

УДК 32.019.51

## РАМОЧНАЯ МЕДИАПОЛИТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ: КОНЦЕПТ И ПРАКТИКА (НА ПРИМЕРЕ БРИТАНСКОЙ МЕДИАПОЛИТИКИ 1980-2000-Х ГГ.)

Бодрунова С.С.

*ФГОУ ВПО «Санкт-петербургский государственный университет», Санкт-Петербург,  
e-mail: visual@jf.spbu.ru, spasibo-tebe@yandex.ru*

В статье анализируется коммуникативный опыт британского политического истеблишмента на примере коммуникативных стратегий правительств при Маргарет Тэтчер, Джоне Мейджоре, Тони Блэре. Демонстрируется стратегизация коммуникативной работы и растущая медиатизация правления, а также значительная смена атмосферы и социального восприятия правления в зависимости от коммуникативной позиции правительства. Делается вывод о складывании в политическом процессе рамочных медиаполитических ситуаций, проходящих циклы становления – доминирования – слома и закрепляющихся в общественном сознании с помощью эмоциональных слов-якорей. Рамочные ситуации обладают способностью к возрождению в сознании аудитории СМИ по принципу «призраков прошлого». Элементами формирования рамочных ситуаций выступают степень стратегизации коммуникаций правительства, медиатизация образов первых лиц государства, отношения с журналистскими пулами, объем скандального новостного контента и др.

**Ключевые слова:** рамочная медиаполитическая ситуация, политика Великобритании, СМИ Великобритании, медиаполитическое взаимодействие, фрейм «правил игры», риторическая ситуация

## A MEDIA-POLITICAL FRAME SITUATION: CONCEPT AND PRACTICES (THE CASE OF BRITISH MEDIA AND POLITICS OF 1980–2000)

Bodrunova S.S.

*St. Petersburg State University, St.-Petersburg, e-mail: visual@jf.spbu.ru, spasibo-tebe@yandex.ru*

The article reconstructs communicative practices of the British political establishment, in particular the communicative strategies of governments lead by Margaret Thatcher, John Major, and Tony Blair. Strategization of communicative activities and the growing mediatisation of governance are described, as well as the significant shifts in the overall atmosphere and social perception of governance depending on communicative position of the current government. The author draws a conclusion about stable media-political frame situations in the political process; they go through cycles of formation – dominance – stagnation and are fixed in public mind by emotional wording anchors. The frame situation can revive in public memory as «ghosts of the past». Among the elements of the frame situations there are the extent of strategization of government communication, mediatisation of leaders' performance, media relations and communications to journalist pools, the volume of scandalous and investigative content etc.

**Keywords:** media-political frame situation, British politics, British media, media-political interaction, «rules of the game» frame, rhetoric situation

Одной из важнейших тенденций пост-модерного социального развития является медиатизация социальности [8], в том числе медиатизация политики [7]. Медиатизация политики как термин понимается сегодня в двух аспектах [5]. С одной стороны, это проникновение так называемой «медийной логики» в политический процесс, что ведет к существенным изменениям в принципах и механизмах принятия решений, а также трансформации внутривнутриполитической и общественной дискуссии. С другой стороны, медиа и политика срачиваются в зоне интересов, процедур и практик создания социально-релевантных политических смыслов. Ранее мы назвали этот процесс медиакратизацией, а политический режим, основанный на медиаполитическом взаимодействии и формировании медиаполитических комплексов [6; 9] – медиакратией [2].

Медиакратизация, то есть наращивание медийного и коммуникативного элементов в политическом процессе и неизбежно

следующие за этим изменения в полисинге, маркетинговании политических партий, принципах рекрутинга и работы политических лидеров и т.д., однако, не является линейным процессом. Наше исследование медиаполитического взаимодействия и стратегий политической коммуникации британского истеблишмента в последние десятилетия указывает на то, что медиакратизация политики нарастает и имеет все большее влияние на повседневную культуру, восприятие новостной информации, доверие СМИ и политическим лидерам, электоральную вовлеченность граждан [1]. Но при этом медиаполитическое взаимодействие может принимать разные формы – от открытой конфронтации до «свадьбы умов», когда политические смыслы транслируются неизменными или создаются в сотрудничестве; как правило, именно эти формы и закрепляются в общественном сознании (ср. «застой», «оттепель», «эпоха гласности»).

**Рамочная медиаполитическая ситуация:  
концепт и метод анализа**

Мы, однако, считаем, что медиатизация политики приводит к еще более серьезным структурным переменам в политическом процессе и политической культуре, чем это описано в академических исследованиях по медиатизации политики в современных демократиях. Мы утверждаем, что в британской политической культуре последних пятнадцати лет рост коммуникативных стратегий и объема коммуникации оказал решающее влияние на формирование британской версии постмодерной культуры через развитие стабильных рамочных (фреймовых) медиаполитических ситуаций (РМС) – сперва в отдельных сферах (политике, экономике), а затем и в публичной сфере в целом.

Новая РМС приносит новую конфигурацию отношений между правительственными органами, органами политической коммуникации и крупнейшими медиа, а также их владельцами. Следует помнить, что рамочная ситуация, в которой коммуникация обрамляет процессы развития какой-либо отрасли или сферы, может возникнуть только тогда, когда коммуникация проникает в «стратегическое сердце» процесса принятия решений и каждое крупное решение соотносится с задачами коммуникации, стоящими перед принимающими решения инстанциями. Стабильные отношения с медиасферой (не только личные и процедурные, но и правовые, а также отношения по вектору «независимость – инструментализация») формируются осознанно и сохраняются в течение нескольких лет, подчиняя себе коммуникативный климат в медиасфере страны и формируя как «информационную оболочку» принимаемых решений, так и отношения медиа и аудитории СМИ.

Комплексное понимание рамочной коммуникативной ситуации базируется на концепциях *риторической ситуации* и *стратегического фрейма* коммуникации (фрейма правил игры). Концепт риторической ситуации был разработан более тридцати лет назад Л.Ф. Битцером и затем развит в десятках работ британских ученых, однако до сих пор не применялся для описания всеохватных процессов в медиапространстве. Риторическая ситуация включает «комплекс персон, событий, объектов и отношений, презентующих актуальное или потенциальное тяжелое положение, которое может быть частично/полностью ликвидировано, если дискурс, сознательно введенный в ситуацию, так ограничит человеческое поведение, что принесет существенные перемены в это положение». При этом «тяжелое

положение – это несовершенство/неполнота, маркированная определенным градусом срочности; это дефект, препятствие, что-то, что нужно исправить» [3: 12]. Здесь важно описание риторической ситуации как стабильного положения; наличие в ней как речевых, так и физических элементов; ощущение ситуации как критической или кризисной; возможность разрушить ситуацию с помощью нового дискурса.

Мы предлагаем расширить понимание риторической ситуации до ситуации дискурсивной и совместить этот концепт с идеей стратегической коммуникативной рамки. Понятие стратегической рамки коммуникации разработано американскими теоретиками коммуникации Дж. Каппеллой и К.Х. Джеймисон в рамках теории фрейминга и опирается на когнитивную модель эффектов фрейминга в политической коммуникации. Фрейминг медийной информации представляет собой создание когнитивной рамки восприятия медиасообщения, внутри которой идет его интерпретация. Часто в медиадискурсе возникают полярные или несовместимые друг с другом рамки интерпретации. Так, вопрос о запрете на лисью охоту в Британии интерпретировался как нарушение традиционных прав британцев – и как борьба за охрану эндемичных видов животных Британских островов. Рамка, создаваемая на стратегическом уровне, выглядит как рассчитанное на будущее «навязываемое восприятие» действий того или иного политического или иного субъекта и поддерживается дискурсивными практиками и отдельными механизмами фреймирования. «Фрейм правил игры» предполагает встраивание в стабильную структуру коммуникации не только источника (например, правительство) и канала (например, газет и телеканалов), но и специальных органов коммуникации (например, пресс-служб) и «прописывает» правила отношений и степень близости всех контрагентов.

РМС конституируется одновременно в двух формах – процессуальной и когнитивной, т.е. одновременно в реальности (как устойчивая ситуация в коммуникации, где заранее известны правила игры, игроки коммуникативного поля и комплекс взаимных ходов) и как перцептивный фрейм (комплекс аттитудов, интенций, ожиданий). Роль данного устойчивого комплекса факторов состоит в том, что он предопределяет как коммуникативное поведение политиков и журналистов, так и отношение аудитории СМИ к любой коммуникативной инициативе в политическом (или ином) поле публичной сферы, т.е. действует как самый широкий из возможных фреймов коммуникации.

При этом ситуация «может работать и в сообщении, и за его пределами, создавая контекст, в рамках которого понимается сообщение» [4: 44]. Важной чертой РМС является воспроизводимость в сознании аудитории в форме фрейма восприятия по принципу «призраков прошлого». Как показывает наша работа [1], элементами, от которых зависит конфигурация РМС, являются:

- устойчивая номинация, отражающая социальный аттитюд;
- цикл становления – зенита – слома, совпадающий со временем правления того или иного премьер-министра (независимо от числа правительств под его руководством или электоральных циклов);
- роль советников по особым вопросам (special advisers, или spads);
- степень стратегизации коммуникаций правительством;
- степень и способы медиатизации образов первых лиц государства;
- отношения с медиавладельцами и журналистскими пулами;

– объем скандального и расследовательского политического контента СМИ;

– влияние на более широкую политическую и социальную культуру.

Мы выделяем три рамочные ситуации в 1980–2000-е: тэтчеризм, «эпоха грязи» (sleaze) и «эпоха подкрутки информации» (spin).

Рамочные медиаполитические ситуации британского постмодерна: сопоставительный ситуационный анализ

Применяя ситуационный анализ к триаде «политический истэблшмент – мейнстримные СМИ – медиаполитическая аудитория», получим результат, изложенный в таблице. Под мейнстримными СМИ мы понимаем наиболее политически релевантные медиасегменты: национальное эфирное ТВ и газеты национального охвата [10]; под медиаполитической аудиторией – аудиторию данных медиасегментов, обладающую одновременно базовыми электоральными правами (избирать и быть избранными).

Рамочные медиаполитические ситуации в Великобритании: времена Тэтчер, Мейджора и Блэра

Параметр анализа	Правление Тэтчер	Правление Мейджора	Правление Блэра
Название РМС	«Тэтчеризм»	«Эпоха грязи» (sleaze)	«Эпоха подкрутки информации» (spin)
1	2	3	4
Баланс медиатизации ветвей власти	Перенос центра внимания на правительство. Отрыв премьера от остального правительства. Создание «временных групп» министров	Перенос центра внимания в парламент. «Агония тори» – внутрипартийная борьба в Консервативной партии. Трансформация Лейбористской партии	Перенос центра внимания на премьер-министра. В оппозиции – создание идеологем «социал-изм», «третий путь», «новый лейборизм». Сокращение времени Prime Minister Questions в парламенте.
Цикл становления – зенита – слома	1979–1990: приход к власти на фоне «зимы недовольства» (Winter of Discontent); три победы на выборах подряд; досрочный уход с поста после 10 лет правления в силу резкого падения популярности	Постоянная угроза смещения Дж. Мейджора с поста. Нарастание внимания, скандального освещения деятельности правительства и парламента в прессе, комиссии по расследованию парламентской коррупции	1997–2007: приход к власти на фоне усталости от тори; «политический медовый месяц»; падение явки избирателей в 2001 году; «Черигейт» и «Иракгейт»; досрочный уход с поста после 10 лет правления в силу резкого падения популярности
Роль советников по особым вопросам	Снижение роли Кабинета, возвышение «людей Тэтчер» (члены CPS, четыре министра, муж, советники). Профессиональный имиджмейкер и пресс-менеджер Б. Брюс; личный пресс-секретарь Б. Ингхэм (на посту десять лет вместо трех)	Относительно низкая. Велика роль лоббистских организаций и отдельных лоббистов (М. аль-Файед, И. Грир) в работе парламента	Решающее влияние советников, в т.ч. П. Мэндельсона (стратегия), Ф. Гулда (поллинг), А. Кэмпбелла (работа с прессой) и др. Социальная критика «коллективного премьерства». Советники – серые кардиналы, известны как спин-доктора

Окончание таблицы

1	2	3	4
Степень стратегизации коммуникаций правительства	Создан Центр Изучения Политики (CPS). Масштабные кампании в прессе: Фолклендский кризис и борьба с тред-юнионами	Относительно низкая. Министерская чехарда. Борьба внутри ведомств, неприятие министров работниками министерств («Уэстлендское дело» и другие случаи рубежа 1980–1990-х)	Созданы Стратегический коммуникационный отдел (SCU), отдел мониторинга СМИ (MMU). Реформа Информационной службы правительства (GIS стал GICS). «Подъем уровня игры»: помещение всех инициатив в общую рамку
Степень и способы медиатизации образов первых лиц государства	Саундбайтинг в публичных выступлениях. Работа «Саатчи и Саатчи» над избирательными кампаниями. Постоянное консультирование со стороны агентства Тима Белла. Образ «железной леди», которая «не свернет»	Постоянный риск смещения Дж. Мейджора с поста на партийной конференции. Работа со СМИ мэра Лондона Кена Ливингстона. Стратегические коммуникации радикальной партии Ольстера «Шинн Фейн»	Построение медиакратического лидерства: резкий рост числа байлайнеров премьер-министра в прессе, числа интервью на ТВ, «фотовозможностей». Смена риторической стратегии в 1997 году. Передачи типа «Спроси премьер-министра»
Отношения с медиа-владельцами	Стратегический альянс с газетами News Corporation Р. Мердока. Противостояние с Би-би-си	Стратегических отношений не отмечено	Стратегический альянс с News Corp. и отдельными редакторами. Практика постоянных встреч (обедов) с редакторами и владельцами СМИ
Отношения с журналистскими пулами	Стратегизация работы Ингхэма с Содружеством журналистов Парламентского холла («Лобби») – но также и «Восстание Лобби» в конце 1980-х	Ровные отношения Пресс-Офиса Даунинг-стрит, 10 и Лобби, в отличие от «войны парламента с прессой» – череды расследований и отставок и парламенте.	«Политический медовый месяц» в 1998 г. Практика корректировки материалов прессы до их выхода, задача эксклюзива. Разделение Лобби на сторонников и противников спина
Объем скандального / рас-следовательского политического контента СМИ	Первая волна скандализации прессы (1986–1992), однако скандалы не играют главной роли в медиаполитических отношениях	«Таблоидная истерия», завершившаяся только со смертью принцессы Дианы в 1997 г. Расследования «The Guardian» и других газет, длившиеся месяцами и годами	Правление как «скандальная синусоида» после 1998 года. В скандалы вовлечены Блэр, Г. Браун и его советники, министры правительства. Кульминация синусоиды – «Черигейт» и «Иракгейт»
Влияние на политическую и социальную культуру	Влияние распространяется на политический истеблишмент и зарубежных партнеров	Влияние распространяется на Лондон, политическую культуру в обществе	Влияние распространяется на повседневность и новостную культуру. Создается спин-культура

Основной вывод практической части нашего исследования заключается в том, что в британской культуре постмодерна влияние коммуникативных стратегий и объема коммуникации оказалось настолько велико, что оказало решающее влияние на формирование особенностей культуры страны. Если в случае персонализированных коммуникаций Тэтчер и «эпохи грязи» при Мейджоре мы имеем дело со стабильными и комплексными, но все же исключительно медиаполи-

тическими ситуациями, то социокультурная ситуация спина представляется нам намного сложнее по своим историческим корням, структуре, сферам бытования и влиянию на публичную сферу.

Безусловно, развитие коммуникации по модели рамочных ситуаций составляет угрозу демократическим процессам deliberации и социального контроля. С учетом складывания РМС 1) горизонт политического прогнозирования снижается до пери-

ода существования данной РМС; 2) растут медиакратические тенденции; 3) объяснимы электоральная апатия и резкие переходы от «политического медового месяца» к тотальному разочарованию в системе публичного администрирования, поскольку аудитория не имеет шанса контролировать политическую коммуникацию. В рамках осмысления отдельных рамочных ситуаций нами выработано понимание того, что они представляют собой фундаментальную угрозу принципам демократического процесса, а также порождают широкий общественный диссонанс.

#### Список литературы

1. Бодрунова С. Современные стратегии британской политической коммуникации. – М: Товарищество научных изданий КМК, 2010.
2. Медиакратия: современные теории и практики / под ред. А.С. Пуую, С.С. Бодруновой. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2013.
3. Bitzer L.F. The Rhetorical Situation // *Philosophy and Rhetoric*. 1968. Vol. 1. P. 1–14.
4. Cappella J.N., Jamieson K.H. *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. Oxford: Oxford University Press, 1999.
5. Couldry N., Hepp A. Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments // *Communication Theory*. 2013. Vol. 23. P. 191–202.
6. *Mass media and American politics* / 6th ed. / ed. by D. Graber. Washington (DC): Congressional Quarterly Press, 2002.
7. Mazzoleni G. Mediatization of Politics // *The International Encyclopedia of Communication* / ed. by W. Donsbach. New York: Wiley, 2008. P. 3047–3051.
8. Mazzoleni G. Mediatization of Society // *The International Encyclopedia of Communication* / ed. by W. Donsbach. New York: Wiley, 2008. P. 3052–3055.
9. Rose R. *The Paradox of Power: The Prime Minister in a Shrinking World*. Cambridge: Polity, 2001.
10. Voltmer K. Structures of diversity of press and broadcasting systems: The institutional context of public communication in Western democracies. Berlin: Wissenschaftszentrum für Sozialforschung, 2000. URL: <http://bibliothek.wzb.eu/pdf/2000/iii00-201.pdf>.