

КОММУНИКАЦИЯ В ПОЛИТИКЕ И В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

В статье рассматриваются коммуникации как в политической среде, так и в образовательной. Дается описание продвижения данного направления в современной среде. Раскрываются принципы и направления развития коммуникации в различных сферах.

Ключевые слова: коммуникация, образование, общение, политика, направление.

Общение людей, которое образует институт коммуникации, выступает в качестве фактора, способного объединить множество людей и групп людей, а также фактора, который способен придать определенную динамику для общественных отношений и для политической системы целом. Во многом это связано с тем, что без определенного обмена информацией, существование как общества, так и политики, едва ли представляется возможным. На этом было акцентировано внимание в литературе. Например, как отмечал Ю. Хабермас, демократия представляет собой одну из форм коммуникации, при которой люди будут согласовать свою деятельность, а также информировать друг друга для достижения коллективных договоренностей и в рамках таковых.

Коммуникация (лат. *communicatio* – передача или сообщение). Данное понятие в широком смысле означает процесс обмена информацией, а в узком смысле она означает общение людей, которое осуществляется в рамках их совместной деятельности, равно как обмен информацией, мыслями или (и) чувствами.

Следует подчеркнуть, что в работах российских и зарубежных авторов, опубликованных в последние годы, освещается широкий спектр вопросов близких к данной предметной области [4; 5; 6; 8; 9; 10].

Однако проблему коммуникации в сфере политики и в сфере образования нельзя назвать однозначно исчерпанной. В силу многих объективных обстоятельств изучение обозначенной темы продолжает сохранять высокий уровень актуальности.

Полагаем, что в основу коммуникации заложен коммуникационный процесс, суть которого заключается в том, что люди обмениваются между собой информацией, а цель данного процесса состоит в том, чтобы люди понимали ту информацию, которую до них хотят донести.

В практической деятельности почти любое действие может быть рассмотрено в качестве коммуникативного действия, несущего в себе некий посыл и определенную информацию. Очевидно, что такие послы будут направлены на то, чтобы модернизировать поведение одного человека в ту или иную информацию, причем именно в такую информацию, которая доступна и понятна для восприятия другими людьми. Одновременно с этим, действия субъектов политической деятельности нередко сопряжена с некими символами и буде приобретать смысл именно на их основе, минуя общение в традиционном его понимании. Полагаем, что ключевая задача в данном случае будет состоять в том, чтобы интерпретировать получаемые сигналы.

Рассмотрим систему коммуникации образовательной организации:

- 1) нисходящий уровень вертикальных коммуникаций;
- 2) восходящий уровень вертикальных коммуникаций;
- 3) коммуникации по горизонтали;
- 4) коммуникации между руководителем и подчиненным;
- 5) коммуникации между формальными группами и сообществами.

Полагаем, что в рамках изучения различных политических процессов, едва ли целесообразно обходить вниманием такое явление, как политическая коммуникация. Данное положение предопределяется тем, что различные коммуникационные структуры и процессы имеют тесные связи между собой, а также со всей политической системой в целом. На этом фоне коммуникацию достаточно часто рассматривают через призму способа, с помощью которого политика существует.

Дадим общую характеристику процесса коммуникации, равно как передачи информации в обществе и структуры передачи подобного рода и оценим существующее влияние этих моментов на политическую жизнь в рамках определенной политической системы. На первоначальном этапе этого анализа стоит задаться закономерным вопросом о том, что представляет собой коммуникация в практической деятельности?

Ответ на данный вопрос будет максимально емким и полным в случае моделирования ситуации, в рамках которой в общении принимают участие хотя бы два субъекта, так как общение между ними будет формировать канал связи. Более того, это вполне можно рассматривать через призму устройства, направленного на кодировку сигналов от индивидов и их интерпре-

тацию в будущем. Цель общения состоит в том, что оказать определенное влияние на действия другого индивида.

Известно, что исследования политической коммуникации впервые были проведены политологом Г. Лассуэллом. Лассуэлл анализировал данный институт как достаточно сложный и многогранный процесс, имеющий свою направленность, структуру и способный выполнять социальные функции. На фоне того, что коммуникация присутствует во всех сферах жизни человека, функции социальной коммуникации будут иметь некоторые сходства с такой системой, как системы сигнализации и управления в рамках организма. К числу одной из наиболее важных функций социальной коммуникации можно назвать то, что определенная система должна поддерживаться в некотором равновесии. Данной точки зрения на данный процесс также придерживался Г. Лассуэлл, который разработал и в 1948 году опубликовал линейную модель коммуникации. Коммуникацию в рамках указанной модели рассматривают через призму прямого воздействия на определенного реципиента, который будет выступать в качестве объекта, реагирующего на воспринимаемую реакцию на основе принципа «стимул-реакция».

Стоит отметить, что Г. Лассуэлл (что отражено на рисунке 1) изучал как единичные случаи коммуникации и единичные акты, воспринимаемые им в качестве контактов, при которых сообщение должно проходить некие фазы от определенного субъекта к определенному объекту. Кроме того, он изучал важнейшие элементы, входящие в процесс массовой коммуникации в целом. Политолог описал рассматриваемый процесс следующим образом:

1. Кто говорит? – коммуникатор, выступающий в качестве объекта по организации и контролю массовых коммуникаций.
2. Что сообщает? – стоит провести комплексный анализ содержания.
3. Кому? – стоит провести анализ целевой аудитории.
4. По какому каналу? – анализируем применимые средства.
5. С каким эффектом? – проводит анализ конечного результата в части изменения сознания или поведение реципиента.

Это позволяет сделать вывод о том, что представленная формула будет в полной мере определять политическую коммуникацию и рассматривать ее в данном случае стоит как императивный и в то же время как побудительный процесс. Особую актуальность в данной ситуации приобретают ответы на такие вопросы, как о каком запросе отправителя идет речь, каков ответ его адресата, в чем суть принципа «какой стимул, такая и реакция». Однако эта модель не во всех случаях приносит ожидаемый результат, несмотря на ее оптимистическую направленность [2. С. 328].

Приходим к выводу, что целесообразно выделять 5 структурных элементов коммуникации:

- отправитель сообщения (от кого);
- само сообщение (что);

Модель политической коммуникаций Г. Лассуэлла

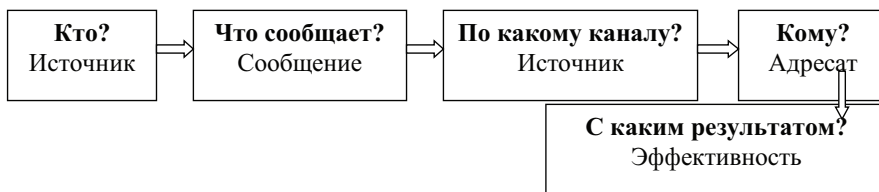


Рисунок 1. Модель политической коммуникаций Г. Лассуэлла

- канал связи (как);
- получатель сообщения (кому);
- предполагаемый результат передачи сообщения (с какой целью).

Говорить об идеальной коммуникации можно в том случае, когда все сообщения, посылаемые сторонами, будут не только приниматься, но и емко и адекватно восприниматься.

На сегодняшний день выделяют несколько ключевых подходов к измерению эффективности коммуникации. Ключевые отличия этих подходов основываются на особенностях толкования понятия «эффективные коммуникации». Рассмотрим ключевые толкования данного понятия.

1. Эффективные коммуникации – это обмен информацией, на базе которого руководитель приобретает возможности в сфере принятия быстрых и максимально эффективных управленческих решений с последующим доведением информации об этом решении до сотрудников.

Ключевые принципы подобного рода состоит в том, что они полно и емко описаны в статье Национального исследовательского университета «ВШЭ» Петровой Екатерины Алексеевны «Внутриорганизационные коммуникации. Построение системы эффективных внутриорганизационных коммуникаций на примере компании Google». Так, в данном научном труде не только описаны все основные условия в сфере формирования эффективной системы внутренних коммуникаций, но и описаны средства для налаживания таковых, рассмотрены основные критерии качества информации и представлен алгоритм анализа эффективности коммуникации в целом.

2. Эффективность коммуникации является отношением результата, который получен от организации деятельности в сфере коммуникации, к затратам на получение данного результата.

Стоит отметить, что сторонником данного подхода был Ф.И. Шарков, который достаточно подробно описал его в работе «Коммуникология. Основы теории коммуникации» [13. С. 592].

В соответствии с особенностями указанного подхода, также появляется возможность определения коммерческой и финансовой эффективно-

сти коммуникации. В этом случае ее определение будет представлять собой отношение прироста того или иного показателя, который был получен в рамках проведения того или иного коммуникационного акта, к затратам на проведение акта такого рода. В качестве примера можно привести некую рекламную кампанию, в рамках которой критерием ее эффективности будет выступать такой показатель, как прирост прибыли и соотношение прибыли к затратам на проведение данной кампании. Также можно анализировать такой показатель, как отношение прироста сбыта продукции в дальнейшем к проведенным затратам. Данные показатели оцениваются нами как показатели финансовые, что представляется вполне логичным.

3. Эффективность коммуникации выступает в качестве конечного результата соотношения результата, который был достигнут и намеченной цели.

Отметим, что формулируя свою систему мониторинга эффективности коммуникаций, творческая группа ДДЮТ «На Ленской» придерживалась данного подхода. Они определяли, что согласно данному подходу, который представляет собой соотношение результата и цели, будет определяться тот или иной количественный нефинансовый показатель, который достигнут в рамках коммуникации. Примером такого показателя является проведение информационной кампании, при которой в качестве показателя будет выступать число потенциальных учеников, вступающих в коммуникацию с определенными представителями этого учреждения на фоне их участия в данной кампании. Также в рамках данного примера критерием будет выступать определенный качественный показатель, помогающий определить то, каким именно образом коммуникация будет направлена на достижение конечных целей и в какой степени будет выполняться ее функционал. Ярким примером является показатель о том, достигнуто ли желаемое изменение поведения всех участников информационной кампании.

При оценке целей, которые удалось достигнуть в результате процесса коммуникации, сегодня выделяют эффект коммуникации, рассматриваемый в качестве конечного результата коммуникации.

Однако в объективной действительности все таким совершенством не отличается, так как это характерно только для теории. Так, на практике существуют следующие недостатки:

- во-первых, сообщение всегда воспринимается не в полном объеме;
- во-вторых, интерпретируются сообщения не всегда точно;
- в-третьих, имеет место прерывистость;
- в-четвертых, каналы связи не обладают совершенством с технической точки зрения.

Отметим, что научно-технический прогресс отчасти данные недостатки нивелирует, что их полное устранение пока едва ли представляется возможным.

Средства политической коммуникации представляют собой ничто иное, как организации и институты, функционирующие в рамках социальной и политической систем и с помощью которых можно осуществить процессы, необходимые для обмена информацией. Примером являются средства или действия коммуникативной направленности, значение которых состоит в том, что в данном случае происходит обмен информацией [7. С. 151].

Р.-Ж. Шварценберг в своих трудах выделял три основных способа политической коммуникации, основанных на следующих средствах:

- во-первых, это коммуникация через СМИ;
- во-вторых, коммуникация через различные организации;
- в-третьих, коммуникация через неформальные каналы связи.

Неформальные каналы связи и СМИ получили достаточно широкое распространение в практической деятельности.

Известно, что эффективность средств политической коммуникации находится в прямой зависимости от наличия или отсутствия эффекта воздействия. В свою очередь, под таким эффектом понимают конечный итог коммуникативного процесса, в рамках которого в сознании лица начинают происходить процессы, не начавшиеся бы без акта коммуникации.

Как было отмечено ранее, неформальные каналы связи занимают особое место. Так, в последнее время очень большое число исследователей указывают, что среди населения снижается уровень доверия к официальным источникам информации, что актуализирует роль неформальных источников, например, межличностного общения, слухам, молве. Одновременно с этим, эти источники в ряде случаев способствуют негативной оценке деятельности всех политических институтов, что едва ли можно оценить положительно. В то же время, такие источники благоприятно сказываются на формировании процессов, необходимых для структуризации политических предпочтений и политических взглядов населения, именно такие средства привлекают внимание граждан к политике и политическим процессам, так как легки для восприятия.

Примером неформального источника информации являются слухи. Так, известно, что слухи выступают в качестве обязательного структурного элемента всего массива такой информации. Слухи стоит рассматривать как формы распространения информации в определенном коллективе, группе или обществе. Слух может быть полностью достоверным, а может быть, как частично, так и полностью искажать информацию. Как правило, надежной информационной основы слухи под собой не имеют, а зарождаются слухи в рамках межличностного общения, нередко выходя за его пределы [11].

Слухи являются неизбежным явлением общественности и жизнь, равно как и деятельность любого политического лидера сопряжена с различными слухами и домыслами. Однако при анализе таких слухов стоит учитывать, что каждый слух содержит в себе частицу обмана, что также важно осознать

для минимизации негативного влияния на формирование политических взглядов.

Не менее значимым неформальным источником информации является граффити. Отметим, что граффити на территории нашей страны по-прежнему надлежащим образом не изучено, однако сегодня к нему внимания намного меньше, чем еще 15 лет назад [12].

Граффити можно условно поделить на символы и надписи. Надписи политического характера активно применяются в рамках избирательных кампаний и при их размещении, например, на стене дома, они оказывают достаточно длительное агитирующее влияние на население. Более того, лица, которые изображают граффити нередко выражают свою позицию именно таким образом.

Приходим к выводу, что каждое средство политической коммуникации оказывает определенное влияние на процесс, первоначально направленный на формирование политических предпочтений и взглядов населения. Данные средства основываются на определенной технологии и на определенных методах. Очевидно, что сегодня можно говорить о так называемой «символической политике», а суть данного явления состоит в наличии образов, которые активно используются для практической реализации коммуникативного потенциала, существующего в современном обществе. Это также оказывает достаточно значимое влияние на общественное мнение и, как следствие, на политические взгляды населения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. *Василика М.А.* Основы теории коммуникации: учебник. Москва: Гардарики, 2003. ISBN 5-8297-0135-9.
2. *Грачев М.Н.* Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. Москва: Прометей, 2004. ISBN 5-94845-120-8.
3. *Детинко Ю.И.* Политическая коммуникация: опыт мультимодального и критического дискурс-анализа / Ю.И. Детинко, Л.В. Куликова; Сибирский федеральный университет. Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2017. ISBN 978-5-7638-3468-0 // <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497082>.
4. *Дзгоева Д.Т.* Политическая коммуникация: концептуальные интерпретации в современном мире // Вопросы политологии. 2021. Т. 11. № 12 (76).
5. *Зубова О.Г., Филипова А.Г.* TikTok: новые возможности для коммуникации и самовыражения современных подростков // Вопросы политологии. 2021. Т. 11. № 10 (74).
6. *Карпикова А.Ю.* Особенности использования интернет-сетей как канала политической коммуникации в современной России // Вопросы политологии. 2022. Т. 12. № 2 (78).

7. Кретов Б.Е. Средства массовой коммуникации – элемент политической системы общества // Социально-гуманитарные знания. 2000. № 1.

8. Кривова А.Л., Червяков Н.В., Афонин М.В., Маслакова А.О. «Грязные» технологии политического манипулирования и механизмы противостояния // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2021. Т. 11. № 11 (80).

9. Мамедова А. Политическая модернизация и электронное правительство // Вопросы политологии. 2021. Т. 11. № 12 (76).

10. Меньшиков П.В., Матасова О.В. Специфика технологий PR в условиях четвертой промышленной революции // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2022. Т. 12. № 4 (85).

11. Семенов А.С., Семенова О.А. Электронные образовательные ресурсы как формирование и укрепление корпоративного имиджа образовательной организации // Экономика в теории и практике: Инновации и достижения. 2020.

12. Симонова М.М. Проблемы и перспективы коммуникации в современном образовании // Философия образования // <https://cyberleninka.ru/article/n/problemu-i-perspektivy-kommunikatsii-v-sovremennom-obrazovanii/viewer>.

13. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник. Москва: Издательство торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. ISBN 978-5-394-00299-1.

O.A. SEMENOVA

*Candidate of economic sciences,
associate professor of the Department of Management
and Economics education, Mordovian State Pedagogical
University, Saransk, Russia*

A.S. SEMENOV

*Student of the Ogarev National Research
Mordovian State University,
Saransk, Russia*

COMMUNICATION IN POLITICS AND EDUCATION

The article discusses communications both in the political environment and in the educational environment. The description of the promotion of this direction in the modern environment is given. The principles and directions of communication development in various spheres are revealed.

Key words: *communication, education, communication, politics, direction.*