

Николай ПОНОМАРЕВ

МЕДИАФРЕЙМИНГ КАК КЛЮЧЕВАЯ ДИСКУРСИВНАЯ СТРАТЕГИЯ

В статье обосновывается политическая целесообразность и когнитивная адекватность медиафрейминга как ключевой дискурсивной стратегии, которая используется политическими акторами для управления восприятием и интерпретацией гражданами политических феноменов.

The article substantiates political expediency and cognitive adequacy of media framing as the key discursive strategy used by political actors in order to control citizens' perception and interpretation of political phenomena.

Ключевые слова:

медиафрейминг, политический дискурс, общественное мнение, установка повестки дня, медиарелейшнз, нарративный фрейминг; media framing, political discourse, public opinion, agenda setting, media relations, narrative framing.

Политические манипуляции подвергаются критике со стороны адептов делиберативной модели демократии, которая предполагает, в частности, апелляцию к рациональному гражданину, желающему и способному обрабатывать сложную для восприятия и оценки информацию о политических феноменах. Однако политическая практика подтверждает эффективность этих «злоупотреблений», по крайней мере в медиасфере. Какими же факторами можно объяснить ее практическую целесообразность и когнитивную адекватность?

Н. Луман указывает, что хотя власть опирается, в частности, на возможность применения негативных санкций по отношению к гражданам, принуждение само по себе не является ее целью, поэтому демократическая власть вынуждена прибегать к намекам: «Нужно давать понять об угрозе, не угрожая, нужно пытаться найти выход из ситуации простым намеком на структуры и условия, не определяя точно того, что будет предпринято, если указание не будет исполнено»¹.

Сформированные в ходе социализации представления индивидов о социальной реальности продолжают оставаться мишенью коммуникативных воздействий со стороны влиятельных акторов. Возможность управлять публичным дискурсом представляет собой «мощный властный ресурс, посредством которого социальные институты и индивиды осуществляют свою саморепрезентацию, легитимацию, идентификацию, конструирование и продвижение тех или иных образов реальности, производят позиционирование в социокультурном, политическом и экономическом пространстве»². М. Фуко подчеркивает решающую роль дискурса для институтов власти: «Отношения власти не могут сами ни устанавливаться, ни укрепляться, ни воплощаться без производства, накопления, циркуляции и функционирования дискурса»³. Одновременно Т. ван Дейк обращает внимание на когнитивные основания и коммуникативные технологии политического дискурса: «Современная и часто более эффективная сила — это преимущественно когнитивная власть, которая реализуется убеждением, лицемерием или манипуляцией»⁴.

ПОНОМАРЕВ

Николай

Филиппович —

к.филол.н.,

доцент кафедры

государственного

и муниципального

управления ПГНИУ

aprioripr@gmail.com

¹ Луман Н. Реальность массмедиа. — М., 2005, с. 229.

² Русакова О.Ф., Русаков В.М. PR-дискурс: теоретико-методологический анализ. — Екатеринбург, 2008, с. 5.

³ Foucault M. Power/Knowledge: Selected interviews and other writings 1972–1977. — N.Y.: Pantheon, 1980, p. 93.

⁴ Dijk T.A., van. Elite Discourse and Racism. — Newbury Park, 1993, p. 254.

Как известно, демократическая система должна гарантировать гражданам возможность участия в принятии решений, а власть обязана разрабатывать политические курсы с учетом общественного мнения. Более того, «режим взаимодействия власти и общественного мнения»¹ сигнализирует о степени демократичности политической системы. Адекватное реагирование власти на общественное мнение, с одной стороны, является демократической нормой, а с другой — рациональной необходимостью. Правительство вынуждено, по крайней мере, принимать во внимание общественное мнение, чтобы укрепить свою легитимность и одновременно сохранить автономность от внешнего окружения: «Самый эффективный способ уменьшить зависимость от среды и повысить автономность системы — это контроль над тем, от чего она зависит. В данном случае это означает активное и систематическое влияние на общественное мнение»². Р. Энтман и С. Хербст уточняют: «Самые успешные лидеры — это те, которые могут ощущать латентное мнение и понимают динамику общественного мнения, скрытую под дискурсивным хаосом»³.

Власть заинтересована в стабильности общественных настроений, но «с увеличением числа измерений [социальной реальности] волеизъявление народа начинается колебаться», что приводит к социальной неустойчивости⁴. Чтобы избежать такого рода последствий, политики предлагают гражданам ограниченный набор политических рецептов. Э. Шатшнайдер замечает: «Собственно говоря, определение альтернатив есть высший инструмент власти; антагонисты редко могут договориться о том, что является пробле-

мой, потому что власть вовлечена в это определение. Тот, кто установил содержание политики, правит страной, потому что определение альтернатив — это отбор конфликтов, а отбор конфликтов распределяет власть»⁵. Политические акторы прибегают к дискурсивным стратегиям манипулирования социальной реальностью, навязывая целевым группам собственные представления о текущей социальной ситуации, приоритетных проблемах, об их ценностной оценке и методах решения. Таким образом, дискурсы служат «организации и структурированию социальной жизни»⁶. Более того, «чем больше дискурсивных жанров, контекстов, участников, аудиторий, сфер и текстовых характеристик они [могут] активно контролировать или влиять, тем могущественнее группы, институты или элиты»⁷.

Политики не могут не манипулировать общественным мнением еще и потому, что социальные проблемы не даны в реальности априори как объективные сущности, а конструируются в дискурсе. Иначе говоря, социальные проблемы в значительной степени являются продуктами деятельности (и взаимодействий) влиятельных акторов в публичном информационном пространстве. Еще категоричней высказывается К. Кемпбелл: «Истины не могут быть независимыми ни от чего. Они должны доставляться одними людьми другим людям. Они должны объясняться, защищаться и распространяться посредством языка, аргументации и апелляции... непризнанные и непринятые истины совершенно бесполезны»⁸.

Сущность стратегии «определения проблемы»⁹ состоит в том, что политическая элита некоторым образом отбирает

¹ Гавра Д.П. Общественное мнение и власть: режимы и механизмы взаимодействия // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998, т. 1, вып. 4; <http://www.old.jourssa.ru/1998/4/gavra.html>

² Fuchs D., Pfetsch B. The Observation of Public Opinion by the Governmental System. Discussion paper FS III 96–105 (December 1996). — Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung GmbH, p. 10–11.

³ Entman R.M., Herbst S. Reframing Public Opinion as We Have Known It // Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy / eds. W.L. Bennett, R.M. Entman — N.Y. : Cambridge University Press, 2007, p. 208.

⁴ Riker W.H. The Art of Political Manipulation. — N.Y. : Yale University Press, 1986.

⁵ Schattschneider E.E. The Semi-sovereign People: A Realist's View of Democracy in America. — Belmont : Wadsworth Publishing, 1975, p. 68.

⁶ Wodak R., Meyer M. Critical Discourse Analysis: History, Agenda, Theory, and Methodology // Methods for critical discourse analysis / ed. by R. Wodak, M. Meyer. — London : Sage, 2009, p. 1–33.

⁷ Dijk T.A., van. Op. cit., p. 256.

⁸ Campbell K.K. The Rhetorical Act. — Belmont : Wadsworth, 1996, p. 3.

⁹ Eustis J.D. Agenda-setting: The Universal Service Case : Dissertation submitted to the Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University in partial fulfillment of the requirements for the degree of doctor of philosophy in Environmental Design and Planning. — Blacksburg, Virginia, 2000, April 7.

ограниченное число жизненных затруднений, представляет их гражданам как общезначимые проблемы и предлагает их решения. Большинство «публичных арен» находится под влиянием господствующих политических и экономических групп, каждая из которых стремится осветить определенный фрагмент социальной реальности к выгодной для себя и в этом смысле пристрастной репрезентации. В конкретных случаях акторы фокусируют внимание на тех аспектах ситуации и на тех решениях, которые соответствуют их интересам, и конкурируют друг с другом, предлагая собственные системы координат, максимально способствующие формированию «правильной перспективы», манипулируют фактами, чтобы подогнать их под свои интересы.

Одновременно определение проблемы задает критерии уместности предлагаемых дебатов доводов¹, что оправдывает категоричность Р. Райха: «Самый важный аспект политического дискурса — это не оценка альтернативных решений наших проблем, а определение самих проблем»². Д. Юстис предостерегает политиков: «Определение проблемы потенциально может мобилизовать ранее незаинтересованных [субъектов] привязать новые решения к старым проблемам и обеспечить значительную пропагандистскую поддержку предложенных инициатив»³.

В полной мере все вышесказанное относится и к власти. Согласно концепции «политики означивания»⁴ власть включает спорные вопросы в определенные дискурсивные рамки в расчете на то, что граждане декодируют соответствующие сообщения массовой коммуникации адекватным образом, что обеспечит их спонтанное согласие с существующим положением вещей и действиями власти. Более того, сконструированные властью когнитивные контексты далее ограничивают ее собственные действия.

¹ Hall S., Critcher C., Jefferson T., Clarke J., Roberts B. Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order. — N.Y.: Holmes and Meier, 1978, p. 59.

² Reich R.B. Policy Making in a Democracy // The Power of Public Ideas / ed. by R.B. Reich. — Cambridge: Ballinger, 1988, p. 5.

³ Eustis J.D. Op. cit.

⁴ Hall S. The Rediscovery of Ideology: Return to the Repressed in Media Studies // Culture, Society and the Media / M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran, J. Woollacott, eds. — N.Y.: Methuen, 1982, p. 59–90.

Обратимся к социальным взаимодействиям в медиасфере. Власть оценивается гражданами в рамках доминирующей в публичном информационном пространстве системы координат. В выпусках новостей задается первичный контекст освещения спорных вопросов, подталкивающий аудиторию к последующим обсуждениям и интерпретациям с учетом уже доминирующих критериев. В силу этого важнейшей задачей власти становится формирование благоприятной сетки восприятия в медиасфере социальной реальности, тем более что любая публичная политика, напомним, в принципе имеет много измерений. В результате «в наши дни, особенно это касается национальной политики, только те политические фигуры, которые эффективны на телевидении, достигают вершин»⁵. Как следствие, затраты на театрализацию символических вопросов или медиатизацию ресурсных вопросов иногда сопоставимы с расходами на решение социальных проблем. Это и есть главное проявление медиатизации политики, а именно рост доли символических вопросов в ущерб социальным проблемам не только в декларируемой, но и в фактической повестке власти одновременно с падением значимости соображений политической целесообразности при формировании властью актуального и перспективного «проблемного поля». Высшая когнитивная цель политических акторов — максимально сблизить общественную повестку с политической повесткой, которая выражает их собственные интересы.

Первый компонент стратегии — сужение проблемного поля: «Чем концентрированное проблемная среда (т.е. чем на меньшем количестве вопросов фокусируются кандидаты и медиа), тем вероятнее, что общественная повестка дня будет отражать повестку политических элит»⁶. На отбор политиками приоритетов существенно влияют «фокусирующие события» наподобие стихийных бедствий или протестных акций. Некоторые из подоб-

⁵ Kepplinger H.M. Reciprocal Effects: Toward a Theory of Mass Media Effects on Decision Makers // The Harvard International Journal of Press/Politics, 2007, vol. 12(2), p. 14.

⁶ Hayes D. Does the Messenger Matter? Candidate-media Agenda Convergence and Its Effects on Voter Issue Salience // Political Research Quarterly, 2008, vol. 61(1), p. 135.

ных «событий-триггеров»¹ акцентируются средствами массовой информации, разгоняются в медиасфере до «политических волн», которые накрывают как граждан, так и политиков. Эти «критические моменты дискурса»² концентрируют общественное внимание на проблеме и стимулируют комментарии на публичных форумах со стороны спонсоров разных фреймов, журналистов и других наблюдателей.

Выражаясь технологически, «политические волны» на некоторое время вытесняют лидирующие вопросы с медийной и/или общественной и/или даже политической повестки дня. Динамика роста и смены политических волн объясняется как концепцией «цикла внимания к вопросу»³, так и медиалогикой, обеспечивающей «значимое согласие новостных медиа по поводу продолжительности существования волны».

Второй компонент стратегии — продвижение правильных интерпретаций социальных феноменов: «Конфликты из-за повестки дня не просто о том, по каким спорным вопросам правительство предпочитает предпринимать действия; они также и о конкурирующих интерпретациях политических проблем и альтернативных мировоззрениях, которые лежат в их основе»⁴.

Стратегическая цель любого актора — формировать в картинах мира целевых групп выгодные для себя ментальные образы и оценочные матрицы конкретных фрагментов социальной реальности, что невозможно без менеджмента новостей, в частности посредством фрейминга. Речь идет о фрейминге политической медиаповестки как сегменте медиаповестки, который тематически связан с деятельностью

политических акторов, в первую очередь — органов государственной власти и местного самоуправления. В политическом дискурсе фрейминг медиаповестки дня составляет центральную стратегию менеджмента новостей как системы коммуникативных технологий, которые используются политическими акторами не столько для публичного информирования граждан, сколько для управления общественным мнением в собственных интересах. Очевидно, что соответствующие нарративы должны одновременно соответствовать доминирующим социальным ценностям и когнитивным схемам, медиалогике и, естественно, политической логике.

Напомним, что рядовые граждане в силу множества причин не могут самостоятельно ранжировать по значимости политические или экономические проблемы, поэтому вынуждены доверять выбору, оценкам и методам решения, которые предлагают хорошо осведомленные акторы: «Поскольку политический мир известен гражданам в основном благодаря косвенному опыту, они в действительности не знают, какие стоящие перед страной, штатом или местным сообществом вопросы являются важнейшими. Политические элиты уменьшают эту неопределенность, фокусируя внимание на горсточке проблем, что помогает гражданам выбирать самые важные вопросы»⁵. Например, согласно гипотезе «зависимости от меню»⁶, граждане не осознают своих истинных интересов, ибо не располагают исчерпывающими знаниями о текущей ситуации, вариантах ее развития и ее последствиях.

Обнаружены несколько феноменов, которые свидетельствуют о необходимости и уместности медиафрейминга в публичной политической коммуникации.

Во-первых, при принятии решения существенную роль играет феномен «ограниченного осознания», а именно: индивиды пренебрегают доступной, воспринимаемой и важной информацией, обращая внимание на другую, в равной степени доступную, но нерелевантную информа-

¹ Wolfsfeld G. Political Waves and Democratic Discourse: Terrorism Waves during the Oslo Peace Process // Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy / W.L. Bennett, R.M. Entman (eds). — N.Y. : Cambridge University Press, 2007, p. 226–251.

² Chilton P. Metaphor, Euphemism, and the Militarization of Language // Current Research on Peace and Violence, 1987, № 10, p. 7–19.

³ Downs A. Up and Down with Ecology : The «Issue-Attention Cycle» // Public Interest, 1972, № 28, p. 38–50.

⁴ Cobb R.W., Ross M.H. Agenda Setting and the Denial of Agenda Access: Key Concepts // Cultural Strategies of Agenda Denial / R.W. Cobb, M.H. Cobb (eds). — Lawrence Erlbaum Associates : University Press of Kansas, 1997, p. 3–4.

⁵ Hayes D. Op. cit., p. 135.

⁶ Sniderman P.M., Bullock J. A Consistency Theory of Public Opinion and Political Choice: The Hypothesis of Menu Dependence // Studies in Public Opinion / W.E. Saris, P.M. Sniderman (eds). — Princeton : Princeton University Press, 2004, p. 337–358.

цию¹. В силу этого политические акторы предпочитают стратегии приоритетизации стратегиям всестороннего и объективного информирования: цель фрейминга не столько убеждение, сколько манипулирование умозаключениями целевых групп.

Во-вторых, это феномены «разумной достаточности»² и «рационального невежества»³. Люди не имеют ни способностей, ни времени, ни интереса в каждом случае принимать лучшее из возможных решений, поэтому довольствуются обработкой той информации, которая первой приходит на ум, чтобы выбрать не оптимальный, а достаточно хороший вариант. Осознавая ничтожность своего индивидуального влияния на политические решения, граждане, как «когнитивные скупцы»⁴, склонны экономить усилия, необходимые для усвоения и переработки знаний о политике. Они считают целесообразным при вынесении суждений о политических проблемах ориентироваться на эвристики или собственные эмоциональные реакции, а не на аргументы и факты. Фрейминг как дискур-

сивная стратегия подталкивает адресата именно к эвристикам, а не к логическим умозаключениям на основе исчерпывающих данных⁵.

В-третьих, это феномен «рациональности при недостатке информации»⁶. Граждане нуждаются лишь в небольшом числе подсказок о деятельности политической элиты, чтобы вынести рациональное суждение с учетом своих интересов.

Медиафрейминг осуществляется политическими акторами в контексте медиарилейшнз как дискурсивного взаимодействия с журналистами, самыми влиятельными (пока еще) агентами массовой коммуникации. На первом плане — индуцирование правильного освещения в медиасфере собственных политических планов, решений и действий применительно к избранным социальным ситуациям. Подчеркнем, что медиафрейминг лишь увеличивает вероятность благоприятных оценок власти гражданами, но не гарантирует устойчивое позитивное общественное мнение, подверженное влиянию множества других акторов и факторов.

¹ Bazerman M., Chugh D. Decisions without Blinders // Harvard Business Review, 2006, vol. 84(1), p. 88–97.

² Simon H.A. Models of Man: Social and Rational. — N.Y.: Wiley, 1957.

³ Downs A. An Economic Theory of Political Action in a Democracy // The Journal of Political Economy, 1957, vol. 65(2), p. 135–150.

⁴ Fiske S.T., Taylor S.E. Social Cognition. — N.Y.: McGraw-Hill, 1991.

⁵ Delli Carpini M.X. Mediating Democratic Engagement: The Impact of Communications on Citizens' Involvement in Political and Civic Life // Handbook of Political Communication Research / ed. by L.L. Kaid. — Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2004, p. 395–434.

⁶ Popkin S.L. The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns. — Chicago: University of Chicago, 1994.