. дан. [М., 2006]. Режим доступа : <http://orel.rsl.ru/nettext/foreign/ricoeur/moral.htm>
- ¹⁹ См.: Автоматизированная система «Электронный банк данных судебных решений Верховного Суда РФ» // Верховный Суд Российской Федерации [Электрон. ресурс]. Электрон. дан. [М., 2006]. Режим доступа : http://www.supcourt.ru/vscourt_detale.php?id=1400; Законодательство // Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации [Электрон. ресурс]. Электрон. дан. [М., 2006]. Режим доступа : <http://www.economy.gov.ru>
- ⁴⁰ См.: КонсультантПлюс [Электрон. ресурс]: справочные правовые системы... Режим доступа : <http://www.consultant.ru/about/bulletin/y2002/m10/>
- ⁴¹ Фуко М. Субъект и власть // Фуко М. Интеллектуалы и власть: Избранные политические статьи, выступления и интервью / Пер. с фр. Б.М. Скуратова под общ. ред. В.П. Большакова. М., 2006. Ч. 3. С. 177.
- ⁴² В литературе указывается, что «принцип творческого характера охраняемого авторского произведения должен прямо распространяться и на базу данных как условие возникновения охраны нормами авторского права». См.: *Залесов А.* Защита авторских прав на базу данных – новое оружие в конкурентной борьбе? // Коллегия. 2006. № 1–2. С. 25. Ср.: Закон Российской Федерации от 23 сентября 1992 № 3523-1 «О правовой охране программ для электронных вычислительных машин и баз данных». П. 2 ст. 3.
- ⁴³ Проект компании «Консультант Плюс» при поддержке издательства «Статут» и юридической научной библиотеки издательства «Спарк». См.: КонсультантПлюс [Электрон. ресурс]: справочные правовые системы... Режим доступа : <http://civil.consultant.ru/>
- ⁴⁴ Дигесты Юстиниана : Пер. с лат. / Отв. ред. Л.Л. Кофанов. Т. 1–7. М., 2002–2005. Мне приятно отметить, что в создании перевода приняли участие мои коллеги по кафедре истории и теории государства и права канд. ист. наук, доц. А.Л. Смышляев и канд. юрид. наук, преп. А.В. Марей, выпускник ФИПП ИАИ РГГУ.
- ⁴⁵ Конституция России [Электрон. ресурс]. Электрон. дан. [М.]: НПП «Гарант-Сервис», 2003. Режим доступа : http://constitution.garant.ru/DOC_50010.htm
- ⁴⁶ См.: *Сперанский М.М.* Проекты и записки / Подг. к печ. А.И. Копанев, М.В. Кукушкина; Под. ред. С.Н. Валка. М.; А., 1961; *Валк С.Н.* Законодательные проекты М.М. Сперанского в печати и в рукописях // Валк С.Н. Избранные труды по археографии: Научное наследие. СПб., 1991. С. 186–196.

А.А. Александров

⁴⁷ См.: LexisNexis for Law Schools, a Division of Reed Elsevier Inc. [Electronic resource] : Electronic data. [S. 1., 2006]. Mode of access : <http://www.lexisnexis.com/lawschool/>

⁴⁸ См.: *Хабермас Ю.* Концепции модерна // Хабермас Ю. Политические работы / Пер. с нем. Б.М. Скуратова. М., 2005. С. 263.

⁴⁹ См.: *Шеремет А.Н.* Интернет как средство массовой коммуникации: Дис. ... канд. социол. наук. Екатеринбург, 2003. С. 24–25, 127.

⁵⁰ См.: *Лиотар Ж.-Ф.* Состояние постмодерна / Пер. с фр. Н.А. Шматко. М.; СПб., 1998.

СОВРЕМЕННАЯ ПОЛИТИКА: ФОРМИРОВАНИЕ И РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СМЫСЛОВ

Вопрос о том, что формирует политическую реальность современности (как часть современности в целом), – один из основных для гуманитариев. Способы ее формирования и репрезентации изучают политологи, социологи, философы, филологи, психологи и др. Естественно, что особые черты современности по-разному определяются в различных предметных областях, но все же в них присутствует общее, в основе которого лежит взгляд на социум через призму коммуникации. В характеристиках современного общества как общества «информационного» (или даже «постинформационного»), «виртуального», «глобализующегося» и др. на первом месте стоит фактор коммуникации, она заложена и в самих этих определениях.

В современных исследованиях коммуникации уже сложились некоторые подходы. В «футурологических» моделях Белла, Маклюэна, Стоуньера коммуникация отождествляется с развитием коммуникативной инфраструктуры информационного общества. Соответственно основной исследовательский интерес сосредотачивается на механизмах управления коммуникацией в аспекте развития технического потенциала информационного общества¹. В рамках социально-философского подхода наиболее значимыми являются концепции Ю. Хабермаса (теория коммуникативного действия) и Н. Лумана (системная теория).

В их моделях основанием исследования выступают не репрезентативные формы социальной реальности, а механизмы коммуникации. При этом Хабермас ставит на первое место «коммуникативные процессы повседневности», считая, что именно они репрезентируют различные формы социальности². Луман же выстраивает модель коммуникации в рамках системной теории общества, описывая его через взаимодействие с окружающим миром («самоописывающийся объект»). Он рассматривает ком-

муникацию не как способ смыслополагания, а как независимую форму социального взаимодействия, отмечая, что «лишь с помощью понятия коммуникации социальную систему можно мыслить как аутопойетическую систему, которая состоит из элементов, а именно из коммуникаций, производящих и воспроизводящих себя посредством сети коммуникаций». Само понятие коммуникации для Лумана «становится решающим фактором для понятия общества». Коммуникация, по Луману, есть результат деятельности (причем это деятельность самой коммуникации), отражающий факт социально признанного взаимодействия. Он подчеркивает, что невозможно задать единый способ описания и управления коммуникацией и рассматривать ее с позиций «должного» (идеалов, ценностей, норм)³. Реальное функционирование коммуникации определяется внешними по отношению к языку системными механизмами (политика, экономика, массмедиа). Особо Луман подчеркивает тот факт, что в современном мире индивидуальное поведение человека деформируется прессой, кино и радио. Как знаковые изменения в этом секторе он рассматривает расширение доступности передач или даже возможность коммуникации прямо из своего дома. Тем не менее исследование реального состояния современного общества он считает возможным только в увязке этих изменений с «системными» параметрами⁴.

Российские исследователи проблем коммуникации в большей степени сосредоточены не на структурных и общеполитических проблемах, а на формировании смыслов политической реальности. Среди этих работ наиболее интересными для нашей темы являются работы Д.М. Фельдмана и М.П. Одесского. Указанные авторы в первую очередь обращают внимание на то, чем, как и с помощью чего «репрезентируется» («наполняется») современность⁵. По словам Д.М. Фельдмана, «коммуникация» и «современность», будучи метафоричными по своей природе, «приобретают смысл, наполняясь содержанием». Отмечая, что «люди осмысливают действительность в терминах», он справедливо считает, что «политические термины, как правило, нейтральными бывают редко, а, следовательно, использование того или иного термина “задает” отношение к осмысливаемой проблеме»⁶.

«Филологический» подход к коммуникации предлагает М. Кронгауз. Анализируя ключевые слова эпохи, Кронгауз приходит к выводу об их «неслучайности». В силу этого он считает возможным через слова и термины, в которых осуществляется коммуникация, вычленять качественные характеристики совре-

менности (в том числе и политической). «Наша эпоха, – по словам Кронгауза, – в частности, характеризуется словом “пиар”, не понятным ни эмигрантам, ни иностранцам (даже англоязычным)». Популярность данного слова, по его мнению, означает «осознание всеобщности манипулирования всех всеми»⁷.

Здесь появляется еще одна, важная для «нашей» современности черта, а именно ее «проективность», выстраиваемость, технологическая заданность. Это несколько иной (я имею в виду идею Ф. Фукуямы), но тоже своеобразный «конец истории». Естественно, не все проекты могут быть осуществлены, следовательно, и невозможно полностью «технологически спрогнозировать» историческую перспективу. Однако для меня здесь важна готовность общества «принять» возможность этой проективности, что приводит к изменениям в процессе понимания реальности и действиях в условиях этой реальности.

Вопрос об идеальных моделях политического мира как мира выстраиваемого и управляемого, пожалуй, был основным для всей политической мысли, начиная с античности. Моделями обществ всеобщего благоденствия были и «Утопия» Т. Мора, и «Город солнца» Т. Кампанеллы. В XX в. была сделана попытка реализовать проективные политические конструкции. Так, проект «Советская Россия», созданный и реализованный Лениным и РСДРП, был уже не просто революционным захватом власти. В результате его осуществления была создана достаточно устойчивая система, просуществовавшая более 70 лет. Однако ленинский проект был проектом идеологическим и был возможен, на мой взгляд, исключительно в мире века двадцатого.

Последнее десятилетие прошлого века и начало XXI в. обозначили переход к совершенно новому способу формирования и репрезентации политической реальности. Два новых взаимосвязанных фактора сегодня определяют социальную жизнь. Первый связан с развитием новых информационных технологий. Второй – с прагматикой современности, разрушившей идеологический конструкт системы западного мира, переводя политику в разряд своеобразного «бизнес-проекта». (На мой вопрос студенту-политологу «Какую еще “продаваемую” политическую технологию вы могли бы предложить?», последовал ответ: «Революцию под ключ». Этот ответ, прозвучавший в 2000 г. как шутка, сегодня звучит уже как нормальное бизнес-предложение политтехнолога).

Развитие средств коммуникации (письменность, книгопечатание, телеграф, телефон, телевидение) постепенно освободило

социальное взаимодействие от необходимости межличностного общения в условиях ограниченной физической локализации⁸. Интернет-коммуникации (с их современными возможностями интерактива) изменили способы формирования и организации всех сфер социальной жизни. Само информационное пространство стало «второй» реальностью, которая если еще и не определяет «первую», то существенным образом воздействует на нее. В этом виртуальном пространстве по-новому ставится и решается проблема самоидентификации, авторитета (человека, политического лидера, источника информации, знания и др.), взаимоотношений, формирования общественного мнения и т. п.

Глобально-сетевая виртуальная коммуникация изменила и всю конструкцию общества, приобретшую сетевую форму (в отличие от присущей предшествующим эпохам пирамидальной, иерархической). Соответственно, истина перестала транслироваться по иерархии сверху вниз (от правителя, политического вождя, диктатора и др.). Автор одной из первых монографий об Интернете Э. Дэйсон предложил определенные «правила конструирования жизни в Интернете: «имейте свою голову на плечах; раскройте себя; доверяйте, но проверяйте; вносите вклад в то сообщество, которое любите, или создайте свое собственное; цените свои права и уважайте права других; не ввязывайтесь в глупые свары; задавайте вопросы; будьте производителем информации; будьте щедрыми, не теряйте чувства юмора; совершайте всегда новые ошибки»⁹.

Политическая сфера во многом также меняется в связи с повышением роли опосредованного взаимодействия. Сегодняшние возможности Интернета создают кардинально новые возможности политических коммуникаций. Одной из важнейших новых форм являются веб-блоги и форумы. Возрастающая роль опосредованного взаимодействия в современном мире существенно изменила отношения между типами коммуникации. Все больше людей стремятся получать новые содержательные сообщения не от тех, с кем они непосредственно общаются в своей повседневной жизни, а из других источников. Процессы создания и трансляции сообщений, в том числе связанных с областью политики, все более сопрягаются с опосредованным символическим обменом. Одновременно расширение доступности символических форм во времени и пространстве изменяет характер соотношения между публичным и частным, а также способы взаимодействия индивидов с публичной сферой. При этом, на мой взгляд, самым важным изменением стало повышение роли участников коммуника-

ции в формировании реального мира виртуальными средствами. Возможности сегодняшнего «среднего» пользователя Интернета весьма широки: от получения практически любой необходимой информации до создания собственных проектов (включая проекты политические).

Политический мир начала XXI столетия виртуализуется быстрыми темпами. Современный человек (речь, правда, идет больше о западном человеке и о россиянах) все меньше доверяет некой Великой Идее, ради которой в веке XX он готов был идти на жертвы и не бояться трудностей. Особенно это важно для России, которая столетиями жила Идеей. Идея могла меняться («Третий Рим», царство небесное, коммунизм), но она непременно существовала. В XXI в. на смену Идее пришли технологии. И эти технологии, все больше ориентирующиеся на систему современных коммуникаций, вполне способны формировать современность. Сама современность начала XX в. становится коммуникативным проектом, созданным массмедиа.

В конце 1990-х в США появился проект, почти не замеченный политтехнологами, – флеш-моб (быстрая толпа). Этот проект возник как игровой, развлекательный. В основе игры – размещенное в Интернете предложение о проведении некой акции (причем акции достаточно абсурдной). Игра быстро стала популярной, она получила распространение и в России.

Однако флеш-моберское движение имеет значительный политический потенциал. В данном случае мы переходим от «невинной забавы» (по замыслу идеологов проекта) к организации политических акций. Так, штаб движения демократических перемен «За свободу» в мае 2006 г. в Беларуси создал центр по проведению акций мирного протеста – политических флеш-мобов.

Один из самых интересных Интернет-проектов последних лет – блоги (веб-блоги, в российской практике – чаще «Живой журнал»), которые уже определяются исследователями как «гражданская журналистика», т. е. новая область политического.

Такой переход я бы обозначила как «коммуникативный переворот» (коммуникация горизонтальна, одновременна, виртуальна, интерактивна, театральна, открыта...), смысл которого еще не до конца понят. Каждый участник виртуальной коммуникации одновременно может исполнять несколько ролей, выстраивать личное пространство коммуникации, задавая свои правила игры.

Вместе с этим и через это формируется сама современность, постепенно превращающаяся в «систему названий». «Проективность» и «пиар» породили «политтехнологов», формирующих «брендовое» пространство современного мира.

Д.М. Фельдман убежден, что Россия, постсоветское пространство и в значительной степени интеллектуалы Запада до сих пор говорят на «языке Сталина». «Он (Сталин. – Н.Ш.), – отмечает Фельдман, – заставил осмысливать советскую историю в тех терминах, которые создавались для управления общественным сознанием. Его преемники Н.С. Хрущев, Л.И. Брежнев, М.С. Горбачев, Б.Н. Ельцин, В.В. Путин по-прежнему думают и разговаривают посредством этих терминов»¹⁰. И действительно, если спросить практически у любого россиянина старше 20 лет (а может быть, и младше, курс русской истории пока еще изменился мало) об основных вехах развития страны в 1930–1950-е годы, то мы получим цепочку: «коллективизация», «индустриализация» «Великая Отечественная война»¹¹.

Однако современность формируется уже не только и не столько идеологическими терминами «языка Сталина». Мы не заметили, как в наш политический язык вошли и стали весьма уверенно себя чувствовать такие слова, как «имидж», «электорат», «манипуляции», «бренд» и др. Между тем мы имеем дело не с простым заимствованием модных иностранных слов. За происходящими языковыми изменениями стоят и серьезные изменения в политическом сознании и политической реальности.

Казалось бы, какая разница между «образом» (политического лидера, партии, страны) и их же «имиджем»? И то и другое слово означает наше представление об объекте, но... Слово «образ» – привычное, «свое», «домашнее» и родное, во всяком случае, для старшего (а это уже где-то лет с 35) поколения. Это и наши школьные литературоведческие изыскания об «образах героев» и Родины, и иконописные образы – лики святых. В любом случае ассоциации со словом «образ» связаны с нашим субъективным, личным представлением о мире, в том числе о мире политическом. Образное мышление было результатом интеллектуального развития, формирующего силу и глубину воображения.

Первый серьезный удар по воображению был нанесен кино и телевидением (театр всегда был более элитарен и меньше воздействовал на сознание). Читатель в значительно большей степени был соавтором писателя, чем зритель. Читая, мы сами (конечно, с помощью автора) представляем себе героев, рисуем их

в своем воображении. В случае с «экранной картинкой» (кино, ТВ, компьютер) у нас появляется посредник, который «доделывает» за нас интеллектуальную и творческую работу. В результате воображение заменяется восприятием. Даже если мы смотрим картину самого талантливого режиссера, мы все-таки видим мир его глазами.

С развитием киноиндустрии, телевидения, компьютерных технологий «картинка» все больше формирует мир человека (впрочем, об этом много и давно пишут психологи). В конце 1980-х годов в русском языке появляется и довольно быстро утверждается слово «имидж». В советском словаре иностранных слов (1984 г.) такого слова не было совсем. (Правда, было понятие «имажинизм», производное от слова «имидж», определявшееся в соответствии с эпохой как «упадническое декадентское литературное направление»).

Появившись в сфере «шоу-бизнеса» (также нового для России обозначения одной из сфер массовой культуры), слово «имидж» довольно быстро вошло и в политику. А к середине 1990-х годов уже невозможно стало представить себе даже второстепенную избирательную команду без своего «имиджмейкера». Естественно появилась и масса публикаций на тему «способов и методик построения имиджа политического лидера». Среди этих публикаций были и ставшие классическими переводные работы (Дж. Наполитэна), и работы отечественных авторов (Г. Почепцова, А. Цуладзе, С. Белановского, С. Кара-Мурзы и др.). Нисколько не умаляя ценности многих исследований, отличающихся в ряде случаев глубиной и значительной эмпирической базой, все же отметим, что само появление огромной массы работ по данной теме делало ее модной, а профессию имиджмейкера – востребованной.

Параллельно шел рост числа консалтинговых агентств, предлагавших свои услуги политикам. Появились команды политтехнологов, которые переезжали из региона в регион, создавая на основе социологических опросов востребованные населением образы политических лидеров. Получив «портрет лидера» – «энергичный хозяйственник», «опытный практик», «образованный человек», «примерный семьянин» и др., – имиджмейкеры создавали «биографию героя», «картинку», писали соответствующие речи и учили кандидата их произносить и правильно отвечать на задаваемые вопросы. То же самое касалось и политических программ, в которые включали те пункты, которые чаще всего называли избиратели (обозначаемые как «элек-

торат»). Не оценивая происходящее в категориях «хорошо» или «плохо», просто отметим, что нас довольно быстро приучили к восприятию лидеров «в обработке» имиджмейкеров.

Вслед за разработкой позитивных имиджей «своих» кандидатов имиджмейкеры предложили новый вид услуг – создание негативных имиджей политических противников. Достаточно вспомнить заказные сюжеты о Ю. Лужкове в программе А. Невзорова «600 секунд». На смену борьбе политических идей и лидеров пришла борьба политических технологий. В сознании избирателя все больше конкурировали не реальные кандидаты, а их «глянцевые» образы – результат творчества имиджмейкеров.

Подлинный смысл замены русского слова «образ» его англоязычной версией «имидж» заключается в переходе от создания человеком собственного мира (и на основе собственных интеллектуальных усилий) к восприятию мира созданного, причем созданного по определенному «казальному» проекту. Так мир политической реальности превратился в «реалити-шоу».

Общедоступность создания и раскрутки «имиджей» сыграла свою роль. Пройдя пик моды (в России к концу 1990 – началу 2000-х годов), слово «имидж» уступило первые позиции уже совершенно новому слову «бренд», придуманному Т. Гедом. В общем-то «бренд» был ничем иным, как новым способом обозначения торговой марки (или товара). Правда, не любой торговой марки, а марки известной и популярной. Естественно, большинство производителей товаров и услуг захотели получить статус бренда. На несколько лет слова «бренд» и «брендинг» (построение бренда) стали одними из самых модных. Казалось, что стоит превратить объект в бренд, как успех будет ему обеспечен.

В рыночной экономической системе существует правило – чтобы товар покупали, его должны узнавать. Есть и давно известный способ популяризации товара – реклама. Реклама политических лидеров на Западе использовалась уже с 1950-х гг. В СССР (в отсутствии конкуренции) рекламу заменили на агитацию (выбора не было, конкуренции не было, но политическую активность нужно было поддерживать).

Политическая сфера не избежала влияния моды. Сегодня как о брендах говорят о странах, городах, политических партиях, отдельных лидерах, географических объектах, исторических событиях. Бывшие имиджмейкеры довольно быстро и легко превратились в бренд-менеджеров, предлагающих услуги в области построения политических брендов и даже по их ребрендингу.

Политологи в серьезных исследованиях анализируют содержание политических брендов, измеряют их «вес», «силу» и продаваемость. Уход с политической арены Б. Ельцина уже получил название – проект «Владимир Путин». Этот проект характеризуют как широкомасштабную PR-акцию, построенную по технологии брендинга: от искусственного создания интриги («Кто вы, мистер Путин?») и до эффектного «запуска» бренда (31 декабря 1999 г. в прощальной речи Б. Ельцина). «Товар» (В.В. Путин) был произведен и продан потребителю (населению России) «под заказ». В 1991 и 1993 гг. даже трудно было представить себе, что следующим президентом страны будет представитель КГБ – ФСБ. А в 1999 г. уставший от «дикого капитализма» народ захотел «сильной руки», «порядка», «стабильности» (вот здесь и появились «силовые структуры»).

Выбор же конкретного человека, отвечающего заданным параметрам, был делом политической элиты, стремившейся сохранить собственные позиции. Брендинг осуществляли приближенные технологи. Соответственно и выбран был человек, практически никому не известный, из которого можно было «вылепить» нужный образ. Формирование путинского бренда шло по схеме формирования легенды тайного агента. Все, что о нем писалось в последние пять лет, не имеет совершенно никакого отношения к реальности. В.В. Путин не просто представитель ФСБ, он весьма «усредненный» персонаж. Карьеру его в органах нельзя назвать слишком удачной: первый эшелон ФСБ представляли люди, работающие в советское время в капиталистических странах «без прикрытия»; второй – люди, работавшие там же, но на какой-либо официальной должности, а вот третий эшелон (к ним и относился В.В. Путин) составляли те, кто занимал официальные должности в странах социалистического лагеря.

В целом проект главного политического бренда России – бренда президента В.В. Путина – это безусловная удача кремлевских политехнологов. По сути, «из ничего» сделали «единственного» и «неповторимого» лидера, которого сегодня и заменить-то уже некем. Способы создания бренда «Путин» со всей наглядностью продемонстрировали успешность «раскрутки» политических проектов и возможности их доведения до положения бренда («Плисецкая – наша легенда; Данила – наш брат; Путин – наш президент»).

Потом были и другие брендовые проекты рангом ниже – «Единая Россия», «Родина», «Идущие вместе», «Жириновс-

кий». Многие из них так или иначе связаны с главным брендом. Некоторые политики становятся брендами и после своей отставки. Здесь самый яркий пример – М.С. Горбачев, чей бренд признан не только в России, но и на Западе. И как «правильный» бренд он приносит своему владельцу вполне ощутимые финансовые дивиденды.

В коммерческой сфере мы имеем дело с таким явлением, как зонтичные бренды (когда под одной торговой маркой выступают несколько товаров). Отчасти это переносимо и на политическую сферу. Хотя для российской политической сферы больше характерно другое явление бизнеса (относительно новое и для него) – бренд-локомотивы (раскрутка одного товара через другую). Яркий пример в сфере бизнеса: книга – фильм – компьютерная игра – символика на товарах и т. д.

Для политической сферы России таким брендом-локомотивом без сомнения является В.В. Путин. И уже через него, «под него» и «для него» раскручиваются остальные политические бренды (будь то «Медведь», «Единая Россия», «Наши», «Идущие вместе», «национальные проекты» или даже брендовые слова «стабильность», «вертикаль власти»). Политические бренды обладают свойством усиливать бренды коммерческие, позволяя им формироваться под их «маркой». В то же время – это способ поддержания узнаваемости главного бренда.

Все происходящее в России, казалось бы, не «выпадает» из мировых политических процессов. О переходе от национально-государственных идеологических проектов к глобальному корпоративному миру подробно пишет в недавней статье «Государство, оно же корпорация» в журнале «Эксперт» (выпуск «Эксперт Украины») директор Института русской истории РГГУ А. Фурсов. Он считает, что «конфликты новой эпохи еще некоторое время будут продолжаться в старой форме и под старыми знаменами. И только когда последние обветшают, а новые агенты окончательно встанут на ноги, наступит новый мир корпораций-государств и встанет задача избавления от государства вообще»¹².

Но... Россия не была бы Россией, если бы не придала мировому явлению (менеджерiallyному проектированию и управлению политикой) своей специфики. Так, на Западе основным брендом является сама страна («США», «Великобритания»). Следом идут символы страны (президент, гимн, флаг, герб, партии, определенные СМИ, другие политические институты) и граждане страны («американец», «канадец» – это, говоря современным язы-

ком, тоже бренд). В России основной бренд сегодня – это не просто президент (как символ), это конкретный президент, именно президент В.В. Путин. Путин – «гарант стабильности», а вовсе не любой «президент». Уже от него идет все остальное – символы, партии, идеи, да и сама «Россия». В этой конструкции (и для ее создателей) «Россия» – нефтегазовая корпорация, управляемая президентом В.В. Путиным. Граждане и раньше никогда в России не входили в поле публичной политической сферы, и сейчас они интересны политическим элитам исключительно как электорат, чьи голоса надо получить на выборах.

Для граждан существует публичная политическая риторика президента «о величии России», «о поддержке семьи и матерей», «о защите прав», его обаятельная загадочная улыбка и внимательные, в меру строгие, в меру сочувствующие, глаза, кадры, показывающие, как он садится в боевой самолет (подводную лодку, танк), надевает кимоно, беседует с патриархом, целует ребенка на Красной площади (чем не Сталин и дети?).

Итак, несмотря на заимствования политической сферой риторики, техник, приемов и инструментов бизнес-сферы, Россия преобразует их в соответствии с базовыми ментальными основаниями. Бренд сегодня – это вчерашний, естественно, модифицированный культ личности. Но есть и некоторые отличия. Так, культ личности все-таки больше формировался вокруг человека (для него и надолго – Сталин, Брежнев). Сами «культивируемые» активно участвовали (хотя бы вначале) в «раскрутке». Сталин – устранив соперников и трансформировав техническую должность секретаря в основной государственный пост, Брежнев – готовя и активно участвуя в политическом заговоре против Хрущева. В случае с Путиным решение принимали элиты, они же выбирали фигуру, доводя ее до уровня бренда.

Для политической реальности и политологии как науки, ее изучающей, в данном случае важны именно акторы, а актер и бренд в нашей российской действительности – это две совершенно различные вещи. Именно поэтому мне кажется, что, прогнозируя политические события («преемник», выборы 2008 г.), следует искать не саму фигуру преемника, а того, кто и почему будет ее выбирать, представлять, «раскручивать», заниматься «ребрендингом» (или всеми силами удерживать уже сложившийся бренд «Путин» – а кто и когда в сфере бизнеса добровольно отказывался от раскрученных брендов?).

Так, казалось бы, простые языковые заимствования («имидж», «бренд» и пр.) не просто отразили изменения в поли-

тической сфере, а создали возможность управления политической реальностью, подготовленную незаметной трансформацией субъективного «образа» в формируемый «имидж», с помощью технологий доведенный до стадии «бренда».

Уяснив, что конкуренция идет не между реальными людьми, а между их имиджами и брендами, дадим некоторый прогноз в отношении бренда президентского преемника. Здесь есть несколько вариантов: первый, лежащий на поверхности ход, – клонировать бренд действующего президента. За этот вариант выступает то, что ожидания и запросы населения остались теми же и что достаточно просто подобрать фигуру под этот бренд. Но в России в самом содержании бренда смещается акцент со слова «президент» на слово «Путин». Воспримет ли население бренд «лже-Путина»? Как скажутся на этом бренде любые непопулярные меры?

Второй вариант – кардинально поменять содержание бренда. Однако при сохраняющихся запросах вряд ли такой ход принесет успех кандидату. Во всяком случае, он потребует больших политтехнологических усилий. Кроме того, стабильность российского политического режима во многом, если не во всем, обеспечивается брендом «Путин», и здесь кардинальный слом содержания бренда, грозит дестабилизацией.

Третий вариант – в конце президентского срока Владимира Путина начать ребрендинг, постепенно сближая его с параметрами желаемого бренда преемника. Если приглядеться внимательно, то именно это сейчас и происходит. Безусловно, для «выведения» бренда преемника следует воспользоваться «брендом-локомотивом» (о ком идет речь – думаю, ясно).

Примечания

- ¹ См.: Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. М., 1999; *Stonier T. The Wealth of Information: A Profile of Post-Industrial Economy.* Л., 1983; *Маклюэн М. Галактика Гуттенберга.* М., 2003.
- ² См.: *Хабермас Ю. Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма* // <http://znl.boom.ru/bibl/Hbrms.htm>; *Он же. Философский дискурс о модерне.* М.: Весь мир, 2003; *Idem. Der philosophische Diskurs der Moderne: Zwölf Vorlesungen.* Frankfurt / M., 1985; *Idem. Theorie des Kommunikativen Handelns.* 2 Bdn. Frankfurt / M., 1997.
- ³ См.: *Луман Н. Общество как социальная система.* М.: Логос, 2004; *Он же. Эволюция.* М.: Логос, 2005.

- ⁴ См.: *Луман Н.* Невероятные коммуникации // G:\ДУМАН\Н_Луман-НЕВЕРОЯТНОСТЬ КОММУНИКАЦИИ.htm
- ⁵ См.: *Одесский М.П., Фельдман Д.М.* Поэтика террора и новая административная ментальность. М.: РГГУ, 2005.
- ⁶ См.: *Фельдман Д.М.* [Интервью] // Аудитория. 2006. № 5.
- ⁷ *Кронгауз М.* Слово под лупой // Отечественные записки. 2003. № 4. С. 43.
- ⁸ См.: *Грачев М.Н.* Средства коммуникации как инструмент преобразования социально-политической действительности // Вестник Российского университета дружбы народов. 2001. № 3. С. 88–103. Сер. Политология.
- ⁹ *Дайсон Э.* Жизнь в эпоху Интернета. М.: Бизнес и компьютер, 1998. С. 56.
- ¹⁰ *Фельдман Д.М.* [Интервью] // Аудитория. 2006. № 5.
- ¹¹ Естественно, что в данном ряду могут быть и исключения. Так, один из известных российских политологов А.С. Кузьмин в качестве самых важных и значимых для эпохи определений назвал ликвидацию неграмотности и формирование системы образования. Однако это исключение, скорее подтверждающее правило.
- ¹² *Фурсов А.* Государство, оно же корпорация // http://www.expert.ru/politics/2006/02/korporacii_gosudarstva/

В.Д. Зимина
А.А. Стризое

ПОЛИТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ЛАБИРИНТАХ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ПАРАДИГМ

Политическое управление многогранно, оно складывается из разнообразных элементов и взаимосвязей. Это непрерывный и целенаправленный процесс воздействия *субъекта* (политический институт, политическая организация, политический лидер) на *объект* (политический институт, политическая организация, политический лидер), в ходе которого достигаются управленческие цели, обеспечивается целостная функциональность политической системы. Субъект политического управления влияет на объект, но в рамках объективных законов развития общества. В *субъектно-объектных* и *объектно-субъектных* отношениях доминирует *субординация* (вертикальное упорядочение, при котором один из элементов какой-либо общности или одна из взаимодействующих общностей играют определяющую роль в деятельности всех остальных), тогда как в *субъектно-субъектных* и *объектно-объектных* отношениях – *координация* (горизонтальное упорядочение, при котором элементы одной и той же общности или взаимодействие нескольких общностей характеризуются тождественностью)¹.

Система же политического управления представляет собой куда более сложный механизм, который устанавливает субъекто-объектные отношения с помощью каналов управления (*политические коммуникации*) и средств управления (*политические технологии*). Поэтому политическое управление выражает сознательное стремление политического субъекта регулировать политические процессы и явления в нужном для себя направлении и, как отмечал еще Платон, является одним «из сложнейших и самых труднодостижимых умений»².

В современной политике представлены два типа политического управления, определяемых характером политической системы и коммуникативных отношений между ее составляющими. Первый тип управления – *субстанциональный* – отражает объ-

активно действующие социальные механизмы или процессы, которые побуждают людей воспроизводить в своих действиях системные элементы, социальные структуры, функциональные связи. Второй тип управления – *регулятивный* – существует в виде ярко выраженных субъектно-объектных отношений. Они возникают между государственными должностными лицами и государственными органами, выступающими в роли субъекта управления, с одной стороны, и населением или отдельными его группами – с другой (государственное управление). Регулятивное управление складывается внутри государственных и политических организаций в целях упорядочения их деятельности и повышения ее эффективности. Кроме того, подобный тип управления возникает в тех случаях, когда субъект не может опереться на право легитимного насилия и на свои статусные ресурсы для достижения политических целей³.

Политическое управление существует только в политической деятельности и определяется механизмом воздействия политической информации на политическую организацию. Оно упорядочивает деятельность какой-либо политической общности людей и специализируется на выполнении таких целей и норм, которые характерны для общности в целом. Поэтому в условиях общественного разделения труда политическое управление осуществляется специальными людьми, которые объединяются в какой-либо орган управления, и специальными средствами (как духовными, так и материальными).

Современное понимание сущности политического управления предполагает плюрализм различных подходов, отличающихся друг от друга по степени охвата социальной реальности, отождествляемой с политическим управлением. Оно может сводиться к властным отношениям, существующим в обществе (*кратологический подход*), рассматриваться как часть социальной системы (*структурно-функциональный подход*) и, наконец, представляться как специфический вид социальной коммуникации (*коммуникативный подход*).

Исторически и в некотором отношении логически первым опытом осмысления сущности политического управления является кратологический подход. Его основоположники – софисты – рассматривали политическую власть как преимущественно одностороннее воздействие властвующих на подвластных, а общество представляли как пассивный объект, поскольку его собственное, самостоятельное участие в политике допускалось только в качестве ответной реакции. По мнению Аристотеля,

софисты ничего не понимали в политике, низводили ее до уровня риторики, полагая, что законодательство должно представлять законы, «пользующиеся доброй славой»⁴. Сосредоточившись на внешних условиях функционирования полисной демократии, софисты обратили внимание лишь на технологию осуществления политической власти, на решение ключевой для правителей задачи – обеспечение общественной поддержки и одобрения их действий.

Чуть позже Н. Макиавелли в своем сочинении «Государь» доказывал, что не только обладание властью, но и завоевание власти представляет собой технологическую проблему. Акцентируя внимание на психологической составляющей человеческого бытия, итальянский философ главной задачей правителя считал сознательное конструирование политического механизма, который постоянно поддерживал бы в обществе потребность в политических институтах и политическом управлении. «Умный князь, – считал Макиавелли, – должен измыслить такой порядок, при котором его сограждане во все времена при всех обстоятельствах будут нуждаться в государстве и в нем самом: тогда они всегда будут ему верны»⁵. Образец подобной рациональной конструкции можно встретить и у Т. Гоббса, для которого политическое управление выступало в качестве средства борьбы против «страстей и душевных движений людей». Технология властвования как дозированного устрашения, по Гоббсу, должна обеспечивать и стабильность общества, порядок в нем и его развитие.

В политической мысли XIX–XX вв. традиция кратологического анализа политики и ее взаимодействия с обществом существенно модифицируется, особенно в марксистской концепции. Марксизм видит главное содержание политического управления в борьбе за обладание государственной властью и ее осуществление. Поскольку государство, по К. Марксу, есть политическая власть экономически господствующего класса, то классовая борьба связывается с объективными экономическими тенденциями. Политический анализ в марксизме – это познание общих законов истории, философское осмысление социального развития. Однако как только дело доходит до исследования деятельности конкретного класса, его взаимоотношений с властью, общеполитическая позиция историзма коррелируется с конкретно-историческим (или конкретно-политическим) подходом. Эта конкретизация становится неизбежной, поскольку и сами классы, и процесс их борьбы, и ее результаты оказываются

ся неоднородными, структурированными. Диалектический метод мышления, присущий марксизму, требует обеспечить всесторонность анализа, подойти к рассмотрению отношений всех классов и политических сил.

Аналогичный поворот от философии к эмпирически проверяемой политической теории характерен и для творчества М. Вебера. Человеческая деятельность в современном обществе для него – это целерациональное социальное действие, ориентированное на определенные ожидания. Политическое управление в таком случае означает стремление к участию во власти или к оказанию влияния на распределение власти, т. е. осознанное стремление к влиянию на других. «Любое господство, – считал Вебер, – как форма власти, требующая постоянного управления, нуждается, с одной стороны, в установке человеческого поведения на подчинение господам, притязающим быть носителями легитимного насилия, а с другой стороны – посредством этого подчинения, – в распоряжении теми вещами, которые в случае необходимости привлекаются для применения физического насилия: личным штабом управления и материальными средствами управления»⁶. Теория рационализации Вебера непосредственным образом связана с его трактовкой «социального действия», которая, в свою очередь, выходит на концепцию господства, являющуюся основой политической социологии Вебера.

В XX в. в русле кратологической трактовки политического управления возникли не только разнообразные политологические концепции (психоаналитические, неофрейдистские, концепции А. Дюги, Б. Рассела, Г. Моргентау), но и обоснования широкого спектра политических технологий как механизма завоевания и удержания власти.

Кратологическое, т. е. властно ориентированное, политическое мышление не является только уделом теоретиков. Оно формируется и становится распространенным в социальной среде, которая отчуждена от политического управления и в которой политика и власть окутаны ореолом таинственности. В этой социальной среде власть и ее носители довольно легко превращаются в объект поклонения, в ней складывается патриархально-патерналистское политическое сознание, ожидающее от власти не только решения любых социальных проблем, но и «чуда» спасения общества, оказавшегося в состоянии кризиса, войны, социального раскола или хаоса. Политик в таком обществе – это прежде всего государственный деятель, правитель, «хозяин». Этот образ в большей или меньшей степени сакрально-ха-

ризматический, наделенный в то же время вполне понятными для традиционного, т. е. патриархально-общинного, сознания чертами. С одной стороны, это – способность принимать решения, твердость, требовательность, с другой – справедливость, забота о простых людях, простота, доступность. Такой политик ценит власть превыше всего, он не привык делиться властью, а тем более добровольно отказываться от нее.

В индустриальной культуре, предполагающей достаточно высокую степень гражданской активности и отводящей определенную роль сфере публичной политики, директивные ориентации проявляются в ожидании от власти внешнего толчка, инициативы, руководящей активности в решении социальных проблем. В этом случае массовое сознание, легко оправдывая собственную пассивность, охотно соглашается следовать за властью, послушно исполняет предписанную ему роль. Такая позиция позволяет, не разрушая привычного жизненного уклада, проявить или сымитировать политическую активность и в то же время не обременять себя какой-либо ответственностью за происходящее.

Основы системно-функционального подхода политического управления были заложены Платоном, который считал, что политическое управление является системообразующей функцией, обеспечивающей реализацию определенных замыслов и знаний, принятие осмысленных решений и тем самым упорядочение социальной действительности⁷. В то же время политическое управление, согласно Платону, связано с добродетелью особого рода – справедливостью, состоящей в обозначении и соблюдении каждым сословием меры – знать свое основное занятие, место в иерархии, не нарушать сложившееся разделение труда. Царское искусство плетения ткани позволяет, по мысли философа, достичь известного примирения, поскольку «ткань эта обвивает всех остальных людей в государствах – свободных и рабов, держит их в своих узах, правит и распоряжается государством, никогда не упуская из виду ничего, что может сделать его, насколько это подобает, счастливым»⁸.

Воспитательная миссия государства, обоснованная Платоном, плохо сочетается с современными гуманистическими идеалами и представлениями, однако в пафосе философа, в общей направленности его мысли заключается тревога о смысле и предназначении человека. От Платона до И. Канта главным объектом функционально рассматриваемого политического управления был человек, а сама функция управления интерпретиро-

валась преимущественно рационалистически. Высшим результатом политического управления, истолкованного таким образом, может считаться кантовский идеал всеобщего правового гражданского состояния.

Лишь в философии Г. Гегеля структурно-функциональный анализ поднимается на новую ступень. Специфические политические явления связываются Гегелем не только с деятельностью власти, но и с интересами крупнейших сословий, с особыми отношениями этих интересов. Предназначение политической функции у Гегеля состоит в обеспечении внутренней интеграции организма, обеспечении его единства, в подчинении всеобщему государственному началу всех особенных интересов и частных волей. Однако эта идея первенства государства (этатизм) не означает разрушения сферы автономии и самостоятельной деятельности людей, а требует гармонии индивидуальных, особенных и всеобщих интересов. «Государство в себе и для себя, – писал Гегель, – есть нравственное целое, осуществление свободы, и абсолютная цель разума состоит в том, чтобы свобода действительно была. Государство есть дух, пребывающий в мире и реализующийся в нем сознательно»⁹.

Системно-функциональное исследование политического управления и его взаимодействия с обществом в классической философии позволяет выявить методологические и социальные основания такого рода подхода, а также его познавательные возможности. Если кратологический подход делает основным понятием своего анализа «власть», то системное видение политического управления полагает таковым «социальное целое» как особого рода организацию, «социальный порядок», «социальный организм», по отношению к которым управление может быть рассмотрено как функция.

Классические образцы системно-функционального политического дискурса отличаются по сравнению с образцами кратологической традиции гораздо более широким охватом социальной реальности. Политическая деятельность приобретает здесь широкий социальный и гуманистический смысл. Она оказывается деятельностью не только во имя самой себя, но и во имя вечных ценностей бытия человека и общества.

Концепции системно-функционального взгляда на политическое управление сформировались не только в определенных социальных условиях, но и как отражение специфических социальных позиций. Рефлексия исполняемых субъектами и институтами политических ролей становится возможной лишь по ме-

ре складывания устойчивых социальных и политических организмов, каковыми были греческая полисная система и европейский «просвещенный абсолютизм». Обретение обществом системной целостности означало одновременно и обнаружение ряда внутренних противоречий, факторов и тенденций, дестабилизирующих сложившийся порядок. В такой ситуации возможны постановка вопроса о механизме воспроизводства системы, критическое отношение к путям, обеспечивающим ее самосохранение. С другой стороны, накопление знаний о жизни конкретного общества, о природе и свойствах различных общественных явлений позволяет ставить и решать вопросы о взаимодействии отдельных элементов социума как друг с другом, так и со всем социальным целым.

В XIX–XX вв. появились принципиально иные системно-функциональные концепции политического управления, оказавшие значительное влияние на политическую мысль. Параллельно разрабатывались два различных варианта системного исследования политического управления – через системный анализ общества и через системный анализ человеческой деятельности. Попытка совместить эти два подхода была предпринята в середине XX в. Т. Парсонсом, для которого общество представляло собой социальную систему, способную к автономному существованию. Поэтому проблема выделения в нем политической подсистемы и ее связи с социальным целым – это прежде всего проблема функций политики по отношению к неполитическим подсистемам. «Мы рассматриваем какое-то явление, – считает исследователь, – как политическое в той мере, в какой оно связано с организацией и мобилизацией ресурсов для достижения каким-либо коллективом его целей»¹⁰.

Важно подчеркнуть, что, по Т. Парсонсу, политическая проблема может возникать везде, где в отношениях среды и системы появляется напряженность. Отсюда следует, в частности, что политическое поле может расширяться, сужаться, менять свою конфигурацию. Т. Парсонс приходит к выводу об открытости и релятивности политического поля, а значит, и всей политической системы. Этот вывод американского исследователя, равно как и вывод марксизма об относительности меры воздействия политической надстройки на иные структуры общества, гибком характере социально-политической организации, указывает на отличие современных системных трактовок политического управления от классических и на эволюцию самого системного подхода в сторону более адекватного отражения слож-

ной социальной и политической реальности современных обществ. Именно это обстоятельство позволило американским политологам Д. Истону, Г. Алмонду, К. Дойчу и их последователям создать широко распространенные сегодня теории политической системы.

Если оценивать системно-функциональный подход к политическому управлению с точки зрения его познавательных возможностей, то по сравнению с кратологическим подходом он шире, так как позволяет выявить воздействие политического управления на отдельного человека и на общество в целом. Несомненным достоинством этого подхода являются его рациональность, логичность, комплексность. Если говорить о недостатках функционального анализа, то, как в директивном подходе, политическое управление здесь остается монологом, а не диалогом равных сторон; управляющие в системной модели находятся выше управляемых. Правда, эта модель предполагает, что существует обратная связь от управляемых к управляющим, но она вторична и не играет заметной роли в жизни системы. Функциональный подход ориентирован на безусловное следование правилам системного мышления. В соответствии с ними главное внимание сосредоточено на связях, структурах, организациях внутри целого. Их субъекты (люди, социальные слои и группы) со своими проблемами, потребностями, ценностями зачастую выпадают из поля зрения. Вот почему политическое мышление классического либерализма, равно как и классического марксизма, оказывается равнодушным к социальной цене структурных и системных преобразований, будь то переход к рынку или социальная революция. Это равнодушие, естественное и малозаметное в условиях индустриального общества, в XX в. все чаще подвергается резкой критике социал-либералов и социал-демократов.

Тем не менее системно-функциональные концепции XX века, следуя духу культурной традиции модерна, тяготеют к технократическому, инструменталистскому подходу в интерпретации функций политики. Образ политика, возникающий в русле данной традиции, – это образ не властителя, государственного мужа, а бюрократа-администратора, управленца-менеджера, своеобразного «инженера человеческих душ».

Центральной проблемой коммуникативного подхода к анализу политического управления является сохранение общества как такового, независимо от характера его отношений с властью или особенностей социального порядка. Здесь речь идет не о тех

социальных характеристиках, которые изменяются со сменой форм правления или политических режимов, и даже не о тех существенных чертах и типологических особенностях, которые связаны с переходом общества на новую стадию экономического, технологического или культурного развития. В коммуникативном подходе общество как сложившийся организм, как сформировавшееся целое противопоставляется процессу его становления, «полусоциальным» состояниям, например варварству. Основы социальности, сохранение которых связывается в данном случае с политикой, – это основы существования цивилизованного общества. В этом смысле коммуникативный подход к политическому управлению может быть назван цивилизационным. В условиях цивилизации сохранение всего богатства социальности невозможно исключительно с помощью саморегулирования, без внешнего управляющего политического воздействия, всеобщего по масштабу и принудительного по характеру.

Начало коммуникативного подхода к политическому анализу было положено Аристотелем, характеризовавшим политическое управление как особое рода общение между людьми. Специфика такого общения заключается в том, что оно «обуславливается не сознательным решением, но зависит от естественного стремления» вступающих в него индивидов. Естественные, природные основания политики подчеркиваются и тезисом Аристотеля о политической сущности человека, который может жить исключительно в рамках государства. Политическое бытие рассматривалось им в духе греческой мировоззренческой традиции как неразрывная часть бытия окружающего мира, как органическая часть космического порядка.

Анализируя процессы политической коммуникации, Аристотель полагал, что человеческому общению свойственны некоторые универсальные феномены. К ним он относит «государственную дружбу» и «государственное правосудие», подчеркивая тем самым специфику политического, несводимую ни к юридическому, ни к нравственному началу. Отмечая, что и правосудие, и дружба характеризуют отношения людей в пределах некоторой общности, Аристотель указывает, что целью политической (государственной) общности является общая польза, в противовес частной пользе как цели иных, неполитических общностей. Дружба и правосудие получают в этом случае прагматическую направленность.

Анализ политического наследия Аристотеля позволяет выйти на обсуждение ряда проблем, остававшихся вне поля зрения

политического мышления, движущегося в рамках директивной и функциональной парадигм.

Проблема формального и неформального начала в политическом управлении. Политическая дружба и политическое правосудие, как отмечает Аристотель, могут строиться как на нравственности, так и на законе. Соответственно этому методы действия, сфера свободы субъектов, мера согласия (его характер и пространство) в каждом из случаев будут различны.

Различия между формальным и неформальным в политическом управлении обнаруживаются в развитых обществах и политических системах, когда наряду с государством выделяется целый спектр различных политических институтов, организаций, движений, когда наряду с государственными деятелями на арену борьбы выходят публичные политики. Сказываются и появление других возможностей, и изменение пределов воздействия на политическое управление моралью и законом, соотношение официальной и теневой политики, криминализация политики.

Проблема разведения не совпадающих друг с другом сущности и феномена политического управления. Сущность политического управления Аристотель видит в сохранении основ социальности, его феномен выглядит как достижение общей справедливости и пользы. С другой стороны, политическое управление философ сводит и к политическому общению. Политик в коммуникативной парадигме – это и участник обмена, и его посредник, т. е. лицо, включенное в коммуникацию, а не находящееся вне ее и над ней. Задача политика в этом смысле – поддержание меры политического взаимодействия.

В современных условиях дифференциация сущности и феномена в политическом управлении позволяет адекватно отразить сложность политической действительности, понять действие механизмов политической социализации и политического участия, описать роль СМИ в политических процессах, а также в процессах трансформации политической культуры.

Проблема эффективности управления с учетом политических реалий. При всем стремлении участников политического управления к максимуму эффективности, справедливости, равенства, к пределу, обозначенному теоретическим мышлением, в политической реальности приходится в лучшем случае довольствоваться оптимальным результатом.

Ни директивная, ни функциональная парадигмы не ставили вопрос подобным образом. Логика политического миссионера (в директивном подходе – одномерная, в функциональном –

многомерная) ориентировала управление на безусловное воплощение в жизнь намеченного политического проекта, полную реализацию разработанной модели или схемы. Пределы политического действия обнаруживаются во всем своем объеме и значимости лишь в русле коммуникативного политического мышления.

Поскольку политическая коммуникация здесь мыслится в равной мере и как вертикальная (властвующие – подвластные, управляющие – управляемые), и как горизонтальная (между субъектами на каждом иерархическом уровне и особенно на уровне негосударственных политических и неполитических институтов), оптимизация как балансирование вертикальной и горизонтальной коммуникаций политической власти и гражданского общества станет в дальнейшем предметом специального анализа как философии, так и целого спектра социально-политических и политико-правовых дисциплин.

Свое развитие коммуникативный подход получил в эпоху Нового времени в сочинениях Дж. Локка, Ш. Монтескье, Д. Юма. Политическая коммуникация была представлена как коммуникация политических институтов (в рамках концепции разделения властей), а также частных и общественных интересов. Русская философия XIX – начала XX в. в трудах В.С. Соловьева, П.И. Новгородцева, С.А. Франка подчеркнула роль политического управления в обеспечении достойных условий человеческого существования, важность неполитической гражданской активности и самоорганизации, необходимость стремления к взвешенным, оптимальным политическим решениям.

Исследователи XX в. Х. Ортега-и-Гасет, Х. Арендт, П. Рикер, Ю. Хабермас внесли решающий вклад в построение целостной концепции политического управления в рамках коммуникативного подхода. Эта концепция в ее неклассическом варианте сохраняет основные идеи классической традиции коммуникативного политического исследования: «социоцентризм» (логику анализа от социального к политическому); нацеленность политики на сохранение цивилизационных основ социальности; интерактивность (ориентацию на самореализацию субъектов политики). Сохраняется и основное проблемное поле классической традиции: поиск оптимальных политических форм, исследование формальных и неформальных сторон политики, разграничение политических феноменов и сущности политики.

Вместе с тем появляются и принципиально новые моменты. Субъект коммуникации, которому и ранее уделялось значитель-

ное внимание, оказывается в центре политического бытия, определяя специфику политического пространства, ритмику времени, структуру поля власти. Поэтому пространство политики и власти приобретает релятивность, относительность, изменчивость. В изучении активности субъекта акцент смещается на исследование горизонтальной политической коммуникации, которая уже не просто противопоставляется иерархии власти, но и является одним из главных элементов современной политической жизни. Политическое общение интерпретируется как многомерный – не исключительно психологический, правовой и т. п. – диалог, в котором ценны не знание или воля, взятые сами по себе, а способность к пониманию и совместному действию. Тем самым современная концепция политической коммуникации выдвигает на первый план проблему политических ценностей. Предпосылкой этого концептуального обновления можно назвать становление политически ориентированной части гражданского общества (политизированной общественности) не как временного, эпизодического явления, а как необходимого элемента гражданской жизни. Одновременно происходил пересмотр традиционного взгляда на политическую власть, отход от ее утилитарно-технологических и жестких функциональных истолкований в пользу комплексного культурно-антропологического анализа ее природы, механизма и эволюции.

Образ политика, возникающий в поле коммуникативного политического мышления, принципиально отличается от образов государственного деятеля, властителя и бюрократа-управленца, сопутствующих кратологическому и структурно-функциональному подходам к политике. Это образ посредника, судьи в конфликте и одновременно партнера по диалогу, своеобразного публичного собеседника. Фигура публичного политика, пожалуй, наилучшим образом символизирует профессиональную политическую деятельность, интерпретируемую в категориях коммуникативного подхода. Основными чертами политического деятеля здесь являются не место в иерархии или структуре, не доступ к власти, позволяющий распоряжаться силой и другими общественными ресурсами, а открытость и творчество в общении, авторитет и ответственность, талант понимания житейской простоты и государственной сложности становятся важнейшими элементами личности человека, занимающегося политикой. Практика политической коммуникации наилучшим образом избавляет как от романтического морализаторства, так и от циничного пренебрежения к человеку. Она про-

дуцирует образ политика, далеко не всегда соответствующий нравственному идеалу, но всегда укорененный в реальной жизни общества. Неслучайно обновленная коммуникативная концепция политики нашла отражение в широко распространенных политических теориях бихевиоризма (Ч. Мерриам, Г. Лассуэлл).

Рассмотрение политического управления прежде всего как коммуникации, обеспечивающей самосохранение социума, позволяет наилучшим образом осмыслить глобальные проблемы современного общества: военная и технологическая безопасность, экологические угрозы, информационная насыщенность, кризис культуры и человеческих ценностей.

В то же время коммуникативный подход к политическому управлению игнорирует проблемы властной иерархии, политической воли, насилия, политических организаций, институтов, значение которых в политической теории весьма велико. Делая акцент на интересах всего общества, коммуникативный подход затеняет групповые, частные интересы, роль которых в современном политическом процессе нельзя недооценивать.

Ни один из рассмотренных выше подходов не является универсальным. В политологическом исследовании важно соответствие используемой методологии характеру исследуемой проблемы. Каждый из подходов ориентирован на анализ специфических проблем, нацелен на решение познавательных задач того или иного типа. Каждый из подходов формирует в обществе определенный стиль политического мышления, который возникает в специфической социокультурной среде, охватывает определенные социальные слои и группы политической элиты. Эти стили мышления, равно как и их носители, сосуществуют и взаимодействуют в конкретном обществе.

Тенденция синтеза в политической теории, истоки которой восходят к концу 60-х годов XX в., продолжает успешно развиваться и становится господствующей в наше время. Но чем сильнее синтетические устремления крупнейших теоретиков, тем больше проблем и вопросов вызывают их концепции. Констатация возрастающей рациональности и рефлексии сознания и познания – исходный тезис для многих исследователей. Однако это приводит к необходимости дать новое определение рациональности и рефлексивности, что делает единство еще более проблематичным. Так, например, французский исследователь П. Бурдьё исходит из структурализма, и его *habitus* (продукт наличных исторических условий, который находится «вне» индивида) направлен на показ того, как структура определяет пове-

дение людей. По мнению Бурдые, «сравнивать политическую жизнь с театром возможно лишь при условии, что отношение между партией и классом, между борьбой политических организаций и борьбой классов мыслится как чисто символическое отношение между обозначающим и обозначенным, точнее, между представителями, дающими представление, и представляемыми агентами, действиями, ситуациями»¹¹.

Для английского же исследователя Э. Гидденса разделением общества на классы выступает фундаментальным признаком современного общественного устройства, а классовые отношения являются основой для определения групповой принадлежности. В качестве стратификационной модели выступает социальный агент на трех уровнях развития: мотивация действия, рационализация действия и рефлексивный мониторинг действия.

А концепция немецкого аналитика Н. Лумана строится на понимании общества, способного не только воспроизводить себя, но и описывать себя. Вводя новый терминологический язык, Луман пытается создать концепцию общества, на его взгляд, максимально отражающую современный уровень представлений о нем. Элементами политической системы при таком понимании оказываются коммуникации, а не люди или их действия, которые возникают для самоупрощения системы. По мнению Лумана, власть в организации распределяется по различным позициям и основаниям, но не может в достаточной степени распределяться тематически. Поэтому вследствие функциональной дифференциации и разделения труда в больших организациях необходимо, чтобы начальствующий и подчиненный работали в рамках относительно узкой тематической области. Однако, утверждает Луман, еще слишком велики взаимозависимости и централизованные ответственности внутри некоторой дифференцированной сферы разделенного труда¹².

Теоретический разрыв между обозначенными позициями очевиден. Каждая из них объясняет некоторые аспекты лучше, чем другая. Вот почему плюрализм взглядов характерен не только для политической теории, но может иметь место и в политической практике.

Каждый из современных подходов к исследованию политического управления обладает познавательным ресурсом, поскольку высвечивает какую-то особую грань управления. При этом он выполняет свою познавательную функцию. И наконец, единство сущности управления предполагает, что различные аспекты исследования управления должны быть между собой ло-

гично согласованы. Именно от этого зависит эффективность управленческой деятельности на том или ином уровне ее реализации.

Политическое управление представляет собой систему как совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов, свойства которой качественно отличаются от суммы свойств этих элементов. При этом важно учитывать, что эффективность политического управления зависит от степени его соответствия содержанию меняющихся политической науки и политической практики, от степени корреляции их основных функций. Речь идет прежде всего о соответствии основных концептуальных парадигм, объясняющих характер развития общества на его разных этапах (теоретическая функция), эффективным способам познания политической реальности (методологическая функция). Такого рода парадигмы должны, с одной стороны, охватывать политическую жизнь общества в целом, а с другой – не потерять из виду характер взаимоотношений отдельных частей этого целого. Их научная значимость должна находиться в прямой зависимости от степени выражения в них реальных общественных отношений. Поэтому исследование системы политического управления осуществляется в рамках дивергентного (расходящегося), конвергентного (сходящегося), вертикального (традиционного) и латерального (творческого) мышления и полностью ориентируется на выявление условий выполнения системой возложенной на нее миссии. Кроме того, исследование системы политического управления, так или иначе, коррелируется с изучением основных функций политической системы (адекватное целеполагание, интеграция социума, поддержание образцов, информационно-коммуникативное обеспечение).

Прогноз же в политическом управлении основывается на знании реальных фактов. На его достоверность влияют не только сроки, отделяющие прогноз от предполагаемых событий, не только степень научной обоснованности прогноза, но и учет всей сложности и динамичности прогнозируемого явления или процесса, взаимодействия его компонентов.

Невозможность или затруднительность анализа реального политического управления актуализирует метод моделирования, который одновременно выступает и как способ подтверждения или опровержения теории. Моделирование политического управления может осуществляться не только на основе хороших известных эмпирических данных, но и на основе гипотез. В

этом случае особенно важно экспериментальным путем убедиться в непротиворечивости гипотезы и определить ее наиболее мобильные компоненты. Но необходимо понимать, что в структурном плане эксперимент отличается сознательным вмешательством в естественное течение событий. Что же касается функционального определения, то эксперимент проверяет предположения о причинах и следствиях тех или иных отношений, обозначенных в модели политического управления.

Последняя, как известно, по самой своей природе ориентирована на анализ причинности, построенный на принципах формальной логики или математического анализа¹³. Обращаясь к моделированию политического управления, аналитик должен сделать выбор между эмпирическими и нормативными подходами к проведению исследования¹⁴.

Поэтому моделирование политического управления требует определенной политологической подготовки. Необходимо иметь достаточный уровень знаний о политической жизни современных обществ, политической системе, политических режимах, принципах организации политической и государственной власти; владеть ключевыми политологическими понятиями и подходами, а также уметь самостоятельно пользоваться ими во всех сферах своей деятельности; знать характер и особенности протекания политических процессов в современной России, а также в современном мире, в том числе причины возникновения различного рода политических конфликтов, пути и средства их разрешения.

Процедура политического моделирования должна начинаться с анализа предыстории и текущей политической ситуации, на основе которого выявляются участники политического процесса. На следующем этапе устанавливаются их стратегические цели и определяются тактические интересы. Далее, исходя из расстановки политических сил и распределения их интересов с учетом стратегических целей и задач, конструируются модели развития политической ситуации. Здесь очень важно знание диагноза ее развития и синтеза вариантов политических решений. Последний включает в себя выбор оптимальных вариантов политических действий с учетом прогноза развития политической ситуации, а также средств и ресурсов для их реализации. После принятия политического решения осуществляется контроль за его воплощением в жизнь. Полученные данные используются для проведения нового цикла политического моделирования.

Любые инновационные изменения современного политического процесса требуют корректировки научно-познавательного пространства. В этой связи трудно не согласиться с мнением Э. Хейвуда о том, что «в сущности все концептуальные конструкции, теории и модели несут в себе скрытые ценности или внутренние допущения»¹⁵.

Примечания

- ¹ См.: *Граждан В.Д.* Теория управления. М., 2005. С. 71.
- ² *Платон.* Соч.: В 3 т. М., 1972. Т. 3, ч. 2. С. 57.
- ³ См.: *Пушкарева Г.В.* Политический менеджмент. М., 2002. С. 25–26.
- ⁴ *Аристотель.* Собрание сочинений: В 4 т. М., 1983. Т. 4. С. 292.
- ⁵ *Макиавелли Н.* Государь: Рассуждение о первой декаде Тита Ливия. М., 1996. С. 77.
- ⁶ *Вебер М.* Избранные произведения. М., 1990. С. 123.
- ⁷ *Платон.* Собрание сочинений: В 4 т. М., 1994. Т. 3. С. 199.
- ⁸ *Платон.* Государство. Закон. Политик. М., 1998. С. 779.
- ⁹ *Гегель Г.Ф.* Философия права. М., 1990. С. 283–284.
- ¹⁰ *Парсонс Т.* Система современных обществ. М., 1997. С. 30.
- ¹¹ *Бурдьё П.* Социология политики. М., 1993. С. 195.
- ¹² *Думан Н.* Власть. М., 2001. С. 171.
- ¹³ См.: *Доган М., Пеласси А.* Сравнительная политическая социология. М., 1994. С. 249.
- ¹⁴ См.: *Боришполец К.П.* Методы политических исследований. М., 2005. С. 104.
- ¹⁵ *Хейвуд Э.* Политология. М., 2005. С. 24–25.

ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СОВРЕМЕННОСТИ

В последние годы экспертно-политологическое сообщество активно обсуждает основные тенденции развития отечественного политического ландшафта, а также направленность и содержание политических событий, которые в значительной степени влияют на динамику его развития и качественное состояние.

В отечественной экспертной аналитике до сих пор преимущественным подходом во многом остается стремление к соотношению российских политических реалий с некоторыми «идеальными образцами». Нельзя не отметить, правда, что понятие и содержание «идеальных образцов» в значительной степени модернизировались. Роль таких образцов сегодня могут выполнять и обобщенный политический опыт западных стран, и региональные и политические практики США, Китая, Западной Европы, и классические теоретические модели политических конструкций, а также собственные – российские – образцы идеализированного политического опыта.

Естественно, что в политологической историографии предпринимаются попытки, и вполне успешные, анализировать политические изменения исходя из содержания самих политических реалий российской современности. Наиболее любопытными нам представляются аналитические проекты Б.Н. Капустина и М.И. Ильина¹.

Разночтения, возникающие в работах о политической современности России, вполне очевидны.

¹ См., например: *Капустин Б.Г.* Современность как предмет политической теории. М., 1998; *Он же.* Неомарксистская социология, исторический материализм и развивающиеся страны. М., 1998; *Ильин М.В.* Слова и смыслы. Опыт описания политических понятий. М., 1997; *Он же.* Глобализация политики и эволюция политических систем: Глобальные социальные политические проблемы в мире. М., 1987.

Характерно, что дискуссии в рамках экспертного сообщества не всегда затрагивают системообразующие элементы, пределы и возможности самой политической власти, ее воздействие на структурирование и организацию политического дизайна. Обратимся к некоторым, как нам представляется, узловым, компонентам этого процесса.

Специалисты в области политической антропологии (например А.С. Панарин²) уже не раз обращали внимание на своеобразии форм и способов политического бытования, смысловые особенности политического времени и характерные черты политической динамики. Но если исходить не из принципа движения от теоретических конструкций к реальным практикам, а из реалий современности, то одной из первых встает проблема определения своего места в политическом времени и политическом пространстве ведущими акторами современной российской политики.

Весьма интригующим оказывается в этой ситуации 2005 год. Двадцатилетие «перестройки» с учетом нашей культурно-исторической традиции, казалось бы, давало хороший повод поразмышлять о проблемах преемственности и прерывании политического времени, о способах трансляции политической власти и формах ее практической реализации. Однако здесь обращают на себя внимание некоторые моменты.

Во-первых, характер оценок, высказанных в адрес лидеров «перестройки», и празднование юбилея, как бы укрывшегося в тени более великого торжества – 60-летия Победы, позволяют судить о том, что не только властные группы внутри современной политической элиты, но и вся она в целом отнюдь не спешат видеть себя в качестве преемника «перестройки». Скорее выстраивается совсем иная схема: «перестройка» рассматривается как время назревания кризиса; 1990-е годы – как период расширения сфер существования в границах кризиса, а современность – как преодоление кризиса. Сама же политическая современность конструируется (и презентуется) как время, альтернативное предшествующему (и по внутренним ориентирам, и по своим ценностям, и по качеству политической жизни, и по формам проведения политики и бытования политического).

Во-вторых, позиционирование современного политического пространства как альтернативного 1990-м годам практически не

² См.: Панарин А.С. Политология. М., 2002; Он же. Альтернативно ли «альтернативное общество»? М., 1987; Он же. Философия политики. М., 1996.

отличается от периода тех же 1990-х годов, когда политические реалии противопоставлялись так называемому брежневскому времени и одновременно периоду «перестройки» как периоду глубокого кризиса коммунистической идеологии и коммунистических политических практик. Различие, пожалуй, заключается в том, что внутренние связи с предшествующим политическим временем хотя бы часть политических элит 1990-х годов признавала более жестко, поскольку все негативные элементы реального политического бытия интерпретировались как следствие глубочайшего кризиса второй половины – конца 1980-х годов. Нельзя не заметить, что и сегодняшним политическим лидерам приходится часто объяснять недостатки или непопулярные решения необходимой реакцией на события 1990-х годов. И хотя акценты в этих объяснениях разнятся (поскольку своеобразие прихода к власти нынешнего президента и его ближайшего окружения еще слишком памятно и не может попросту игнорироваться), подобные аналогии можно усмотреть и в политических реакциях второй половины 1980-х годов, когда горбачевское окружение через отрицание своих связей с брежневским периодом пыталось найти собственные исторические корни то в нэпе, то в событиях октября 1917 г., то в идеализированном, но так и не воплощенном в жизнь «подлинном» ленинизме.

Можно предположить, что категория «политического прошлого» играет особую роль в конструировании политической современности. Эта роль достаточно многофакторна и многофункциональна.

Прошлое выступает как механизм обособления современности в историческом времени на основе реального или мнимого противоположения «прошлого» и «настоящего».

Прошлое определенным образом интерпретируется, актуализируются присутствующие в нем факты, факторы, тенденции, процессы, события и институциональные практики, которые не формируют современность, а скорее препятствуют ее радикальному осовремениванию.

При всем отрицании прошлого и дистанцировании от него оно выступает в качестве равнозначного партнера, но партнера неудачника, на которого можно возложить хотя бы часть (если не всю) вины за непопулярные или неэффективные современные политические решения.

В российской политической традиции очевидным оказывается стремление к моральному переконструированию и оценке прошлого и выделению в нем отрицательных и положительных

элементов, которые играют различную роль в выстраивании современного политического пространства. Положительный элемент прошлого становится частью политической фантазии или политической перспективы. Отрицательный – входит в качестве составной части в объяснительную модель самой российской современности.

Конструируемое политической элитой политическое время (сознательно или стихийно) не всегда совпадает с тем историческим и политическим временем, в котором существует большинство российского населения. Политической элите часто бывает трудно отказаться от предшествующего политического этапа. При этом в самой формулировке отказа делается акцент на конструкциях политического участия (или неучастия). Неучастие в политическом времени становится для политической элиты формой собственного оправдания и своеобразным мандатом на вхождение в современность.

Но и для масс формула неучастия в политике является мощным оправдательным инструментом. Вместе с тем массы неспособны отрешиться от предшествующего времени столь радикально, как это делает политическая элита, поскольку их историческое бытие так или иначе включало в себя и формы политического бытования (участие в избирательных кампаниях, поддержка тех или иных лидеров, осуждение или безропотное принятие тех или иных политических решений).

Психология политической элиты избавлена от чувства ностальгии, в то время как нормальное историческое существование огромных масс людей невозможно без идеализации собственного прошлого и ностальгических чувств по нему.

Конструирование политической современности тем самым в значительно большей степени может опираться на апелляцию к реальному состоянию общества, чем на актуализацию внутренних взаимосвязей нынешнего и предшествующего политического опыта и политических практик.

В этом смысле, если соотносить практику выстраивания современного политического дизайна не с «идеальными моделями» и «конструкциями», а исследовать ее исходя из ее внутренних усилий по конструированию современности, то на первом плане окажется депрессивный механизм политического конструктивизма.

Тогда становится понятно, что современный политический дизайн формировался в опоре на *общественную депрессию* и на депрессивные реакции широких масс. Депрессивный компонент стал следствием целого ряда факторов.

Во-первых, население устало от экономических преобразований и разочаровалось в них. Не вдаваясь в детали, отметим, что реалии процесса разгосударствления для населения России оказались окрашенными в гораздо менее романтические тона, чем это представлялось в эпоху позднего СССР, а за ценности подлинной и мнимой свободы значительной части населения пришлось расплачиваться реальными угрозами голода, безработицы, утраты социальной перспективы. Разгосударствление начала 1990-х годов тесно переплелось с асоциальностью. Это не могло не привести к потере социальной ориентации и стремлению замкнуться в собственных локальных пространствах.

Во-вторых, население устало от непрекращающейся войны. Большая часть его оказалась психологически неподготовленной к роли активного бойца и к активному сопротивлению. Криминализация социальной жизни, военные действия на Кавказе, распад СССР, утрата социальных гарантий и устоявшейся социальной идентичности – все это не могло не породить у значительной части населения желания отказаться от «излишних» социальных обязательств. Самой простой и безболезненной формой отказа в подобных условиях стал отказ от гражданских прав, борьба за которые во многом определяла смысл и само политическое бытование конца 1980-х годов. Ни эмоционально, ни психологически население не было готово взять на себя обязательства по выборам новой власти. Поэтому право это было делегировано властной группе, которая распорядилась им уже по своему усмотрению.

Только эксперт, который пытается анализировать политические реалии через призму «идеальных образцов», может увидеть здесь неразрешимое противоречие. Население, разочарованное в результатах правления Б.Н. Ельцина, с доверчивостью и готовностью принимает и поддерживает кандидатуру его преемника, рекомендованную им самим. Я оставляю в стороне размышления о том, как и на основании чего шли поиски кандидатуры преемника. Подчеркну лишь то, что советникам Б.Н. Ельцина хватило политического ума и политической фантазии найти кандидатуру, полностью противоположную (прежде всего по внешним характеристикам) действующему президенту. Рост, возраст, политический опыт, место рождения и жительства, темперамент, дикая, походка, спортивные увлечения – ничто не должно было напоминать прежнего президента. И ничто его не напоминало.

Здесь ведущим фактором оказался экономический кризис 1998 г., продемонстрировавший всеобщую незащищенность пе-

ред лицом таинственных «экономических сил», которые трудно было персонифицировать в типичных образах врагов. На эту роль не подходили ни «западные монстры», ни «местные олигархи». Оставалась «последняя» надежда на А.Б. Чубайса, и он успешно справился со своей миссией, благополучно переключившись в новое политическое пространство, причем в новой для себя и населения позиции политического критика и оппонента складывающейся политической реальности.

Таким образом, эксплуатация депрессивного состояния общества открывала перед политической элитой совершенно иные перспективы и возможности для конструирования политической современности.

В значительной степени этот процесс был связан с перераспределением ответственности между властью и обществом. К концу 1990-х годов российская власть, совершив своеобразный виток по спирали, вновь оказалась в ситуации (или, по крайней мере, опасности) многоцентризма: администрация президента – правительство – «семья» – олигархические кланы – парламент (Федеральное собрание). К тому же целый ряд региональных лидеров вполне уверенно заявляли о своем праве на расширение властных полномочий. Пожалуй, только судебная власть не выражала никаких претензий на самостоятельность и по-прежнему была подчинена исполнительной власти. Одновременно и общественные институты, так и не сформировавшиеся до конца, охватил достаточно разрушительный кризис.

В данной ситуации уже трудно было найти основания для легитимации власти, а борьба, происходящая внутри российских элит, еще больше ставила эту легитимацию под сомнение.

Становится вполне понятным, что идея Путина о выстраивании «вертикали власти» и об управляемой демократии, так взволновавшая западную и российскую либеральную общественность, по существу, является теоретическим основанием перераспределения сфер ответственности и выстраивания нового качества легитимации. Еще в период своего премьерства Путин взял на себя ответственность за успешное проведение второй «чеченской кампании» и сумел продуктивно реализовать ее в глазах значительной части населения.

Само по себе его решение о повторном введении войск в Чечню в условиях тотального ослабления армии, отсутствия единства среди политической элиты по данному вопросу и утраты поддержки общества, травмированного трагическими событиями в Москве и Волгодонске, не могло не повлиять на рост его ав-

торитета. Данные процессы тщательно анализировались политическими журналистами и экспертами. Однако для нас вполне очевидно, что указанные события открыли новые возможности для конструирования современности.

Документы начала 2000-х годов, связанные с появлением различных доктрин *безопасности*, явно демонстрировали представления власти о том, что в минувшие десятилетия в международной, военной, аграрной и других областях Россия подошла к опасной черте и, следовательно, речь идет о необходимости приспособления и государства и общества к *ситуации выживания* в условиях не просто активных вызовов, а вполне очевидных и реальных угроз. Уже само это обстоятельство должно было показать российским гражданам неэффективность плюралистической демократии (во всяком случае, как источника нового качества современной жизни).

В данном контексте идея «властной вертикали» рассматривалась президентом и его окружением не только (а может быть, и не столько) как способ укрепления личной власти самого президента, но скорее как более эффективный мобилизационный потенциал. Что, конечно же, не могло не восприниматься как реальная претензия на большую полноту власти и на устранение властного многоцентриа.

Вместе с тем это давало возможность не устранять, а, более того, в чем-то по-прежнему использовать демократический потенциал и сложившиеся уже демократические институты и процедуры в интересах устранения реальных и мнимых угроз. Характерно, что и термин «управляемая демократия» очень скоро был вытеснен из политического лексикона, а подчеркивание не просто верности прежним принципам демократии, но даже невозможности существования вне демократических ценностей свидетельствовало о поиске вариантов, которые бы позволяли совмещать демократические и властно-мобилизационные потенциалы.

Конкретные политические шаги, связанные с изменением порядка выборов губернаторов, изменением порядка проведения митингов и демонстраций, обозначили тенденцию к нарастанию недоверия власти к возможностям общества, его способности принимать ответственные решения. Наряду с ростом недоверия возникла потребность в создании института политического посредника между властью и обществом.

В истории российской государственности роль такого посредника всегда выполняла бюрократия. Неслучайно вся кри-

тическая российская общественная мысль, так или иначе, развивалась на основе критики бюрократии, причем не столько за то, что она плохо выполняет собственно бюрократические функции, сколько за то, что она оказывается плохим посредником между монархом и народом, между государством и обществом. Учитывая, что 1990-е годы были годами бурного роста российского чиновничества, казалось бы, нужда в поиске особого института посредничества и выведении его на политическое пространство в качестве относительно самостоятельной силы отсутствует. Однако в нескольких посланиях президента В.В. Путина Федеральному собранию содержалась чрезвычайно серьезная критика бюрократии, которую он назвал основным препятствием на пути проведения реформ и модернизации общественно-политической жизни. Общество также не смогло выдвинуть свой вариант посредника. Даже Общественная палата была сформирована по инициативе президента и по правилам, предложенным президентской администрацией.

Потребность в эффективном институте посредничества была удовлетворена через создание общероссийской партии «Единая Россия». На момент своего создания она не имела ни собственных идеологических и политических установок, ни явно выраженных политических целей и задач. Единственное, что определяло ее претензии на самостоятельность, — это апелляция к возможности быть партией президента. Тем самым уже на этапе своего формирования «Единая Россия» претендовала лишь на роль посредника между президентской властью и населением. Быстрое развитие партийных структур «Единой России» было обусловлено как раз переключением «административного ресурса» и свидетельствовало об отказе местных лидеров от претензий на самостоятельную политическую роль. Таким образом, сформировалось своеобразное объединение, участники которого не просто демонстрировали лояльность президенту, а отказывались от самостоятельной роли в обмен на признание за ними посреднических функций.

Споры о том, кто создал «Единую Россию» и почему столь стремительно (через проекты «Медведь», «Единство»), сменились размышлениями об эффективности подобного института посредничества. «Единороссовское» партийное большинство в Государственной думе позволило не просто взять под контроль всю законодательную деятельность (лишив тем самым законодательную власть претензий на самостоятельность), но завер-

шить процесс политического проектирования российской современности как вертикально структурированной системы властной зависимости и подчинения, в которой сетевые взаимосвязи заменены иерархическими.

Проектное строительство российской современности сформировало явно выраженные специфические черты и взаимосвязи.

Концентрация вокруг единого источника власти позволяет использовать определенный набор демократических процедур для легитимации скорее существующей системы, чем самой власти. При этом ощутимыми становятся устойчивые тенденции к концентрации ответственности на одном полюсе. Подобная моноцентрическая система эффективна только при соблюдении определенных условий.

Первое. Она может эффективно функционировать до тех пор, пока внешние вызовы не потребуют формирования другого полюса власти или изменения направления властного вектора, поскольку перестройка моноцентрических систем практически всегда сопровождается их глубоким кризисом.

Второе. Моноцентрические системы успешно функционируют лишь в благоприятной среде. Такую среду на сегодняшний день образуют высокие цены на энергоносители и обладание энергетическими ресурсами.

Третье. Моноцентрические системы мало приспособлены к взаимобмену и перемещению периферийных кругов к центру. Сам процесс подобного движения, вполне естественный в системах другого типа, таит потенциальную угрозу для эффективного развития российской современности.

Проективный характер российской политической современности не является уникальным явлением. Мировые практики демонстрируют нам аналогичный опыт. Однако своеобразие российского проектирования определяется прежде всего тем, что политическая реальность в России выстраивается через сужение или устранение конкурентной среды, что искажает смысл современной политики и политического.

Еще одной особенностью этого проектирования является однонаправленность или одновекторность коммуникативных взаимосвязей, которые выстраиваются не как система обмена смыслами (закон коммуникации), а как усвоение и интерпретация одного – главного – смысла. В результате смысл российской демократии всегда сводится не к плюралистичности и сопоставлению мнений, а лишь к интерпретации одного мнения. Любое другое мнение оказывается за границами смысла и

А.П. Логунов

воспринимается либо как изначально несостоятельное, либо как угрожающее, поскольку размывает смыслообразующие компоненты.

К тому же система взаимодействия институтов власти и населения никогда не выходит на уровень диалога или диалогичности (в бахтинском смысле), а в лучшем смысле слова может реализоваться как система многоголосия, не перерастающая в полифоническое звучание.

И последнее. «Идеальные образы» и «ориентиры», которые рождает подобный тип проектирования, в конечном счете всегда конструируются на основе подражания, а не креативных решений. Именно это формирует особенности и тип российской политической современности.

ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ ИНФОРМАЦИОННОГО МАНИПУЛЯТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Одной из главных характеристик политической сферы второго срока президентства В.В. Путина в современной России является тотальное манипуляционное управление большинством политических коммуникаций, действующих в рамках российской политической системы. Следствием этого стало постепенное становление виртуальных рамок восприятия политической действительности в массовом сознании многих российских граждан, в общих чертах вписывающейся в рамки перцепции советской политической действительности: с единым лидером страны, за которым стоит монолит партии. Конечно, «Единая Россия» – это не КПСС, но в условиях сильно выраженных ностальгических чувств россиян по поводу того, что они уже не являются гражданами некогда одного из самых могущественных государств мира, в основу которого был положен принцип взаимосвязи народа и партии, персонифицированной в массовом сознании в фигуре лидера страны, многие из нас готовы поверить в то, что те времена постепенно возвращаются. Поэтому многие россияне «Единую Россию» воспринимают как некий прототип КПСС – партии власти, дополненной фигурой В.В. Путина, являющейся фоном такого восприятия. Президента РФ хотят видеть идеальным политическим лидером, отвечающим требованиям модели архетипического лидера, характерной для российской политической культуры.

Исходя из такого обозначенного политического контекста современных российских политических реалий, мы попытаемся разобраться, почему манипулятивное управление политическими процессами в нынешней России осуществляется достаточно успешно.

По-видимому, в современных политических коммуникациях России все меньшую роль играют так называемые неформальные каналы коммуникации, которые не зависят от того, кто яв-

ляется монополистом на политическом рынке, а им, как правило, является само государство. В среде неформальных коммуникаций политики все зависит от способности политических акторов выстраивать собственные иерархические конструкции, по которым и осуществляется коммуникация резидентов сформированной сети. До последнего времени мощным ресурсом такой организационной сети обладала КПРФ, которой до конца 1990-х годов удавалось сохранять свои региональные организации, доставшиеся ей в наследство от предшественника в лице КПСС. Именно этим можно объяснить успех КПРФ на выборах 1995 и 1999 гг. в Государственную Думу РФ, когда мощный информационный прессинг СМИ не помешал коммунистам победить в выборной гонке. В нынешних же условиях этот ресурс КПРФ постепенно уменьшается, и большую роль в политике начинают играть формальные каналы коммуникации, обладающие мощным манипуляционным ресурсом. Главный канал здесь – СМИ.

Содержательным контекстом неформальных каналов коммуникации является многочисленность источников получения информации в виде слухов, сплетен, информации от соседей, родственников, друзей, знакомых и всех тех, с кем человек вступает в коммуникацию. Более того, со всеми ними человек, воспринимающий информацию, может обменяться мнениями по актуальным для него сообщениям, услышав при этом различную, во многом вариативную интерпретацию произошедшего. В случае восприятия информации через СМИ получатель сообщения лишен возможности узнать альтернативную точку зрения, особенно при осуществляемом внешнем контроле СМИ, на произошедшие в стране события и обменяться мнениями с компетентными в политической сфере людьми. Не стоит забывать и то, что самым главным оружием против манипулятивного управления сознанием человека является его личный опыт, на основе которого он может сравнивать поступившую к нему информацию с тем, что он знает по данному вопросу.

В этом отношении политическая сфера жизни общества весьма специфична, так как за многими процессами, происходящими в политике, граждане следят не непосредственно, находясь в рамках политического поля, а опосредованно, становясь объектами влияния поля информационного. Такая специфичная безличная опосредованность восприятия политической действительности становится благоприятной почвой для задействования манипулятивного управленческого арсенала, формирующего в массовом сознании нужную для манипуляторов кар-

тинку о реалиях современной политической действительности России.

Рассмотрим подробнее, как действует механизм манипуляционного управления сознанием человека. Основной причиной его эффективности является вечный человеческий конфликт между опорой на себя и опорой на внешнюю среду. Здесь возникает проблема доверия себе и доверия к другим людям. Большой частью, отмечает Э. Шостром, это результат воспитания: ребенка приучили не доверять себе, все перепроверять и постоянно контролировать себя¹.

Вторую причину назвал Э. Фромм². Он полагал, что истинная сущность человека – это любовь. Но многие люди не знают, как любить. Большинство даже не осознают, что мы не можем любить ближнего своего, пока не полюбим себя. Мы подвержены иллюзии: чем мы совершеннее, безупречнее, тем больше любимы. Манипулятор, используя такие иллюзии, пытается заманить любовь властью над другим человеком и безнадежно проигрывает вне зависимости от того, получается у него это или нет.

Третья причина манипулирования объясняется Дж. Бугенталем и экзистенциалистами³. Они считают, что риск и неопределенность вокруг нас столь велики, что современный человек чувствует себя беспомощным. При этом пассивный манипулятор вовсе отказывается от контроля за ситуацией и делает себя объектом, игрушкой судьбы.

Четвертая причина – это страх при возникновении затруднительного положения, когда мы не знаем, как реагировать на возникающую ситуацию, с которой мы еще не сталкивались в своей жизни. Много примеров подобных страхов людей можно найти в работах Э. Берна, Дж. Хейли, В. Глассера⁴.

Пятая причина манипуляции объясняется А. Эллисом тем, что каждый человек на протяжении жизни обучается некоторым алогичным допущениям относительно жизни. Одним из таких является потребность получать одобрение от первого встречного. Возникновение такой потребности ставит человека, осуществляющего манипулятивное управление коммуникациями, в пассивное положение по отношению к внешним агентам его взаимосвязей. Поэтому, как отмечал А. Эллис, пассивный манипулятор – это личность не правдивая и не честная, а пытающаяся угодить всем и каждому⁵.

Политическая сфера жизнедеятельности общества является закрытой для большинства его сограждан, лишь немногие из нас

могут попасть в мир реальной политики. В ней принимают участие сами политические акторы, соперничающие друг с другом за ограниченные ресурсы власти, становящиеся призом в политической игре, и политологи, высказывающие свои экспертные мнения по поводу того, каким может быть характер и ход подобной игры. Люди, не занимающиеся политикой профессионально и наблюдающие за ней от случая к случаю, вырабатывают свои представления о политической сфере общества под влиянием СМИ. У них отсутствует личный опыт участия в политической жизни общества, и собственные мнения о происходящих политических событиях они вырабатывают на основе мнений экспертов, призванных разъяснить массовому сознанию официальную точку зрения властей. Но не всегда мнения экспертов бывают выработаны на основе независимого анализа произошедших политических событий, зачастую они высказывают конъюнктурные оценки, лоббирующие интересы отдельных политических акторов. Таким образом, мы не встречаемся с оценками реальных политических процессов, а все больше погружаемся в мир виртуальных политических оценок и прогнозов, целью которых является манипуляция политическими представлениями россиян, формирующимися, как правило, с помощью СМИ.

Фактически СМИ в отсутствии альтернативных неформальных каналов распространения информации имеют существенное влияние на интерпретацию происходящих в стране событий, так как в сознании простого обывателя не возникает даже мысль о том, что показанное на экране, переданное по радио или опубликованное в печати на самом деле может быть неправдой, ведь альтернативной информации об этом у него попросту нет. При отсутствии подобных альтернативных источников информации, которые помогут сравнить различные взгляды на событие, появляется весьма благодатная почва для создания виртуальной картины происходящих политических процессов.

В этом как раз и заключается сила манипуляционного оружия СМИ. Недаром среди многих отечественных политтехнологов распространен миф о том, что если их клиент все время будет пребывать «в ящике», то политический успех ему гарантирован. На самом же деле этот тезис верен лишь отчасти. Да, степень узнаваемости персоны, часто появляющейся на экранах телевизоров, в массовом сознании действительно повысится, вот только непонятна будет оценка ее восприятия, которая может быть как положительной, так и отрицательной. В результате СМИ в первом случае будут способствовать продвижению имиджа полити-

ка в народные массы, во втором – напротив, уже сложившееся в общественном мнении негативное отношение к имиджу политической персоны будет вызывать еще большее отторжение у этих же самых масс. Примером тому может быть А. Чубайс.

В основе манипулирования обычно лежит внедрение с помощью СМИ в массовое сознание различных социально-политических мифов – иллюзорной картины мира, содержащей в себе простое объяснение сложных политических процессов и явлений. Сам же миф – это простая когнитивная схема, воспринимаемая массовым сознанием преимущественно на веру без рационального, критического осмысления. Люди под воздействием мифа не желают разбираться в сложных хитросплетениях жизни, зато ищут и легко находят врагов. Именно это обстоятельство является ключевым для формирования в массовом сознании виртуальной манипулятивной картины мира политики, характерной для второго срока президентства В.В. Путина.

Само политическое манипулирование в данном контексте может быть охарактеризовано как скрытое управление политическим сознанием и поведением людей с целью заставить их действовать или бездействовать в интересах манипуляторов. При этом не стоит забывать, что базовые ценности человека и его онтологию практически невозможно изменить. Это очень долгий и сложный по времени процесс, требующий огромных издержек⁶. Можно лишь воздействовать на поведение человека с помощью манипулятивных техник тех же СМИ, чтобы склонить его к выполнению каких-либо действий, например к голосованию за того или иного кандидата.

Анализ возможностей СМИ вырабатывать политические представления показывает, что эти возможности действительно огромные. СМИ сделали реальными многие демократические и тоталитарные идеи, казавшиеся ранее утопичными, сильно изменив способы легитимации их власти над общественным сознанием. Как отмечает О. Тоффлер, высшее качество и наибольшую эффективность подобной власти придают знания, позволяющие «достичь искомых целей, минимально расходуя ресурсы власти; убедить людей в их личной заинтересованности в этих целях; превратить противников в союзников»⁷. И именно СМИ являются на сегодняшний день основным инструментом достижения власти разных идей.

Влияние на политику СМИ осуществляют прежде всего через воздействие на информационный процесс, что, в свою очередь, позволяет определенным образом формировать общест-

венное мнение. Основными этапами информационного процесса являются получение, отбор, препарирование, комментирование и распространение сведений. От того, какую информацию, в какой форме и с какими комментариями получают субъекты политики, во многом зависят их последующие действия.

Обладание властью над информацией – прерогатива СМИ. Они не только отбирают сведения, поставляемые информационными агентствами, но и сами добывают и оформляют их, а также выступают их комментаторами и распространителями. Здесь все определяет наличный уровень социальной ответственности журналиста: в какой контекст он вмонтирует факты, какими словами опишет их, что подчеркнет, о чем умолчит, как оценит.

Таким образом, информированность граждан, в том числе политиков, прямо зависит от того, как, с какими целями и по каким критериям отбирается информация, насколько глубоко она отражает реальные факты после ее препарирования и редукции, осуществленных газетами, радио и телевидением, а также от способа и форм подачи информации.

Телевидение или электронные СМИ относятся к аудиовизуальным СМИ и используют фрагментарный способ передачи информации. Фрагментарность или дробление информации, создавая видимость ее разносторонности и оперативности подачи, препятствует непрофессионалам (подавляющему большинству граждан) сформировать целостную картину политических явлений или событий. Это дает коммуникаторам дополнительные возможности манипулировать аудиторией, акцентируя ее внимание на одних сторонах события и умалчивая или затемняя другие. Фрагментарность подачи информации в конечном счете дезориентирует слушателей и либо гасит их интерес к политике и вызывает политическую апатию, либо вынуждает полагаться на оценки комментаторов.

Манипулятивных приемов, применяемых СМИ, достаточно много. Если попытаться их систематизировать и классифицировать, отталкиваясь от уже известных разработок⁸, то можно выделить следующие.

Общие:

- 1) наклеивание ярлыков и использование стереотипов;
- 2) повтор информации;
- 3) утверждения без аргументов;
- 4) «выборочность» информации: освещение малозначительных эпизодов и «забвение» важных фактов;

- 5) прямая фальсификация и дезинформация;
- 6) создание событий и фактов (данный прием отличается от фальсификации тем, что в нем происходит соединение «действительных происходивших правдоподобных, действительных происходивших неправдоподобных и выдуманных правдоподобных фактов»)⁹;
- 7) крайне оценочный характер и эмоциональная окрашенность информации;
- 8) создание негативных/позитивных ассоциаций, в том числе и с помощью визуальных средств.

Конкретные:

- 1) риторические вопросы;
- 2) провокационные вопросы (например: «Ваши избиратели наверняка знают, что Вы развалили страну?»);
- 3) осмеяние;
- 4) распускание слухов;
- 5) исторические аналогии;
- 6) привлечение «лидеров мнений» – авторитетных экспертов;
- 7) озвучивание мнений «людей из народа», актеров или людей из массовки, работу которых заранее оплачивают для того, чтобы они говорили «нужные» слова;
- 8) апелляция к цифрам, статистике и документации, манипулирование социологическими данными;
- 9) «особый» монтаж: сменяемость сюжетов по ТВ, атмосфера интервью или новостного сюжета, музыкальное сопровождение и т. д.;
- 10) публикация коллажей и специально выбранных фотографий в прессе или на ТВ.

Весь этот арсенал манипулятивных техник СМИ используют в полном объеме в обычных политических практиках, стремясь сформировать «нужное» впечатление о кандидате или партии. Содержательная часть используемых СМИ технологических приемов выражена в информационных сообщениях, интерпретированных определенным образом в соответствии с интересами политических акторов, которых они представляют на отечественном медиарынке.

Таким образом, информационное манипуляционное управление политическими процессами современной России возможно через использование нескольких социально-психологических механизмов влияния на массовое сознание. Одним из

главнейших является процесс социальной категоризации массового сознания – «называние» социального явления и отнесение его к какой-либо категории. Следующий задействованный механизм – это идентификация воспринимаемого события или явления по отношению к себе. Так, например, механизм идентификации обеспечивает отнесение кандидата-конкурента в сознании людей к определенной непривлекательной социальной группе. Механизм же каузальной атрибуции, свойственный человеческой психике, в дальнейшем обеспечивает приписывание этому же кандидату-конкуренту негативных характеристик. Параллельно с этими процессами наблюдается процесс стереотипизации, и в сознании на основе этого процесса формируется негативный образ партии или кандидата, оформляясь в итоге в устойчивый стереотип. Для того чтобы манипулятивная технология была эффективной, необходимо, чтобы она соответствовала уже сложившимся в массовом сознании «образам врага», а кандидат-противник (или партия, которая его представляет) воспринимался бы в качестве «чужого» для этой аудитории кандидата.

Наиболее распространенной попыткой информационного манипулятивного управления постсоветской политической практикой является информационное сопровождение работы над политическими проектами создания партий власти, которые должны заменить собой распавшуюся ведущую и направляющую политическую силу КПСС. До последнего времени такая деятельность властных элит по конструированию конфигурации отечественной партийной системы была не очень удачной. Лишь последний опыт подобного конструирования, связанный с созданием «Единой России», можно признать успешным, тем более что в отличие от своих предшественников нынешняя партия власти смогла себя повторно легитимировать после окончания избирательного цикла, для которого она в принципе и создавалась. Этот успех отчасти объясняется тем, что впервые в постсоветских избирательных практиках было правильно сформировано контекстное поле позиционирования данной политической партии. Всеобщая ностальгия, характерная для массового сознания, по социально-политическому стилю советского времени, когда властная элита брала всю ответственность за все происходившее в стране и при этом обеспечивала необходимый минимум для более или менее сносной жизни своих граждан. Этот минимум и стал тем лекалом, с которым массовое сознание соотносило предвыборные обещания всех действующих полити-

ческих сил. Основные месседжи предвыборной кампании 2003 г. «Единой России» сводились к тезисам о том, что данная партия вместе с президентом страны, которого она всемерно поддерживает в любых его начинаниях, готова нести ответственность за все, что происходит в стране, при этом она будет выступать не как партия, защищающая интересы крупных экономических элит (с ними как раз она будет вести беспощадную борьбу под лозунгом «Всех олигархов к ответу»), а как народная сила, отстаивающая интересы широких народных масс (неслучайно в выборной кампании 2003 г. все профсоюзные движения страны мягко влились в очередную партию власти, заместившую умершую КПСС в массовом сознании).

Но самым интересным в этом виртуальном манипуляционном контексте выборов 2003 г. стало то, что правопреемник некогда единственной политической силы страны превратился в ритуальную жертву, которую нужно было принести, чтобы общество смогло возвратиться во времена, когда ему было относительно хорошо и стабильно, при этом уничтожив сакральный вождистский символ, с чем и ассоциировались оценки недавнего прошлого страны, потерей которого озаменовались годы перемен в стране. Поэтому одним из ключевых сюжетов последней парламентской избирательной практики стало создание негативного имиджа партии КПрФ, которая позиционировалась как «чуждая» большинству социума политическая сила. Особо необходимо отметить, что социально-политическая перцепция негативной деятельности и поведения членов другой, «чуждой» социальной группы происходит более активно, чем восприятие такой же деятельности со стороны собственной группы. Оценка этой деятельности в итоге будет более негативной. В ходе идентификации партии с непривлекательной политической силой в массовом сознании избирателей наблюдается процесс категоризации, т. е. отнесение партии к данной политической силе. На втором этапе – сравнение в сознании избирателей образа конкурентного кандидата-партии с прототипическими чертами соответствующей социальной категории в условиях ограниченной информации – начинается действие атрибутивных процессов, определяющих форму восприятия данного образа. Это дает начало третьему этапу – стереотипизации, на основе чего начинают вырабатываться критерии оценки партии.

При самом процессе стереотипизации, состоящем из категоризации, сравнения возникшего образа кандидата-партии с типичными чертами непривлекательной политической силы и его

оценки, возникает стереотипизированный образ или стереотип, являющийся сформированным имиджем партии-конкурента. Стереотипизация способствует тому, что негативные характеристики членов категории – непривлекательной социальной группы, подчеркиваются и проецируются на идентифицируемую с этой группой партию, определяя оценку ее деятельности.

В ходе предвыборной парламентской кампании 2003 г. в картине мира россиян в образах «чужого», или «врага», были представлены социальные группы чеченцев и олигархов. Данные социальные группы стали основными образами, посредством которых формировался негативный имидж КПРФ в избирательной кампании 2003 г. Негативная кампания против КПРФ сделала качественный поворот по сравнению с 1996 г. в выборе направлений для дискредитации. Теперь упор делался не на создании образа КПРФ как Абсолютного Зла, а на формировании представления о партии-«лжегерое».

Опыт последних лет свидетельствует о том, что и в России негативные формы и методы ведения избирательных кампаний приобретают все больший вес. Издержками такой тактики избирательного позиционирования политических антибрендов являются низкая явка избирателей, потеря интереса к политическим процессам общенационального характера, отвращение граждан к политике в целом. Видя такие не совсем радужные перспективы будущих избирательных практик, являющихся единственным объективным инструментом легитимации властных элит, сами эти элиты предложили проводить следующие парламентские выборы по другой избирательной модели, которая будет уже не смешанной, а целиком пропорциональной, повысится и электоральный порог. Часть экспертов полагают, что данные меры будут способствовать тому, что в России сформируются сильные партии, представляющие интересы избирателей¹⁰, другие эксперты считают, что при сохранении в руках государства центральных СМИ еще больше увеличится возможность манипулирования с их помощью избирательным процессом, а сами партии останутся такими же политическими марионетками¹¹. Но в любом случае, по-видимому, в избирательном цикле 2007–2008 гг. будет использоваться модель политического позиционирования двух параллельных манипуляционных информационных полей, служащих основой для политической перцепции реалий российской политики. Одно из этих полей будет действовать в рамках формирования позитивного бренда очередного политического проекта, легитимирующего деятель-

ность нынешней партии власти, а второе – сосредоточится на построении негативного имиджевого пространства вокруг основной партии-конкурента, которому будет отведена роль своеобразного пугала. На этом фоне партия власти станет борцом за социальную справедливость и стабильность развития общественной жизни.

Необходимо отметить и то обстоятельство, что в последнее время в связи с рядом непопулярных в широких народных массах социальных преобразований имиджевый маркер «Единой России» как социально ответственной партии достаточно поколеблен. На это накладывается и внешнеполитический неблагоприятный для нынешней российской элиты фон. Прошедшие в разных странах, бывших республиках СССР, так называемые народные революции и применявшиеся в них сетевые политические технологии активистского типа, когда относительно многочисленная группа людей захватывает центральные части столичного мегаполиса и парализует деятельность прежних властей, тем самым навязывая свою политическую волю всему обществу, не на шутку взволновала российскую политическую элиту. Ответом на складывающиеся политические реалии стал новый политический проект отечественной властной элиты, который в будущем может превратиться в очередную партию власти – «Наши». Судя по названию, данный проект опять-таки разрабатывается в рамках информационного манипулятивного управления текущими политическими процессами, целью которого является создание мифологического восприятия российской общественностью окружающей действительности, для которого характерно разделение мира на тех, кто «свой», и на тех, кто «иной», а значит, потенциально опасен. При этом настораживает агрессивная тональность создаваемого политического проекта, он направлен не на претворение в жизнь каких-либо программ, идей или совершение конкретных действий, а против некой силы, лишь потенциально угрожающей нынешним устоям властной элиты. И этот заряд эмоциональной агрессии против потенциального врага изначально деструктивен, так как направлен на борьбу, дифференцирующую различные сегменты общества. Фактически властная элита совершает очередную стратегическую ошибку, она не стремится консолидировать все общество под лозунгом некой социально важной идеи, а, имея огромный потенциал информационного манипулятивного управления текущими политическими процессами, так же, как и ее предшественники в 1990-е годы, сначала дифференцирует социум и оп-

ределяется с политически благонадежными социальными сегментами и затем, уже с ними, собирается действовать.

О неоднозначности нового политического проекта «Наши» можно говорить уже сейчас. Так, его авторам не удалось создать вокруг себя единое благоприятное информационное поле. Складывается впечатление, что «Наши» оказались точкой размежевания политических сил, которые можно условно обозначить как властные элиты и оппозиционные силы. Поэтому проект «Наши» попал в водоворот двух противоборствующих информационных полей с различными знаками, формирующими имидж данного проекта. И позитив этого политического проекта, который в будущем смог бы объединить молодежь страны, разбивается на негатив оппозиционных информационных ресурсов, видящих в нем угрозу реставрации авторитаризма в России. А весь интерес к проекту сводится лишь к одному: сможет ли он содействовать созданию новой политической элиты России или же превратится в очередной перформанс молодежной партии власти в лице «Идущих вместе», не ставшей той силой, которая возродила бы молодежные инициативы «снизу», опираясь на демократические ценности, соединенные с опытом, накопленным предшествующими поколениями политических элит. Получится ли это у «Наших», покажет ближайшее будущее.

Таким образом, второй срок президентства В.В. Путина отличается во многом манипулятивным управлением информационными коммуникациями современной России, целью которого станет минимизирование риска появления сильного оппонента, способного прежде всего в информационном пространстве предложить реальную альтернативу имеющимся политическим реалиям с достаточно жесткой централизацией инструментов политического влияния, сосредоточенных в руках властной элиты. В этой связи управление информационными потоками манипулятивными методами становится первоочередной целью властных элит, так как влияние информационной системы на принятие человеком политического решения возрастает. В подобной ситуации манипулятивное управление информационными потоками служит некой гарантией от возникновения стихийной (не контролируемой действующей властной элитой) составляющей массовых настроений, способных поколебать легитимность действующей политической власти в России. Учитывая же то обстоятельство, что у В.В. Путина это последний конституционный срок президентства и в 2008 г. правящая элита не смо-

жет воспользоваться его надежным зонтиком легитимации принимаемых политических решений, именно манипулятивное управление политическими информационными потоками будет своего рода гарантией, которая позволит избежать утраты элитой собственного властного статуса путем информационного сопровождения процесса передачи президентских полномочий одному из своих представителей.

Примечания

- 1 См.: *Шостром Э.* Антикэрнеги: Человек – манипулятор. М., 2003. С. 68.
- 2 Подробнее см.: *Фромм Э.* Анатомия человеческой деструктивности. М., 1994.
- 3 Подробнее см.: *Доценко Е.А.* Психология манипуляции. М., 1996.
- 4 См., например: *Берн Э.* Игры, в которые играют люди, и люди, которые играют в игры. М., 1993.
- 5 Подробнее см.: *Шостром Э.* Указ. соч. С. 94.
- 6 См.: *Sergeyev V., Viryukov N.* Russia's Road to Democracy: Parliament, Communism and Traditional Culture. Brookfield; Vermont, 1993. P. 50.
- 7 См.: *Toffler A.* Powershift. N.Y., 1990. P. 199.
- 8 См.: Энциклопедия методов пропаганды // <http://www.psyfactor.by.ru/prpropaganda.htm>07.11.04; *Авченко В.* Теория и практика политических манипуляций в современной России // <http://www.psyfactor.by.ru/lybr5.htm>20.12.04; *Швидунова А.* СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий // http://www.pressclub.host.ru/techn_13.htm01.11.04; и т. д.
- 9 *Синюшкин В.* Технология работы со СМИ в политических кампаниях // http://www.pr-club.com/PR_Lib/SMI_PK.htm12.10.04.
- 10 Такой точки зрения придерживаются, например, политологи С. Марков, Г. Павловский, В. Никонов и ряд других.
- 11 Данная точка зрения характерна для политолога С. Белковского.

ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ «РЕВОЛЮЦИЙ»
НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ:
ПОПЫТКА КОМПАРАТИВНОГО АНАЛИЗА

Недавние «революции» в странах СНГ (Грузия, Украина, Кыргызская Республика) вызвали большой интерес исследователей и публицистов. Необходимо отметить, что по прошествии нескольких лет с момента «революционной» смены власти в указанных государствах этот интерес только возрастает. Объясняется это, по всей видимости, тем, что исследователи ищут ответы на вопросы о характере «постреволюционных» режимов, во-первых, и о возможности и продуктивности сравнительного анализа «революционных» событий и их результатов, во-вторых. Ответ на первый вопрос позволит уточнить, были ли указанные события революциями в собственном смысле слова, ответ на второй вопрос разъяснит, можно ли считать события в данных странах явлениями одного порядка, вызванными сходными факторами и имеющими сходные последствия. В настоящей статье мы рассмотрим названные проблемы, сравним «революционные» события, их причины и последствия на Украине и в Киргизии. По нашему мнению, время, прошедшее с момента смены власти в этих государствах, позволяет более или менее объективно решить эту задачу.

Прежде всего необходимо сравнить особенности политического и социально-экономического развития двух стран в советский и постсоветский период, чтобы понять, какими факторами были обусловлены так называемые революционные движения.

Обращая внимание на традиции государственности и национальное самосознание, отметим, что Украину вряд ли можно назвать древним государственным образованием (если всерьез не воспринимать ее, как это делают некоторые украинские историки, правопреемницей и наследницей Киевской Руси, Галицко-Волынского княжества, Запорожской Сечи и тому подобных политических образований). Строго говоря, Украина имела краткий опыт государственности именно в смысле существова-

ния независимого государства (между 1917 и 1918 г., хотя и в этом случае о независимости в условиях оккупации страны немецкими войсками можно говорить с оговорками). Проблематично говорить и о каких-либо устойчивых демократических политических традициях на украинских территориях (если опять же не принимать всерьез утверждения о том, что именно на Украине была создана первая в Европе конституция), хотя и очевидно, что украинские территории в силу их тесных контактов с западными странами (через Польшу) традиционно отличались большим демократизмом в управлении и, например, отсутствием института крепостных крестьян. Трудно также отрицать формирование украинской нации как сообщества с выраженным национальным самосознанием и национальной идентичностью, языком, литературой, традициями, национальной интеллигенцией.

В советский период Украина значительно изменилась, прежде всего в политико-территориальном плане. Большевики, опасавшиеся, по-видимому, роста украинского национализма и в целях облегчения управления республикой решили «разбавить» украинское население и его территорию областями по преимуществу с русским населением, которые никогда к Украине не относились. Это территории Донецкого бассейна, Новороссии (причерноморского юга России), а затем (с 1954 г.) и Крыма, иначе говоря, все то, что сегодня часто именуется восточной или юго-восточной Украиной. С одной стороны, следует признать, что за годы советской власти эти территории удалось значительно украинизировать с помощью введения обязательного изучения украинского языка и литературы в школах, посредством телевидения, путем массового насильственного и добровольного переселения людей из западных областей в восточные и т. п. Однако это не привело к формированию единой украинской нации в смысле появления национальной идентичности у восточных «украинцев», по-прежнему не воспринимавших себя украинцами и в большинстве своем не говоривших на национальном языке. Более того, западные украинцы, переселяясь в восточные области, чаще всего ассимилировались и переходили либо на русский язык, либо на особый диалект с неофициальным названием «суржик», представляющий собой сочетание русского и украинского языков. Доля титульной нации в советский период составляла около 75%, однако, по всей видимости, значительная часть этих «украинцев» была украинцами только «по паспорту», по языку и культуре же приближалась к русско-

му населению, считая родным для себя русский язык. Таким образом, при советской власти сформировался ярко выраженный раскол между западными и восточными украинцами (если последних вообще можно так назвать) по национальному и языковому принципу, что было не слишком большой проблемой в рамках существования единого государства – СССР, но заложило огромные проблемы для государственного строительства и политического развития будущей независимой Украины.

Что касается Киргизии, то она как единое государство в досоветский период не существовала вообще. Киргизское общество традиционно представляло собой конфедерацию родоплеменных образований, которые в условиях кочевого образа жизни киргизов не сложились в единую нацию. Соответственно, не приходится говорить и о наличии национального самосознания. Казалось, даже сама природа (высочайшие горные хребты) препятствовала складыванию единого государства и нации. В отсутствие государства трудно говорить и о наличии демократических институтов в классическом их понимании, однако обратим внимание на наличие элементов демократии в традиционной киргизской культуре. Это прежде всего выборность родоправителей, отсутствие единого центра власти, в силу чего любые попытки ее узурпации воспринимались как нелегитимные, и отсутствие традиционного для Востока культа правителя, иначе говоря, наличие сильных традиций эгалитарности. Некоторые исследователи даже сравнивают в этом смысле Киргизию с ранними английскими колониями в Северной Америке, которые не были «отягощены» европейскими традициями абсолютной монархической власти, наследственной аристократией, титулами, социальными узами, берущими начало в Средневековье, и т. п.¹ Однако даже в условиях отсутствия единой нации можно говорить о формировании двух киргизских субэтносов – северного и южного. Дело в том, что киргизы унаследовали от древних тюрков дуальную политическую систему – так называемых правого и левого крыла. Она возникла из нужд военного построения, а затем превратилась в постоянный военно-административный принцип этнополитической организации кочевников. Такая система сложилась у киргизов к началу XVI в. Китайские источники отмечают, что киргизы «разделили население на равные части... разделились на две ветви: северную и южную»². Родоплеменное деление наложилось на территориальное: правое крыло (онг) образовало северную ветвь киргизов, левое (сол) – южную³. Южные киргизы впоследствии

вошли в состав Кокандского ханства и в значительной степени перешли к оседлому образу жизни, ассимилировавшись с узбекским населением, северные же – оставались кочевниками. В состав Российской империи северные киргизы вошли добровольно, а южные – в результате завоевания Кокандского ханства российскими войсками.

В Киргизии советской властью также были поставлены задачи объединения двух ветвей киргизов в единую нацию и принуждения кочевых племен к оседлости, хотя удалось все это лишь отчасти. Раскол продолжал существовать и проецировался на политические отношения (существовало разделение политической элиты на «северную» и «южную»), однако в условиях зависимости политических отношений в республике от союзного центра политическое соперничество северной и южной элиты было неявным, хотя потенциально и угрожающим стабильности всей политической системы. Консолидацию нации затруднял также значительный приток в республику русскоязычного населения, в результате чего доля титульной нации в советский период снизилась до 42%, причем приток русскоязычного населения наблюдался в основном в северные области и крупные города республики, закрепляя раскол не только по линии «север – юг», но и по линии «город – село». Таким образом, и в Киргизии были заложены предпосылки, препятствующие формированию единого этноса и, соответственно, способствующие в будущем политическому расколу.

Положение с государственно-национальными расколами и на Украине и в Киргизии усугублялось тем, что на них накладывались социально-экономические и культурно-ценностные расколы. Так, в восточных областях Украины в советский период был создан гигантский топливно-промышленный комплекс, основой которого стали металлургия, угольная и военная промышленность, западные же области оставались по преимуществу сельскохозяйственными и слабо урбанизированными⁴. Существенно различался и уровень жизни населения запада и востока. Таким образом, раскол Украины на две части в силу экономических диспропорций увеличивался.

В Киргизии складывалась сходная ситуация: в советский период промышленность (прежде всего машиностроение и металлообработка) наиболее интенсивно развивалась на севере республики, где производилось $\frac{2}{3}$ промышленной продукции; юго-западная Киргизия производила только $\frac{1}{3}$ промышленной продукции⁵, что позволяет сделать вывод о наличии экономических

и – как следствие – социальных диспропорций (расхождений в уровне урбанизации и уровне жизни).

Наконец, нельзя не отметить и роль культурно-ценностных факторов, важнейшие из которых – религия и политическая культура. Несмотря на господствующий в советский период атеизм, традиционный религиозный раскол на Украине неявно существовал и тогда. Население западной Украины принадлежало в основном к униатской (греко-католической) и к римской католической церкви, продолжая посещать церковь, которая в советский период воспринималась еще и как оппозиционная официальной власти сила, как орган, ей неподконтрольный. Православие на западе Украины традиционно было представлено крайне слабо. Население же востока было в гораздо меньшей степени верующим, а среди верующих преобладали православные, настроенные по отношению к власти гораздо более конформистски. Учтем также, что православная церковь в советский период была фактически поставлена на службу государству. После получения Украиной независимости раскол наступил и в самой православной украинской церкви, где выделился Киевский патриархат, не признающий главенство Московского патриарха. Очевидно, что существенно различалась и политическая культура населения – это было связано как с политическими, так и с религиозными традициями. Неслучайно традиции сопротивления власти, диссидентства были сильны именно в западных областях, в то время как в восточных они практически отсутствовали.

В Киргизии население северных областей традиционно было менее религиозным. Северные киргизы приняли ислам поздно и в так называемом облегченном (кочевом) варианте, т. е. на уровне обрядов и обычаев (есть ряд свидетельств современников о том, что еще в XIX в. большинство киргизов не знали основных «столпов» ислама и имени Пророка, сохраняя традиционные языческие культы), в то же время в среде южных киргизов, раньше перешедших к оседлости и ассимилировавшихся с узбеками, ислам был укоренен довольно глубоко, в том числе в его суфийском варианте.

Таким образом, факторы политического процесса, определяемые как структурные (объективные), на Украине и в Киргизии были сходными: это фактическое отсутствие единой нации, формирование субэтнических групп по региональному принципу (в Киргизии еще и по родоплеменному), наложение на субэтнический раскол социально-экономических и культурно-ценностных расколов. Все это позволяет говорить о том, что после об-

ретения независимости указанные проблемы в обеих республиках неизбежно должны были обостриться и оказать серьезное влияние на трансформацию политических режимов, транслируясь на политический уровень и в ряде случаев порождая общие для обоих государств проблемы. Кроме того, анализ структурных факторов приводит к выводу о существовании предпосылок формирования в этих государствах политического полицентризма, т. е. наличия акторов и институтов, препятствующих монополизации власти одним центром.

Рассмотрим основные этапы политического развития Киргизии и Украины, непосредственно предшествующие так называемым революциям.

В позднесоветский период на Украине на основе диссидентского движения и неформальной культуры возникло мощное оппозиционное (антикоммунистическое) движение (представленное прежде всего «Народным Рухом» во главе с В. Чорновилом). Однако партийной элите под руководством секретаря ЦК Компартии Украины А. Кравчука удалось перехватить лозунги демократизации и независимости и удержать власть, участвуя в роспуске СССР и проведении референдума о независимости Украины в 1991 г., а также выборов президента, которым и стал А. Кравчук. И первые, и все последующие президентские и парламентские выборы в стране были реально конкурентными и состязательными, причем почти всегда они раскалывали страну на запад и восток, транслируя традиционные расколы в политическую плоскость: 1991 г. – противостояние «прозападного» В. Чорновила и «восточного» А. Кравчука окончилось победой последнего; 1994 г. – противостояние «пророссийского» А. Кучмы с отныне воспринимавшимся как «прозападный» А. Кравчуком опять закончилось победой востока; 1999 г. – борьба теперь уже воспринимавшегося востоком как «прозападный» А. Кучмы и коммуниста П. Симоненко закончилась поражением «восточного» кандидата. Несмотря на разные сценарии выборов, разных кандидатов, различные темы избирательных кампаний, общим было противостояние кандидатов по региональному принципу и фактическое отсутствие сменяемости власти (если понимать ее как победу на выборах оппозиции). Подчеркнем, что даже в случае противостояния «коммунист – демократ» (П. Симоненко – А. Кучма) партийная принадлежность П. Симоненко была для избирателей восточных областей вторичной, поскольку главной была его пророссийская направленность. Более того, раскол проецировался и на партийную систему: Коммунистическая

партия также воспринималась как «партия востока», о чем свидетельствуют результаты голосования. Даже на последних выборах президента (2004 г.) проявилась четкая тенденция: третьим (после В. Януковича и В. Ющенко) по числу голосов кандидатом на выборах президента во всех южных и восточных областях стал лидер Компартии П. Симоненко, во всех западных – лидер Соцпартии А. Мороз. Это еще раз подчеркивает, что ведущим мотивом голосования была не партийная принадлежность кандидата, а его региональная ориентация на восточные или на западные области и – шире – на интеграцию с Россией либо с Европой.

Что касается оппозиции, то ни одни выборы не привели ее к власти, хотя она была довольно существенно представлена в парламенте, который все больше и больше становился неподконтрольным и оппозиционным действующей власти в лице Л. Кучмы. Поражение оппозиции объяснялось как ее разобщенностью, так и направленными действиями правящей элиты (ограничением доступа к СМИ, манипуляциями с регистрацией кандидатов и прямой фальсификацией выборов). Однако в силу полицентризма политического режима, обусловленного политической традицией и рядом расколов, оппозицию нельзя было уничтожить или «отменить». В условиях невозможности доступа к власти через институт выборов она активно искала другие, в том числе неформальные, каналы такого доступа. Это выразилось в проведении массовых акций «Украина без Кучмы!», многочисленных демонстраций протеста, в попытках инициирования процедуры импичмента президенту в парламенте. Часть политической элиты, отстраненная Л. Кучмой от руководства страной, превратилась в контрэлиту (две главные составляющие которой возглавили бывший премьер-министр В. Ющенко и бывший вице-премьер Ю. Тимошенко), поставившую задачу объединения всех оппозиционных сил в целях прихода к власти. Частично им удалось это сделать, сформировав в Верховной Раде крупную фракцию «Наша Украина», которая тем не менее не получила контрольного пакета голосов в парламенте.

С другой стороны, осознание бесперспективности конкуренции с действующей элитой в рамках формальных институтов привело лидеров контрэлиты к выводу о том, что следует разработать и осуществить план захвата власти в обход существующих институтов, однако использовать для этого в качестве предлога тему фальсификации президентских выборов, которая была сформулирована по крайней мере за полгода до них. Контр-

элитой была дана четкая установка избирателям: исход честных выборов может быть только одним – победа В. Ющенко, все остальные исходы заведомо означают преступные действия власти. Повторяемая постоянно, изо дня в день, эта установка оказала серьезное воздействие на массовое сознание. Кроме того, к началу предвыборной кампании по выборам президента в 2004 г. сложилось крайне благоприятное для оппозиции сочетание условий. Во-первых, оппозиция опиралась на мощное социальное движение, в том числе молодежное, поскольку значительная часть населения была недовольна режимом Л. Кучмы, прежде всего уровнем экономического развития и отсутствием сменяемости власти. Во-вторых, сама правящая элита во главе с Президентом Украины Л. Кучмой при помощи Президента РФ В. Путина пошла на беспрецедентную по своей сути провокацию регионального раскола Украины, делая ставку на премьер-министра В. Януковича, представителя русскоязычного Донбасса, плохо говорящего и пишущего по-украински, имеющего две судимости и тесно связанного с так называемым донецким кланом (или, по выражению оппозиции, донецкой мафией), куда входят представители бизнес-элиты, контролирующие значительную часть экономики страны. Выбор такого кандидата неизбежно приводил к противостоянию по принципу «запад–восток» и представлял чрезвычайно много возможностей для его критики со стороны оппозиции. Ситуация усугублялась тем, что В. Януковича открыто поддержал В. Путин, а сам В. Янукович неоднократно заявлял о том, что для него стратегическое партнерство с Россией является первостепенной важностью. Это способствовало дальнейшей политической поляризации и дало возможность для обвинений России в давлении на украинских избирателей, навязывании им одного кандидата (вероятно, в ряде случаев это давление производило обратный эффект: иначе невозможно объяснить, например, тот факт, что в русскоязычном Крыму за оппозиционного кандидата проголосовали 15% избирателей).

Наконец, в-третьих, большую роль сыграла позиция представителей крупного украинского бизнеса, опасавшихся концентрации экономической власти в руках «донецких», не допускающих конкурентов в восточную Украину, а в случае прихода их кандидата к власти – возможной монополизации всего украинского бизнеса представителями Востока. Это обстоятельство заставило ряд крупных предпринимателей объединиться в поддержке В. Ющенко. Кроме того, умелое использование оппози-

цией своих связей за рубежом, провозглашение «борьбы против авторитаризма Кучмы» и за права человека (хотя объективно политический режим Украины на протяжении всего постсоветского периода никак нельзя было назвать моноцентрическим и тем более авторитарным, о чем говорит уже сам факт легального существования оппозиции), налаживание каналов финансирования оппозиционной деятельности также способствовали мобилизации масс. Уникальное сочетание этих факторов и привело к так называемой оранжевой революции, которая, по нашему мнению, стала возможной в результате глубокого внутриэлитного раскола, и ситуации, при которой контрэлита не могла прийти к власти никаким иным способом, кроме насильственного, по сути, захвата власти с последующей его легитимацией через всеобщие выборы. Другими словами, действия правящей элиты, блокировавшей легальные каналы доступа к власти в условиях политического раскола, привели к тому, что элита была вынуждена уступить власть в результате массовых выступлений. Подчеркнем, что сам по себе внутриэлитный раскол не был региональным в том смысле, что лидеры оппозиции представляли западные области (этого как раз и не было: например, В. Ющенко родом из Сумской области, граничащей с Россией, Ю. Тимошенко – из русскоязычной Днепропетровской), но самоидентификация оппозиции как «прозападной» и в известном смысле антироссийской привела к тому, что она однозначно стала восприниматься западными регионами как «своя» политическая сила и потому неприемлемая для восточных (это убедительно подтвердили «зеркальные» итоги голосования в западных и восточных областях). Таким образом, события на Украине можно расценивать как кризис политического участия, причиной которого стал тот факт, что правящая элита рассматривала требования и поведение политических сил, стремящихся к осуществлению власти, т. е. к получению доступа к принятию политических решений, как нелегитимные. Из этого кризиса (как и из любого кризиса подобного рода) для правящей элиты могло быть два основных выхода: институциональная адаптация (создание новых институтов и процедур в результате соглашения между правящей элитой и контрэлитой) и авторитарный выход (насильственное ограничение политического участия путем репрессивных мер). Очевидно, что элита во главе с Л. Кучмой не была готова к авторитарному выходу из кризиса, справедливо полагая, что применение репрессивного аппарата может только ухудшить ситуацию, даже если армия и милиция и подчинились

бы приказу о применении насилия (что само по себе сомнительно). Однако и время для институциональной адаптации было безнадежно упущено: когда В. Янукович и его окружение все-таки начали переговоры с оппозицией, они уже не могли договариваться о каком-либо пакетном распределении власти после повторных выборов: почувствовав близкую победу и испытывая сильнейшее давление со стороны массового движения, оппозиция не могла говорить с властью о «разделе добычи». Такой торг был бы гораздо более продуктивен перед вторым туром выборов, после него он заведомо был обречен на неудачу и запрограммировал исход, при котором победитель (только уже со стороны оппозиции) вновь «получает все» и не имеет никакой мотивации делиться властью с бывшей элитой. Это вновь подчеркивает политическую неадекватность правящей элиты, а также российских лидеров, заранее испортивших отношения с будущим Президентом Украины.

Обратим внимание на то, в какой степени политическое развитие Киргизии соответствовало описанной выше схеме. В республике не было сильных традиций диссидентского и правозащитного движения, однако оппозиционные настроения в годы советской власти были характерны для части национальной интеллигенции, прежде всего писателей. В конце 1980-х гг. здесь также создается ряд дискуссионных клубов, затем протопартий, была и попытка формирования Национального фронта Киргизии по типу народных фронтов в Прибалтике и «Народного Руха» на Украине, которая была пресечена руководством Компартии Киргизии (КПК). Позже были созданы зонтичная коалиция из 24 неформальных демократических объединений – Демократическое движение «Кыргызстан» (ДДК) и объединение из группы сторонников ДДК в Верховном Совете. К 1990 г. в руководстве КПК обозначился раскол на реформаторов, поддерживающих перестройку и поддерживаемых «демократами» в Москве, и консерваторов во главе с Первым секретарем ЦК КПК А. Масалиевым, выступающих за неизменность основ советского строя. Этот внутризлитный раскол проецировался и на раскол по линии «север – юг», поскольку северные элиты были в то время отстранены от власти. Он проявился на выборах Президента Киргизской ССР в октябре 1990 г., когда А. Масалиев и его главный противник М. Шеримкулов не смогли победить в первом туре, что дало возможность неожиданного появления на политической сцене и победы на выборах «демократа» А. Акаева, поддержанного сторонниками реформ в Москве. В краткий

период сосуществования президента и консервативной партийной элиты (1990–1991) произошло укрепление позиций А. Акаева и ослабление КПК, которая после поддержки ГКЧП в августе 1991 г. привела себя к полному политическому банкротству. Вообще история показала, что у лидеров коммунистов в союзных республиках был только один способ остаться у власти: заимствовать лозунги оппозиционного движения, объявить себя «настоящими» демократами и националистами и распустить компартию, запретив или преобразовав ее в «демократическую» (так поступили А. Кравчук на Украине, И. Каримов в Узбекистане, С. Ниязов в Туркменистане, Н. Назарбаев в Казахстане, Б. Ельцин в России; в Грузии, Молдове, Армении, Беларуси, Киргизии коммунисты власть потеряли). Если элита оставалась на ортодоксальных позициях, она устранялась из политического процесса новыми акторами. Потенциально возможен был и третий (восточноевропейский) путь – пакт элиты и оппозиции, однако ни в одной из стран СНГ по ряду причин этот сценарий не реализовался.

А. Акаев идентифицировал себя в качестве президента-«демократа», стремящегося построить в стране работающие демократические институты. В целях привлечения западных инвестиций в Киргизии настойчиво создавался имидж «островка демократии» в Средней Азии. В первый период правления (примерно до 1995 г.) А. Акаев действительно пытался построить полицентрическую систему и обеспечить внутриэлитный баланс, заключив неформальный пакт с лидером парламента М. Шеримкуловым, распределив формально-конституционные полномочия между исполнительной и законодательной властью. Однако впоследствии конфронтация с парламентом, в котором большинство составляли консервативные силы, резкий экономический спад, коррупционные скандалы «подсказывали» президенту более эффективный авторитарный путь решения политических проблем. Начав с закрытия двух оппозиционных газет, он пошел на неконституционный роспуск парламента (1994 г.), референдум о расширении полномочий президента (1996 г.), а затем и переизбрание на третий срок (2000 г.). Помимо этого, начались уголовные преследования политических оппонентов, самым ярким из которых был Ф. Кулов. Президентские выборы в Киргизии, как и на Украине, были отражением регионального раскола с отчетливым родоплеменным отпечатком. В 1995 г. А. Акаеву противостояли А. Масалиев (получивший 24,4% голосов) и М. Шеримкулов (1,7%). Значительная поддержка А. Масалиева

в южных регионах подтверждает предположение о том, что избиратели в первую очередь голосовали за него не как за лидера коммунистов, а как за представителя южных родов, противостоящего представителю севера – А. Акаеву. На выборах 2000 г. основным соперником Акаева был лидер Социалистической партии О. Текебаев, собравший 10% голосов, и опять-таки основным расколом в ходе выборов был не политический, а региональный (главный конкурент А. Акаева Ф. Кулов был снят с дистанции еще до голосования). Таким образом, как и на Украине, региональные расколы проецировались на партийную систему и затрудняли ее становление, особенно в условиях не просто регионального, а регионально-кланового раскола республики. Таким образом, в Киргизии на протяжении всего постсоветского периода сохранялся полицентрический режим, хотя и эволюционировавший в сторону авторитаризма, но с потенциальными альтернативными центрами власти. Проводились полусвободные выборы, существовала легальная политическая оппозиция, продолжались противостояние президента и парламента и раскол по линии «центр – регионы». В силу указанных выше структурных факторов политическая система Киргизии «сопротивлялась» насаждаемому моноцентризму, альтернативные центры власти, как и на Украине, не «покорялись» президенту и продолжали его «беспокоить». Уже после выборов 2000 г., когда четко обозначилось стремление «семьи» А. Акаева (в политическом и прямом смысле) занять лидирующие позиции в политике и экономике страны, т. е. завершить монополизацию власти, проявилось сначала неявное, а затем открытое недовольство наиболее организованного сегмента оппозиции в лице лидеров региональных элит⁶. Митинги оппозиционных сил, объединившихся в Народный конгресс, начались, как и на Украине, задолго до событий «цветной» революции, в 2002–2003 гг., и опять-таки, как и на Украине, оппозиции были нужны сильные лидеры, способные сформировать контрэлиту, и они так же были найдены среди «бывших», отстраненных А. Акаевым от власти. Ими стали бывший премьер-министр К. Бакиев и бывший министр иностранных дел Р. Отунбаева («киргизская Тимошенко»). Именно они, как и на Украине, возглавили оппозиционное движение, состоявшее из «демократов первой волны» и из ущемленных А. Акаевым представителей конкурирующих родоплеменных элит. Ореолом мученика был наделен находящийся в заключении Ф. Кулов. Выход из кризиса политического участия попытались найти в конституционной реформе, призванной пе-

перераспределить полномочия между президентом и парламентом, однако эта реформа всячески затягивалась. А. Акаев в 2003 г. объявил о переходе к президентско-парламентской республике только с 2005 г.

Выборы в парламент 2005 г. подтвердили стремление А. Акаева к дальнейшей монополизации власти и отстранению от власти оппозиции. Многочисленные родственники и представители клана А. Акаева, контролировавшие к тому же значительную часть экономики страны, решили закрепить свою власть с помощью получения депутатских мандатов. Это обстоятельство, а также усиливающиеся подозрения в отношении того, что А. Акаев будет переизбираться в декабре 2005 г. на президентских выборах в четвертый раз либо передаст власть по наследству, привели контрэлиту к решению об использовании лозунга о фальсификации выборов как повода для ослабления власти (причем, как позже признавались лидеры оппозиции, о свержении А. Акаева, тем более таком быстром, тогда никто не думал⁷). Массовые протестные настроения на юге страны, вызванные итогами выборов и породившие народные бунты, были использованы контрэлитой, которая в основном и представляла собой южные кланы, для прихода к власти. В отличие от Украины переворот был совершен намного жестче, с применением насилия, и не вполне легально (отставка А. Акаева и новые выборы состоялись уже после фактического захвата власти контрэлитой, а не до него, как на Украине). Новые выборы, однако, грозили перерасти в новое противостояние юга и севера (в лице кандидатов К. Бакиева и освобожденного Ф. Кулова) по украинскому сценарию, однако ни один из кандидатов не был уверен в своей единичной победе и не обладал для этого необходимой поддержкой большинства населения. Можно предположить, что выборы по такому сценарию привели бы в лучшем случае к еще большему расколу страны, в худшем – к гражданской войне. Поэтому два главных кандидата «почти за благо» объединиться в целях гарантированной победы на выборах и распределения власти между северными и южными кланами. Понятно, что В. Ющенко, уверенному в победе в третьем туре выборов, подобный пакт с В. Януковичем заключать было незачем. Таким образом, авторитарный вариант разрешения кризиса политического участия действующий президент А. Акаев применить не смог, поскольку, как выяснилось, не обладал правом контроля над армией и полицией. Время для институциональной адаптации (соглашение о перераспределении власти) было, как и на Украине, незна-

дежно им упущено, поэтому пакт заключался уже между деятелями оппозиции, представляющими два основных сегмента контрэлиты. Важным отличием киргизской оппозиции от украинской (кроме того, что она по своей сути была не только региональной, но и регионально-клановой) было еще и отсутствие противостояния по принципу «пророссийский кандидат – прозападный кандидат». Настойчивое стремление А. Акаева представить киргизские события как переворот, совершенный «на иностранные деньги и под руководством лиц, прошедших специальную подготовку за рубежом» и носящий «антироссийскую направленность»⁸ не подтверждается анализом фактов. Лидеры оппозиции подтвердили курс на тесные отношения с Россией и не провоцировали антироссийские настроения в республике (кроме того, сама Россия на этот раз не оказывала такого давления на граждан, как в украинском случае). Роль Запада в киргизских событиях также была значительно менее выраженной, при этом очевидно, что основные западные страны оказались не готовыми к столь стремительному падению прежней власти.

Таким образом, можно отметить, что причины и факторы «революционных» событий и на Украине, и в Киргизии были сходными: расколы страны в социально-экономическом и культурно-ценностном аспектах, проецирующиеся на политическое участие, полная закрытость легальных каналов доступа к власти для оппозиции (представлявшей собой прежде всего отстраненных от власти президентами Л. Кучмой и А. Акаевым политиков) и (в киргизском случае) наложение на региональный конфликт кланового в сочетании со стремлением действующий элиты любой ценой удержать власть привели к смене власти внеконституционным путем, когда для этого представился удобный повод (выборы). С другой стороны, само наличие оппозиционных акторов и контрэлиты обуславливалось полицентризмом как украинского, так и киргизского общества, объясняющимся основными структурными факторами, указанными выше. Такой полицентризм нельзя устранить никаким решением «сверху», поскольку он являлся именно структурным, традиционным для данных обществ на протяжении многих веков.

Итогом революционных событий и на Украине и в Киргизии стал выход из кризиса по сценарию «победитель получает все». Новая оппозиция практически не была допущена к распределению ключевых постов. Даже в Киргизии, где состоялся пакт К. Бакиева и Ф. Кулова, в первое правительство вошли исключительно представители южных кланов (Ошская и Джелалабадс-

кая области), что показало нежелание новой власти восстанавливать регионально-клановый баланс.

Интересно, что и Киргизии, и на Украине важным требованием, выдвинутым в ходе «революции», стало требование изменить форму правления на парламентско-президентскую, что дало бы возможность сформировать коалиционное правительство с участием всех победивших на выборах сил (на Украине договоренность о конституционной реформе даже стала условием, на котором власть согласилась на проведение третьего тура выборов, т. е. фактически смирилась с победой оппозиции). Ряд политиков высказывали и идеи о смене политико-территориального устройства с предоставлением большей автономии регионам, или даже о переходе к федеративному устройству государства. Однако, победив на выборах, представители бывшей оппозиции потеряли интерес к реформе и стали ее всячески затягивать. Скорее всего, большого интереса к ней у них не было изначально⁹, реформа использовалась как лозунг в целях «успокоения» проигравших, которым она гарантировала возможный в будущем приход к власти. Именно этим объясняется ряд заявлений на протяжении всего «послереволюционного» года и В. Ющенко, и К. Бакиева о том, что реформа преждевременна, ее надо детальнее проработать, перенести и т. д. Однако на Украине решение о реформе принималось еще до выборов президента в виде закона о внесении поправок в конституцию, поэтому отменить его было довольно трудно. В Киргизии же процесс сильно затянулся: недавно было объявлено лишь о том, что президенту К. Бакиеву направлено на рассмотрение три разных варианта конституционной реформы с разным соотношением полномочий исполнительной и законодательной власти¹⁰. Представляется тем не менее, что подобные реформы – единственный возможный способ избежать дальнейшего раскола и одного, и другого государства и исключить в будущем повторения «революционных» событий, победителем из которых выходит одна часть элиты, представляющая в лучшем случае только половину страны. Что касается планов по федерализации, то они пока не актуализируются элитами обеих стран, хотя на региональном уровне на Украине все чаще раздаются призывы к автономии, введению региональных языков и т. д. В условиях продолжающегося раскола это может представлять серьезную угрозу для целостности государства.

Союз двух представителей контрэлиты в Киргизии (К. Бакиева и Ф. Кулова) оказался прочнее, чем союз В. Ющенко и

Ю. Тимошенко на Украине. Последний распался из-за постоянных скандалов и разногласий уже в сентябре 2005 г. (Ю. Тимошенко всегда занимала более радикальные позиции по ключевым политическим проблемам). Союз К. Бакиева и Ф. Кулова также подвергся очень серьезным испытаниям на прочность и несколько раз был на грани развала, однако продемонстрировал относительную устойчивость.

Общим для двух стран оказался серьезный конфликт новой элиты с парламентом, который сыграл очень большую роль в их приходе к власти, а также рост новой оппозиции, в том числе из бывших сторонников. В Киргизии первый состав правительства фактически распался, а парламент стал добиваться от К. Бакиева начала конституционной реформы, которую тот всячески затягивает. Противостояние может закончиться роспуском парламента и новыми беспорядками, тем более что решение политических проблем «на улице» в Киргизии, по-видимому, снова становится традицией. На Украине в январе 2006 г. парламент выразил недоверие правительству Ю. Еханурова из-за газовых соглашений с Россией¹¹. В какой-то степени это общая схема для всех «постреволюционных» систем: вчерашние союзники, объединенные лишь стремлением свергнуть общего врага (прежнюю власть), после победы над ним снова расходятся во взглядах на основные проблемы. Вместе с тем на Украине оппозиция во главе с В. Януковичем вернулась в политику, заключив с В. Ющенко осенью 2005 г. своеобразный «пакт о ненападении», что дало Партии регионов возможность иметь доступ к основным средствам массовой информации и легально участвовать в выборах.

После недавних выборов в парламент Украины, на которых победила партия В. Януковича, самым логичным действием правящей элиты был допуск ее к принятию решений, сформировав при этом коалиционное правительство, которое представляло бы всю страну, а не ее половину (тем более что выборы продемонстрировали: раскол на запад и восток не только не исчез, но даже укрепился). Поначалу казалось, что уникальный шанс политического объединения страны президент не использует и на этот раз, поскольку после выборов в парламенте была создана крайне неустойчивая коалиция трех «оранжевых» сил («Наша Украина», Блок Ю. Тимошенко, Социалистическая партия), по численности превосходящая фракцию Партии регионов. Сложности, возникшие с ее созданием, и разные установки и мотивы ее лидеров позволяли прогнозировать, что она просуществует недолго, после чего могли последовать формирование новой ко-

алиции либо роспуск парламента. Так и случилось: в короткий срок была создана новая коалиция большинства, куда наряду с фракцией Соцпартии вошли фракции Партии регионов и Компартии. Президент был поставлен перед необходимостью выбора из двух вариантов: внести в парламент представление на назначение премьер-министром В. Януковича либо распустить Верховную Раду (на чем настаивала Ю. Тимошенко), и в итоге в августе 2006 г. принял решение о формировании впервые в истории Украины действительно коалиционного правительства, куда наряду с представителями коалиции большинства (Партия Регионов, Соцпартия, Компартия) вошли и представители пропрезидентской «Нашей Украины». «Силовые» министры нового правительства были назначены лично президентом, причем все они были переназначены из прошлого состава Кабинета министров. Таким образом, опасность фактической передачи власти в руки Ю. Тимошенко оказалась для президента сильнее, чем страх перед партией В. Януковича. Это позволило сформировать правительство, впервые представляющее не половину страны, а всю Украину, и именно поэтому являющееся более устойчивым и работоспособным, чем «оранжевое». Элите удалось как бы вернуть события назад, к тому самому упущенному времени «институциональной адаптации» и заключить внутриэлитный пакт, т. е. использовать возможность, которая была упущена сначала между вторым и третьим турами президентских выборов в ноябре – декабре 2004 г., а затем после отставки правительства Ю. Тимошенко в сентябре 2005 г. С третьей попытки элите удалось прийти к пониманию необходимости распределения власти не только между правящими группировками, но и между властью и оппозицией. Тем самым между представителями основных партий распределена и ответственность за принимаемые решения, и более того – впервые оппозиция получила доступ к принятию решений на основе соглашения с властью, без применения угроз и насилия. Это дает основания для прогноза об относительной устойчивости нового правительства Украины, поскольку формирование указанной коалиции означает окончательный, как хочется надеяться, отказ от сценария «победитель получает все» и будет способствовать институциональному закреплению фактически существующего в стране политического полицентризма и укреплению парламентско-президентской формы правления¹².

Общим для двух стран стало перераспределение собственности после выборов, что вполне логично в условиях практичес-

ки неразрывного слияния власти и собственности почти на всем постсоветском пространстве, а также резкое падение уровня жизни населения и – как следствие – резкое падение доверия к власти, ее легитимности, что отчасти связано с традиционно завышенными ожиданиями от «революций», отчасти – с неспособностью нового руководства решать социально-экономические проблемы иначе, как популистскими методами, обещая увеличить льготы, пособия и пенсии. Новая киргизская и украинская элита показала свое неумение объединить собственные расколотившиеся страны ни на основе экономического роста и повышения благосостояния граждан, ни на основе общих ценностей.

Необходимо ставить вопрос о том, правомерно ли называть описанные события революциями? Если считать главным критерием революции смену политического режима, очевидно, что об этом ни в Киргизии, ни на Украине говорить пока не приходится. Эти события продуктивней понимать не как революции, а как кризисы политического участия, вызванные, с одной стороны, структурным полицентризмом общества, с другой – неспособностью и нежеланием правящих элит признать в качестве легитимных претензии на власть со стороны контрэлиты и их намерением удерживать власть любой ценой и сколь угодно долго. Такая стратегия может оказаться успешной в тех системах, где нет структурного полицентризма и независимых от государства политических акторов (Узбекистан, Туркменистан), но там, где такой полицентризм есть, он неизбежно актуализируется и не поддается всякого рода давлению и запретам. Контрэлиты умело использовали протестный потенциал общества для прихода к власти, не стремясь при этом к коренному изменению основ режима (об этом говорят и отсутствие полной свободы средств массовой информации, и первоначальное нежелание делить власть с оппозицией, и затягивание конституционной реформы). События в Киргизии и на Украине привели не к разрешению, а, напротив, к пробуждению и углублению конфликтов по региональному и регионально-клановому основаниям, усилив раскол страны и степень непримиримости конфликтующих сторон. В Киргизии происходит еще и криминализация власти, выразившаяся в получении представителями криминалитета депутатских мандатов, ряде убийств, обвинений в адрес правящей элиты в связях с организованной преступностью. Другими словами, в такой ситуации крайне сложно говорить о какой-либо демократизации политической системы и об институционализации политических конфликтов. Однако последние украинские

события показали, что новая правящая элита в принципе готова делить власть с оппозицией и тем самым минимизировать возможности возникновения новых политических кризисов, вызванных структурным полицентризмом общества. Время покажет, в какой степени этот шаг будет способствовать стабилизации политической системы и институционализации политических конфликтов.

В заключение нужно дать ответ на вопрос о правомерности сравнения двух моделей политического развития в результате кризисов политического участия в Киргизии и на Украине. Конечно, в самом ходе «революций» и их последствиях можно усмотреть существенные различия: на Украине противостояние не носило кланового характера, как в Киргизии; действующий президент А. Кучма не стремился продлить свою власть лично, в отличие от А. Акаева (по крайней мере, у А. Акаева не было официального «преемника»); в Киргизии прошли неконкурентные выборы нового президента, что было следствием заключения союза между основными соперниками, в то время как на Украине даже третий тур выборов был конкурентным; различался и сам характер переворота (бескровный и ненасильственный на Украине и с рядом насильственных действий в Киргизии). Однако модель, схема развития событий, общая для двух стран, приводит нас к выводу о том, что эта общность не является случайным совпадением, а объясняется сходными структурными условиями и несколько сходной стратегией старой правящей элиты, своими действиями обрекающей саму себя на поражение без дальнейшей возможности участвовать в политическом процессе. Общую схему событий можно выстроить следующим образом: наличие полицентрического общества с наложенными друг на друга расколами; постепенная монополизация власти правящей элитой и закрытие каналов доступа к власти; организация контрэлиты, опирающейся на бывших представителей власти и массовое протестное движение; неспособность старой элиты, с одной стороны, идти на компромисс с контрэлитой, с другой – применить силу для выхода из кризиса; победа контрэлиты в результате массовых выступлений нелегальным путем, но с последующей легитимацией через выборы; обещания широкомасштабных конституционных реформ; формирование новой элитой правительства из представителей только одной политической силы (клана) по принципу «победитель получает все»; неустойчивость и падение этих правительств, внутривластный конфликт политики «президент – правительство» и «президент – парламент»;

всяческое затягивание «неудобных» конституционных реформ; фактическое отсутствие демократизации политической системы и углубление регионального раскола при отказе институционализировать оппозицию и допустить ее к принятию политических решений; падение уровня жизни населения и уровня легитимности власти, создающее угрозу ее полного поражения на следующих выборах, – все это говорит о принципиальной возможности и продуктивности сравнительного анализа указанных процессов. Представляется, что и задачи перед правящей элитой двух стран стоят сходные: найти такие способы и приемы распределения власти по горизонтали (между элитой и оппозицией) и вертикали (между центром и регионами), которые бы не углубляли, а помогли преодолеть регионально-социальные расколы и сформировать устойчивую политическую систему. По всей видимости, на Украине такая формула уже найдена (остается только подождать, выдержит ли она проверку временем на устойчивость, работоспособность и эффективность), в Киргизии же процесс ее создания несколько затянулся, что означает высокую вероятность новых политических кризисов как на уровне элиты, так и с привлечением масс. Учитывая особенности политической культуры, можно предположить, что в Киргизии такой кризис может стать более острым, чем в Украине, и привести к более неблагоприятным последствиям, разрушив неустойчивую, находящуюся в процессе становления политическую систему.

Примечания

- ¹ См., например.: *Huskey E. Kyrgyzstan: The Politics of Demographic and Economic Frustration // New States, New Politics: Building the Post-Soviet Nations / Ed. by I. Bremmer, R. Taras. Cambridge, 1997. P. 268.*
- ² Цит. по: *История Киргизской ССР: С древнейших времен до наших дней: В 5 т. Т. 1: С древнейших времен до середины XIX в. Фрунзе, 1984. С. 433.*
- ³ Там же. С. 462.
- ⁴ Чтобы понять масштабы промышленного производства в восточных областях, достаточно одного примера: одна только Донецкая область УССР занимала в СССР третье место по общему объему промышленного производства.
- ⁵ См.: *Киргизская Советская Социалистическая Республика // Большая Советская Энциклопедия / Редкол.: А.М. Прохоров (гл. ред.) и др. 3-е изд. Т. 12. М., 1973. С. 166.*

- ⁶ См.: *Омаров Н.* Эволюция политической системы Кыргызстана в 90-е годы XX – начале XXI в.: Итоги и перспективы демократического строительства // Политический класс. 2005. № 6.
- ⁷ См., например: *Панфилова В.* В Киргизии сложилось двоевластие: После дележа должностей следует ждать передела собственности // Независимая газета. 2005. 28 марта. С. 6.
- ⁸ См.: *Акаев А.* Об уроках мартовских событий в Киргизии // Политический класс. 2005. № 4.
- ⁹ Так, Ю. Тимошенко утверждает, что на ее предупреждения о потере президентом в результате такой реформы реальной власти В. Ющенко, тогда еще кандидат в президенты, ответил в том духе, что главное – это проголосовать за реформу сейчас, а потом можно и нужно любыми способами ее отменить.
- ¹⁰ См.: *Панфилова В.* Выбирать придется президенту Бакиеву: В Киргизии разработаны три предварительных проекта новой Конституции республики // Независимая газета. 2006. 22 июня. С. 8.
- ¹¹ Примечательно, что из-за противоречий в законодательстве правительство «не обратило внимания» на вотум недоверия, не сложило свои полномочия и продолжило работать.
- ¹² Недавние события, связанные с выходом из правительства членов «Нашей Украины», в целом не опровергают эти выводы: во-первых, в правительстве остаются министры президентской квоты; во-вторых, сам президент осудил решение членов своей партии покинуть правительство, дав понять, что он остается сторонником «большой коалиции».

ИСТОРИОГРАФИЯ КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ ПРОЕКТ

В последней трети XX в. методология исторического знания была потрясена «лингвистическим поворотом» и «постмодернистским вызовом». Наступил затяжной эпистемологический кризис, поставивший под сомнение доступность и неизменность прошлого, что подрывало способность историков определять себя во времени. Состояние современной зарубежной и отечественной исторической науки характеризуется как «блестящий разброд» (Г. Нэш), «раскрошенная история» (Ф. Досс), «история – гибрид, не поддающийся классификации» (Д. Тош), «дискретность исторической науки» (А. Филюшкин).

Истоки этого кризиса глубоки и сложны и связаны не столько с кризисом исторической науки, сколько с кризисом человеческого общества XX века. Постмодернизм стал своеобразным вызовом основам современного мира, а история как одна из главных объяснительных систем, организующих общество, как наука о жизни подверглась его атаке первой. Историю обвинили в схоластике, ей перестали доверять, и престиж профессиональной корпорации историков в конце XX в. по сравнению с его началом упал.

Какие же трудности испытывает сегодня история как наука? Прежде всего, оказался размытым единый научный исторический метаязык. Историческая наука рассыпалась на разные отрасли, представители которых не в состоянии определить свое место в общем труде. А это приводит к тому, что «территория истории» все более поглощается другими науками. Самый впечатляющий пример – вторжение математических наук в историю. Они быстро стали играть ведущую роль в некоторых отраслях исторического знания, создавая очередную греющую душу иллюзию «точного научного знания», вылившуюся в сомнительное утверждение, что с научной точки зрения существует только количественная социальная история. И несмотря на призывы

гуманитариев, что «считать, конечно, надо. Но прежде хорошо бы понять, что мы будем считать»¹, количественные методы исследования претендуют на то, что без них ни один исторический труд не может рассматриваться как научный. Они обрели прочные позиции в социальной и экономической истории и начинают укореняться в источниковедении, текстологии, истории повседневности.

Все это привело к тому, что историческое сообщество заняло странную позицию: историки, придерживающиеся традиционного исторического познания, пытаются «выпихнуть» все новации в другие науки, объявляя их «неисторическими». Представители современных подходов считают традиционных историков «поставщиками архивов, работающими во имя грызущей критики мышей» (К. Маркс).

В этих условиях доминирующим направлением в современной российской исторической науке все еще остается исторический позитивизм. Правда, он не внес ничего нового в свою теоретическую базу. Современные позитивисты по-прежнему исходят из того, что исторический поиск происходит в сознании исследователей и зависит от его субъективных параметров. При этом они убеждены, что историк способен в принципе реконструировать прошлое, установить истину и подлинные факты. В качестве оправдания у позитивистов большую популярность приобрела идея эпистемологической купюры², суть которой в том, что недостатки исторических трудов порождены внешней конъюнктурой, т. е. причины пороков историографии коренятся в презентизме, что в современной интеллектуальной ситуации выглядит малоубедительно. Да и что могут возразить такие исследователи на замечание Х. Уайта: «Историки и хотели бы говорить буквально и ничего, кроме истины... но невозможно повествовать, не прибегая к фигуративной речи и дискурсу, который по своему типу является скорее поэтическим (или риторическим), чем буквалистским... Историография является дискурсом, который, как правило, нацелен на конструкцию правдоподобного повествования о серии событий»³.

Борьба с выводным знанием в гуманитаристике последней трети XX в. привела к большим переменам в исторической науке. Историки наконец осознали глубокую теоретичность своего ремесла. Утвердилось представление, что если XIX век прошел при доминировании источниковедения в историческом знании, то XX век ознаменовался первенством историографии. Историография была тем локомотивом, который тянул за собой весь

разнокалиберный состав исторической науки. Поэтому справедливо заметил Ф. Анкерсмит: «Ясно и имплицитно формулировать общие правила, в соответствии с которыми должны быть сделаны решающие соображения в историографических дебатах, – это задача не философов истории, а историков»⁴.

В этом контексте первенствующее значение приобретает современное определение предмета историографии. Важнейшая методологическая категория, конструирующая все содержание историографии как самоценной исторической дисциплины, от которой зависят границы ее проблемных полей и исследовательская культура, так и осталась дискуссионным моментом.

В наследство от периода советской исторической науки мы получили понимание историографии как специальной отрасли исторического знания, значение которой возрастало, что явилось, на мой взгляд, главным достижением этого этапа науки. Внимание к определению предмета историографии было привлечено во введении к первому тому «Очерков истории исторической науки в СССР» (1955) и в курсе лекций А.В. Черепнина «Русская историография до XIX века» (1957). Была дана развернутая характеристика предмета историографии: 1) изучение процесса накопления знаний о человеческом обществе; 2) история введения в оборот ранее неизвестных источников и историографических памятников; 3) история борьбы различных течений в исторической науке, классовая обусловленность теории исторического процесса⁵.

Такое понимание алгоритма историографии было закреплено выходом в свет первого учебника по историографии «Историография истории СССР с древнейших времен до Великой Октябрьской социалистической революции», подготовка которого полностью была заслугой коллектива Историко-архивного института.

В этом учебнике подчеркивалось, что «историография – это особая научная дисциплина, изучающая историю исторической науки, содержание которой таково: изучение процесса накопления знаний о развитии человеческого общества и превращение их в науку, характеристика различных взглядов на исторические явления, рассмотрение процесса совершенствования методов исторического исследования...»⁶. Вывод был следующим – эта особенность историографии сближает ее с историей философии, социологией и историей общественно-политической мысли.

В связи с тем что единое понимание историографии в исторической науке не складывалось, назрел вопрос о предмете и содержании университетского курса историографии истории СССР. В 1962 г. со статьи А.М. Сахарова «Предмет и содержание университетского курса истории СССР»⁷ начинается дискуссия по этой проблеме. Автор статьи разделял точку зрения Л.В. Черепнина, а именно: «Понятие “историография” имеет более широкое и глубокое значение – значение науки, которая изучает развитие исторической науки в целом в какой-либо стране или в ряде стран, выясняя, как постепенно складывались представления о прошлом человечества, о развитии человеческого общества»⁸. Сам же А.М. Сахаров в итоге дал крайне политизированное и малопродуктивное определение: «Историография является особой областью исторической науки, имеет свой предмет, свою проблематику, свои приемы исследования и обобщения материала, вытекающие из общих принципов марксистско-ленинской методологии изучения исторических явлений и процессов...»⁹.

В 60-е годы стало распространяться и более широкое понимание истории исторической науки. Так, А.Л. Шапиро сформулировал следующую дефиницию: «История всякой науки – это прежде всего новые научные открытия и их внедрение в жизнь и практику»¹⁰. Эта позиция нашла своих сторонников, и расширенное понимание историографии вошло в историографические работы. Теоретическое обоснование такого подхода предложил Л.В. Черепнин: «Было время, когда предметом историографии считались лишь труды так называемых академических историков, т. е. специалистов-профессионалов... Но этот этап уже пройден нашей отечественной историографией... Историческая литература далеко выходит за рамки так называемой академической науки, но именно она-то и прокладывает новые пути в понимании исторического развития...»¹¹.

Таким образом, эволюция понимания предмета историографии в советской исторической литературе шла в направлении от сведения историографии к разновидности истории общественно-политической мысли до самого широкого охвата всех возможных произведений на историческую тему; от историографии – истории исторической мысли к историографии – истории исторической науки и, далее, к историографии – истории исторических знаний. В результате эта конфигурация оказалась чрезвычайно перегруженной, рыхлой, а когда к ней с легкой руки специалистов по советскому периоду прибавился еще

и научно-организационный аспект, то горизонты историографических штудий раздвинулись до неоправданных размеров. И понимание этого присутствовало: неслучайно раздавались предложения выделить собственно «историографию» как анализ литературы по проблеме из истории исторической науки (А.М. Сахаров).

В 80-е годы дискуссия о предмете историографии сошла на нет, так и не предложив единого понимания вопроса.

В советской историографии с ее ограниченными рефлексивными возможностями столь широкая трактовка историографии как истории исторической науки, включившей в себя и теоретический уровень исторической науки, и ее организационный уровень, и историю исторической мысли, была понятна, но отнюдь не бесспорна. И главное возражение в данной конфигурации истории исторической науки вызывает включение в нее донаучного знания.

Однако именно эта перегруженная и уже исчерпавшая себя советская модель истории исторической науки благополучно перекочевала в современную историографию и, судя по всему, приготовилась к долгому бытованию. В соответствии именно с такой моделью выстраивается преподавание историографии в высшей школе¹², что сегодня уже не может не вызывать беспокойства.

В XX столетии историописание претерпело существенные изменения, которые переформатировали базовые аксиомы ремесла историка. Радикально переосмыслены статус прошлого, значение архива, источника и роль историка, обновилась представления о масштабе анализа в историческом поиске, впервые историки задумались о текстуальном измерении (письме) исторической науки, яснее стала гипотетичность любой трактовки явлений прошлого, потенциальный характер целостности истории. Эти идеи почти одновременно появились в разных странах: во Франции, Англии, Германии, России, Италии, США, наметив горизонты антропологически ориентированной истории.

В начале XXI в., пережив интеллектуальную революцию 1960–1980-х годов, прагматический и культурный повороты 1990-х годов, профессиональное историческое сообщество сохраняет тенденцию к антропологизации истории. В условиях России, с ее особенностью так называемого отложенного восприятия в культуре интеллектуального заимствования, сложился антропологический подход в историографии. Согласно ему

предметом истории науки становится научный быт. Исследователей интересует уклад жизни ученых, совокупность обычаев, привычек и нравов. Историографы выделили ученых-историков и ввели в научный оборот новый термин – «историографический быт», который включает в себя внутренний мир науки, неявно выраженные правила и процедуры научной жизнедеятельности, являющиеся важными структурными элементами сообщества ученых. Введение этого понятия позволяет реконструировать научную повседневность и расширить проблематику историографических исследований, в частности – обратиться к изучению субъективного фактора в развитии науки. Историографы начали исследовать индивидуальность историка, ее влияние на развитие исторической мысли. Параллельно идет поиск образа русского ученого, ценностных ориентаций историков. Особое внимание привлекают и коммуникации русских историков – причем особый акцент делается на неформальных способах коммуникации. Здесь объектом исследования становятся кружки, салоны, журфиксы и другие неформальные объединения ученых. «Кружковая» организация повседневности создавала и воспроизводила стереотипы, которыми жили русские ученые¹³.

Таким образом, антропологический подход способствует изменению проблематики исследований: историографы переключились на анализ творческой личности историка, его исследовательской лаборатории, что позволило, по их мнению, по новому взглянуть на раскрытие концепции историков.

Тем не менее умозаключение о качественной новизне антропологического подхода в историографии представляется сомнительным.

Дело в том, что все, о чем мы рассуждаем как о новациях современности, складывалось практически на протяжении всего XX века и так или иначе было известно. Анализ процессов, происходивших в социальных науках в XX в., убеждает, что «лингвистический поворот» 1970-х годов – это последний всплеск формирующейся еще с начала XX в. лингвистической парадигмы в гуманитарном знании¹⁴. Прагматический поворот, связанный с переосмыслением практик (имевший вполне определенное значение в марксизме), также наметился в межвоенный период XX в. Интерес к субъекту периодически то усиливается, то ослабевает в гуманитарном знании. Да и основы теории исторического познания, то, что французы в начале XX в. нарекли эпистемологией, были сформулированы еще в середине века XIX¹⁵.

Что касается отечественной историографии, то большинство элементов, из которых сейчас составляется «историографический быт», были сконструированы такими крупными историографами советского периода, как М.В. Нечкина и Л.В. Черепнин, и давно применяются нашими исследователями. Поэтому современный отечественный вариант антропологически ориентированной историографии не представляется чем-то принципиально новым для современной историографической ситуации. Он полностью укладывается в концепт «истории исторической науки» и даже точнее и корректнее передает ее содержание, чем советская версия.

Кроме того, антропологическая версия историографии исходит из постулата «двойной прозрачности». Его основные послы гласят: 1) источники содержат в себе свидетельства прошлого, которые исследователь может извлечь, используя правильные методы; 2) сам текст источника не считается непреодолимым препятствием на пути постижения прошлого¹⁶. А это означает, что антропологическая версия историографии продолжает оставаться в поле модернистской науки.

В начале третьего тысячелетия профессиональное историческое сообщество ищет способы легитимации собственной познавательной деятельности. Об этом свидетельствуют историографические труды нового типа, в которых анализируются теоретические проблемы исторического анализа. В лучших своих работах историки демонстрируют эвристические возможности нового понимания соотношения теории и практики, которое оформилось в конце XX в.

Тогда же значительные методологические преимущества получила лингвистика, узурпировав в гуманитаристике проблему текста/дискурса. Историография оказалась поколеблена релятивизацией истины и идеей предпосылочного характера всякого научного писания. В то время вполне можно было предположить превращение истории в составную часть культурологического комплекса дисциплин. Этого не произошло. И дело не только в непоколебимости историков, ведущих новые бои за историю. Дело в том, что структура современного социального бытия все еще нуждается в оправдывающей и объяснительной деятельности историознания.

Условием мирного соглашения, увенчавшего баталии XX века, стало усвоение историознанием уроков постмодернистского вызова, что отчетливо проявляется в складывающихся сейчас образах исторической науки. Новое соотношение сил в проблемно-

концептуальной области гуманитаристики отражает положение о «средней линии», на которое теперь ориентируется отечественная история историознания, задавая таким образом модель исторической науке в целом. Смысл «средней линии» заключается в использовании результатов лингвистического поворота для выдвижения на авансцену проблемы дискурсивных практик историка. К этой оценке могут быть подтянуты и иные характеристики современного состояния историознания, например, «сбалансированная оценка» (характеристика В.В. Согриним методологического опыта Б.Г. Могильницкого). Однако выбор историков остается неизменным – на основе научных штудий стремиться концептуализировать социальное (Ж. Ревель)¹⁷.

Сегодня уже очевидно, что единственным критерием современного восприятия исторического может быть признание его разнообразия. В историко-философской литературе обосновывается плодотворная мысль о том, что для выражения многомерности и презентативности состояний социальной реальности в терминах различных методологий целесообразно утвердить концепт «историчность»¹⁸. Это будет означать введение в дополнение к линейному времени (классическая рациональность) событийного (неклассическая рациональность) и презентативного (постнеклассическая рациональность) времени. Положенные в основу описания социальной реальности новые временные характеристики предлагают различные трактовки истории. В классической рациональности история представлена как последовательная смена состояний с выраженной зависимостью последующего состояния от предыдущего (принцип детерменизма). Такое понимание истории фиксируется в теориях классического образца, носящих завершенный характер. В неклассической рациональности социум трактуется как открытая система и история мыслится вариативно. В постнеклассической рациональности история распространяется на сферу бытия мысли, где речь идет о смыслообразующем ее содержании. Все обосновывает многообразие теоретических подходов в исторических исследованиях.

Парадигма исторической науки, переживающая современный этап своего становления, связана с открытостью исторического познания и включает в себя состояние сознания исследователя. С этой точки зрения неслучайно в современных исследованиях получил популярность жанр интеллектуальной истории, изучающей творческую активность людей со всеми обстоятельствами ее осуществления.

Все эти теоретические новации имеют важные последствия для историографии. В усложнившихся условиях существования современной исторической науки и все возрастающего значения историографии как основной формы коммуникации возвращение к проблеме определения предмета последней приобретает первостепенное значение, для того чтобы историческая наука смогла позиционировать себя как строгую науку. Поэтому сейчас настало время и сложились теретико-методологические основания, чтобы развести по разным нишам философию истории, историю исторической мысли и историографию.

Хотя отношения с другими социальными науками в разные периоды складывались неоднозначно, представители историографии всегда верили в общее коммуникативное пространство общественных наук. Эта вера сохраняется и сегодня. Поубавилось только восторгов по поводу неограниченных возможностей универсальных законов, исторического синтеза, математических методов и т. п. Изменилось представление о характере нашего знания о прошлом. Да и само прошлое теперь уже не то, что было на самом деле, и даже не реконструкция, а образ, репрезентация или конструкция. Многократно увеличилось количество тем и сюжетов, интересных и доступных историкам. И хотя междисциплинарное взаимодействие не является односторонним – исторический подход сохраняется как общенаучный метод, – именно история по-прежнему является главной дисциплиной, создающей научное знание о прошлом.

Ситуация кризиса часто воспринимается драматически, и совершенно зря. Оптимизм и уверенность в состоятельности исторического познания произрастает на кризисах историографии, которые являются необходимыми моментами в перманентном обновлении исторической мысли. При этом обновляемость научной мысли надо понимать как атрибутивное свойство научности. Тогда существование исторического знания как постоянно обновляемого и позволит квалифицировать его как знание научное.

Примечания

- ¹ Цит. по: *Копосов Н.Е.* Как думают историки? М., 2001. С. 66–67.
- ² Там же. С. 219.
- ³ *Уайт Х.* Метаистория. Екатеринбург, 2002. С. 13.
- ⁴ *Анкерсмит Ф.* История и тропология: взлет и падение метафоры. М., 2003. С. 216.

Н.В. Иллерицкая

- ⁵ См.: Очерки истории исторической науки в СССР: М., 1955. Т. 1. С. 7–9; Черепнин Л.В. Русская историография до XIX века. М., 1957. С. 4–5.
- ⁶ Историография истории СССР с древнейших времен до Великой Октябрьской социалистической революции / Под ред. В.Е. Иллерицкого, И.А. Кудрявцева. М., 1971. С. 3.
- ⁷ См.: Сахаров А.М. Предмет и содержание университетского курса историографии истории СССР // Вопросы истории. 1962. № 4. С. 142–145.
- ⁸ Черепнин Л.В. Русская историография до XIX века. М., 1957. С. 3–4.
- ⁹ Сахаров А.М. Указ. соч. С. 114.
- ¹⁰ Шанифо А.А. Некоторые замечания о периодизации истории советской исторической науки // История СССР. 1961. № 3. С. 81.
- ¹¹ Черепнин Л.В. Исторические взгляды классиков русской литературы. М., 1968. С. 3.
- ¹² См.: Историография истории России до 1917 года: В 2 т. М., 2003.
- ¹³ Подробнее см.: Мамонтова М.А. Антропологические поиски в современной отечественной историографии // Методологический синтез: прошлое, настоящее, возможные перспективы. М., 2005. С. 151–154.
- ¹⁴ См.: Коносов Н.Е. Замкнутая вселенная символов // Хватит убивать кошек! М., 2005.
- ¹⁵ См.: Дройзен Й.Г. Историка. СПб., 2004 (первая нем. публикация 1858 г.).
- ¹⁶ См.: Анкерсмит Ф. Указ. соч.
- ¹⁷ Подробнее см.: Бухараев В.М., Мягков Г.П. По обе стороны от «средней позиции»: что же дальше, историческое познание? // Методологический синтез... С. 52.
- ¹⁸ Подробнее см.: Зубкова И.А. Современное состояние исторической науки: о некоторых результатах поиска новых парадигмально-методологических ориентаций // Историческая наука и методология истории в России XX века. СПб., 2005. С. 57–65.

ТЕРРОР КУЛЬТУРЫ В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В 1990-е годы началась научная дискуссия между двумя американскими политологами, создателями картин глобального мира на исходе XX века: Самюэлем Хантингтоном и Фрэнсисом Фукуямой. Этот спор показывает замечательный пример научной коммуникации, когда каждый из участников не ставил своей задачей опровергнуть собеседника и утвердить свой, «правильный» взгляд на проблему. Дискуссия послужила приращению положительного знания, хотя и неоднозначного содержания. С другой стороны, поле их интеллектуальных разногласий ничем не напоминает грустную практику дискуссий в нашем отечестве, когда каждый говорит о своем, не вникая в позицию собеседника. Выстраивая современную картину глобализирующегося мира, ученые акцентировали разные аспекты и получили разные вероятностные модели. Спор шел о факторах развития, о своего рода main stream мировой цивилизации. Определение «болевых точек» мирового развития имеет решающее значение как для реальной жизни, так и для развития гуманитарной науки – что и как изучать.

Ф. Фукуяма «проснулся знаменитым» после публикации в 1989 г. статьи «Конец истории» в журнале «The National Interest». Статья была переведена в 30 странах мира и послужила началом дискуссии о судьбе «западной идеи», которая только разгорается в наши дни. Потрясенный этим успехом, Ф. Фукуяма в 1992 г. опубликовал книгу с аналогичным названием «Конец истории и последний человек», где свои идеи обосновал и развил до уровня модели глобального мира. Книга позволила некоторым его оппонентам говорить о «фукуянизме» как особой системе критериев концептуальной оценки мирового развития и создания прогностической картины истории.

На пике своей популярности Ф. Фукуяма обрел и наиболее весомого и основательного своего оппонента – профессора

С. Хантингтона, который в 1993 г. опубликовал статью «Столкновение цивилизаций» в журнале «Foreign Affairs», а затем, в 1996 г., книгу с тем же названием, переведенную на 22 языка мира. В чем же обозначилось первоначальное расхождение позиций двух мэтров?

Главная идея, предложенная Ф. Фукуямой, состояла в тезисе об универсальности тех ценностей, которые были выработаны западными демократиями. «Триумф Запада» после падения его основного соперника – коммунистического проекта мирового устройства – убедил американского политолога и философа в отсутствии убедительных альтернатив либеральной идее. Казалось, что креативная задача истории решена, оставалось только распространить найденные общечеловеческие ценности на весь остальной, более «отсталый» мир. Прежняя история, полная противоборства, предполагала высокий инновационный потенциал: «готовность рисковать жизнью ради чисто абстрактной цели, идеологическая борьба, требующая отваги, воображения и идеализма». Победа западных идеалов обещала вместо пафоса борьбы скуку экономических расчетов, технологических проблем, удовлетворения изощренных запросов потребителя. «В постисторический период нет ни искусства, ни философии; есть лишь тщательно оберегаемый музей человеческой истории», – писал Ф. Фукуяма. Невеселое будущее «цивилизованного мира» заставляло самого прорицателя задаваться поначалу риторическим вопросом: «Быть может, именно эта перспектива многовековой скуки вынудит историю взять еще один, новый старт?».

Изящество позиции С. Хантингтона состояло в том, что он усилил лишь один из тезисов своего оппонента, развив его в самостоятельную концепцию. И тезис о «главенстве культуры» в современном мире ставил под сомнение всю авторскую теорию мирового развития. «Смерть» мировой истории, скука мирной эволюции сменилась впечатляющей картиной глобального «столкновения цивилизаций». Точка соприкосновения двух концепций мировой истории – С. Хантингтона и Ф. Фукуямы – была обозначена статьей Ф. Фукуямы «Главенство культуры», которая появилась в 1995 г. Фукуяма выделяет несколько областей, в которых происходят главные коммуникационные процессы в современном мире. Это идеология, политические институты, социальные структуры, культура. Если коммуникации на первых трех уровнях сложны, но поддаются воздействию и контролю, то межкультурные коммуникации представляют со-

бой главное препятствие уже своей непредсказуемостью. Этот «глубочайший уровень» охватывает такие явления, как структура семьи, религия, моральные ценности, поведенческие модели и эстетические предпочтения.

Сам Ф. Фукуяма из тезиса о «главенстве культуры» выводил лишь проблему особой трудности усвоения западных культурных ценностей остальным миром, не сомневаясь в их универсальном характере. Напротив, в центре равновесной концепции С. Хантингтона расположилось утверждение о решающем, поистине фатальном характере культурных различий в современном мире.

К этому времени уже была широко известна теория С. Хантингтона о «третьей волне» демократии после Второй мировой войны (одноименная книга вышла в 1991 г.). Ф. Фукуяма соглашается с этим термином, но указывает, что межкультурные коммуникации обойдены вниманием автора. Тем самым он подтолкнул своего оппонента к следующему шагу. К тому же в 1990-е годы разрушительная, практически непреодолимая сила межкультурных конфликтов уже в полной мере проявила себя. В конце 1990-х годов были предприняты попытки рассмотреть «вызов азиатского авторитаризма» с точки зрения культурного диалога или культурного конфликта, т. е. на высшем, «четвертом уровне», по классификации Ф. Фукуямы. В смешении политико-идеологической и культурной составляющих этого конфликта Ф. Фукуяма видел концептуальную ошибку С. Хантингтона. Связь культуры с политическими институтами и даже с религией представлялась ему гораздо более запутанной. Демократические институты прекрасно уживаются с конфуцианством и буддизмом, передовые технологии – с исламом. Но культурная идентификация людей часто бывает весьма далека и от демократических принципов, и от информационных технологий. Ф. Фукуяма убежден, что на пути к глобализации мира «истинная битва произойдет на уровнях гражданского общества и культуры», именно эти сферы имеют «критическое значение»¹.

Выдвижение культуры на роль главенствующего в мировой политике фактора объединяет позиции обоих ученых, делает их диалог тем продуктивнее, что в предлагаемое интеллектуальное пространство включены сходные размышления целого ряда мыслителей XX века, среди которых О. Шпенглер, М. Вебер, Э. Дюркгейм, П. Сорокин, А. Тойнби, А. Вебер, Ф. Бродель. Если в XX в. идеологические конфликты играли исключительную роль в международных отношениях, то в наступившем столетии

основные проблемы кроются в межкультурных противоречиях. Таким образом, именно культура будет определять коммуникативное пространство XXI века. Человечеству предстоит испытать настоящую «террор» культуры, влияющей на политику, идеологию, экономику и более всего – на отношения людей, народов и стран.

Дискуссия приносила все более ощутимые плоды, оттачивая позиции и аргументацию обоих авторов. Выход в свет книги С. Хантингтона «Столкновение цивилизаций» в 1996 г. обозначил момент наибольшего расхождения позиций. Оба автора уже напряжимо оппонировали точку зрения другого. Если Ф. Фукуяма ожидал эволюционную «скуку» международных отношений, то С. Хантингтон убеждал своих читателей в неизбежности культурных конфликтов цивилизационного уровня. Неординарность, а подчас и шокирующий характер выводам С. Хантингтона придавала уверенность автора при введении новых терминов. Ему принадлежат понятия «война цивилизаций», «стержневые государства», «линии культурных разломов», «культурная перестройка глобальной политики». По его мнению, «политические границы все чаще корректируются, чтобы совпасть с культурными... Культурные сообщества приходят на смену блокам времен “холодной войны”... Глобальная политика отчетливо выстраивается вдоль “линий культуры”»².

Главный вывод автора состоит в том, что границы цивилизации потеряли национальный облик и стали определяться культурой. Карта мира изменилась, и новые границы пролегают не по политическим или национальным, а по культурным разломам. Из этого тезиса многие критики делали пессимистический вывод о неизбежности «войны цивилизаций», что вызвало возражения автора. Однако более пессимистическая, по сравнению с Ф. Фукуямой, картина мира, представленная С. Хантингтоном, давала основания для таких толкований.

В 1999 г. вышла книга Ф. Фукуямы «Великий разрыв», продолжившая диалог двух политических социологов. Ф. Фукуяма, в отличие от С. Хантингтона, обратился к исследованию «социального капитала» Запада, видя его уменьшение в распаде семьи, падении рождаемости, росте преступности и т. п. Повышенное внимание к культурным основам западного общества отодвигало на периферию проблему межкультурного конфликта Запада с не-Западом.

Между тем в дискуссию включались все новые исследователи и политики. В конце 1990-х годов авторитетные представите-

ли гуманитарных наук утвердился в мысли о принципиально ином делении мира. Отказ от географического и политического критерия при составлении «карты мира» привел к окончательному переходу от формулы «кровь и почва» к формуле «язык и культура». Составленная С. Хантингтоном по признаку культурной идентификации карта мира выглядит непривычно, выделяя от 5 до 16 культурных единиц, которые вступают между собой в глобальную коммуникацию. Ее характер определяется ценностями, догмами, предпочтениями, предубеждениями, взаимонепониманием – всем тем, что включает в себя культура³.

Трагическим участником научного спора стали события 11 сентября 2002 г. Диалог перешел из сопоставления точек зрения в стадию нового вопрошания. Ф. Фукуяма ставит глобальные вопросы по отношению к будущему мира в статье «Началась ли история снова?» (2002 г.). С. Хантингтон написал шокирующую книгу «Кто мы?» (2004 г.), подвергая беспощадному анализу кризисные явления западного общества.

Диалог продолжается. Все больше сторонников обретает пессимистическая точка зрения С. Хантингтона. Проблема коммуникации мировых цивилизационных образований с различной культурой из области теории перешла в плоскость практической задачи выживания человечества. Разница между XX и XXI веками обозначилась кардинальная. В XX столетии различия и проистекающие из них международные конфликты располагались в сфере идеологии, реже – политики. В наступившем столетии главную роль будут играть межкультурные противоречия. Область межкультурных отношений перестала быть лишь технологией коммуникаций, превратившись в самую «горячую точку» политической и повседневной жизни.

Культура стала опасной областью коммуникации. Мы имеем дело со своего рода глобальной «культурной революцией», действие которой многократно усилено революционными изменениями в области информации и коммуникации. Под воздействием этой революции все сдвинулось с привычных мест. В экономике источник благосостояния переместился из сферы производства в сферу услуг, в социальной сфере идет «атомизация» общества, в политике все решают имидж и презентация, «производство новостей» заменило информацию, а в самой культуре царит массовая культура досуга и развлечений. При этом культурный «террор» имеет весьма неэффективные способы управления и регулирования. Книга Ж. Бодрийера «Общество потребления: Его мифы и структуры» дает обстоятель-

ный анализ склонностей современного европейского общества. Пессимизм вывода очевиден. Сформированная потребительством «идеология Средиземноморского клуба», основанная на приоритете досуга, индустрии развлечений, рушит социальные иерархии⁴.

Современные экономисты, говоря об экспансии культурных ценностей в традиционные области маркетинга и макроэкономики, используют понятие «метакультурный период»⁵. Возможности глобальной коммуникации позволили сформировать культурные стереотипы повседневной жизни, которые в разных странах мира лишены национального облика и носят универсальный характер. Они определяют сходство потребительского поведения людей в разных странах и являются основой для рекламных стратегий и деятельности индустрии сервиса и развлечений. С их помощью можно управлять социальным поведением масс и вероятно-но моделировать результаты целенаправленного культурно-информационного воздействия.

Глобализация, которая уже состоялась в области экономики и информации, стремительно развивается в политике, идеологии, открывает культурное пространство. Культурный «предел» мира, возникающие культурные границы переносят проблемы коммуникаций из сферы международных отношений на почву межкультурного взаимодействия. Даже отечественные исследователи межкультурных коммуникаций все чаще используют выражение «культурные очки», которое принадлежит отцу-основателю теории межкультурных коммуникаций Э. Холлу⁶.

Следует ожидать репрессивного воздействия культуры на стиль и содержание коммуникаций. Коммуникация, с ценностной точки зрения, высоко ставит такие качества, как толерантность, компромисс, интересы группы. Напротив, современная культура ассоциируется с гипертрофированной свободой выбора, апологией индивидуальности и самобытности. В известном смысле они антагонисты. Теории межкультурных коммуникаций следовало бы именовать теориями межкультурных конфликтов. По сути, успешные коммуникации возможны лишь в том культурном пространстве, которое Ф. Фукуяма называет «радиусом доверия». Это сфера, где совпадают основные ценностные и культурные ориентиры отдельного человека и общественных групп⁷. Но и этот «социальный капитал» может служить разрушительным целям, разрушительным по отношению к тем, кто находится за пределом «радиуса доверия».

Успех предложенных теоретических моделей глобального мира при всей их дискуссионности не подкреплен столь же убедительными проектными разработками. В метакультурный период проблемы культурной коммуникации приобрели гипертрофизированное значение. Но при этом они почти не имеют механизмов управления, поскольку теория межкультурных коммуникаций находится в стадии вопрошания, а не на фазе практических проектов.

Американский социолог М. Элтон, основатель доктрины «человеческих отношений», утверждал, что XX век, добившись впечатляющего прогресса в материальной и научных сферах, в области «человеческих» отношений остался на уровне «случайных догадок» и предположений. Да и с точки зрения историка XX век предстает поистине великой неудачей человечества. Ни одной системной идеи, способной заморозить умы, ни одного полнокровного художественного стиля. Такая оценка итога XX века вытекает из знаменитой книги «Здоровое общество», которую написал лидер Франкфуртской социологической школы Э. Фромм, главный оппонент З. Фрейда⁸. Вопреки названию речь идет о поиске способов преодоления «болезней», порожденных культурой и психологией.

В чем суть практической проблемы? Какие аргументы может внести новейшая история России в картину культурных коммуникаций предстоящего столетия? Актуальность этой проблемы в России видна уже из того, с какой небывалой скоростью книга С. Хантингтона «Столкновение цивилизаций» была переведена на русский язык – буквально через несколько месяцев после ее выхода. Негативно принятая в США, получившая позитивную реакцию в Европе, она даст обильный материал для размышлений и суждений в России.

В свете теорий Ф. Фукуямы и С. Хантингтона важнейшей задачей формирования коммуникационного пространства современной России является установление контактов с европейской цивилизацией. С точки зрения глобализации культурного пространства наиболее показательно интеллектуальное предложение. Прошли те времена, когда советская страна предлагала иностранным читателям идеологическую литературу, а то и переводы отчетов о судебном процессе «троцкистско-зиновьевского террористического центра». Сделав очередной круг, русская идея вернулась к эпохе вопрошания: кто мы? на каком языке мы собираемся говорить с Европой и миром? С этих позиций сравнение представлений о современной России у европейцев и

нашего собственного представления о себе является ключевым для построения коммуникативного пространства.

Поскольку русская культура традиционно придает огромное значение печатному слову, можно считать показательными читательские и издательские предпочтения в современной России и в Европе. Образы пересекаются, но отнюдь не совпадают. Книжный ряд из России, представленный на престижных книжных ярмарках – Лондонской, Лейпцигской, Парижском книжном салоне, – существенно отличается от пантеона «тиражных» авторов внутри страны.

Парижский книжный салон 2005 г. был самым представительным для России, поскольку за год до этого на президентском уровне был разработан российско-французский проект создания общего пространства культуры. К тому же Жак Ширак известен как искренний любитель русской культуры и литературы и даже успешный переводчик русской классики. На Парижском салоне Россия была представлена чрезвычайно широко: семь тематических выставок и стенды более сорока издательств. В презентации российской экспозиции участвовали известные писатели: М. Веллер, Б. Акунин, Т. Устинова, Л. Улицкая, М. Маринина, Дм. Быков. Великолепно изданная на русском и французском языках книга «Век русского книжного искусства» исполняла роль впечатляющей визитной карточки, заставляя посетителей вспоминать времена блистательных «Русских сезонов» С. Дягилева.

Вместе с тем опубликованные интервью с именитыми и рядовыми посетителями выставки выявили обескураживающую закономерность. Восхищались русской культурой прошлого столетия: от Пушкина до Серебряного века. Французы демонстрировали твердую уверенность в том, что великая культура России – в прошлом. Настоящее России ассоциировалось с матрешкой, водкой, террором, Чечней и мафиозными разборками.

С чем же связан сегодняшний интерес к русской культуре в Европе? Прежде всего, мода на «русскую перестройку», как и русскую экзотику давно прошла. Это видно по тому перечню авторов, которые приветствовались на Парижском салоне. Ведущие французские издательства, специализирующиеся на русских авторах, предложили посетителям следующие издания: письма М. Мусоргского, дневники К. Чуковского, «Записки об Анне Ахматовой» Л. Чуковской, прозу А. Эфрон, воспоминания Д. Самойлова, дневники 1919 г. З. Гиппиус, труды В. Проппа, М. Бахтина, В. Розанова, книгу Н. Бердяева о А. Хомякове, этюды

Е. Трубецкого о русской иконе и «Одноэтажную Америку» И. Ильфа и Е. Петрова⁹. Почти все пространство востребованной за границей русской литературы занимают издания, которые в самой России числятся «некоммерческими» и «неходовыми». Французам была представлена как раз та литература, которая у нас давно живет на птичьих правах малотиражного издательства «для высоколобых».

Что же касается «массовой» литературы и столь популярных в России детективов, то в 2005 г. из этой серии во Франции были переведены книги Б. Акунина (все!), романы Т. Устиновой, А. Марининой и Л. Юзефович. Зато много раз переиздавались книги Т. Улицкой и Д. Пелевина, А. Битова и С. Алексиевич. Французов не испугала даже сложная структура и «очень русский» культурный слой романа М. Шишкина «Взятие Измаила», как и жестокий роман О. Славниковой «Бессмертный» о русской провинции. Таким образом, у современной русской словесности, отобранной французскими издателями и читателями, оказалось очень привлекательное лицо.

Отечественный выбор произведений для того же Парижского салона 2005 г. создает иной образ литературной России. Даже «лучшее» в представлениях российских издателей производит впечатление хаотичной толпы, разноликой и невыразительной, как на вокзале. Нет «общего выражения» лица. Здесь присутствовало уникальное по исполнению и подбору издание «Пантеон русского андеграунда», в которое вошли около полусотни героев той эпохи: А. Зверева, Д. Краснопевцева, Г. Костяки, О. Рабина, В. Немухина. Так же хороши были альбомные издания «Русский футуризм», «Советский фарфор», академические собрания документов РОССПЭН, «Онегинская энциклопедия». Но целые секции стендов были отданы авторам с безумными версиями русской истории, наполненной образами тайных врагов и заговоров против «святой Руси», бесконечным романам об олигархах, бандитах, проститутках и наркоманах, слово они и составляют основное население сегодняшней России.

Попытки представить дореволюционную Россию в стиле «сказки, которую мы потеряли», столь популярной у отечественного обывателя, в Европе успеха также не имеют. Лубочный образ «прежней России» обладает слишком слабой коммуникативной энергетикой; ему не под силу завязать диалог с иными культурными мирами. И что еще хуже – этот «лейбл» России не признается Западом, который не без причины воспринимает его как разновидность знаменитой «матрешки». Экзотика России

не годится в качестве ее визитной карточки в современном мире. На Венецианском биеннале 2005 г. «Золотой лев» достался крошечному Люксембургу, хотя Россия выставила свои лучшие художественные силы. Экспозиция составлялась из работ известных и признанных в мире мастеров: К. Звездочетова, В. Кошлякова, А. Виноградова.

Специально для биеннале они сделали новые проекты, вернее, ретропроект. Картины художников переносят в Россию конца XIX – начала XX в. Они представляют различные городские типы того времени, нарисованные в виньеточном стиле юмористических журналов начала XX в., «Нивы» и раннего «Крокодила». Полосатые обои гостиных, кружевные занавески, круглые городские тумбы, афиши в стиле «модерн», господа в цилиндрах, дамы в корсетах и колокольни на фоне синего-синего московского неба. Вся эта красота подкреплялась высоким искусством рисунка, стилем и вкусом художников. Но реакция европейской публики и жюри биеннале была благожелательной и слегка отстраненной – «какие странные все-таки эти русские». «Конфетки-бараночки» – такое прошлое годится лишь как товар или рекламная этикетка, но не в качестве основы диалога культур.

Культурная палитра России, представленная на Парижском салоне и Венецианском биеннале 2005 г., отразила ту культурную невнятицу, которая царит в нашем собственном представлении о себе. Разобраться в том, что происходит в российской культуре, пытаются многие отечественные социологи, культурологи, политологи. Аналитические разработки, по существу, находятся на стадии накопления эмпирического материала и догадок. В 2004 г. Российская книжная палата совместно с новосибирской компанией «Топ-Книга» провела исследование внутреннего книжного рынка. И сделала два вывода. Во-первых, налицо кризис перепроизводства в книжной отрасли. Во-вторых, очевиден структурный перекокс в пользу массовой «одноразовой» литературы, искажающий представление о литературных тенденциях. При попытке определить структуру мегатекста под названием «русская словесность» на основе тиражей выводы оказались столь обескураживающими, что аналитики отказались от принципа тиражности.

Книжный рынок в России отдает предпочтение не тем, кто хорошо пишет, а тем, кого хорошо читают. И самопредставление России на зарубежных выставках можно считать адекватным, поскольку слава «самой читающей страны» уже в прошлом. Похоже, что российских интеллектуалов и политиков изу-

мили результаты опроса «Левада-центра» 2006 г., которые показали, что 37% населения России вообще никогда не берут книги в руки, а еще 40% – читают их лишь «время от времени».

Таким образом, значительная часть россиян в словесной коммуникации обходится устной речью и газетными текстами. И в этой области культурные ценности выступают еще более диктаторски, навязывая тон и стиль коммуникаций. Естественный язык, как и культура в целом, никогда не представляли собой ровного поля с точки зрения потенциала межкультурной коммуникации. Не секрет, что целые области культуры, в первую очередь язык, фольклор, обладают могучей коммуникативной энергетикой.

Прошедшие после распада СССР годы обогатили русский язык новыми словами и выражениями, которые имеют высокий коммуникативный порог. По большей части они были рождены на страницах прессы. В повседневную политическую и быденную лексику вошли такие выражения, как «административный ресурс» (аналитическая статья Дм. Ольшанского 1995 г.), «бегство капиталов» (статья Н. Ермакова в «Российской газете» 29 ноября 1991 г.), «вертикаль власти» (статья «Нужна ли нам затяжка времени?» в «Российской газете» 23 мая 1991 г.) и др.

Современное культурно-коммуникативное пространство переполнено словами-сигналами, образными выражениями, которые образуют сложные ассоциативные цепочки. Культурные ассоциации – настоящее «проклятие» коммуникации, поскольку они несут мощную эмоциональную информацию, не выраженную вербально. Меткое слово, намек, образное выражение, яркая цитата могут быстро установить надежный контакт, передать закодированную информацию, достичь мгновенного понимания «принимающей стороны», создать психологический фон коммуникации.

Газета «Московский комсомолец» 20 октября 1994 г. напечатала статью В. Поэгли «Паша-мерседес», в подзаголовке которой стояла фраза: «Вор должен сидеть в тюрьме, а не быть министром обороны». Фраза ассоциативно восходила к любимому герою фильма «Место встречи изменить нельзя», что переносило тень благородного борца с жуликами Глеба Жеглова на автора статьи, вызывая положительное отношение к содержанию материала независимо от уровня его доказательности.

Даже абстрактным цифрам политическая культура придала закодированный смысл. «Русский ассоциативный словарь» 2002 г. констатировал, что в массовом сознании ассоциативная це-

почка числительных выстраивалась следующим образом: пять – пальцев; восемь – часов; сорок – лет; тысяча – рублей; миллион – долларов. Таким образом, «очень большие деньги» ассоциируются у россиян с транснациональным бизнесом, состояниями «олигархов», внешними государственными долгами. Когда возникает цифра с девятью нулями, крупный бизнесмен в массовом представлении превращается в политически опасную и психологически отторгаемую фигуру «олигарха». Тем более что утверждение в русском языке слова «олигарх» имело свою историю.

В начале «перестройки» возникло несколько насмешливо-презрительное отношение к популяции «новых русских». Впервые это выражение употребил журнал «Огонек» в номере от 4 марта 1992 г., а затем содержательно развил «Коммерсантъ» в номере от 7 сентября того же года. Первоначально выражение возникло как калька словосочетания «New Russians» из журнала «Newsweek». Однако оно удачно «легло» на традиционную русскую реакцию по отношению к новым людям, зафиксированную еще в 5-й главе «Евгения Онегина»:

*Лихая мода, наш тиран –
Недуг новейших россиян.*

Очень скоро популяция «новых русских» обрела более негативное обозначение «олигарх». Это слово впервые было использовано в очерке О. Бойко, помещенного в газете «Век» 2 июня 1995 г. А после опубликованного интервью с А. Смоленским осенью 1997 г. иностранное слово обрело широкую популярность не только в журналистской среде, но и в повседневной лексике. Конференция под названием «Будущее России: демократия или олигархия?» в марте 1998 г. узаконила употребление слова в исключительно негативном контексте. Сколько потом ни пытались объяснить неразумным россиянам, что в Древней Греции слово «олигарх» имело совсем другое значение, негативно-оскорбительный характер выражения упрочился.

Опрос ВЦИОМ 2003 г. выявил контингент тех, кто «без особых чувств» воспринял факт появления сверхбогатых людей в России – около 37%¹⁰. В точности такое же количество респондентов считали, что власть в стране принадлежит крупному капиталу¹¹. По опросам ВЦИОМ 2005 г., к олигархам плохо относятся 60% респондентов, а хорошо – 33%. Когда же слово «олигарх» в опросах, обращенных к тем же участникам, заменили на нейтральное «круп-

ные предприниматели», то количество негативных ответов снизилось до 41%, а положительных – повысилось до 53%¹².

Аналогичную эволюцию в процессе коммуникации, хотя и более медленную, переживает термин «пиар». Впервые это слово в российской прессе без перевода и в совершенно нейтральном смысле появилось в статье Дм. Богдановича об американской компании PBN Company, которая тогда открывала свое представительство в Москве (еженедельник «Коммерсантъ», 1991, 19 августа). Через четыре года выборы в России вызвали к жизни выражение «черный пиар», уже психологически и культурно «нагруженное» («Коммерсантъ-Daily», 1995, 9 ноября). Термин вскоре стал общеупотребительным. Однако после 1995–1996 гг. началось контекстное расхождение терминов: нейтрального «связи с общественностью», PR и негативно воспринимаемой кальки с английского «пиар». Опыт участия новейших «пиар-технологий» в общественных коммуникациях сделал злободневными и для России слова Э. Фромма: «Задача... средств пропаганды, редакторов, газет и учителей состоит в том, чтобы заставить народ полюбить рабство»¹³.

Как показывают ежедневная хроника на страницах российских газет и социологические опросы, россияне столкнулись с трудностями межкультурных контактов как вне, так и внутри страны. В России проблемы межкультурных коммуникаций уже отчетливо приобрели статус межкультурных конфликтов, куда входят и кровавые столкновения на культурно-этнической почве. Оказалось, что выстраивание наших отношений с повседневностью гораздо сложнее, чем рассуждения о глобальной «русской идее». Оказалось, что мы не знаем общество, в котором живем, не понимаем окружающих нас людей. Как писал в 1989 г. А. Битов, «мы потеряли друг друга... жизнь людей в нашем обществе все больше сводится к борьбе людей друг с другом»¹⁴. Культурная «рассыпанность» создает критическую ситуацию в повседневных социальных коммуникациях. Возрастание ксенофобии, выраженное в ходовом слогане «понаехали тут», вызывает все большую тревогу, поскольку никак не купируется культурой. Агентство ROMIR еще в августе 2003 г. фиксировало преобладание отрицательного отношения к гражданам других стран, которые работают сегодня в российских городах, – до 51% опрошенных¹⁵.

Вместе с тем тезис о «главенстве культуры» в коммуникационном и социальном пространстве не утвердился в национальном сознании. В России не только обыватель, но и в значительной мере научное сообщество сохраняют рудиментарную при-

вычку относиться к культурным явлениям и вообще ко всему с прилагательным «культурный» как к чему-то вторичному, не-обязательному, несерьезному, тому, что не может иметь тяжелых последствий. Даже в науке еще преобладают описательные, музейно-атрибутивные методы исследования культуры, в то время как культурная идентичность уже давно определяет глобальные социальные и политические процессы, а мир втягивается в культурно-религиозные войны.

Такое запаздывание сознания должно вызывать тревогу, поскольку мы уже вступили в ситуацию, обозначенную когда-то А.М. Баткиным как «опасная культура». Культура – могучее, практически неотразимое орудие манипулирования сознанием человека. Массовая культура – оружие «массового поражения».

Таким образом, исходный момент культурной и интеллектуальной конфронтации – неясная культурная самоидентификация и незнание иной культурно-нравственной системы. Следствие – ощущение дискомфорта при коммуникации, непонимание и враждебность. Проблема притяжения-непритяжения в основе своей возникает из проблемы знания-незнания. К примеру, в России даже специалисты сознательно, а может быть, подсознательно, воспринимают Кавказ и Центральную Азию как некое смутное единство. Понятие «Восток» в истории, политологии, культурологии, философии трактуется в мифологической слитности. Между тем у народов этого региона разные этнические корни, различная ментальность (обусловленная, в частности, кочевым или оседлым прошлым). Существуют различное понимание ислама, различные бытовые привычки – т. е. Восток намного сложнее, чем привычное в европейском мире представление о нем. В результате ислам, вообще мусульманские страны приобретают в массовом сознании образ угрозы. По опросам Фонда общественного мнения, в 2003 г. 49% россиян считали, что ислам играет отрицательную роль в современном мире¹⁶.

Фактически человечество, поставив проблему глобализации, оказалось перед историческим вызовом, ответить на который оно не может привычным арсеналом из области политики и экономики. Оперировать культурным материалом для решения глобальных проблем человечества западный мир еще не умеет. Применение «оружия культуры» против экстремизма носит случайный и бессистемный характер.

Выступая в музее В.И. Вернадского в 1998 г., артист Р. Быков напомнил слушателям миф о Персее, который смог победить

ужасную Медузу Горгону только при помощи ее отражения в зеркальной поверхности щита. Можно провести аналогию с современными проблемами терроризма, преступности, ксенофобии, религиозной розни и т. п., которые отражаются в зеркале массовой культуры – в конечном счете в сознании человека. Битва с губительными пороками цивилизации разворачивается в области сознания и культуры, т. е. представлений, образов, предпочтений, стереотипов. Искусство, литература, философия накопили серьезные наблюдения за человеческой природой. Но они сегодня оказались в социальной ловушке массовых коммуникаций. В рейтинговом спектакле «Кислород» герой не слышал слов «Не убий», потому что его уши были заняты плеером. А одну из причтовых пьес-сказок Ю. Кима венчает не финал в традиционном смысле, а заключительная ремарка почти «пушкинско-го» уровня: «Общий вздох».

Примечания

- 1 Фукуяма Ф. Конец истории и последний человек // код электронного доступа – <http://grachev62/narod.ru/Hrest2/Fuk.html>
- 2 Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. М., 2005. С. 185.
- 3 См. «культурную» карту мира: Хантингтон С. Указ. соч. С. 22–23.
- 4 См.: Бодрийяр Ж. Общество потребления: Его мифы и структуры. М., 2006. С. 194.
- 5 См.: Саломон К. Проблемы культуры, культурная экспансия и экономическая глобализация // Мировая экономика и международные отношения. 2000. № 1. С. 107.
- 6 См.: Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. М., 2005. С. 11–12.
- 7 См.: Фукуяма Ф. Великий разрыв. М., 2004. С. 31.
- 8 См.: Фромм Э. Здоровое общество // Фромм Э. Здоровое общество: Догмат о Христе. М., 2005.
- 9 См.: Новая газета. 2005. 24–27 марта. С. 19.
- 10 См.: Власть. 2003. 15–21 сент. С. 10.
- 11 Там же. 1–7 сент. С. 10.
- 12 См.: Профиль. 2005. 21 марта. С. 4.
- 13 Фромм Э. Указ. соч. С. 259.
- 14 Битов А. Нам не дано предугадать // Наше наследие. 1989. № 2. С. 2.
- 15 См.: Власть. 2003. 8–14 сент. С. 10.
- 16 Там же. 30 июня – 6 июля. С. 7.

НАБЛЮДАТЕЛЬ ИЛИ КАРАТЕЛЬ: ГОСУДАРСТВО В ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Термин «социальные коммуникации» многозначен. Само понятие «коммуникация» происходит от латинского слова *communis*, что означает – делаю общим, связываю, общаюсь. Социальную коммуникацию мы будем понимать как средство общения, связи и взаимодействия между субъектами в социальной среде. Взаимодействие осуществляется на определенном коммуникативном пространстве – межличностном, индивидуальном уровне, однако подлежит регулированию извне. Субъектом, осуществляющим регулирование, и является государство. Государство выступает в роли некоего промежуточного коммуникатора. Практически все теории происхождения государства сходятся на том, что государство призвано регулировать коммуникативное взаимодействие субъектов. Разница лишь в том, как организуется данное взаимодействие, какими средствами и способами оно осуществляется. Обратимся к современному этапу государственного регулирования.

Поведение субъектов в социальной среде подлежит нормативному и ненормативному регулированию. Основное значение в современном обществе придается именно нормативному регулированию. Нормативное регулирование осуществляется посредством социальных норм. Одним из видов социальных норм выступают моральные нормы. По мнению Ю. Хабермаса, «моральные феномены раскрываются в ходе формально-прагматического исследования коммуникативных действий, в которых акторы ориентируются на взаимные притязания на значимость»¹. Иным образом происходит коммуникативное взаимодействие на уровне правовых норм, также являющихся видом норм социальных. Так, наиболее жестким и регламентированным видом социальных норм признаются нормы права, т. е. исходящие от государства общеобязательные правила поведения, закрепленные в определенной форме, регулирующие общест-

венные отношения, выполнение которых обеспечено государственными средствами². Таким образом, любое правило поведения, прежде чем стать нормативно-обязательным, подвергается некоему процессу «легитимации», после которого, как определяет Ж.-Ф. Лиотар, «...“законодателю”, трактуящему научный дискурс, разрешено предписывать указанные условия (в общем виде – условия внутреннего состояния и экспериментальной проверки) для того, чтобы некое высказывание составило часть этого дискурса и могло быть принято к вниманию научным сообществом»³. Иными словами, законодателю оказывается позволенным провозглашать данный закон нормой. Однако четкое соблюдение требуемого поведения, установленного коммуникатором, невозможно без механизма государственного принуждения. Одним из институтов государственного принуждения выступает институт юридической ответственности в праве.

В XX в. право начало оказывать все большее влияние на общественные отношения. Так, по мнению Д. Гильдебранда, «государство вызывает *supsum corda* (высшую устремленность) в качестве авторитетного воплощения правовой сферы; оно требует законопослушания и тем самым высоконравственного поведения; оно требует объективного дистанцирования по отношению к индивидуальным притязаниям и интересам – определенной объективности и широты, что является очень значительным элементом нравственного поведения включенного в общественную жизнь человека»⁴. Однако применение права, как уже отмечено, немислимо без юридической ответственности за нарушение правовых норм. Характерно то, что в России усиливаются тенденции частнопроводимого разрешения конфликтов. С административного регулирования акценты смещаются в сторону гражданско-правового саморегулирования. Государство все больше и больше отходит от карательного элемента и постепенно начинает приобретать характер наблюдающего субъекта. Тем самым на первый план начинает выходить именно такой вид юридической ответственности, как правовосстановительная.

Проблемам юридической ответственности как последствия неправомерной с точки зрения права коммуникации соответствующих субъектов в отечественной правовой науке посвящено немало научных трудов и монографий. Большое количество работ направлено на исследование проблем уголовной, административной, гражданской и иных видов правовой ответственности. Часть работ посвящена вопросам понятия юридической ответственности, ее признаков. Однако несмотря на наличие та-

кого большого числа исследований данного института, в юридической литературе нет однозначного решения проблем правосстановительной ответственности. Более того, поднимается вопрос о коммуникативном пространстве (месте) данного вида ответственности в ряду правовых мер защиты. Ряд авторов (С.С. Алексеев, С.Н. Кожевников и др.) относят таковую в ряд мер принуждения к исполнению обязанностей. Согласно этому взгляду, ответственности присуща исключительно карательная, но никак не правосстановительная функция.

Отсутствие четкой правовой позиции по исследуемому вопросу приводит к возникновению споров относительно юридической природы института правосстановительной ответственности и, как следствие, к спорам о возможности и способах применения данного вида мер защиты на практике.

Анализ имеющихся на сегодняшний день концепций юридической ответственности позволил выявить набор признаков таковой, разделяемый всеми исследователями. Это – государственное принуждение, процессуальность, осуждение, наличие правонарушения. Указанный перечень является единым для всех видов юридической ответственности. Только полный набор признаков позволяет установить факт наличия юридической ответственности в рамках применения мер государственного принуждения. Особое внимание следует обратить на правонарушение как признак юридической ответственности. Наиболее существенным элементом последнего выступает вина. Вина является квалифицирующим признаком правонарушения в частности и юридической ответственности в целом. С такой позицией согласен и О.А. Омельченко, который определял факт наличия вины как обязательное условие для наступления последствий частноправовой ответственности. Однако, по его мнению, «в отличие от уголовного права частноправовая виновность не обязательно должна была заключать в себе моральный элемент, т. е. чтобы присутствовала вредная направленность воли; главное – в объективном итоге деяния, причем – также в отличие от квалификации римских преступлений – ущерб может быть причинен не только активным действием субъекта, но и его бездействием»⁵. Мы категорически против позиции, что «наличие вины – это лишь условие возложения ответственности в определенной категории случаев, но не квалифицирующий признак ответственности»⁶. Сразу оговоримся, что мы ни в коем случае не выступаем за отказ от возмещения вреда, причиненного невиновными действиями. Очевидно, что любой непропорциональный вред

подлежит возмещению. Но возмещение невиновно причиненного вреда должно происходить не в рамках юридической ответственности, а в рамках применения к нарушителю мер защиты.

Выделяемые рядом авторов иные признаки юридической ответственности носят видовой характер и не могут рассматриваться как признаки, применимые ко всем видам юридической ответственности.

Камнем преткновения любой концепции юридической ответственности является частное право. Другими словами, жизнеспособность моделей юридической ответственности проверяется именно в вопросе применения таковой к частноправовым отношениям.

Нами предлагается подход, при которой институт юридической ответственности находит полное отражение в частном праве и частноправовых отношениях. Традиционно приняты две концепции понимания юридической ответственности применительно к частным отраслям права. Первая сводится к тому, что нарушение частноправовых отношений запускает механизм правосстановительной ответственности со всеми вытекающими отсюда последствиями. В частности, О.Э. Лейст утверждает, что, «поскольку выраженный в санкции способ правопорядка предопределяет порядок ее реализации, основным делением видов ответственности является деление на правосстановительную и штрафную»⁷. При этом «имущественная ответственность осуществляется таким образом, что в случае причинения имущественного вреда или нарушения договора на правонарушителя возлагается обязанность возместить вред, уплатить неустойку или возместить убытки»⁸.

Вторая концепция заключается в том, что правосстановительная ответственность институтом юридической ответственности не является, а следовательно, и присутствовать в частном праве не может. Единственным средством, обеспечивающим исполнение частноправовых норм, является штрафная, карательная ответственность в дополнении с традиционными частноправовыми обязательствами. Одним из первых исследователей, признававших за ответственностью в частном праве штрафной (карательный) характер, был Е.Е. Рязанов. Последний предполагал возможность существования в частноправовых отношениях правосстановительных мер ответственности: «Анализ отношений по взысканию неустойки, убытков, возмещению причиненного вреда в гражданском праве... позволяет сформулировать вывод об отсутствии оснований к отнесению отношений

по взысканию убытков, неустойки и причиненного вреда к какому-то особому типу правоотношения [имеются ввиду отношения юридической ответственности. – А. В.], отличающегося от обязательственного»⁹.

Наша концепция строится на том, что в частном праве находит свое отражение как штрафная (например, в виде следующих санкций: взыскание в федеральный бюджет дохода, полученного в результате нарушения антимонопольного законодательства; штраф за нарушение прав потребителей; принудительное разделение или выделение коммерческих организаций, а также некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность, приносящую им доход и др.), так и праввосстановительная ответственность (в частности, возмещение убытков, взыскание неустойки, возмещение вреда и т. д.). Законодательный выбор того или иного вида ответственности зависит от конкретного обстоятельства, вида санкции и цели.

В то же время в частном праве имеются явления, явно выходящие за рамки института юридической ответственности. Указанное обстоятельство позволяет говорить о наличии в частном праве двух видов мер государственного принуждения. С одной стороны, в частном праве в рамках института ответственности в целом применяются меры юридической ответственности. С другой стороны, действующее законодательство в области частноправовых отношений нередко позволяет применять меры защиты, не являющиеся мерами ответственности. Так, возникают ситуации, когда совершается противоправное деяние, фактически нарушающее норму права, но правонарушением не являющееся. К данной категории можно отнести случаи невиновного причинения вреда, совершения нарушения не деликтоспособным или невменяемым лицом либо совершение лицом правонарушения, за которое оно было привлечено к более строгому виду ответственности, но при этом вред, причиненный его деянием, так и не был устранен. Основным критерием, позволяющим ограничивать одни меры от других, является наличие (отсутствие) осуждения и факта правонарушения. Приведем пример.

Представим договор на поставку обществом с ограниченной ответственностью «Станмаш» закрытому акционерному обществу «Автопром» двигателей для автомобилей в количестве 1 тыс. штук по цене 15 тыс. рублей за единицу товара. Однако в обусловленный договором срок указанное обществом ООО «Станмаш» не выполнило. Причиной этого послужило

предложение другой корпорации ОАО «Трансавто» приобрести у ООО «Станмаш» указанные двигатели в количестве 5 тыс. штук по цене 1,5 тыс. рублей за единицу товара. Иными словами, ООО «Станмаш» умышленно нарушило свои договорные обязательства с ЗАО «Автопром» в результате заключения аналогичного договора, но на более выгодных для него условиях с ОАО «Трансавто». В результате ЗАО «Автопром» обратилось в суд с иском о возмещении вреда, причиненного неисполнением ООО «Станмаш» своих договорных обязательств.

Рассмотрим второй вариант. Между ООО «Станмаш» и ЗАО «Автопром», как и в предыдущем примере, был заключен договор поставки на указанных выше условиях. В указанный срок ООО «Станмаш» свои обязательства по договору не выполнил. Основанием невыполнения предусмотренных действий стало нарушение контрагентом общества с ограниченной ответственностью «Станмаш» ООО «Литпром» обязанности по поставке ООО «Станмаш» комплектующих запчастей для двигателей, которые впоследствии должны были быть поставлены ЗАО «Автопром». В результате ЗАО «Автопром» обратилось в суд с иском о возмещении вреда, причиненного неисполнением ООО «Станмаш» своих договорных обязательств.

По своим последствиям указанные примеры очень похожи. И в первом, и во втором случае были нарушены договорные обязательства и причинен имущественный вред. Однако данные случаи отличаются друг от друга основанием причинения вреда. В первом случае таким основанием было виновное неисполнение ООО «Станмаш» своих договорных обязательств. Что же касается второго случая, то невыполнение ООО «Станмаш» своих обязательств было вызвано действиями его контрагентов, за которые ООО «Станмаш» ответственности не несет, т. е. невиновными действиями.

Несмотря на отличие одного примера от другого, действующее законодательство предусматривает одинаковые правовые последствия за совершение указанных выше действий. Нам представляется данный подход законодателя необоснованным. Необходимо проводить четкую грань между виновными и невиновными действиями, иначе важность такого принципа, как «вина», устраняется возможностью порождения одинаковых юридических последствий за аналогичные невиновные действия.

Другими словами, если государственное принуждение применяется за совершенное правонарушение и при этом со

стороны государства исходит осуждающая оценка (которая, в свою очередь, может возникнуть только в случае совершения виновного деяния, содержащего все признаки правонарушения), то налицо применение меры юридической ответственности в частном праве. В иных случаях, в том числе в случаях совершения объективно противоправного деяния, не содержащего признака виновности, можно говорить лишь о применении мер защиты, не являющихся юридической ответственностью.

Смещаются акценты государственного дискурса. В частном праве государство переходит на позиции наблюдающего субъекта. Субъекты частноправовых отношений взаимодействуют между собой на равных началах, обладая широким набором средств защиты. В то же время государство оставляет за собой право вмешаться в деятельность или спор указанных субъектов, но в рамках жестко регламентированной законом процедуры и в строго ограниченных случаях.

Таким образом, на данном этапе в сфере государственного регулирования следует признать наличие двух начал: карательного и наблюдательного. Преобладание того или иного начала зависит от сферы общественных отношений, субъектного состава и существа взаимодействия.

Специфика коммуникативного взаимодействия в рамках государственного регулирования общественных отношений постоянно изменяется. Происходит постоянная смена коммуникативного пространства. Особенность правового регулирования заключается в том, что право идет вслед за развитием общественных отношений: если на определенном этапе развития коммуникативных процессов признаку вины в рамках правонарушения не уделялось должного внимания (таковая заменялась объективной мезтью), то в настоящий период возможность привлечения к ответственности без вины непозволительна. В последнее время особым видом юридических последствий правовой коммуникации субъектов стали все чаще называть меры защиты, не являющиеся юридической ответственностью. Институт мер защиты имеет важное значение при возмещении объективно-противоправного вреда, причиненного в результате коммуникации соответствующих субъектов и в ряде случаев по важности сопоставим с институтом юридической ответственности. Таким образом, рассмотренная область коммуникативного пространства является весьма проблематичной, что, объективно, привлекает к ней большое число исследователей.

Примечания

- ¹ *Хабермас Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб., 2000. С. 69.
- ² См.: *Морозова Л.А.* Теория государства и права. М., 2003. С. 205.
- ³ *Лиотар Ж.-Ф.* Состояние постмодерна. СПб., 1998. С. 27.
- ⁴ *Гильдебранд Д.* Метафизика коммуникаций. СПб., 2000. С. 315.
- ⁵ *Омельченко О.А.* Римское право. М., 2000. С. 197.
- ⁶ *Дмитриева О.В.* Ответственность без вины в гражданском праве. Воронеж, 1998. С. 38.
- ⁷ *Лейст О.Э.* Санкции и ответственность по советскому праву: (теоретические проблемы). М., 1981. С. 130.
- ⁸ Там же. С. 131.
- ⁹ *Рязанов Е.Е.* Теоретические аспекты ответственности в частном праве. М., 2004. С. 114.

МЕТАФОРА ДИКТАТУРЫ ПРОЛЕТАРИАТА
В ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ
1917-1920-х годов

В октябре 1917 г. вождь большевиков Владимир Ленин произнес ставшие вскоре хрестоматийными слова: «Революция, о неизбежности которой так долго говорили большевики, свершилась». Была провозглашена политическая власть победившего пролетариата.

Для осуществления нового политического дискурса необходимо было найти новые формы политических коммуникаций, новые способы организации дискурсов, которые помогли бы массам овладеть нужным большевикам политическим опытом, способствовали бы социализации людей в новых политических условиях и структурировали бы политическую жизнь.

Существовавший раскол между властью и обществом, все более углублявшийся по мере строительства социализма, вынуждал большевиков создавать новую информационно-коммуникационную систему, направленную на установление специфических для конкретных исторических условий контактов власти и общества, которая бы не только распространяла необходимую информацию и презентовала бы классовые интересы, но и контролировала бы жизнь общества, включая процесс создания и передачи культурных образцов поведения, «нормативов».

Власти для эффективного политического взаимодействия с обществом в сложной послереволюционной ситуации требовалось теоретическое обоснование. Таким обоснованием и стала большевистская идеология – плод деятельности теоретиков социализма и революции. «В конечном счете, – отмечал Н. Бухарин, – всякая теория имеет практические корни. Но если это верно по отношению к любой науке, это “верно в квадрате” по отношению к общественным наукам. Они являются направляющей всем видимой двигательной силой, и тут особенно ярко сказывается положение Маркса, что “и теория становится силой, если она овладевает массами”»¹.

Основным способом организации политической коммуникации в послереволюционный период являлась пропаганда, актуализированная предшествующими революционными событиями. Монологичность пропаганды и независимость от интересов основной массы населения способствовали как насаждению единой идеологии, специфических целей и ценностей, так и подавлению оппонентов. Именно пропаганда легитимировала политический статус большевиков и способствовала укреплению их властных позиций. И здесь важную роль сыграла идея «диктатуры пролетариата», которая приобрела характер скорее не теоретического концепта, а политической метафоры. Эта метафора оказалась способной управлять событиями, по-своему интерпретируя их, убеждать рабочих и крестьян в правильности коммунистической идеи, манипулировать их сознанием и бороться с идейными противниками.

На основе формируемой марксистско-ленинской доктрины большевики строили и свою политическую практику. При этом для достижения целей они использовали все доступные типы пропаганды: пропаганду действием, идейную пропаганду, положительную и негативную, социологическую пропаганду и пропаганду средствами искусства, массовую, прямую, официальную, научную. А основой, смыслом и главной пропагандируемой идеей была «диктатура пролетариата».

Что же вкладывали большевики в понятие «диктатура пролетариата»? Что, собственно, означала политическая власть пролетариата? Этот вопрос задавали себе и большевики: «...коммунистическое общество есть безгосударственное общество, потому что это есть общество бесклассовое. Но если коммунизм отрицает государство, то что же означает завоевание государственной власти пролетариатом? Что означает диктатура рабочего класса, о которой так много говорили и говорят марксисты?» – спрашивал Н. Бухарин в 1919 г.²

На самом деле к концу 1917 г. у большевиков, так давно стремившихся к власти, не было четкого представления о будущем государстве. Дискуссии о форме власти и ее функциях в социалистическом обществе развернулись с новой силой. Метафора диктатуры пролетариата перестала быть революционной и превратилась в официальную идею о типе и способе государственного строительства. Характерно, что теоретики большевизма акцентировали внимание на том, что диктатура пролетариата рождалась «в муках гражданской войны»³.

Если прежде «диктатура пролетариата» воспринималась как инструмент завоевания власти большевиками, теперь эту

власть им нужно было не просто удержать, но обосновать ее легитимность. При этом и в том, и в другом случае «пролетариат» в «диктатуре» оставался метафорой, которая использовалась исключительно для достижения конкретной цели.

Свидетельством тому были дискуссии, развернувшиеся в большевистской партии в середине 1920-х годов. Так, диалог власти и общества большевики подменили навязыванием последнему своих теоретических концептов, доказывающих объективность существования Страны Советов. Анализ теоретического обоснования власти большевиками в 1920-е годы и эволюции их взглядов позволяет проследить процесс складывания концепции власти: структура политического пространства, понятие «политическая власть», способы и механизмы ее реализации, соотношение власти государственной и власти политической, перспективы развития политической власти и, наконец, способы формирования политического поведения и политических ценностей.

Над вопросом о том, кто должен обладать политической властью, задумываются тогда, когда возникает необходимость в реформировании или изменении политического сообщества.

В ленинской концепции основополагающим (вслед за теорией Маркса) стал тезис о диктатуре пролетариата. В 1930-е годы именно признание или непризнание диктатуры пролетариата выступало определяющим принципом «идеологической верности» большевистской партии.

С момента своего создания РСДРП не рассматривала пролетариат как самостоятельного актора в политике. Теоретики партии считали, что пролетариат еще не подготовлен к управлению государством. Так, Троцкий отмечал, что рабочие еще в начале века показали свою неспособность реально управлять. Этим обуславливалась обязательность «руководящей роли» коммунистической партии в «диктатуре пролетариата».

В ходе октябрьской революции идея Маркса о диктатуре пролетариата (как форме государственной власти) подверглась испытанию. По словам Н.И. Бухарина, Маркс ставил вопрос о диктатуре пролетариата «абстрактно-теоретически», т. е. давал «самую широкую алгебраическую формулу диктатуры»⁴. Действительность же заставляла по-новому осмыслить теоретические концепты Маркса с позиций российской действительности.

Троцкий связывал отсутствие политического контакта социал-демократической партии с революционно настроенной

массой как с тем, что пролетариат оказался не подготовлен к политической борьбе, так и с тем, что идеологическая работа самой партии «качественно» и «количественно» была «крайне бледной».

Вот почему Ленин и его идейные сторонники своей насущной задачей считали воспитание сознания пролетариата посредством массового распространения социал-демократической литературы. Однако в этом смысле Троцкий продвинулся дальше Ленина, полагая, что, воздействуя на сознание, можно воспитать и политическую волю рабочего класса (при условии достижения определенного уровня организации этой воли).

Социал-демократическая партия на девять десятых состояла из интеллигенции и возвышалась над пролетариатом. Это не была партия пролетариата. Троцкий отмечал, что петербургский пролетариат находился «совершенно в стороне» и что социал-демократическая партия не возглавляла рабочее движение, а действовала вместо пролетариата. В связи с этим он ввел понятие «практика замещения». Незрелость социал-демократии, непроработанность теоретических оснований политической деятельности часто приводили к смешению понятий. Не избежал этого и Троцкий. Зачастую в его работах понятия «социал-демократическое движение» и «рабочее движение» используются как синонимы.

Еще накануне первой российской революции Троцкий сомневался в способности пролетариата к «политической самодеятельности», «революционно-политической дисциплине», иронично называя пролетариев «господами кандидатами в “диктаторы”». Неграмотный рабочий, – считал он, – не осознает той роли «гегемона», которую ему отвела большевистская партия. В связи с этим Троцкий искал способы воздействия на пролетарское сознание. В работах уже послеоктябрьского периода он неоднократно возвращается к идее воспитания сознания человека будущего. В итоге он пришел к принципиальному выводу о том, что будущее советское государство неизбежно будет «диктатурой»⁵.

Уже в 1906 г. для большинства социал-демократов, в том числе и для Троцкого, стало очевидным, что создаваемое в ходе восстания масс государство диктатуры пролетариата в силу как объективных, так и субъективных причин на самом деле таковым не являлось. Как справедливо заметил современный российский демограф и социолог А. Вишневский, массы появились на политической сцене ненадолго и лишь в роли статистов, так

как не они определяли ход политического развития России. Их задачей стала подготовка почвы для жестких тоталитарных режимов⁶. Эта тенденция четко прослеживается уже в работах социал-демократов начала XX в.

По словам Троцкого, успешно решая наиболее актуальные вопросы, пролетариат будет все более укреплять свою власть, но неизбежно нарушая связь со всей нацией. Это неизбежно превратит власть из общедемократической в классовую.

Вступая в полемику с Лениным, Троцкий утверждал, что пролетарская диктатура ни в коем случае не может быть диктатурой демократической. Пролетариат для утверждения и реализации своей программы вынужден будет, по словам Троцкого, переступить границы своей демократической программы.

В теоретических положениях российской социал-демократии складывается основная программная позиция большевистской партии: установление диктатуры пролетариата – с фактическим креном собственно к диктатуре, а не к пролетариату. В послеоктябрьский период это положение будет развиваться не только в идеологических пассажах большевиков, но и еще больше в практических делах миллионов людей, вершивших революцию. «Диктатура» и «демократия» в социал-демократических идеях приходят в столкновение задолго до «триумфального шествия Советской власти».

Тезисом о том, что власть – это война, и ленинским положением о том, что «диктатура пролетариата есть самая свирепая, самая острая, самая беспощадная война нового класса против более могущественного врага, против буржуазии...», представители политической элиты в 1920-е годы стремились обосновать политику большевистской партии. Такого рода теоретизирования были свойственны и Троцкому, и Бухарину, и многим другим «профессиональным революционерам», провозгласившим деспотизм именем народа.

Задачей любого властного института является достижение легитимности. Используя насильственный метод для захвата власти, большевики прекрасно осознавали, что этот метод неэффективен для ее удержания. Поэтому своей целью они поставили создание впечатления легитимности власти путем использования идеи диктатуры пролетариата. Но на практике, так же, как и в программных статьях и выступлениях, большевистские теоретики старательно уходили от собственно властного лексикона в сторону повседневных рассуждений о величии пролетариата, руководящей и направляющей роли боль-

шевистской, а затем и коммунистической партии, и ее мудрой политике.

«Диктатура пролетариата» уже после взятия власти трактовалась лидерами РСДРП не как господство победившего класса, чьим предназначением должно было стать определение основ экономической и политической жизни государства, а как инструмент революционного ниспровержения старого строя и силы, способной удержать власть и подавить сопротивление ее противников. Подобного рода трактовки были характерны и для Л.Д. Троцкого, и для Н.И. Бухарина, и для И.В. Сталина. Так, Бухарин в работе «Теория пролетарской диктатуры» настаивал на необходимости «режима диктатуры вооруженного пролетариата», считая, что тип государственной власти неизбежно должен быть диктаторским. Диктатуру Бухарин понимал как «форму власти, наиболее выражающую классово-репрессивный характер этой власти»⁷.

Эти идеи вошли затем в принятую на V Всероссийском съезде Советов Конституцию РСФСР («основная задача Конституции РСФСР, рассчитанной на настоящей переходный момент, заключается в установлении диктатуры городского и сельского пролетариата и беднейшего крестьянства в лице мощной Всероссийской Советской власти в целях полного подавления буржуазии, уничтожения эксплуатации человека человеком и водворения социализма...»)⁸.

Об этом же говорил в последние годы жизни и В.И. Ленин: «Научное понятие диктатуры означает не что иное, как ничем не ограниченную, никакими законами, никакими абсолютно правилами не стесненную, непосредственно на насилие опирающуюся власть»⁹. Определения, выдвинутые им еще в 1906 г., оказались востребованными и в 1920 г.

На наш взгляд, развитие и укоренение в марксистской идеологии понятия диктатуры пролетариата на многие годы заменило вообще понятие власти. Диктатура становится основной, единственной формой власти, которая обсуждается и дискутируется в партийной печати: «Теперь опыт социальной борьбы позволяет конкретизировать вопрос по самым разнообразным направлениям. И прежде всего этот опыт указывает на необходимость самой решительной, действительно железной диктатуры рабочих масс»¹⁰.

Речь уже не шла о возможности или невозможности существования диктатуры. Дискутировались лишь формы ее существования, методы борьбы за ее расширение и укрепление. Так,

Н.И. Бухарин в популярной в свое время книге «Азбука коммунизма» отмечал, что «пролетарское принуждение во всех его формах, начиная от расстрелов и кончая трудовой повинностью, является, как парадоксально это ни звучит, методом выработки коммунистического человечества из человеческого материала капиталистической эпохи»¹¹.

Непроработанность теоретических положений большевики объясняли новизной исторической ситуации: «Государство, вышедшее из рабочей революции, существует впервые в истории. Нигде не записаны те этапы, через которые оно должно пройти. Правда, теоретики и строители СССР надеялись, что насквозь прозрачная и гибкая система Советов позволит государству мирно преобразовываться, растворяться и отмирать в соответствии с этапами экономической и культурной эволюции общества. Жизнь, однако, и на этот раз оказалась сложнее, чем рассчитывала теория»¹². А «любимец партии» Бухарин подчеркивал, что «советская власть – это величайшее завоевание пролетариата – должна быть рассмотрена как форма пролетарской диктатуры, как особая форма государственной власти, неизбежно возникающая в определенный исторический период»¹³. Направляющей, движущей силой в этом новом государстве должна была стать теория, овладевшая массами¹⁴.

Разрабатывая концепцию нового государства, Бухарин писал, что на пути от капитализма к коммунизму лежит целый исторический период, в течение которого «сохраняется государственная власть в виде пролетарской диктатуры». Он называет пролетариат «господствующим классом» и видит его задачу в уничтожении всех классов: пролетариат, «прежде чем распустить себя как класс, должен раздавить всех своих врагов, перевоспитать буржуазию, переделать мир по своему образу и подобию»¹⁵.

Так как «всякое государство есть орудие насилия, – рассуждает далее Бухарин, – в момент острых классовых битв это орудие должно действовать особенно интенсивно. Поэтому в эпоху гражданской войны тип государственной власти неизбежно должен быть диктаторским»¹⁶. Таким образом, Бухарин рассматривает государственную организацию «только как диктатуру, т. е. форму власти, наиболее резко выражающую классово-репрессивный характер этой власти»¹⁷. К особенностям пролетарской диктатуры как совершенно нового типа государства он относит: диктатуру большинства над меньшинством в стране, ломку старых производственных отношений и организа-

цию новых отношений в сфере общественной экономики («политическая диктатура рабочего класса должна неизбежно быть и его экономической диктатурой», это – рычаг экономического переворота¹⁸).

Троцкий предлагал свою концепцию формирования массового сознания путем выработки политических идеалов. Интеграция «мы» в политический субъект согласно его теории должна происходить посредством систематизации, обоснования убеждений, ценностей, символов. В этом он видел главную задачу большевистской партии в послереволюционный период. Еще одним направлением деятельности партии должна была стать разработка каналов коммуникации внутри данного политического субъекта.

Все сферы деятельности «неполитического» были ориентированы на выполнение политической сверхзадачи – построение светлого будущего. Вся жизнь рабочего вовлекалась в политическое пространство: от быта до участия в управлении и экономике¹⁹. При этом, будучи сторонником внеэкономического принуждения масс, Троцкий в своей концепции диктатуры пролетариата делал акцент на использовании элементов самопожертвования, стихийного коллективизма масс, воодушевленных великой идеей социализма.

Желание расправиться с политическими оппонентами было свойственно не только Сталину. Бухарин и Троцкий настаивали на усилении классовой борьбы в период строительства социализма: «...перед победившим пролетариатом ставится проблема отражения внешнего врага, чужеземного империализма, всем ходом развития неизбежно толкаемого на разрушение государственной организации пролетариата, – писал Бухарин, – ...однако, чем дальше развиваются события, тем резче выступает на первый план момент классовой войны». Основываясь на «ожесточеннейшей борьбе не на живот, а на смерть», Бухарин делал «научно поставленный прогноз» о необходимости «режима диктатуры вооруженного пролетариата»²⁰.

«Начавшаяся эпоха революции, – по словам Бухарина, – требует соответствующей ориентировки. Если эпоха эта есть эпоха неслыханных классовых битв, вырастающих в классовые войны, то совершенно естественно, что политическая форма господства рабочего класса должна носить своеобразно милитаристский характер. Здесь должна быть новая форма власти – диктаторской власти класса, “штурмующего небо”, как говорил Маркс о парижских коммунарах»²¹.

На VIII съезде РКП(б) делегаты отмечали, что если раньше диктатура пролетариата была конечной целью, то сейчас она стала фактом. Наступил момент, когда уже нельзя было говорить о пролетарской диктатуре в общих фразах, необходимо было дать ее конкретный анализ²². Существовавшие ранее разногласия по вопросу о формах диктатуры (Советы, английские «Советы старост» либо профессиональные организации) были изжиты, и было объявлено, что «Советы являются универсальной, всеобщей формой пролетарской диктатуры»²³.

Большевики, опровергая обвинения оппонентов в том, что они создают «мародерский», «солдатский потребительский коммунизм», в основе которого лежит всеобщий уравнительный дележ, назвали себя сторонниками производственного коммунизма, основанного «на развитии производительных сил, построении товарищеского хозяйства, которое дало бы возможность максимально двинуть производство вперед»²³. Это декларировалось и в программе партии (§ 20 гласил, что основные задачи диктатуры пролетариата в России состоят в том, чтобы всеми мерами поднять производительные силы страны)²⁴.

В то же время они не могли не признать, что все-таки в их действиях присутствовал элемент потребительного коммунизма: «...в экспроприации жизненных средств и благ у крупной буржуазии хотя и есть элемент потребительного коммунизма, но она является совершенно правомерной. И, например, то обстоятельство, что наша партия выселяла крупную буржуазию из домов, экспроприировала у нее различные средства потребления, мебель и проч., – все эти мероприятия, проводимые планомерно в пользу рабочего класса, являются совершенно правильными мероприятиями. В эпоху, когда рабочий класс и все человеческое общество подверглось в результате империалистической войны невероятному унижению, в то время, когда производительные силы общества в громадной степени подорваны... наша задача состоит в том, чтобы сохранить основную производительную силу человеческого общества – рабочий класс»²⁵.

Учитывая военный характер возникновения пролетарской диктатуры, большевистские теоретики обосновали и необходимость жесткой централизованной власти: «Строя усиленным темпом в условиях гражданской войны аппарат нового классового государства, рабоче-крестьянская власть была вынуждена до сих пор все более сосредоточивать законодательные и исполнительные полномочия в узких и закрытых коллегиях (исполкомах, бюро, президиумах и пр.) или в руках отдельных лиц, снаб-

жаемых неограниченными полномочиями. Необходимость таких военно-командных форм пролетарской диктатуры не исчезнет целиком вплоть до полной победы международной революции»²⁶.

В первые годы строительства советского государства большевики провозгласили создание пролетарской классовой демократии, которая виделась ими как широкое привлечение «к действительному участию в законодательстве, управлении и контроле пролетарского авангарда» и которая, по их замыслу, должна была предотвратить бюрократическое окостенение советского механизма, оживить его работу, привлечь к ней новые кадры работников, и, самое главное, помочь устранить стихийное недовольство масс недостатками советского механизма²⁶.

Но уже в 1919 г. раздавались голоса, свидетельствовавшие о том, что вместо привлечения пролетарских масс и беднейших слоев крестьянства к советскому строительству, к непосредственному осуществлению своей диктатуры, элемент выборности стал отходить на задний план и вместо него постепенно выдвигался принцип назначения²⁷. Участники VIII съезда РКП(б) бьют тревогу: «У нас не только не привлекаются широкие массы... а наоборот, мы начинаем отрываться от них. И здесь нет ничего удивительного, потому что первый тонкий пролетарский слой истрепался, а новый слой мы волей-неволей ставим в такие условия, что он не может быть подготовлен, ибо от участия в строительстве систематически устраняется. Идя таким путем, мы сами роем себе могилу»²⁸. Многие делегаты отмечали, что партийные организации стали присваивать себе функции Советов.

Делегат Мгеладзе с горечью обращается к залу: «То масса малокультурна, то мы не могли поэтому эту массу привлечь к строительству советской жизни. Я спрашиваю вас, была ли хоть один раз на всей территории Советской Республики сделана попытка привлечения рабочих масс к участию в управлении страной?». И выносит приговор пролетарской демократии: «Мы не привлекали массы к деловой, практической, повседневной работе Советов»²⁹. Именно тогда, в 1919 г., может быть в первый раз, прозвучал так хорошо знакомый лозунг: назад к Ленину, к большевистской теории советского строительства.

Делегаты съезда, признавая необходимость сильной централизованной власти, тем не менее считали необходимой определенную корректировку военной формы государственной власти. Так, Осинский в своем выступлении отмечал, что, «если пол-

номочия власти собираются сверх меры и без необходимости в руках отдельных лиц, это прямо ведет к произволу и бюрократизму. Если сейчас замечается замирание деятельности советского механизма, если мы видим массу безобразий, которые совершаются нашими комиссарами, если против нас выдвигается лозунг “долой комиссародержавие” – лозунг недобросовестный, но имеющий, несомненно, успех, – то это объясняется тем, что тот период, когда диктатура должна была иметь только военно-командные формы, прошел, значит, и сохранение этих форм ведет к порче нашего государственного механизма»³⁰.

Однако в целом большевики отвергали развернутую форму пролетарской демократии. Для них все еще неприемлемы были ни всеобщее избирательное право, ни регулярные перевыборы Советов, и уж, конечно, речь не могла идти о том, чтобы предоставить мелкобуржуазным партиям полную свободу агитации и печати. Большевики все чаще и чаще заговаривали о необходимости «усилить агитацию в массах в нужной степени», причем следовало «включить в эту работу весь пролетарский авангард»³¹. Но и при решении этой задачи возникали расхождения. Так, Зиновьев подразумевал, что пролетариев надо учить быть исполнителями, их нужно пропустить через партийный аппарат для того, чтобы получить новых надежных чиновников³². Другие делегаты считали, что рабочие должны учиться обсуждать и решать вопросы, а не быть только исполнителями³³.

При обсуждении программы партии Каменев декларировал, что ее общеполитическая задача заключается в том, «чтобы противопоставить лживым обещаниям буржуазной демократии реальные права и свободы для пролетариата и трудящихся масс»³⁴. Причем государство остается классовым. В § 27 программы провозглашалось, что пролетарское государство организовано так, чтобы подавлять сопротивление буржуазного меньшинства трудящимся большинством. Диктатура пролетариата должна была привести к полному уничтожению государства как аппарата принуждения. Признавая классовый характер советского государства, Каменев определял его как способ прийти «к полному уничтожению всякого государства, которое исчезнет, когда истощатся экономические его основания, разделение общества на классы, когда создадутся условия для создания коммунистического хозяйства». Для этого он призывал упростить функции управления и повысить культурный уровень масс³⁵.

Был ли это большевистский, коммунистический утопизм? С точки зрения сегодняшнего дня, вероятнее всего мы ответим: да.

Хотя ряд современников и сомневались в реальности замысла большевиков. Не зря на том же VIII съезде РКП(б) Каменев, отвечая всем, кто упрекал большевиков в утопизме, указывал на то, что диктатура пролетариата опирается на исторический опыт: «...мы можем указать, что мы не безродны, мы только продолжаем здесь дело наших предшественников и идем дальше по пути, указанному Парижской коммуной»³⁶.

Тяжелое положение пролетарских масс, не улучшавшееся, несмотря на все усилия большевиков, заставляло уделять все больше внимания массовой психологии пролетариата и соответственно агитации и пропаганде. Необходимо было приспособить массовую психологию «и самого пролетариата, и промежуточных между ним и мелкой буржуазией слоев... к новому строящемуся коммунистическому хозяйству и новым коммунистическим отношениям. Эта работа потребовала огромного количества сил для проведения масштабной государственной агитационно-пропагандистской работы, которая стала необходимой с момента осуществления власти пролетариата»³⁷.

В 1921 г. на X съезде РКП(б) много говорилось о недостатках и бесчисленных промахах в этой работе: «...все, вероятно, заметили... что... с того момента, как мы стали у власти и до некоторой степени слишком самоуверенно чувствовали себя непоколебимыми, наша агитационно-пропагандистская работа сильно упала в смысле ее качества. Как часто неудачно ведутся наши газеты на местах, как часто они наполняются обывательскими фельетонами, нет у них биения пульса жизни и они не отражают тех задач, на которых они должны были бы останавливаться. Если вы прослушаете ряд наших партийных агитаторов, агитаторов-новичков, то увидите, что их речи чрезвычайно неудовлетворительны. Многие частные произведения оказываются также чрезвычайно неудовлетворительными»³⁸.

Выступая на X съезде, А.В. Луначарский подчеркивал, что ни одно классовое государство, в том числе и Советская Россия, никогда не могло держаться и править с помощью только политической силы или экономического влияния; всегда огромную роль играло и просвещение «в классовом духе», политическая практика должна сопровождаться постоянной теоретической работой. У него не вызывает сомнения, что диктатура пролетариата есть диктатура партии, и государственный аппарат должен являться отражением этой партии. Наркомпрос (возглавляемый Луначарским) должен также быть органом

«диктатуры пролетариата в деле просвещения всех российских масс в коммунистическом духе».

Эту же задачу ставил перед собой и организатор Института Маркса и Энгельса Д.Б. Рязанов, который сомневался в способности рабочих масс в организации государственной пропаганды коммунизма и предлагал поучиться у буржуазного государства тому, как они используют аппарат классового господства для «околлачивания масс».

В основе агитационно-пропагандистской работы, по замыслу Рязанова, должна была лежать теория. Кроме того, должен был быть создан научный аппарат для изучения теории, истории и практики марксизма, который он характеризовал как «резервуар настоящих проповедников теории и практиков революционного коммунизма и революционного марксизма». По мнению Зиновьева, успешное осуществление диктатуры пролетариата «возможно только при наличии мощных, проникнутых единством воли и стремлений профсоюзов как массовых организаций, открытых для всех пролетариев, находящихся на разных ступенях развития их классового сознания».

Несмотря на некоторые различия в подходах, большевистские теоретики отталкивались от ленинского тезиса о диктатуре пролетариата как неограниченной, ни с каким другим классом не разделяемой власти пролетариата, устанавливаемой в результате свержения власти буржуазии и основанной на насильии. Логическим завершением дискуссий о форме власти и ее функциях в социалистическом обществе стала сталинская модель политической власти.

Институциональное оформление системы советского государства – во многом результат навязанной большевиками коммуникативной модели, в которой в первую очередь закреплялось не правовое, а метафорическое значение термина «диктатура пролетариата». Теоретические споры о форме власти и ее институтах были не всегда доступны пониманию того самого пролетариата, о «диктатуре» которого шла речь, да и мало интересны ему. Выступая на фабриках и заводах, проводя «коллективные читки», «агитационные недели», «политдни» и т. д., большевики использовали понятные простым людям язык, знаки и символы, что обеспечивало адекватное восприятие их политики. В частности эксплуатация образов войны, борьбы, врага была вызвана тем, что российское общество довольно долго жило в состоянии войн и революций. В этих условиях выросло новое поколение, не знавшее мирного времени.

Сам процесс коммуникации политической элиты и общества во многом зависел от навязываемых массам терминов. В ряду этих терминов на первом месте стояла в 1920-е годы «диктатура пролетариата». Именно агитационно-пропагандистская модель и превратила политический конструкт в политическую метафору. В целом сформировавшееся в 1920-е годы информационное поле отражало типичные для того времени приемы и способы коммуникации власти и общества. Будучи традиционным, советское государство держало в своих руках политическую власть без участия социальных аудиторий (в том числе и пролетариата). Рабочее население было лишено механизмов связи с «верхами» и оказалось выключенным из коммуникации с властью.

Примечания

- ¹ Бухарин Н.И. Теория пролетарской диктатуры // Бухарин Н.И. Избранные произведения. М., 1988. С. 1.
- ² Там же. С. 7–8.
- ³ Там же. С. 2.
- ⁴ Там же. С. 9.
- ⁵ См.: Троцкий Л.Д. Наши политические задачи: (тактические и организационные вопросы) // К истории русской революции. М., 1990. С. 66.
- ⁶ См.: Вишневский А. Серп и рубль. М., 1998. С. 187.
- ⁷ Бухарин Н.И. Теория пролетарской диктатуры... С. 11–17.
- ⁸ Конституции и конституционные акты РСФСР: (1918–1937). М., 1940. С. 22–23.
- ⁹ Ленин В.И. Полн. собр. соч. Т. 41.
- ¹⁰ Бухарин Н.И. Теория пролетарской диктатуры... С. 9.
- ¹¹ Бухарин Н.И., Преображенский Н.И. Азбука коммунизма. М., 1919. С. 226
- ¹² Троцкий Л.Д. Преданная революция. М., 1991. С. 239.
- ¹³ Бухарин Н.И. Теория пролетарской диктатуры... С. 2.
- ¹⁴ Там же. С. 1.
- ¹⁵ Там же. С. 12.
- ¹⁶ Там же. С. 17.
- ¹⁷ Там же. С. 19.
- ¹⁸ Там же. С. 20.
- ¹⁹ См.: Троцкий Л.Д. Не о «политике» единой жив человек // Троцкий Л.Д. Соч. М.; Л., 1926–1927. Т. 21. С. 3–7.
- ²⁰ Бухарин Н.И. Теория пролетарской диктатуры... С. 11.
- ²¹ Там же. С.12.

Е.В. Барышева

- ²² См.: VIII съезд РКП(б): Стенограмма. М., Пг., 1919. С. 35.
- ²³ Там же. С. 35, 36.
- ²⁴ Там же. С. 36.
- ²⁵ Там же. С. 37.
- ²⁶ Там же. С. 166.
- ²⁷ Там же. С. 170.
- ²⁸ Там же. С. 171.
- ²⁹ Там же. С. 182.
- ³⁰ Там же. С. 264.
- ³¹ Там же. С. 265.
- ³² Там же. С. 284.
- ³³ Там же. С. 286.
- ³⁴ Десятый съезд Российской коммунистической партии: Стенографический отчет. 8–18 марта 1921 г. М.: Госиздат, 1921. С. 74.
- ³⁵ Там же. С. 79.
- ³⁶ Там же. С. 82, 83.
- ³⁷ Там же. С. 84.
- ³⁸ Ленин В.И. Полн. собр. соч. Т. 41. С. 383.

XX vs XXI: КОММУНИКАТИВНЫЕ ОБЕРТОНЫ КРУТОГО ПОВОРОТА В ЛОГИКЕ КОНКУРЕНЦИИ

*Неважно, что ты продаешь.
Важно, на что покупается потребитель.*

Конкуренция является доминантой рыночных отношений и определяется как состязательность субъектов в ограничении возможностей каждого односторонне воздействовать на общие условия рынка. Требование конкуренции официально поддерживается большинством стран мира, в том числе и российским государством, – в этой связи достаточно вспомнить отечественное антимонопольное законодательство. Благодаря конкуренции у потребителя имеется возможность выбирать, оценивать альтернативные предложения, взвешивать все «за» и «против». Благодаря конкуренции совершенствуется производство и управление, исчезают границы в использовании знаний и технологий.

Сегодня следствием тотальной конкуренции является технологический паритет: все владеют одинаковыми технологиями и производят все более и более одинаковую продукцию, никто не обладает монополией на свободно перемещаемое знание, а конкурентное преимущество копируется буквально в считанные недели и даже дни. Масштабным примером выравнивания возможностей конкурентов служит Китай, беспрецедентный рост экономики которого, при всей условности упрощения, начинался с «дешевых подделок», а теперь мир покоряют товары, не уступающие аналогам по качеству. Это позволило Китаю занять третье место в мире по объему экспорта, а о доверии китайскому качеству говорит то, что более 30% китайского экспорта составляют электроника, бытовая техника и оборудование известных брендов¹.

В ситуации технологического паритета конкуренция не просто ужесточается, а требует принципиально новых решений. Конкурентное преимущество уже не может быть создано в сфере производства, так как, во-первых, все сложнее создать нечто оригинальное, а во-вторых, и это более значимо, практически невозможно защитить созданное от копирования. В этом мы ви-

дим первую причину изменения логики конкуренции – если в XX в. залогом успеха было стремление к созданию нового и постоянное совершенствование характеристик собственного конкурирующего предложения, то в XXI в. любое новшество будет тут же воспринято и использовано конкурентами. Значит, теперь конкурентное преимущество должно быть не копируемым, или, по крайней мере, копируемым не так быстро, чтобы конкуренты не могли им воспользоваться наравне с создателем.

Показательным примером являются популярные ныне пародии на бестселлеры. На основе приема антитезы пародия создается очень быстро, а использование популярности самого бестселлера приводит часто к не меньшему спросу на пародию, чем на пародируемую книгу. Издательству «Эксмо» достаточно было выступить с инициативой «Таня Гроттер – наш ответ», чтобы привлечь внимание СМИ и читателей к пародии на известный бренд «Гарри Поттер» и достичь объемов продаж, сопоставимых с продажами бестселлера. Более того, успех пародии привел к созданию целой серии книг про девочку-волшебницу, которые уже были не пародийными, а самостоятельными произведениями. В результате издательство «Эксмо» развивает новый жанр – детский пародийный фэнтезийный сериал, в рамках которого реализуются уже несколько успешных проектов. Издательство же «Росмэн-пресс», которому принадлежат права на издание русской версии «Гарри Поттера», так и не смогло в судебном порядке защитить бестселлер от пародирования и воспрепятствовать его использованию конкурентом².

Этот пример и в целом активный интерес в последние десятилетия к проблемам защиты авторских прав и интеллектуальной собственности демонстрируют, с одной стороны, недостаточность и даже слабость существующих механизмов защиты конкурентных преимуществ от копирования, а с другой – то, что сами конкурентные преимущества все больше перемещаются в область нематериального. Здесь мы отмечаем вторую причину изменения логики конкуренции – нематериальные активы теперь оцениваются как более ценные, чем материальные, так как они более устойчивы в силу того, что в меньшей степени подвержены колебаниям цен на рынке: «По данным консалтинговой компании Interbrand, процентное соотношение материальных и нематериальных активов в компании British Petroleum равно 29:69, в компании IBM – 17:83, в компании Coca-Cola – 4:96»³. Иначе говоря, если в XX в. наиболее ценным признавался капитал экономический, выражающийся в собственности и деньгах,

то в XXI в. все большее значение приобретает капитал символический, который может использоваться, во-первых, его обладателем для продвижения собственного предложения, а во-вторых, потребителем для принятия решения в ситуации выбора между конкурирующими предложениями.

Символический капитал представляет собой результат субъективной оценки символического опыта потребления, создаваемого аргументами управляемой социальной коммуникации. Дело в том, что потребление не следует воспринимать как сугубо экономический процесс, где в убытке всегда находится тот, кто приобретает (потребляет-уничтожает), но как процесс социальный и культурный, в котором люди участвуют и для того, чтобы общаться друг с другом через производимые в процессе потребления символы. Следовательно, потребление связано с производством символов, более того, производство символов уже предшествует производству благ, так как символы, во-первых, устанавливают различия между конкурирующими предложениями, делая одни объекты потребления более привлекательными, чем другие, и тем самым создавая конкуренцию производителей, а во-вторых, устанавливают различие спроса, делая одни ситуации потребления более престижными, чем другие, и, в свою очередь, формируя конкуренцию потребителей.

Установление различий посредством управляемой социальной коммуникации становится основанием потребления потому, что это удваивает обмен, который действительно удовлетворит обе стороны только в том случае, если потребитель, обеспечив себя необходимым, приобретет еще и символические ценности, которые нельзя потратить-уничтожить, а можно только использовать-расходовать в специально создаваемом обновлении символов – например, быть модным, проявлять заботу о здоровье собственном и близких, обладать престижным социальным статусом или новейшими технологиями, демонстрировать высокий уровень культуры или быть экологически и социально ответственным.

Удвоение обмена – это встраивание традиционного обмена (товар/услуга – деньги) в более широкую систему обмена ценностями, когда одна ситуация обмена становится более предпочтительной по отношению к другой в зависимости от того, доступ к каким символическим ценностям дает приобретение того или иного конкурирующего предложения, т. е. насколько символически богатым или символически бедным сделает потребителя предлагаемый обмен. Исходя из этого, становится по-

ннее, почему в управляемой социальной коммуникации продвижение рыночных предложений не ограничивается информированием о преимуществах товаров и услуг, а призывает сделать выбор между «ценностями жизни», задавая эталоны поведения и стандарты потребления.

В современном обществе использование таких единиц коммуникации, как «имидж», «репутация» и «бренд», позволяет снижать неопределенность потребительского выбора, формировать у потребителя доверие к рыночному предложению и чувство безопасности. Реальность такова, что для обеспечения конкурентоспособности нельзя не учитывать те преимущества, которые создаются в коммуникации за счет «наращивания» символических ценностей вокруг непосредственных характеристик рыночного предложения.

То, что никак не может быть потреблено-уничтожено, и является привлекательным и престижным, изменяет структуру стоимости рыночного предложения, в которую теперь входят как минимум себестоимость и символическая стоимость. Это значит, что удвоение обмена выгодно не только для потребителя, компенсирующего свой убыток от потребления-уничтожения, но и для производителя, особенно в современных условиях «товарного изобилия» и выравнивания возможностей конкурентов, так как включает в процесс обмена и соотношение качества и цены предложения, и те нематериальные ценности, которые создаются в коммуникации, когда, помимо традиционного обмена (товар/услуга – деньги), происходит и обмен символический (имидж/бренд – добавленная стоимость).

Крутой поворот в логике конкуренции, осуществленный на рубеже веков, как раз и определяется наличием двух широко применяемых способов установления различий рыночных предложений посредством социальной коммуникации, направленной на удвоение обмена – это так называемые персонализированное обращение и производство окружения.

Так, в «обществе потребления», сложившемся в развитых странах к 70-м годам XX столетия, установление различий основывалось на ликвидации конкретных социальных отношений. Именно создание новых, отменяющих значимость традиционных, отношений стало на тот момент ключевой задачей управляемой социальной коммуникации. Решением такой задачи явилось обращение к сфере персонального/личного/интимного. Теоретическим основанием подобного обращения стало изучение психологии потребителя, а главным средством – реклама.

Наиболее важной характеристикой рекламного текста является, по мнению Ж. Бодрийара, отрицание экономической рациональности рыночного обмена. Рациональность обмена скрывается иллюзией безвозмездности и заботы, скрывается тем, что предлагается нечто большее, чем просто товар или услуга: «Что эта щедрость, как щедрость царьков, является только результатом функционального перераспределения части доходов, это не важно. Хитрость рекламы состоит поистине в том, чтобы заманить повсюду магией Карго (чудесного и полного изобилия, о котором мечтают туземцы) логику рынка»⁴.

Повседневные удовольствия возводятся в рекламе в ранг «персонализированного обращения», когда все преподносится как результат продуманного дара и эмоционального отношения: «Гидромассажная ванна Oralia. Эксклюзивная технология, обеспечивающая полный массаж тела и непревзойденный терапевтический эффект. Шесть гидромассажных форсунок, встроенные подлокотники для поддержки тела и вместительная форма, позволяющая вдвоем окунуться в соблазнительную теплоту ванны. И тогда напряжение отступает, стресс исчезает, а ваши заботы растворяются. Расслабьтесь. Поднимитесь к вершинам удовольствия».

Но, создавая персонализированные отношения, реклама разрушает тем самым отношения социальной общности, и причина здесь в том, что чем больше рекламный дискурс погружается в область приватного, тем менее он разнообразен и тем более ограниченные модели поведения он предлагает, что делает, в свою очередь, потребителя символически более бедным. Апофеозом предела проникновения в интимное является использование образов тела как самого желаемого объекта потребления – такая апелляция к «основному бессознательному инстинкту» четко указывает на обезличивающее представление человека в виде сексуализированной куклы, которая в отличие от куклы традиционной не выполняет функции социализации и ограничивает представляемый объект лишь зрелищной стороной.

Это значит, что установление различий для удвоения обмена с опорой на персональное/личное/интимное приводит к изменению ориентации всего общества в виде движения от состояния «направленности на других» к состоянию «направленности на себя», когда чувства и обязательства, переживаемые самими людьми, оказываются более значимыми, чем то, что переживают, по их мнению, другие: «Напрашивается, следовательно, заключение, что индустриальный капитализм – вот единственная

причина, вызвавшая потерю сферой публичного своей легитимности и равновесия»⁵. Опустошение же сферы публичного означает прежде всего то, что увеличиваются возможности манипулирования обществом, его программирования и типового воспроизводства благодаря повышению степени психологического контроля над сознанием как отдельного человека, так и социальных групп.

При этом культивируемая безвозмездность имеет не только эмоциональные, но и экономические проявления – ценовое (кратковременное снижение цены, купоны с правом на скидку, кредит на покупку, гарантия возврата), натуральное (дегустация, образцы товаров в малых упаковках, подарок, прием использованного товара в качестве взноса за покупку нового) или игровое (конкурс на местах продаж или в СМИ, лотерея) стимулирование сбыта. Источником оплаты таких экономических проявлений безвозмездности, которые пригодны лишь для решения проблемы краткосрочных прибылей, является сокращение прибыли или снижение себестоимости конкурирующего предложения, что неминуемо сказывается на качестве изучения ожиданий потребителей, снижении уровня сервиса, ухудшении отношений с партнерами и на других параметрах прибылесоздающей деятельности.

В результате ценовая конкуренция, вынуждающая производителя экономить, создала новую группу потребителей, ориентированных на цену, но не решила проблему долгосрочных прибылей.

Поэтому сейчас в условиях резкого увеличения числа конкурирующих субъектов и выравнивания их технологических возможностей ключевыми становятся факторы внеценовой конкуренции, так как не только для производителя, но и для потребителя экономия все чаще отходит на второй план, а на первый – выдвигается проблема социальной оценки той или иной конкретной формы поведения. На рынке это сказалось тем, что ориентация на сокращение расходов производителя и продавца сменилась стремлением к сокращению издержек обмена – замене традиционных посредников, получающих прибыль за счет увеличения цены, на информационных посредников, выступающих в роли лоцманов для потребителей в море конкурирующих предложений. Организации-участницы рынка конкурируют уже не только на основе изменений в своей деятельности, но и за счет более широкого использования возможностей рынка в установлении прямых, без традиционных посредников связей между заинтересованными субъектами.

Наиболее существенным проявлением этой тенденции служит глобализация – «политика предельного снижения транзакционных издержек»⁶ в целях включения в процесс производства и потребления всего мирового пространства. В этой связи рынок XXI в. становится все более и более интерактивным, поэтому контроль за установлением различий здесь уже не принадлежит производителю, а распределяется между производителем и потребителем, при этом потребительский контроль лишь усиливается, поскольку потребитель получает все больше возможностей доступа к источникам информации, которые раньше контролировались производителем или продавцом. Следовательно, теперь конкуренция основана на знании потребителей, а конкурентное преимущество является в большей степени информационным, нежели материальным ресурсом, создаваемым за счет предоставления аргументов, с помощью которых потребитель может решать свои проблемы эффективнее.

То, что ранее обозначалось как символический капитал, теперь следует рассматривать в качестве альтернативы ориентации на экономию, приведшей к ситуации резкого снижения производительности экономического капитала – способности денег делать деньги. Для инициатора установления различий это означает конец эпохи последовательной экономии и начало эпохи стратегической избыточности: разворачивание корпоративной активности в контекстуальность социальной среды при концентрации вокруг смыслового фокуса – миссии организации, понятой как нематериальная ценность. О чем это говорит? Конечно же, об изменении логики рыночной практики, когда необходимо выходить за пределы ограничений хозяйственной и административной деятельности и осваивать коммуникативные способы органичного включения организации-участницы рынка в разнообразные формы общественной жизни.

Современное общество, обозначаемое как постиндустриальное, информационное, открытое, сетевое, поликультурное, общество риска и спектакля, переживает предел экономии, выражающийся в устранении человеком себя из общественной жизни и стремлении к паразитарной крайности. Преодолевается в том числе и экономия мышления, заданная, по мнению Р. Сеннета, «тиранией интимности», выступающей в качестве «веры в единственный стандарт истины для измерения сложностей социальной реальности»⁷. Теперь снова, как это было и в период зарождения индустриального общества, идет активная работа по восстановлению баланса между частной и публичной

жизнью, а все более значимым преимуществом в конкурентной борьбе становится способность выстраивать окружение.

Основу символического капитала успешной организации-участницы рынка составляет сегодня продвижение конкурирующего предложения благодаря участию в некоммерческих и неполитических мероприятиях и событиях, образующих общественный контекст потребительского выбора. Поэтому символический капитал корректнее рассматривать как исчисляемую в стоимостном выражении объективацию нематериальных активов конкурирующего предложения, способную дать потребителю информацию об этической и эстетической ценности такого предложения. В противоположность «персонализированному обращению» установление различий согласно такому подходу основывается именно на построении, а не на ликвидации конкретных социальных отношений. Обращение к сфере публичного, общественно значимого изменяет ориентацию общества в сторону повышения ценности окружения. Поэтому современное общество можно обозначить как общество ускоренного создания систем отношений, а основной технологией форсированного построения этих отношений является PR.

В отличие от рекламы PR основан на «презумпции уважения» к человеку-гражданину, свободе его выбора. Если этот принцип не выполняется, то нельзя говорить о PR как средстве изменения массовой культуры демократического общества. Это значит, что PR принципиально не манипулятивен. Однако из такого утверждения не следует делать вывод о том, что PR занимают исключительно люди высоконравственные и бескорыстные.

Антиманипулятивность PR имеет четкое прагматическое основание – соблюдение норм «презумпции уважения» позволяет сохранять высокую эффективность социальной коммуникации в условиях, когда накопление потребителем коммуникативного опыта помогает быстрее выявлять манипулятивное воздействие и жестче сопротивляться ему. Иначе говоря, несоблюдение норм этики и права оценивается как принуждение в выборе, что вызывает со стороны общественности только негативную реакцию, поэтому манипулирование становится все менее эффективным способом организации коммуникативного воздействия.

Особенностью PR как коммуникативной технологии является предоставление обществу дополнительных аргументов, помимо характеристик самого конкурирующего предложения, работающих на его известность – демонстрация культурной, социальной, гуманитарной и экологической стороны деятельнос-

ти организации-заказчика. Дополнительность аргументов обусловлена тем, что они не характеризуют само конкурирующее предложение, а показывают разностороннюю связь этого предложения с ценностями общественной жизни.

Подобная контекстуальность воздействия позволяет людям создавать собственные, а не вынуждаемые, представления о конкурирующем предложении. Следовательно, традиционное представление об однонаправленности коммуникации от инициатора к получателю уже не соответствует реальной коммуникативной практике, так как в действительности имеет место обоюдное воздействие на коммуникативное событие и со стороны инициатора коммуникации, и со стороны получателя сообщений. Здесь важно отметить, что такой способ побуждения людей позволяет сохранить у них уверенность в свободе выбора и полезности совершаемых ими действий.

Достигается это за счет того, что сокращаются издержки выбора потребителя, под которыми понимаются «затраты, связанные с принятием решений»⁸. Человек, совершая выбор, вынужден отказаться от других альтернатив, что всегда сопровождается психологическими издержками, становящимися все более важным фактором, определяющим поведение потребителя. Отечественный рынок быстро превратился из дефицитного в перенасыщенный, поэтому чем острее необходимость выбора между все большим числом альтернатив, тем выше издержки выбора и тем больше приходится уделять внимания сокращению таких затрат. PR, с одной стороны, организует не прямое или контекстуальное коммуникативное воздействие, что позволяет предлагать аргументы выбора, а не навязывать сам выбор потребителю, а с другой – решает проблему расширения базы аргументов потребительского выбора, что усиливает различия конкурирующих предложений и снижает тем самым издержки выбора.

«Производство окружения» в управляемой социальной коммуникации направлено на формирование новых ресурсов, являющихся видами символического капитала. Таковыми можно считать любые ресурсы, обладание которыми признается обществом в качестве аргумента, повышающего вероятность совершения ожидаемого инициатором действия. Ключевыми видами символического капитала, соответствующими указанным ранее четырем сферам общественного контекста потребителя, являются культурный, социальный, гуманитарный и экологический капитал.

Культурный капитал – это широко известные и высоко оцененные результаты деятельности организации-участницы рын-

ка в области массовой и «высокой» культуры, когда инициатор производства окружения берет на себя решение задачи по обеспечению доступности и адекватного восприятия произведений культуры. Самым простым способом формирования культурного капитала является публичная демонстрация финансовой поддержки объектов культуры и творческих коллективов. Более сложный способ – разработка и реализация культурных проектов: издание книг и журналов, проведение выставок и гастролей, фестивалей и балов, празднование юбилеев. Еще более сложная работа – представлять компанию в качестве активного участника культурной жизни общества, когда все мероприятия проводятся в рамках специальной программы и объединены общей идеей.

Социальный капитал – совокупность социальных связей и знакомств, которые могут быть мобилизованы для решения поставленных задач. Помимо участия инициатора в работе профессиональных, общественных и иных объединений, важную роль здесь играет принадлежность к неформальным сообществам. Социальный капитал представляет собой специально формируемый круг знакомств в целях получения и предоставления информации, советов и поддержки. Такой круг знакомств создает потенциал взаимного доверия и взаимопомощи. Знакомства заводятся на банкетах и приемах, в клубах и бизнес-поездках, используются и другие способы. Один из них, становящийся все более популярным в нашей стране, – гольф.

Гуманитарный (человеческий) капитал – это результат инвестиций в интеллектуализацию, эффективное мотивирование и культуру взаимодействия сотрудников организации-участницы рынка, что помогает реализовать способности человека к созданию нового знания и обеспечивает повышение его конкурентоспособности. Для формирования такого вида символического капитала используют, как правило, технологии командообразования, корпоративной культуры, фасилитации (управление эффективностью работы группы) и медиации (технология по решению конфликтных ситуаций). В последние годы в нашей стране для создания и увеличения гуманитарного капитала все чаще применяется технология корпоративного обучения, которая, помимо непосредственного обучения сотрудников компании, решает еще две немаловажные задачи: во-первых, эта технология позволяет обобщить опыт и знания, накопленные корпорацией, а во-вторых, сформировать единую корпоративную культуру предприятия и уникальную систему ценностей.

Экологический капитал – это не только публичная деятельность по защите природной среды, что создает условия для производства товаров и услуг в будущем, но и широкая известность инициатора-заказчика как активного производителя так называемых экологических услуг: утилизации промышленных отходов, предотвращения эрозии почв, развития транспортной и жилищно-коммунальной инфраструктуры, систем здравоохранения и рекреации.

Если обобщить эти виды символического капитала, образующие конкурентные преимущества инициатора «производства окружения», то прежде всего станет заметно, что обладание ими позволяет ненавязчиво, но четко показать, что заказчик установления различий через демонстрацию связи рыночного предложения с ценностями общественной жизни в отличие от конкурентов уделяет больше внимания качеству жизни своих потребителей и сотрудников. Конечно, PR не является единственным способом формирования отмеченных нематериальных активов, но PR – это единственная технология, которая позволяет не только формировать все эти преимущества сразу, но и ликвидировать такие преимущества у конкурента.

Поэтому если раньше, как правило, конкурировали на основе установления различий продукта, то в современных условиях конкурируют через установление различий окружения. И поскольку сейчас подобные различия воспринимаются как ценность, они становятся важнейшим ресурсом. Это значит, что конкуренция все более переходит в «нематериальную сферу», где за влияние на сознание общественности борются символические ценности, удваивающие обмен: «...пожалуй, главный отличительный признак амбициозной корпорации – целенаправленное расширение пределов собственной компетенции, синтетический подход к человеческой деятельности, совмещение экономических, политических, культурных задач в “одном флаконе”, что позволяет решать каждую из них в отдельности гораздо успешнее за счет достигаемого синергетического эффекта»⁹.

В заключение отметим, что удвоение обмена сейчас уже не рассматривается как отрицание экономической рациональности рыночного обмена, а как компенсация за снижение производительности экономического капитала в условиях технологического паритета посредством субъективирования потребления. Субъективирование потребления является результатом управления социальными коммуникациями в создании таких симво-

лических конкурентных преимуществ, которые не могут быстро копироваться, но могут преобразовываться в стоимость за счет предоставления ценностей, созданных инициатором установления различий вокруг конкурирующего предложения, что делает потребление символически более богатым. Установление различий, способствующих конкуренции между производителями и конкуренции между потребителями, – это встраивание обмена «товар/услуга – деньги» в более широкую систему обмена ценностями, которая размыкает жесткость соотношения цены и качества и позволяет устанавливать добавленную стоимость за счет возможностей, создаваемых символическим капиталом, – отношение «имидж/бренд – добавленная стоимость». Поэтому основанием успешной конкуренции в современных условиях является целенаправленное формирование общественного окружения в развитии культурного, социального, гуманитарного и экологического капитала. Эти виды символического капитала используются как дополнительные аргументы сокращения издержек выбора потребителя и как дополнительные возможности для эффективного функционирования организации-участницы рынка благодаря специально формируемому влиянию в тех сферах, которые не относятся к основной деятельности такой организации.

Примечания

- ¹ См.: *Алексеев А.* По обе стороны китайского чуда // <http://www.zerkalo-nedeli.com/nn/show/499/46847>
- ² См.: *Нестеров В.* Таня Гроттер – это Буратино сегодня // <http://www.gazeta.ru/2003/03/25/nasatanaplak.shtml>
- ³ *Сметанин А.М.* Оценка гудвилла в принятии финансовых решений // http://www.smartcat.ru/p_finance/books/book_110/Page19.shtml
- ⁴ *Бодрийяр Ж.* Общество потребления: Его мифы и структуры. М.: Республика; Культурная революция, 2006. С. 210.
- ⁵ *Сеннет Р.* Падение публичного человека. М.: Логос, 2002. С. 29.
- ⁶ *Перфелегин С.Б.* Самоучитель игры на мировой шахматной доске. М.: АСТ; СПб.: Terra Fantastica, 2005. С. 492.
- ⁷ *Сеннет Р.* Указ. соч. С. 391.
- ⁸ *Сакайя Т.* Стоимость, создаваемая знанием, или История будущего // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С. 363.
- ⁹ *Неклесса А.И.* Люди воздуха, или кто строит мир? М.: Ин-т эконом. стратегий, 2005. С. 86.

УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ: ПОИСК ПРОСТРАНСТВА ДЛЯ ПЕРЕГОВОРОВ

Поиск адекватных моделей управления современными конфликтами требует от теоретиков и практиков, работающих в этой сфере, все большей гибкости, точности анализа ситуации и постоянного привлечения все новых и новых стратегий управления. Теории конфликта и переговоров к настоящему моменту прошли значительную эволюцию от математически точных схем, предлагаемых теорией игр и теорией рационального выбора, до значительно более глубокого понимания процесса урегулирования конфликта через оптимизацию взаимного интереса и интегративные схемы управления. Теории конфликта и переговоров представляют по своему характеру междисциплинарные исследования, развивающие в своих рамках большое количество различных подходов, обнаруживая тем самым эклектику методов работы с конфликтами. Такое направление развития теоретического и практического полей дает возможность поиска более адекватных ландшафту конфликта средств, и неслучайно в современной науке все большее внимание уделяется разработкам социальной психологии, которые смогли внести «человеческое измерение» в конфликт: глубже понять роль таких факторов, как эмоции, триггеры, паттерны поведения человека и т. п.

Многие специалисты по управлению конфликтами или ведению переговоров считают любой конфликт прежде всего социальным процессом, в котором участники сами конструируют пространство посредством своего отношения к происходящему и к своему оппоненту.

Проблема отношений является наиболее острой еще и потому, что для урегулирования конфликтной ситуации обеим сторонам нужно создать некое общее пространство для коммуникации, что нередко делается при полном сохранении восприятия другой стороны как угрозы или как стороны, за которой не

признается право считаться равноправным участником диалога (большинство конфликтологов используют термин «недо-человек»), и т. д. Более того, чаще можно столкнуться с ситуацией, когда обе стороны, вроде бы договариваясь, строят намного больше планов на случай провала переговоров и дальнейшей дестабилизации ситуации, чем наоборот. Таким образом, одной из ключевых проблем организации и успешного проведения переговоров является проблема постороения доверия, доверия друг к другу, доверия к посреднику, доверия к институту, который осуществляет управление ситуацией. В этом контексте очень символично выглядит сравнение категории доверия с капиталом переговоров, ключевым условием их успеха.

Доверие к другому складывается из многих составляющих, некоторые из них очевидны, как, например, общность базовых ценностей участников и их идентичностей, единая знаковая и лингвистическая системы; некоторые, наоборот, только разрабатываются, такие, как рефрейминг ситуации и моделирование оппонента. Доверие во многом – это и степень понимания другого, возможность не только учитывать его интерес, но и ответить на вопрос, почему именно таким образом и под таким ракурсом выстраивается его предметная сторона.

Очевидно одно – на данный момент исследование различных феноменов сферы коммуникации, постоянно усложняющихся современных конфликтов и подходов к их управлению становится все более актуальным, и центральной проблемой для переговоров любого профиля и уровня является разработка категории доверия, позволяющей создать или разрушающей, в случае отсутствия, единое пространство для взаимодействия.

В этом контексте представляется обоснованным более детально рассмотреть основные параметры, дающие возможность создать переговорное пространство или препятствующие этому. Исследование этих параметров уместнее всего привязать к изучению конкретных международных конфликтов, тех, которые во многом стали визитной карточкой последних десятилетий из-за своей сложности и противоречивости, – спору вокруг Кашмира, по которому подписано соглашение 2003 г., но все же непонятно, сколько времени оно будет обеспечивать там стабильность; ситуации в Косово, переговоры о постоянном статусе которого должны завершиться к концу 2006 г.; а также составившего заголовки новостей по всему миру летом 2006 г. и едва поддающегося какому бы то ни было урегулированию вооруженного противостояния Израиля с Хизболла и Хамасом.

Первый шаг переговоров: выбор подходящего момента для начала

Пространство для переговоров в большинстве случаев формируется задолго до начала непосредственной коммуникации между сторонами, однако первый опыт этого взаимодействия имеет принципиально важное значение для всего последующего процесса.

Независимо от характера и стадии эскалации конфликта переговоры начинаются только при определенных условиях – условиях, когда участники сами видят в коммуникации большую выгоду, чем в продолжении конфронтации. Таким образом, речь идет о создании определенного мотивационного уровня для сторон, вовлеченных в конфликт. Эта мотивация может иметь как «объективный», так и «искусственный» характер.

Среди наиболее вероятных условий «объективного» характера для любого национального правительства могут выступать морально-этические соображения репутационного свойства, финансовые расчеты, обеспечивающие резкое снижение затрат на продолжение конфронтации или военных действий, представления о национальном интересе и международной репутации, а также целый ряд факторов внутривнутриполитического плана.

Ярким примером такой «объективной» мотивации может служить изменение ситуации вокруг конфликта в Кашмире, когда в 2002 г. именно перспектива скорого проведения выборов толкает Дели к поиску новых путей решения проблемы, которая уже давно стала пятном на репутации индийского правительства. К чисто репутационным аспектам международного характера можно смело добавить серьезные внутривнутриполитические «мотивации». В 2000 г. индийское правительство было вынуждено не только значительно субсидировать экономику региона, но и содержать 200 тысяч индусов из Кашмира, которые боялись возвращаться в свои дома. Ситуация еще более усугублялась тем, что за время развития кризиса в условиях войны и относительной депривации базовых социальных потребностей выросло целое поколение¹.

Необходимо добавить, что мотивация обеих сторон (Индии и Пакистана) в деле начала переговоров была также во многом замешена и на страхе. Безусловно, в их поведении прослеживаются опасения относительности непредсказуемости реакций друг друга, но также, что интересно, и опасения относительно усиления третьей стороны конфликта – самих кашмирцев, известных с XIX в. своеобразной эклектичной идентичностью и желанием независимости.

Лучше всего, если начало переговорного процесса связано с динамикой самого конфликта. Очевидно, что источник прекращения поведения, направленного на эскалацию проблемы, может быть только изнутри – израильтяне никогда не проникнут в недра Палестины лучше, чем сами палестинцы, однако от первых во многом зависит создание необходимых условий для трансформации Палестины. Работа с конфликтом изнутри – это единственный экологический путь, но вмешательство на этом уровне часто провоцирует желание все перекроить по-своему, так, чтобы трансформация одной стороны проходила на условиях другой. Подтверждением тому может служить израильская и американская риторика относительно конфликтов, в которые оказался втянут Израиль. Примечателен тот факт, что несмотря на разность ситуации с израильской вовлеченностью в Палестине и Ливане, эти конфликты израильская сторона увязывает вместе, так как их формальные признаки в значительной степени совпадают: в обоих случаях речь идет об исламистских движениях, частично вовлеченных в официальную политику; в обоих случаях это территории, ранее оккупированные Израилем; в обоих случаях в недавнем прошлом имел место захват израильских солдат. Таким образом, радикальное вмешательство Израиля в каждый из них, на уровне влияния на общественное мнение, обещает большие политические дивиденды в виде «перекраивания» ситуации наиболее выгодным Израилю образом, что и предопределяет высказывания некоторых израильских и американских официальных лиц, называющих движения «террористическими» и новой «осью», вместе с государствами, их поддерживающими².

В этой ситуации будет логично задать вопрос: а есть ли вообще пространство для переговоров в случае ближневосточного конфликта? Безусловно, есть. Однако до тех пор, пока в это пространство будет вмешиваться идеология, ничего, кроме феномена «отзеркаливания» позиций и взаимного отторжения, не будет.

Поиск оптимального момента для переговоров в «арабо»-израильском конфликте напрямую связан с интерпретацией ситуации израильской и, к сожалению, американской администрацией. Очевидно, что для первой решение этих двух проблем было бы проще, если их объединить и решить одновременно и окончательно, однако реальная ситуация намного сложнее, чем может хотеться отдельным политикам. Во-первых, лидеры Хамаса и Хизболлы достаточно недвусмысленно высказываются

относительно того, что каждое из этих движений находится в качественно иной ситуации, чем другое, хотя формально требования обмена пленными выдвигают оба. Хамас занимает более осторожную позицию в целом и в несколько большей степени готов к диалогу, что Израиль мог бы использовать, применяя разные тактики вовлечения сторон в переговоры. Однако жесткость позиции, представляется, приносит Израилю намного большие дивиденды, что в полной мере проявилось на протяжении июля – августа 2006 г. Если смотреть на ситуацию более глубоко, такое упорство проистекает из интерпретаций собственного национального интереса, которые основываются на стойкой убежденности Израиля в невозможности договориться с другой стороной – будь то Хамас или Хизболла. Таким образом, пространство для переговоров в этом конфликте нивелировано полностью еще до их начала.

Мотивация «искусственного» характера возникает в процессе разыгрывания определенных «карт» одним или несколькими участниками конфликта. Она работает так же хорошо, как и объективная мотивация, возникающая в силу осознания сторонами необходимости обсуждать существующее, неприемлемое ни для одной из них положение. Но в отличие от последней «искусственная» мотивация едва ли может обеспечить эффективные долгосрочные договоренности, поскольку в этом случае как минимум у одной из сторон конфликта (допустим, что давление первой стороной осуществляется намеренно, вследствие переосмысления ситуации и понимания неприемлемости дальнейшей конфронтации как средства решения вопроса) не происходит переосознания, и она чувствует себя принужденной к переговорам и дальнейшему соглашению, независимо от его качества.

Ярким примером «искусственной» мотивации может служить современное положение вокруг будущего Косова. Из двух участников конфликта одна сторона явно заинтересована в его скорейшем решении через переговоры относительно постоянного статуса Косово, которые, как они рассчитывают, и совершенно обоснованно, будут означать признание независимости края, а другая сторона, опасаясь резкого ухудшения своего положения после такого решения, надеется на затягивание переговорного процесса и по возможности на более туманные формулировки. Однако на данный момент процесс уже нельзя остановить, потому что, кроме его непосредственных участников, большое влияние на ситуацию оказывает

третья сторона – международное сообщество, которое выступает в этом конфликте как самостоятельный игрок, имеющий свои четко очерченные интересы с момента вмешательства в процесс формализации и завершения перехода Косово к самоуправлению.

Таким образом, из основных игроков только косовские сербы остаются стороной, имеющей призрачные надежды на решение конфликта в свою пользу, за исключением, возможно, некоторого стимула, предложенного в докладе посланника ООН Кая Эйде, опубликованном в 2005 г. и посвященном обсуждению готовности Косово к процессу выработки окончательного статуса. Автор этого доклада предложил схему так называемого мягкого раздела Косово – с сохранением некоторых важных сербских институтов в подчинении Белграду, например, соединений сербской полиции (которая все равно нелегально существует) и др. Реализация этого подхода во многом зависит от гибкости участников переговоров, на которую пока трудно рассчитывать.

Основной мотивацией Белграда на предстоящих переговорах продолжает оставаться фактор принуждения, умело разыгрываемый западными дипломатами. Очевидно, что этому в немалой степени способствует и позиция самой Сербии, которая слишком часто и открыто заявляет о необходимости собственного территориального единства и централизованного управления. Косовские сербы в этом конфликте едва ли могут быть названы самостоятельной стороной, будучи сильно зависимы как от Белграда, так и от международной миссии в Косово (обеспечение безопасности и рабочих мест).

Хитросплетения интересов

Заинтересованность в решении проблемы представляется банально простым, но на самом деле очень важным компонентом, укрепляющим или разрушающим пространство для переговоров.

Вернемся в пространство косовской проблемы. Все участники процесса урегулирования заинтересованы в долгосрочном решении этой проблемы, международное сообщество ждет решения общего характера с тем, чтобы регион перестал быть очагом напряженности и как можно скорее стал экономически самодостаточным. Заинтересованность албанцев здесь больше, чем кого-либо другого. Для них это самый удач-

ный и, возможно, единственный шанс получить независимость. Однако тот вариант урегулирования, который они хотят воплотить в жизнь, делает перспективу переговоров совершенно непривлекательной для сербов. Албанцев в первую очередь интересует возможность получения независимости края (ни на что другое они, очевидно, и не пойдут, чувствуя за собой американскую поддержку и благосклонное отношение к этому варианту европейских стран), все остальные вопросы (децентрализация, гарантирование равенства прав меньшинствам и т. п.) они собираются решать позже и в «рабочем» порядке. Подобный алгоритм решения проблемы сербов не устраивает и лишает всякой заинтересованности в переговорах. Таким образом, корреляция интересов даже трех сторон в конфликте с сохранением их заинтересованности в решении проблемы представляется весьма сложным и многоступенчатым процессом, который на данный момент пытается решить специальный посланник Генерального секретаря ООН Марти Ахтисаари.

Очевидно, что «заинтересованность» в решении проблемы проистекает из возможностей отстаивания интересов конкретного участника. Решение косовской проблемы катализируется, так как европейское сообщество заинтересовано в скорейшем освобождении от очага нестабильности, однако если для третьей стороны решение окажется совершенно неприемлемым, то назревает вопрос, сколько времени профункционирует вся система в целом.

Показателем уровня заинтересованности в решении конфликта является интенсивность контактов между сторонами. В случае с Косово «внутреннего» диалога между сербами и албанцами практически не существует, т. е. вся коммуникация ограничивается официально предписанными контактами, предусмотренными между ними программой ООН. Экономически албанцы и сербы придерживаются анклавного принципа, албанцы, будучи большинством, практически полностью вытеснили сербов из наиболее прибыльных сфер бизнеса. Следует также добавить, что и политически ни у одной стороны не было и нет уважения и доверия к другой.

В результате складывается тупиковая ситуация – сами стороны решать вопрос не хотят в силу различных причин, а международное сообщество как игрок внешний, стараясь прежде всего защитить собственные интересы, едва ли склонно вникать в тонкости проблемы.

Проблема пассивности в переговорах

Совсем нередки ситуации, когда перед началом переговоров одна сторона вообще может отрицать их необходимость, а вместе с тем и саму проблему.

Следует отметить, что нередки примеры, когда участники вообще не слышат друг друга, будучи совершенно погруженными в свое собственное видение проблемы и эмоции (что еще может дополняться блокированием «неудобной» информации, провоцирующим, как следствие, пассивность и безразличие).

В переговорах можно столкнуться как минимум с четырьмя уровнями осознания проблемы или его отсутствия:

- 1) оспаривание наличия проблемы вообще;
- 2) принижение значения проблемы;
- 3) убеждение в том, что проблема неразрешима вообще или по крайней мере каким-либо другим способом, кроме применяемой стратегии;
- 4) убеждение в невозможности поиска новых стратегий решения ситуации.

Все эти уровни обесценивания проблемы очень опасны тем, что, изначально давая возможность участнику обсуждения заблокировать неудобную ему по каким-то причинам часть реальности, перекаладывают ответственность за решение проблемы на другую сторону. Процесс коммуникации может закончиться еще не начавшись, потому что, объективно говоря, участники обсуждения могут находиться на совершенно различных уровнях осознания проблемы. Таким образом, выбор стратегии переговоров должен быть напрямую связан с анализом уровня обесценивания или осознания проблемы.

Пожалуй, самая сильная форма пассивности – вытеснение проблемы, особенно если оно сопровождается ощущением неразрешимости ситуации. Если проблема воспринимается как неразрешимая, то участники переговоров испытывают постоянный стресс и значительную психологическую нагрузку, цена которым – еще большее отдаление от реальности и настоящего разрешения конфликта.

Обесценивание проявляется в реакциях, которые точно не позволяют организовать конструктивное обсуждение и решить существующую проблему, но скорее будут связаны с уклонением от позиции ответственности и в целом непродуктивным обращением с ситуацией. Наиболее яркие примеры такого поведения – это стратегии приспособления (если только это не хорошо проду-

маный тактический ход) и ажитации. Из этих стратегий ажитация наиболее провокационна и трудно распознаваема для организаторов переговоров. К ажитации стороны могут прибегать тогда, когда пытаются активной деятельностью погасить напряжение, возникающее вследствие неуверенности в возможности решить проблему вообще. Конкретные проявления этой стратегии – ситуации, когда во время обсуждения сторона начинает задавать очень много вопросов, практически не слушая ответы на них, когда ваш оппонент постоянно выдвигает все новые и новые идеи, не уделяя ни одной из них серьезного внимания, когда оппонент уверен, что сейчас эту проблему решить невозможно и существует огромный список других вопросов, которые должны быть урегулированы прежде. Практическим воплощением такого поведения может быть ситуация, когда участники переговоров будут с большим (преувеличенным) энтузиазмом соглашаться на их начало, но затем сроки будут бесконечно «отодвигаться», будет проявляться недовольство местом проведения и т. п.

Нельзя также не отметить, что наиболее концентрированной и «активной» стратегией пассивного поведения является насилие, которое, на самом деле, обеспечивает фактическое уклонение от решения «неразрешимой» проблемы.

Главный принцип работы с пассивным поведением проистекает из того, что оно само основывается на внутреннем обезценивании, которое, в свою очередь, проистекает из определенных преувеличений, связанных с собственной личностью или с личностями других людей, вовлеченных в ситуацию. Таким образом, пассивное поведение нацелено на навязывание оппоненту своих условий дальнейшего сосуществования.

Проблема доверия в переговорах

Переговорное пространство простирается ровно настолько, насколько хватает доверия участников диалога друг к другу.

Доверие начинается с признания других участников конфликта равноправными сторонами, что происходит далеко не в каждом случае.

В случае с Кашмиром, например, индийская сторона не очень склонна признавать Пакистан равноправным участником спора, а также едва ли готова предоставить большую автономию региону или допустить повторение международного вмешательства. Таким образом, пространство для переговоров практически исчезает, и едва ли можно надеяться на долгосрочное решение спора.

Признание других сторон равноправными позволяет привлекать их к решению проблемы как активных участников процесса, тем самым работая через интегративный подход, который дает возможность разделить ответственность за разработку и воплощение в жизнь нового плана разрешения конфликта.

Большое значение в этой ситуации имеют различные фоновые факторы. Одним из них является прежний опыт отношений, который практически во всех случаях осложнен либо вооруженными конфликтами и репрессивными мерами друг против друга, либо взаимным недоверием и неудачными прошлыми попытками разрешить конфликт.

В этом контексте нельзя не вспомнить индийский опыт передачи кашмирской проблемы в ООН в 1947–1948 гг., когда, с одной стороны, индийское руководство было уверено в своих позициях в Кашмире и само предложило проведение там референдума, а с другой стороны, ему пришлось подчиниться международной организации, вследствие чего принимать позицию Пакистана и тем самым, по их мнению, терять собственную позицию. В настоящий момент, когда, может быть, наиболее простым решением вопроса была бы передача его на рассмотрение в международные агентства и Пакистан с этим вполне согласен, индийская сторона такой вариант не хочет даже рассматривать, опасаясь «ослабления» своего влияния в регионе.

Установление отношений доверия как средство расширения переговорного пространства

Пожалуй, это самый трудоемкий и долгосрочный проект из всех возможных мероприятий управления конфликтами. Главная проблема заключается в том, что любой жест одной страны по отношению к другой будет неизбежно интерпретироваться на символическом уровне, что часто приводит и стороны, и посредников к передвижению по кругу. Ожидание от стороны-оппонента повторения худшего из прошлого опыта коммуникации приводит к ответной реакции нежелания что-либо менять, активируя тем самым схему «стимул – реакция».

В высшей мере символична ситуация с косовской независимостью для проживающих там албанцев: получение ее атрибутов по своей значимости равно или даже превышает смысл получения собственного государства по сути. И, наоборот, албанские планы превращения Косово в обществу, организованное по гражданскому признаку, не могут не пугать косовских сербов,

так как отсутствие четко закрепленного статуса за ними предполагает значительную социальную и политическую неопределенность при отсутствии какой-либо традиции мирного сосуществования двух этносов на оспариваемой территории ранее.

Выстраивание четко структурированной коммуникации в нужных ассоциациях, с грамотно расставленными акцентами важно с самых первых шагов взаимодействия новых акторов друг с другом, потому что именно стиль отношений конструирует их внутреннее пространство. Поэтому совершенно неслучайны заявления Евросоюза относительно собственной дистанцированности от своего же компонента в международной миссии в Косово, так как во многом деятельность этого компонента стала ассоциироваться с неудавшимися попытками экономических реформ, которые только укрепили недоверие албанцев к Европе. Примечательно и изменение риторики Евросоюза в отношении своего компонента: от «компонента ЕС по реконструкции экономики» до «компонента, финансируемого ЕС», который в будущем вообще будет передан под юрисдикцию правительства Косово.

Доверие не только дает возможность расширить рамки диалога, но также направить освободившуюся энергию участников на поиск новых решений и подходов к управлению ситуацией, что, к сожалению, происходит не так уж часто.

Переговоры, где доля доверия сторон невысока, обречены натолкнуться на так называемые дилемму честности и дилемму доверия³, когда стороны сначала стараются скрыть как можно больше информации, а потом пытаются определить пропорцию того, чему из сказанного можно верить.

Примечания

- ¹ См.: *Sreedharan Cb.* The Lost Generation: The Story of Children in Kashmir / National Foundation of India. New Delhi, 2002.
- ² См.: President George W. Bush, radio address, 22 July 2006.
- ³ См.: *Lewicki R.J., Saunders D.M., Minton J.W.* Negotiation. 3rd ed. San Francisco: Irwin McGraw-Hill, 1999. P. 5.

ТОВАРНЫЙ ЗНАК КАК СРЕДСТВО КОММЕРЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Жизнь современного общества представляет собой постоянное общение и взаимодействие людей в самых разных сферах и самыми разными способами. Существует целая область коммуникаций, связанных с постоянным участием людей в гражданском (торговом) обороте.

Вряд ли можно в условиях современной экономики найти человека, осуществляющего самостоятельный и самодостаточный цикл производства и потребления, именуемый натуральным хозяйством. Напротив, каждый, к своей и общественной выгоде, участвует в обмене различными ценностями материального и нематериального характера – вещами и услугами, что в свою очередь влечет потребность в обмене всевозможной информацией.

При таком положении дел возрастает роль коммуникативных медиативных средств, позволяющих участникам экономического оборота быстро и безошибочно получать сведения, по которым можно определять происхождение и качество оплачиваемых товаров и услуг.

Настоящая статья посвящена одному из важнейших семиотических средств современной рыночной экономики, а именно товарному знаку. В статье кратко раскрываются коммуникативно-информативная природа товарных знаков, особенности обусловленных ими коммуникативных процессов, а также объем информационного потенциала, заложенного в знак.

Товарный знак – это обыкновенно лексическая или художественная единица, посредством которой товары (или услуги) представлены в коммерческом обороте.

Нельзя не отметить, что современная конкурентная экономика предъявляет высокие требования к финансовой устойчивости предприятия, к его состоятельности. Они зависят от того, способно ли это предприятие создать достаточную клиентскую базу и сохранить ее в течение максимально длительного перио-

да. В условиях тотальной соревновательной среды свободного рынка хозяйствующий субъект стремится каким-либо образом выделиться из общей массы, обратить на себя внимание потребителя и получить последнего в качестве клиента.

Эта задача решается с помощью товарного знака – явления, высокая значимость которого давно породила потребность в правовой регламентации. Товарные знаки определяются современным законодательством как обозначения, служащие для индивидуализации товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг юридическими или физическими лиц¹.

Товарный знак является частным случаем знака (символа) вообще, а потому существует в так называемой знаковой ситуации, предполагающей наличие следующих элементов: предмета, выполняющего функцию знака; предмета, к которому знак отсылает; субъекта восприятия знака; семантического значения знака, определяющегося воспринимающим².

Коммуникация осуществляется посредством трех различных селекций: селекции информации, селекции сообщения этой информации и селективного понимания или непонимания этого сообщения и его информации.

Подобное описание механизма коммуникации как выбора (отбора) лучше всего отражает суть и назначение института товарного знака. Потребитель – это и есть фигура, находящаяся в состоянии выбора, который обязательно будет иметь непосредственное воплощение в факте покупки одного товара и игнорирования другого. Товарный знак избавит потребителя от необходимости делать выбор на основе подробного ежечасного анализа самого рыночного продукта (куда входят и услуги), его свойств и качества. Единожды убедившись в соответствии маркированного знаком товара своим ожиданиям, потребитель в дальнейшем будет тратить на выбор считанные секунды. Окинув взглядом полку магазина (или лист рекламного издания), он осуществит психологически отбор знакомого и незнакомого (механизм селективного понимания и непонимания) и сделает выбор.

Так происходит общение потребителя и производителя, которое осуществляется с помощью товарного знака. Он становится иероглифом и паролем, связывающим эти фигуры.

Восприятие товарного знака будет зависеть от того, говорят ли указанные лица «на одном языке».

Современный американский исследователь, автор фундаментальной работы о товарных знаках, К.Дж. Веркман указывает на то, что восприятие товарных знаков зависит от внешних и

внутренних факторов. К первым относятся традиции страны и места рождения, традиции страны и места жительства родителей, влияние среды за пределами родительского дома, влияние среды, окружающей супругу (супруга). Ко вторым Веркман причисляет физические факторы (пол, расу, возраст), культурный уровень и религиозные убеждения, интеллектуальные способности анализировать свое восприятие, психологические факторы (неуверенность в отношении к продукту, неуверенность в самом себе, нерешительность, желание приобрести товар)³.

Ж. Бодрийар указывает, что производство в современном мире вообще занято тем, чтобы придавать всему очевидность: «Все должно производиться, прочитываться, становиться реальным, видимым, отмечаться знаком эффективности производства, все должно быть передано в отношениях сил в системах понятий или количествах энергии, все должно быть сказано, аккомпанировано, все подлежит описи и учету»⁴. По всей видимости, возможно расширительное толкование термина «знак эффективности производства», включая в него и товарный знак.

Авторитетный российский юрист, специалист по вопросам интеллектуальной собственности Э.П. Гаврилов пишет, что сам термин «знак» означает предмет, который выступает как представитель другого предмета. Поэтому «товарный знак» – это «знак (обозначение) товара». В качестве товарных знаков могут быть признаны те обозначения, которые служат для индивидуализации товаров, работ, услуг, т. е. обозначения, индивидуализирующие товары, «способные служить ориентиром, показателем при отделении одних товаров от других»⁵.

А. Иванова пишет, что редкий потребитель готов платить за товары неизвестного, подозрительного производителя, и, более того, общественное мнение нередко отказывает в доверии и качественным продуктам, если их изготовители забывают о продвижении собственного позитивного имиджа в массовом сознании⁶.

Информационная (а значит, и коммуникативная) роль товарного знака признавалась и в советской правовой науке. Так, Е.К. Сухарева в 1962 г. писала, что в социалистическом хозяйстве товарный знак из средства поддержания конкурентной борьбы, каким он является в капиталистическом обществе, становится средством борьбы за высокое качество одноименной продукции, выпускаемой различными предприятиями, поскольку социалистическое общество заинтересовано в том, чтобы все товары, выпускаемые предприятиями, были высокого качества. С помощью товарного знака, – пишет Е.К. Сухарева, – покупа-

тели легко могут ориентироваться в выборе хорошо зарекомендовавшей себя продукции, отдавать предпочтение продукции определенного предприятия⁷.

Следует отметить, что понимание коммуникативной роли товарного знака приводит исследователей этого социально-правового явления к разработке вопроса о построении такой коммуникации. Последняя считается организованной надлежащим образом, если позволяет донести до потребителя необходимый объем информации в максимально короткий срок, причем сила «сигнала» является достаточной, чтобы не быть заглушенной многообразием других однородных товаров, присутствующих на рынке.

Так, например, Е.К. Сухарева справедливо полагает, что товарный знак должен быть лаконичен и прост. Она уточняет, что «нецелесообразно перегружать его различными текстовыми данными», поскольку тогда он «теряет свое значение оригинального отличительного символа, а представляет собой простое сочетание отдельных элементов производственной марки⁸ и товарного знака»⁹.

Теоретическая разработка представлений о торгово-коммуникативной роли товарного знака происходила во второй половине XIX в.; она была основана на объективных рыночных реалиях и с момента разработки не претерпела существенных изменений. Еще в конце XIX в. российский правовед Н. Чернощев подробно описал, как с помощью товарного знака фабрикант (или торговец) информирует потребителя о товаре, а также как образом это отражается на привлечении клиентуры¹⁰.

Что привнес в отношения «фабрикант – товарный знак – потребитель» XX век? Почти ничего нового – и теория и практика отношений по поводу товарных знаков XIX в. полностью соответствуют нашим сегодняшним представлениям о роли и функциях знаков.

В XX в. товарный знак перерос в явление, ставшее частью системы купли-продажи товаров и услуг. Товарный знак отныне – составная часть коммуникации компании с потребителем, бренд¹¹. Бренд – это уже не само обозначение (явление объективное), а комплекс потребительских представлений. Природа и суть товарного знака остались прежними, изменились лишь общие торгово-хозяйственные реалии, что выразилось в увеличении товарного оборота.

Однако XX век принес понимание того, что товарный знак существует не столько объективно (выраженным в виде этикет-

ки или свидетельства о регистрации), сколько субъективно – «в головах» потребителей. Без этого второго существования (через осмысление) товарный знак – практически ничто.

Эту мысль, в частности, подтверждает американский исследователь, специалист по брендингу, С.М. Дэвис. С его точки зрения, товарные знаки являются одним из самых ценных активов фирмы, высоко значимым для ее руководства. С.М. Дэвис уточняет, что товарный знак способен символизировать деятельность компании и устанавливать для потребителя ассоциативные связи с товаром и услугой. Он пишет: «Марка означает доверие, стабильность, определенный спектр ожиданий»¹². Таким образом, от правильной политики в области пользования знаком может зависеть успех всего предприятия.

Н. Кляйн, американский идеолог движения антиглобализма, пишет, что к концу 1940-х годов начал осознаваться факт, что бренд – это не только этикетка, но носитель особой индивидуальности этой же компании. Успешность бренда – в его способности иметь психологическое влияние на потребителя¹³.

Сама же коммуникация посредством товарного знака превратилась в целый комплекс отношений брендинга, в которых любые действия и события неразрывно связаны между собой. К успеху бренда может напрямую относиться, в частности, мнение самих сотрудников о своей компании.

Другими словами, бренд есть «феномен массового сознания, специфический образ, социальное представление»¹⁴. В частности, Р. Барт указывал на то, что знаками создаются мифы – комплексы представлений о явлении. Он вообще определял миф как возможную семиологическую систему¹⁵. Вне всяких сомнений, бренд – это яркое проявление мифа, порожденного товарным знаком и комплексом общественных представлений о нем.

Практическое воплощение неразрывности комплекса товарного знака и всего того, что касается компании-правообладателя, осуществилось во второй половине XX в., однако, как уже было сказано выше, основы этих современных реалий были заложены ранее.

Рассмотрим некоторые варианты современных товарных знаков и сообщение, которое они несут, их коммуникативный потенциал¹⁶. Приведенные ниже образцы товарных знаков являются выборкой новейших правовых регистраций. Предложенные регистрации товарных знаков являются более иллюстрацией, нежели приведением значительной статистической информации. В рамках настоящей статьи не представляется воз-

можно дать обзор всех трехсот тысяч существующих российских регистраций товарных знаков.



Этот изобразительный знак (свидетельство № 306919, владелец ООО «Китти») предназначен для маркирования одежды и обуви. Он явно ориентирован на детскую и молодежную аудиторию и творчески обыгрывает фирменное наименование правообладателя посредством сочетания кошачьего силуэта с буквой «К».



В качестве примера еще одного товарного знака, использующего шутовское изображение животного, можно привести обозначение «Crazy Park» (свидетельство № 305361, владелец ЗАО «Мульти Комплекс»), предназначенное, вероятно, для организаций отдыха и развлечений.



Образ классической европейской ратуши использует ООО «Атлантис», владелец товарного знака по свидетельству № 305373, для продвижения различных напитков, в том числе пива. Такой товарный знак должен вызывать у потребителя ожидания соответствия товара классическим европейским стандартам пивоварения.



Изобразительный товарный знак по свидетельству № 305415 зарегистрирован на имя ЗАО «Кардио Клиника» (г. Санкт-Петербург). Изображение знака представлено в виде кардиограммы, напоминающей силуэт разведенного моста через Неву на фоне шпиля петербургского Адмиралтейства.

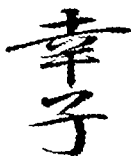


Товарный знак «ВПРОК» (свидетельство № 305472, правообладатель ООО «Инвестиции-Недвижимость-Консалтинг») намекает клиенту на финансовую выгоду предоставляемых правообладателем инвестиционных услуг. Это значение выражается не только смысловым содержанием самого слова «впрок», но и изображением денежного мешка-кошелька.



Комбинированный товарный знак «Espressia» (свидетельство № 305548, правообладатель Е.М. Кобзарь) сочетает в себе слова «эспрессо» и «экспрессия», причем двойная «S» представляет собой изображение поднимающегося от горячей чашки пара. Разумеется, товарный знак предназначен для кафе и ресторанов.

Товарный знак «CLIENTERRA» (свидетельство № 306911, владелец ООО «МОБИ Телеком») является фантазийным искусственным словом¹⁷, основанным на слиянии распространенных латинских слов «client» и «terra» (т. е. «клиент» и «земля, территория»). Он зарегистрирован для различных услуг и гарантирует потребителю главенство в общении с предоставляющим свой сервис правообладателем. Другими словами, компания «МОБИ Телеком» объявляет, что территория ее офисов находится во власти ее клиентов.



Выше уже было сказано, что товарный знак является своеобразным иероглифом, который должен быть понятен потребителю, иначе коммуникация будет затруднена или вовсе невозможна. Трудно признать удачным этот товарный знак по свидетельству № 306903, зарегистрированный для изделий бытовой химии, пищевых продуктов и услуг рекламы. Вызывает недоумение как перечень товаров и услуг, имеющих очень мало общего между собой, так и уверенность правообладателя в способности большинства потребителей выделить данные иероглифы из ряда других, присутствующих на популярных в России восточных товарах.



Вот еще один товарный знак (свидетельство № 306906, правообладатель ООО «Ясон»), имеющий национальный подтекст. Знак предназначен для мест отдыха и ресторанов и указывает на принадлежность к Греции и ее кухне.

Особую броскость (возможно, несколько бестактную) придает знаку использование имени известного европейского художника.



Комбинированный товарный знак «PRO-FACE» (свидетельство № 306864, правообладатель ООО «Гифтс энд Промотион») ассоциируется с африканской экзотикой реализуемых правообладателем подарочных канцелярских товаров. Интересным дизайнерским решением является сочетание контура ритуальной африканской маски с буквами «P» и «F», входящими в состав слова «PROFACE».



Представленный изобразительный товарный знак (свидетельство № 306822, правообладатель А.Н. Бондаренко) предназначен для медицинских услуг и содержит указание на креативность, артистизм и творческие способности персонала лечебного заведения.



Товарный знак «ЯПШИТОРИЯ» (свидетельство № 292485, правообладатель ООО «Премьер Континентал»), зарегистрированный для различных услуг, в том числе аудиторских, финансовых, информационных и образовательных, видимо, указывает на то, что под этой вывеской готовят молодых профессионалов (по аналогии с «якитория» – место, где готовят мясные блюда).

В качестве примера эпатирующего обозначения следует привести словесный товарный знак «FOR DUMMIES»¹⁸, зарегистрированный (свидетельство № 305577) американской компанией «Вилли Паблишинг» в отношении многочисленных товаров и услуг. Вероятно, этот знак будет использоваться на печатной продукции правообладателя, содержащей общеобразовательную, научно-популярную информацию в упрощенной, легкодоступной форме. Этому же правообладателю принадлежит регистрация товарного знака «Для “чайников”» (свидетельство № 259624).



Следует отнести к эпатирующим и комбинированный товарный знак «Пьяный дятел» (свидетельство № 305729, правообладатель ООО «ЛТВ-ГРУПП ПЛЮС»), поскольку слово «пьяный» в целом имеет негативную коннотацию, а слово «дятел» нередко употребляется в качестве оскорбительной характеристики. Кажущееся легкомыслие в выборе знака является коммерчески оправданным – такая вывеска на пивном ресторане или баре будет свидетельствовать о легкой и непринужденной атмосфере заведения.

Мы можем убедиться в том, что удачный товарный знак способен несколькими изобразительными и лексическими средствами передать довольно большой объем информации и обратить на себя внимание потребителя.

Проанализируем коммуникацию с помощью товарного знака на примере нескольких коммуникативных моделей.

По формуле Лассуэла:

Коммуникатор	Анализ управления	Лицо, занимающееся деятельностью, способной приносить определенный доход
Сообщение	Анализ содержания	Словесное, изобразительное, звуковое и иное сообщение
Канал	Анализ средств и каналов	Товар, его упаковка, вывеска, рекламные каналы
Получатель	Анализ аудитории	Потребители, т. е. лица, нуждающиеся в товаре (услуге) и способные образовывать рыночный спрос
Эффект	Анализ результатов	Наилучший положительный результат: получатель сообщения способен в наискратчайший срок определить взаимосвязь «товар–качество»/ «товар–производитель»; получатель проявляет интерес к сообщению, он предан продукции с таким товарным знаком и ищет среди других товаров именно ее («Я покупаю только Bosch»). Наихудший отрицательный результат: получатель не способен определить соотношение сообщения с качествами товара и, более того, не замечает направленного ему сообщения или не считает, что оно адресовано ему («Впервые вижу это название, и не заметил бы его, не обрати вы мое внимание»).

Как и в случае с любым другим сообщением, его эффект зависит от всех параметров, т. е. от качеств коммуникатора, сообщения, канала, потребностей и воззрений получателя.

Циркулярная модель коммуникации Остуда–Шрамма предполагает уже описанные процессы кодирования и декодирования общающимися сторонами, а также взаимность коммуникации, ее циркуляцию.

Именно на этом циркулярном аспекте необходимо заострить внимание. Рассмотрим вопрос о том, является ли коммерческая коммуникация односторонней или двусторонней.

С формальной точки зрения, общение производителя и потребителя является односторонне направленным. Первый помещает коммуникативное средство в виде товарного знака на товар, его упаковку, в рекламное сообщение. Второй является потребителем этой информации, но не имеет возможности прямого ответа. Режим диалога «коммерсант–покупатель» в рамках только товарного знака невозможен. Косвенным ответом на «реплику» коммерсанта является приобретение (или неприобретение) товара/услуги потребителем.

В приведенных выше рассуждениях не было затронуто еще одно лицо, имеющее непосредственное отношение к коммерческому коммуникативному процессу, а именно фигура конкурентного производителя.

Конкурент, на первый взгляд, является наблюдателем чужой коммуникации и субъектом своей собственной. Нюанс в том, что он обращается к той же самой потребительской аудитории.

Поэтому один производитель не может полностью остаться в стороне от взаимосвязи другого производителя и потребителя. Невозможно, апеллируя к покупателю, не обращаться при этом к конкуренту с тезисом «я лучше». Этот «диалог» ведется в том числе (и не в последнюю очередь) с помощью товарного знака. Производители участвуют в соревновании, главный тезис которого: «На каждый твой шаг последует мой, более результативный». Апофеозом такого процесса является проведение конкурсов «Бренд года», «Золотник» и т. п., за первенство в которых спорят между собой только коммерсанты.

Таким образом, общение посредством только одних товарных знаков возможно в условиях специальных субъектов и при наличии особой цели сообщения – утверждения своего превосходства.

Особенности коммуникации посредством товарного знака следующие:

- 1) сообщение обращено к неограниченному кругу лиц;
- 2) конечной целью коммуникативной связи является выбор товара/услуги потребителем;
- 3) специальная коммуникативная среда – рынок, отношения купли-продажи, оказание услуг;
- 4) не ограничено количество коммуникаторов, сосуществующих в конкурентной, соревновательной среде;
- 5) сообщение неотделимо от товара/услуги и не может существовать вне их;
- 6) сообщение становится товарным знаком по прохождении определенных государственных процедур и попадает под специальное правовое регулирование.

Подводя итог, отметим следующее.

Товарный знак есть коммуникативное средство, издавна используемое предпринимателями всего мира. Происхождение данного явления обусловлено желанием изготовителя сообщить миру о принадлежности ему продукта.

Эта форма обращения к покупателю имеет в условиях рыночной экономики огромное значение.

Данный факт привел к тому, что товарный знак является объектом правового регулирования во многих странах мира с XIX в. Тогда же были выработаны основные подходы к пониманию природы этого явления.

Коммуникация посредством товарного знака происходит в особой среде (рыночной) и между специальными субъектами.

Изначально коммуникация посредством товарного знака не предполагалась как происходящая между самими производителями товаров и услуг, однако на практике она стала и таковой тоже.

Информационный потенциал товарного знака чрезвычайно велик. Посредством нескольких ярких броских символов и лексических единиц производитель способен апеллировать к самым разным человеческим чувствам, ожиданиям, потребностям.

В настоящее время товарный знак является частью огромного коммуникативного комплекса рыночных отношений.

Примечания

¹ См.: Закон РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров». Ст. 1.

- ² См.: *Рабец А.П.* Правовая охрана товарных знаков в России. СПб.: Изд-во «Юридический центр Пресс», 2003. С. 38; *Павлинская А.П.* Товарный знак. Л., 1974. С. 27–31.
- ³ См.: *Веркман К.Дж.* Товарные знаки: Создание, психология, восприятие. М.: Прогресс, 1986. С. 129.
- ⁴ *Бодрийар Ж.* Забыть Фуко. СПб., 2000. С. 49.
- ⁵ *Гаврилов Э.П., Данилина Е.А.* Комментарий к закону РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров». М.: Экзамен, 2004. С. 12.
- ⁶ *Иванова А.* Учимся управлять репутацией // Элитный персонал. 2006. 27 июня. С. 19.
- ⁷ См.: *Сухарева Е.К.* Товарный знак, его правовая сущность и порядок регистрации. М.: ЦНИИПИТИ, 1962. С. 6.
- ⁸ Под производственной маркой Е.К. Сухарева понимает указание на товаре общих информативных сведений о предприятии и товаре. См.: *Сухарева Е.К.* Указ. соч. С. 11–12.
- ⁹ *Сухарева Е.К.* Указ. соч. С. 22.
- ¹⁰ См.: *Чернощевков Н.* Право промышленной клиентелы. СПб., 1894. С. 2–3.
- ¹¹ Необходимо уточнить, что юридическое понятие «бренд» в России не существует. Это слово в отличие от термина «товарный знак» не имеет правового содержания. В настоящей статье оно используется постольку, поскольку является термином, распространенным в гуманитарных науках, ориентированных на изучение вопросов управления и человеческого общения, а также в некоторых практических областях, в частности в рекламной деятельности.
- ¹² *Дэвис С.М.* Управление активами торговой марки. СПб.: Питер, 2001. С. 13.
- ¹³ См.: *Кляйн Н.* No Logo: Люди против брендов. М.: ООО «Добрая книга», 2003. С. 30.
- ¹⁴ <http://www.slogans.ru/index.php?id=86>
- ¹⁵ См.: *Барт Р.* Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс, 1989. С. 73–80.
- ¹⁶ Примеры зарегистрированных товарных знаков и их изображений взяты из профессиональной электронной информационной поисковой системы «MIMOSA V4», содержащей базу данных российских товарных знаков.
- ¹⁷ Данный товарный знак является словесным и не имеет изображения. Он представляет интерес как выдуманный термин. Несмотря на отсутствие специальной графической формы, словесные товарные знаки имеют большое значение, особенно при использовании в устной рекламе, в том числе по радио.
- ¹⁸ Для олухов, для болванов. – *Англ.*

ABSTRACTS

S.A. Beebe, T.P. Mottet Communications and Values

The purpose of this paper is to argue for the identification of a set of principles rooted in human values that may provide a means of identifying both effective and appropriate communication behavior in pan-cultural contexts. The paper reviews research and previous efforts to identify common human values, giving special attention to communication paradigms. Specifically, the paper nominates eight human values and intersects them with five core communication principles to illustrate ethical approaches to human communication that may be applicable to intercultural contexts. The search for common human values and the application of those values to communication contexts does not deny the role of culture in influencing human behavior. Rather, the identification of a common human value system may help provide a means of bridging cultural differences by suggesting how peoples with differing cultural perspectives may nonetheless find common ground and a common basis for making human connections.

C.V. Klyagin Social Communication: Creation of Personality and Society

The purpose of the paper is to present the main principles and ideas for the sake of general understanding the phenomenon of communication in modern society. The paper emphasizes social character, macro-social scales and main aspects of communication. It motivates one of the possible philological and sociological definitions of communication, considering it an informational and sense interaction in complex social systems, that provides their stability and

reproduction. It is pointed out, that social adaptation of phenomenon and practices of communication should be interpreted as both – opportunities and threats. “Communicative revolution” proclaimed and articulated by sociologists, political experts, and communicators have to be “pigeon-holed” in the discourses of philological ontology, anthropology, and social philosophy.

A.A. Kalmykov

Ontology of Communication: a Social and Anthropological Problem

The purpose of the paper is to make communication general and, consequently, give definition to the subject of communication studies. Communication and objects of communication are in “subject – object” relations, from where communication determines as mentality, behaviour and even an image of communicators. In this meaning, communication can exist on its own, outside and without communicators. Therefore communication area might be external to an individual, this removing the vagueness of objects – communications according to each other. One of the main features of communication is its energy of estrangement, as it becomes possible only when its objects are divided and estranged from each other. It is the potential of self-rejection makes communication acceptable for culture, thus launching the process of reflection after each communication act. The reflection of a communication act produces sense, and it is sometimes perceived as transmitting sense in the process of communication.

M.A. Shteynman

Specificity of Social and Cultural Communication of the “Third Wave” Society: the Lost of Meaning

Nowadays we are facing a process worth to be spoken of. It is connected with the influence of the modern world on to the system of signs. The structure of sign itself is being gradually destroying. As R. Barth pointed out in his “Mythologies”, one of its components – the significance – is taken away and replaced with a certain content engaged by the ideology. Thus there appeared a simulacre (by J. Baudrillard) – a phantom structure with a denotation but without an original meaning. One of the most important features of this simulacre is its ability to be easily recognized. And this is one of the attributes of modern mass culture.

That is why such simulacra can be easily found in such spheres of mass culture as advertisement, show business, pulp fiction and so on. Another characteristic of such “devasted sign” is its inclination to copies rather than origins. That is most typical for our “Third wave” society, as Alvin Toffler writes. The most representative example is the transformation of “Mona Lisa” by Da Vinci from a masterpiece into a mere advertising icon.

A.A. Alexandrov

Social Communications and Juridical Data-Searching Systems: Fighting “the Index of Silence”

The paper deals with the influence of juridical electronic data on the political and social communications. Juridical database is one of the social mechanisms that guarantee the effectiveness of rules of law in informational society, the openness of the state. Dissemination of commercial innovations in Russia as well as in the West is an evidence of free access of the public towards juridical data and channels of its spreading.

Electronic database exerts great influence on lawyers. It strives to become a “map of the world” for modern lawyers. The information, presented in this database, is considered to be an informational Event, and as a matter of fact, a true fact of the state and law objective reality. The database is seen as a unity of two tendency-desire to transmit the most complete volume of information in parallel with stirring towards monopolization (unification, “shaping”) of its flow.

N.V. Shatina

Modern Politics: Forming and Representing Meanings

The paper analyses approaches towards investigating the nature of the present time, in which the meaning of politics and political are formed through various forms of representation. It emphasizes the fact, that Russian researchers are mostly concentrated on “terminological” and metaphoric approaches towards the problem in the framework of the discourse theory. The main hypothesis is based on the assumption of “projective” (“arranging”, “technological”) in modern political reality. It is grounded by the development of technologies and means of communication, converting modern world into a combination of complicated virtual social sets. The second significant factor is considered to be the

destruction of “ideological” paradigm as well as making actual the pragmatic base of political reality. Basing on the research of the political present, the author comes to the conclusion that in its most it’s a communicative project, created by the Mass Media.

V.D. Zimina, A.L. Strizoe
Political Management in the Labyrinths of Research
Paradigmas

The article is devoted to the exploration of theoretical and methodological problems of research of political management in its subject –object dimension. It should be emphasized that political management emerges only in the context of political activity and it is shaped by the influence of information on the political organization. The major theoretical approaches (kratological, functional and communicative) are presented in retrospect and show that they differ in the scope of social coverage which is correlated with political management. The authors also highlight the prime trends in specifying and correcting research paradigms in the context of innovations of contemporary political process.

A.P. Logunov
Political Projection as a Means of Forming Political
Contemporaneity

Contemporary society of political experts is busy discussing the main tendencies of developing native political landscape, direction and contents of political events which influence the dynamics of its development and quality state. The paper deals with an attempt to investigate into the components of contemporary political process in terms of existing realities and characteristics.

The problems of searching their place in political time and political space by the actors of contemporary Russian politics, means of transmitting power and forms of its practical realization are viewed as the central ones. The author comes to the conclusion that projective construction of Russian contemporaneity has shaped specific features and interconnections which were characterized by concentration around a single source of power. Such project can function effectively till the time outer challenges require either forming another pole of power or changing the direction of the vector of power in favourable environment.

A.L. Zverev
Characteristic Features of Manipulation Management of
Political Processes in Modern Russia

The paper deals with the problem of manipulation management of informational flows in the frameworks of modern Russian political system. It analyses the reasons of effectiveness of such managing informational flows in modern political realities of our country, and it also describes specific character of such managing formal and informal informational channels of the Russian politics. Several conclusions are made about manipulating management of political informational space in the second term of V.V. Putin's presidency. The paper also presents a concrete set of manipulating means, used by Mass Media in acting political practices. One of the main conclusions of the paper boils down to the following: in the conclusions of Mass Media influence on taking by each person his or her own political decision manipulating management of informational flows by ruling elite serves as a kind of guarantee from emerging spontaneous (not controlled by government-in-power) component of public mood, capable of shaking legitimacy of power in public opinion of the state.

N.A. Borisov
Causes and Consequences of "Revolutions"
in the Post-Soviet Space: an Attempt of Comparative
Analysis

The paper analyses and compares peculiarities of the post-Soviet development of the Ukraine and Kirgizstan in terms of answers to the question of legitimacy and productivity of comparing crises legitimacy and coup d'états in these countries in 2004 – 2005, as well as peculiarities of modern political process in the republics. Special attention is paid to considering combinations and interdependence of structural factors of the regime transformations. The author arrives at a conclusion about the effectiveness of comparative analyses of transformational and "revolutionary" process in the Ukraine and Kirgizia as well as principal similarity of tasks faced by the ruling elites of the republics, the main of which is searching the effective mechanisms of political institutionalization of structural splits.

N.V. Illeritskaya
Historiography as Communicative Project

The XXI-th century theoretical innovations were of vital importance first of all for historiographers. As the conditions of modern historical science existence are becoming more and more complicated, the significance of historiography as the main form of humanitarian communication has increased drastically. Thus in modern intellectual situation the problem of defining the subject of historiography obtains key importance for positioning history as a strict science. Historiography crises are considered to be necessary moments in renewing historical thought. It is this permanent renewal that makes it possible to qualify historical knowledge as a scientific one.

L.G. Berezovaya
The Terror of Culture in Communicative Space

The paper deals with the essence and logic of intellectual discussion between C. Huntington and F. Fukuyama, each of whom in 1990 – 2000 represented his own view of modern world and possible models of its development. The discussion raised the problem of a kind of mainstream of world civilization. The dynamics of Fukuyama position was seen in transition from “the end of history” concept to stressing its problem of cross-cultural communications as the main obstacles of globalization. C. Huntington, accepting his opponent’s point of new, created on its bases his own conception of “domination of culture” and “war of civilization” clue to “the clash of cultures”. The works of both researchers as well as there dialogue, are of global value for both real life and humanitarian science development, as both of them reveal “weak points” of world development.

A.V. Chertov
Observer or Karatel’¹: State in Legal Regulation of Social Communication

The paper describes specific features of social communication state regulation. The basis of legal regulation is recognized the mechanism of state presume – an institution of juridical responsibility. The change of communication areas proves to bad to the displacement of accents in a state discourse. State regulation has two func-

¹ A member of a punitive expedition.

tions: observation and punishment. Choosing the method of regulation depends on the sphere of social relations and corpus delicti (a set of subjects). Along with the institution of juridical responsibility there is an institution of protection measures in law as a means of legal regulation of social communications.

E.V. Barisheva

Metaphor of the Proletariat Dictatorship in the Political Communications of 1917–1920

The purpose of the paper is to investigate the process of institutional forming the system of the Soviet State. The hypothesis is based on the assumption that as a result of the communicative model, imposed by the Bolsheviks, the term “proletariat dictatorship” obtained meaning.

It’s emphasized, that the process of communication of both the political elite and general public in many senses depended on the terms, imposed on people. In 1920 the first in the list of the terms was “proletariat dictatorship”, converting political construction into the political metaphor. It’s confirmed by the fact, that the informational space, time means and methods of communication between the power and the public. The paper points out that the Soviet Union realized political power without public participation. The working class was deprived of any mechanism of communication with “the leadership” and turned out of touch with them.

D.I. Axenovskiy

XX vs. XXI: Communication Overtones of Turning Point the Logic of Competition

The paper touches upon the problem of principles of organizing an effective communicative influence as a means of competition struggle in the conditions of modern technological parity. It also defines the prospects of communicative decisions in the period of transition from personified message-exchange to building environmental as well as forming such types of symbolic capital as cultural, social, humanitarian and ecological ones. In its turn it doubles the exchange with the profit both for the producer taking an opportunity to gain extra profit due to access to symbolic values created at his initiative and for the consumer who besides the market offer, connected with it obtains the symbolic values.

M.A. Gordeyeva
Managing Conflicts: in Search for Negotiations Space

The problem of elaborating adequate models for contemporary conflict resolution in many ways is to be solved along the lines of developing a number of new categories which have never been taken into account before. These new categories are such as trust, motivation and passivity in communication. The article argues that by development and better usage of these factors in the course of conflict settlement it's possible to increase efficiency of the whole process considerably. The most promising factor is trust which is the basis for any communication and the lack of which can ruin any successful enterprise.

V.N. Rybin
Trademark as an Instrument of Commercial
Communication

The paper is devoted to the matter of trademark as a media and instrument of commercial communication between the participants of economic turnover. The main particular features of trademark communication are: (1) it goes on in special competitive environment of the market; (2) it is oriented on forming of customer choice; (3) messages are sent by a lot of communicators (entrepreneurs) to all customers; (4) a message (trademark) only exists as a part of a good; (5) trademark is a peculiar communication instrument because of special legal regulation and necessity of governmental registration procedures.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Аксеновский Дмитрий Иванович – кандидат философских наук, доцент кафедры современных коммуникативных социальных и политических теорий, специалист в области PR-менеджмента, автор специальных работ по проблемам прикладной коммуникатологии.

Александров Алексей Анатольевич – кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой истории и теории государства и права, специалист в области истории российского государственного права и гражданского права, автор работ по проблемам истории государства и права России.

Барышева Елена Владимировна – кандидат исторических наук, доцент, заведующая кафедрой истории и теории исторической науки, специалист в области политической историографии, истории и теории политических учений, автор работ по проблемам российской политической мысли и политических практик современного транзита.

Березовая Лидия Григорьевна – доктор исторических наук, профессор, специалист в области истории, истории культуры, истории дипломатии, маркетинга и рекламы. Автор монографий, учебников и статей по проблемам культурной истории, истории искусства, рекламы, повседневной жизни.

Биби Стивен А. – профессор, заведующий кафедрой коммуникативных дисциплин, заместитель декана Колледжа изобразительных искусств и коммуникации (College of Fine Arts and Communication) в Техасском университете в Сан-Маркосе (США). Специалист в области коммуникаций в малых группах, межличностной коммуникации. Автор книг, посвященных проблемам коммуникации.

Борисов Николай Александрович – аспирант кафедры культуры мира и демократии, специализируется на исследованиях политических трансформаций в странах Центральной Азии, автор статей по данным проблемам.

Гордеева Мария Александровна – кандидат исторических наук, доцент, специалист в области политической конфликтологии, автор работ в сфере исследования современных социальных и политических конфликтов.

Зверев Андрей Леонидович – кандидат политических наук, доцент кафедры социальных коммуникаций и технологий, специалист в области политической культуры и политической психологии, эксперт ряда политических и социальных программ, автор работ в области политических и социальных коммуникаций.

Зимица Валентина Дмитриевна – доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой общей политологии и специальных политических дисциплин, специалист в области политической истории и управления современными политическими процессами, автор работ в области политической истории России.

Иллерицкая Наталья Владимировна – доктор исторических наук, профессор кафедры истории и теории исторической науки, специалист в области русской историографии, а также исторических и культурных коммуникаций, автор работ в области политической истории и историографии.

Калыков Александр Альбертович – кандидат педагогических наук, доцент кафедры современных коммуникативных социальных и политических теорий, специалист в области политической информации, речевых коммуникаций и экологии и культуры, автор работ по проблемам информационного обеспечения коммуникативных процессов.

Клягин Сергей Вячеславович – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой коммуникативных, социальных и политических теорий, специалист в области философии и методологии социально-гуманитарного познания, теории коммуникации и профессиональных коммуникативных практик. Автор работ по перечисленным проблемам.

Логунов Александр Петрович – доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой культуры мира и демократии, декан факультета истории, политологии и права, специалист в области политической и социально-коммуникативной историографии, автор работ, в том числе учебников, по проблемам современной политической культуры и историографии.

Мотет Т.П. – профессор кафедры коммуникативных дисциплин Колледжа изобразительных искусств и коммуникации (College of Fine Arts and Communication) в Техасском университете в Сан-Маркосе (США). Специалист в области теории коммуникации, методологии и методики коммуникативных исследований, коммуникации в малых группах и педагогической коммуникации (Instructional Communication).

Рыбин Владимир Николаевич – аспирант кафедры истории и теории государства и права, исследователь истории российской государственной и политической системы.

Стризов Алексей Леонидович – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой социальной философии Волгоградского государственного университета, специалист в области формирования гражданского общества в современной России, государственного и политического управления, автор монографий и статей по проблеме социальной трансформации на современном политическом пространстве России.

Чертов Артур Владиславович – аспирант кафедры истории и теории государства и права, исследователь в области российского гражданского права.

Шатина Наталья Владимировна – кандидат исторических наук, доцент кафедры социальных коммуникаций и технологий, специалист в области современных политических технологий, эксперт в области политических практик, автор работ по истории и технологии политических и социальных коммуникаций.

Штейнман Мария Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры современных коммуникативных социальных и политических теорий, специалист в области теории и практики межкультурных коммуникаций, автор работ по проблемам культурных практик.

Журнал « В е с т н и к Р Г Г У »
по различным аспектам гуманитарных знаний
выходит 12 раз в год.

Подписка принимается всеми отделениями связи
без ограничений (индекс 36626).

Не забудьте своевременно подписаться
на наш журнал!

Редактор О.Н. Панкова
Корректор М.Е. Побережнюк
Компьютерная верстка Я.Р. Качаловой

Подписано в печать 29.01.07.
Формат 60x90 1/16
Усл. печ. л. 16,5. Уч.-изд. л. 17,0.
Тираж 1050 экз. Заказ № 40

Издательский центр
Российского государственного
гуманитарного университета
125993 Москва, Миусская пл. д. 6.
www.rggu.ru
www.knigirggu.ru