

Секция «Цифровые технологии как фактор трансформации общественно-политического устройства в современных государствах»

Каналы политической коммуникации в Республике Беларусь

Научный руководитель – **Белявцева Дина Владимировна**

Костиневич Кирилл Игоревич

Аспирант

Белорусский государственный экономический университет, Минск, Беларусь

E-mail: kostinevich.kirill@mail.ru

Каналы политической коммуникации с развитием технологий и трансформацией общества претерпели множество изменений.

В конце 1940-х гг. Г. Лассуэлл рассматривал каналы коммуникации лишь в качестве средств передачи информации от отправителя к получателю [4]. Однако уже в работах П. Лазарсфельда каналом коммуникации выступают лидеры мнений, которые не только осуществляют передачу сообщения, но и играют роль «фильтра» информации для аудитории, обеспечивая связь между СМИ и обществом [5].

В 1950-е гг. роль каналов коммуникации рассматривается в качестве активного участника процесса. Так, Б. Уэсли и М. Маклин отмечают, что канал помимо того, что адаптирует сообщения в соответствии с установками получателя, также является получателем обратной связи со стороны адресата наряду с отправителем [7].

В 1960-е гг. Г. Малецке выделил характеристики посредника между отправителем и получателем информации в коммуникации: форма коммуникации (визуальная, звуковая и т.д.), «временные и пространственные пределы доступности получателя, социальный контекст, степень временной отстранённости сообщения о событии от реального времени протекания события» (Пилькевич, 2017, с. 331), например, подаётся информация в режиме реального времени или после окончания события.

В 1990-е гг. западные исследователи стали указывать на такой процесс, как медиатизация политики, в ходе которого политические институты в своей деятельности подвергаются высокому влиянию СМИ [6].

Рост роли медиа продолжается. Так, М. Кастельс отмечает, что теперь роль медиа значительнее, чем т.н. четвёртая ветвь власти, они трансформировались в «пространство создания власти. Медиа конституируют пространство, в котором распределяются властные отношения между конкурирующими политическими и социальными акторами» (Кастельс, 2016, с. 222). Как итог, получил развитие процесс медиалегитимации власти.

Современная коммуникация характеризуется многоканальностью и мультимодальностью. Мультимодальность отражает возможность передачи информации посредством множества средств коммуникации (Интернет, телевидение, радио и т.д.). Многоканальность означает наличие множества источников информации в рамках технологий коммуникации, т.е. наличие множества веб-сайтов, радиостанций, ТВ-каналов и др. Мультимодальность и многоканальность имеют своё множество субкодов, которые создают и отправляют сообщения [1].

Выделяется несколько подходов классификации каналов политической коммуникации. Российский политолог Г.В. Пушкарёва, исходя из формы распространения политической информации, выделяет следующие каналы [3]:

- **Официальные каналы, в которых информация исходит со стороны политических институтов. Вследствие чего «восприятие официоза, доверие масс к этой информации напрямую зависит от уровня легитимности того или иного политического института»**

(Пушкарева, 1995, с. 51). В Беларуси среди основных официальных каналов коммуникации можно указать ежегодные Послания Президента Республики Беларусь белорусскому народу и Национальному собранию Республики Беларусь, принимаемые нормативно-правовые акты (законы, кодекс, декреты и указы Президента).

- Персональные каналы коммуникации передают информацию от конкретного лица (политика, государственного служащего), его мнение и позицию. Проявляется во время выступлений субъекта перед аудиторией, в СМИ, например, интервью, пресс-конференции. В Беларуси одним из основных примеров данного канала является ежегодная пресс-конференция Президента Республики Беларусь А.Г. Лукашенко для представителей российских региональных СМИ.

- В опосредованных каналах коммуникации коммуникаторами выступают посредники (медиаторы), которые призваны налаживать взаимодействие власти и общества. К институтам-медиаторам можно отнести СМИ, политические партии, общественные объединения общественно-консультативные советы, фабрики мысли.

Роль медиаторов в политической коммуникации также постоянно возрастает. Основным посредником выступают СМИ. В Беларуси одним из примеров понимания важности роли СМИ в политическом процессе со стороны органов власти является смена глав ведущих государственных СМИ в 2018 г.: Белтелерадиокомпания, телеканала СТБ, газеты «СБ. Беларусь сегодня» [8].

Также можно отметить рост значимости экспертного сообщества. Так, согласно Индексу-рейтингу фабрик мысли, с 2008 по 2018 гг. число аналитических центров в Беларуси выросло с 12 до 22 [9; 10].

- Анонимные каналы коммуникации не имеют «достоверно известного источника информации» (Пушкарева, 1995, с. 53) и проявляются, в первую очередь, в форме слухов, а также анекдотов, граффити и т.д. Изменения данного канала коммуникации можно наблюдать на примере развития анонимных Telegram-каналов, число которых постоянно возрастает, как и их влияние на медиaproстранство.

Таким образом, с развитием информационно-коммуникационных технологий роль каналов коммуникации возросла от средства передачи информации до поля, в котором происходит борьба за власть. В странах постсоветского пространства, в частности в Беларуси, роль каналов ещё не достигла подобной стадии развития, однако отдельные признаки роста медиатизации политики можно также наблюдать.

Источники и литература

- 1) Кастельс, М. Власть коммуникации: учеб. пособие. М., 2016.
- 2) Пилькевич, С.В., Ломако, А.Г. Построение модели коммуникации для решения задач защиты от негативного информационного воздействия // The 2017 symposium on cybersecurity of the digital economy. Book of abstracts. М., 2017. – P. 325–334.
- 3) Пушкарева Г.В. Политические коммуникации // Политическое обеспечение бизнеса: учеб. пособие. М., 1995. – С. 45–54.
- 4) Lasswell H. The Structure and Function of Communication in Society // İletişim kuram ve araştırma dergisi. 2007. Vol. 24. P. 215-228.
- 5) Lazarsfeld, P.F., Merton R.K. Mass communication, popular taste, and organized social action // İletişim kuram ve araştırma dergisi. 2007. Vol. 24. P. 229-250.
- 6) Mazzoleni, G., W. Schulz “Mediatization” of Politics: A Challenge for Democracy? // Political communication. 1999. Vol. 16, Iss. 3. P. 247-261.

- 7) Westley, B.H., MacLean M.S. A conceptual model for communications research // Audio visual communication review. 1955. Vol.3, Iss. 1. P. 3–12.
- 8) Телеканал ОНТ: <https://ont.by/news/aleksandr-lykashenko-centralnih-smi>
- 9) University of Pennsylvania Scholarly Commons: https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=1000&context=think_tanks
- 10) University of Pennsylvania Scholarly Commons: https://repository.upenn.edu/think_tanks/16/