

Современная политика высокоразвитых стран является прежде всего публичной, и именно это лучшее свидетельство торжества демократии в подобных политических системах. Стремление же к демократии других стран не может "обойти стороной" данное явление — *подотчетность* политиков, непосредственно представляющих власть, перед гражданами своей страны, а в особо важных случаях также и перед мировым сообществом, касательно каждого решения, принимаемого ими с целью политического изменения жизни в стране и за рубежом.

Արմենյան Ա., ՉԼՄ-ում քաղաքականության հիմնավորման ժամանակակից հայեցակետերը: Հոդվածում ժամանակակից քաղաքականությանը դիտարկվում է իր հրապարակային ոլորտի ընդլայնման տեսակետից, կարևորվում է վերաբերվում են քաղաքական որոշումների հիմնավորման անհրաժեշտությունն ու յուրահատկությունները ընդգրկված ՉԼՄ-ների գործունեության մեջ, իրենց դրանց կարևորագույն նպատակներից և ֆունկցիաներից մեկը՝ հրապարակային քաղաքականության պայմաններում:

Atanesyan A. Modern aspects of justification of politics in mass media. The article discusses some modern aspects of public policy, the question of argumentation, justification, foundation of political decisions through their introduction in Mass Media. One of the essential functions here is the building of political emerges. The analysis is illustrated with some modern examples.

Историческое прошлое человечества помнит лишь немногие случаи публичного обращения владык к народу с целью снискания уважения, поддержки трона и всеобщего участия в проводимых решениях с небывалой долей риска и ожидаемыми массовыми издержками. Демократическое общество публично по своей сути: ни одно важнейшее решение не может быть принято лишь замкнутой группой политиков, иначе такое принятие останется на бумаге или, что особенно опасно, будет навязано обществу, и тогда ни о какой демократизации и речи быть не может. Политическое решение, затрагивающее судьбы общества, должно быть принято не только народными избранниками, а затем избранниками этих избранников и т.д., но самим обществом, причем такое решение уже не может быть чем-то формальным, ибо означает принятие обществом и каждым гражданином на себя ответственности и последствий по его реализации. По существу целесообразность принимаемого решения оценивается в двух плоскостях, которые можно условно обозначить сферами "внутреннего" и "внешнего", или публичного, обоснования. "Внутреннее обоснование" политических решений, осуществляемое ЛПР (лицом или ограниченной группой лиц, подготавливающими и принимающими политические решения согласно своему статусу с участием рабочих групп, экспертов, источников информации и т.д.), проводится в процессе сбора и оценки информации, выработки альтернатив возможного решения, обсуждения и выбора одного из вариантов как наиболее приемлемого и принятия этого варианта ЛПР. "Внутреннее обоснование" имеет ограниченное число участников и в основном носит закрытый характер. Сделанный таким образом политический выбор выносится "на суд" общественности — в сферу "внешнего, публичного обоснования", которая, напротив, максимально открыта для обсуждений и предполагает участие по возможности большего и разнообразного набора заинтересованных и затронутых лиц. Представители политики, публично обосновывающие свои решения, пытаются поделиться с обществом своим видением и оценкой ситуации, разъяснить наиболее существенные основания, приведшие к необходимости именно такого выбора, аргументированно изложить факторы целесообразности одного решения и, напротив, невыгодности, неправильности, неприемлемости другого. Политическое обоснование стремится прежде всего легитимировать существующую власть, а выступления с контраргументами, обоснование неприемлемости сделанного официального выбора вносит корректировки в политическую деятельность и может в какой-то степени дискредитировать официальную власть прежде всего в пользу оппозиционных сил. Власти необходимы понимание и активное участие общества в проводимой политике, и именно на это нацелена политическая аргументация и, в частности, ее особая область — политическое обоснование как деятельность по оценке сделанного выбора. [1-3]. Публичное политическое обоснование является ярким тому примером и наиболее успешно благодаря современным информационным технологиям и соответствующей деятельности СМИ.

Кстати, именно СМИ существенно уменьшают степень "закрытости" "внутреннего обоснования", являясь его своеобразным участником прежде всего по той причине, что поставляют обильную и подчас незаменимую информацию прежде всего для ЛПР. Как пишет Л.А. Зак, "массовые средства информации являясь важнейшим источником сведений о внешнеполитических событиях не только для широких масс населения, но и для большинства самих политических деятелей, не имеющих возможности соприкасаться непосредственно с событиями за рубежом и вынужденных полагаться на поступающую к ним информацию общего и конкретного порядка. Наряду с другими материалами такая информация может явиться основой для принятия важных внешнеполитических решений" [4, с. 111]. С другой стороны, сам факт некоего политического заявления, отраженного в СМИ, или форма его подачи могут явиться аргументом обоснования ответных политических шагов, не обязательно адекватных. Кроме того, отнюдь не ново такое явление, как исключительная авторитетность определенных политических изданий, радио- и теле-

передач, а также конкретных представителей прессы, телеведущих и журналистов, которые благодаря широкой читательской и зрительской аудитории и собственной политической активности подчас непосредственно и существенно влияют на принятие важных решений. В таких случаях определение СМИ как четвертой власти наполняется конкретным содержанием.

Следует упомянуть еще об одном достаточно существенном, хотя и косвенном, влиянии масс-медиа на оценку политиком собственных решений. Л.А. Зак пишет: "Довольно распространенной является следующая ситуация: государственный деятель высказал некоторые соображения или совершил какие-то действия в определенном направлении, пресса изобразила это как крутой поворот в его политике, заслуживающий всяческой похвалы. Под ее влиянием этот деятель идет значительно дальше, чем намеревался сначала" [4, с. 112]. Здесь можно говорить о своеобразном эффекте "коммуникативного бумеранга", причем не только и не столько между политиком и СМИ, сколько между политиком и общественным мнением. О возможности подобного эффекта говорилось, например, в связи с недавней предвыборной кампанией кандидата в президенты США Дж. Буша. Последний пообещал своим избирателям в случае победы установить жесткий курс по отношению к России как второй атомной сверхдержаве, продолжающей оставаться потенциальным и опасным врагом Америки. Эту угрозу следует обезвредить, доведя до минимума российский стратегический потенциал. По комментариям в СМИ, в случае своего избрания, т.е. заручившись согласием избирателей, Буш пойдет в этой политике очень далеко.

Итак, публичность современной политики и, в частности, публичное обоснование политических действий и решений, обеспечивается прежде всего возможностями и усилиями СМИ. "Смысл телевидения в том, что оно — инструмент диалога", — пишет Ю. Казаков [5, с. 172]. С помощью прессы, радио и особенно телевидения политик доносит до большинства граждан свои планы на будущее, свои действия и решения, аргументирует сделанный выбор, обосновывает необходимость определенных шагов, которые следует предпринять, стремится создать благоприятное отношение населения к проводимой политике, убедить в целесообразности принимаемых решений, создать в общественном сознании климат понимания и готовности к участию. Сегодня политические деятели в исключительно редких случаях аргументируют свои решения в непосредственном контакте с народом. Подобные встречи не позволяют охватить достаточную аудиторию, затрудняют адекватность взаимного восприятия между представителем власти и рядовыми гражданами, пришедшими на встречу. Типичной является следующая ситуация: политик говорит народу о чем-то "своем", заведомо не имея готовых решений многих конкретных и насущных проблем, ради которых, собственно, и участвует в подобных мероприятиях большинство собравшихся; политик же действует здесь в основном по принципу "*людей посмотреть и себя показать*". Залышав первые "аккорды" стандартных и потерявших всякий ценностный смысл суждений — доводов и обещаний, люди уже не пытаются проследить цепь суждений политика, все же надеясь быть услышанными в волнующих их проблемах. Политик же со своей стороны прекрасно знает о существовании этих проблем, он уже не вдается в подробности их конкретной интерпретации и продолжает говорить подготовленное заранее. Создается замкнутый круг непонимания, власть и народ говорят на разных языках! В этом проявляется именно отрицательный эффект асимметричности коммуникации, о которой — далее.

Подобные встречи политика с народом имеют один существенный эффект, который в основном порождает иллюзию непосредственного участия народа в проводимой политике, с одной стороны, и зачастую такой же иллюзорный имидж "народного политика", — с другой. Однако максимальный контакт на встречах народа с политиком достигается, если последний воспринимается большинством как харизматическая личность — как вождь, безусловный авторитет. Встреча с подобным человеком происходит как явление, произносимые политиком слова воспринимаются массой позитивно-восторженно и некритично, его доводы действуют успокаивающе, внушают чувство уверенности в правильности проводимой политики. Редкость этих встреч оправдана самим образом харизматического лидера как человека, "предельно занятого решением сложных и важных политических проблем".

Преподнесение политики в СМИ, ее обоснование имеет ряд существенных преимуществ по сравнению с аналогичной деятельностью в непосредственном контакте политика с народом. Прежде всего следует отметить, что "общение" политика с народом, осуществляемое через СМИ и особенно телевидением, обладает высокой степенью асимметричности (под асимметричной коммуникацией в соответствии с рядом современных исследований следует понимать ведение коммуникативного диалога в различных плоскостях, подразумевающее определенное несоответствие, неадекватность статуса коммуникативных сторон, методов и средств ведения диалога, избирательность каждой из них, различие культурно-поведенческих сфер, из которых исходят состоящие в коммуникации, и т.д. [6]). Так, неадекватность, асимметричность диалога между политиком и народом через СМИ наблюдается прежде всего в одностороннем влиянии говорящего с экрана политика на зрителя, который не может непосредственно и в соответствующей форме (т.е. опять же через "экран") ответить политику, высказать свое мнение по поводу сказанного, представить со-

бственные аргументы и контраргументы, поддержать говорящего или не согласиться с ним. "Как и столетия назад, — пишет С.П. Поцелуев, — современное политическое инсценирование предполагает асимметричность социальной (политической) коммуникации. Только теперь это определяется не сословно-классовыми привилегиями, а самой техникой массовой коммуникации. В нынешней массовой коммуникации, в отличие от коммуникации диалоговой, не происходит перемены ролей слушателя и говорящего. Даже если иметь в виду технические возможности обратной связи между публикой и СМИ, безусловный приоритет говорящего остается за СМИ [7, с. 63].

Интересно, что политическая телеинформация по-прежнему считается многими зрителями авторитетной и объективной только лишь потому, что они традиционно доверяют этому источнику информации, а также симпатизируют определенным ведущим и комментаторам. Между тем именно о нейтральности политики на ТВ следует говорить с максимальной степенью относительности, ибо ни одна информация в СМИ и особенно на телевидении не лишена воздействия своеобразной "невидимой руки": преподнесение политики является ничуть не меньшей политикой, сегодня это новое искусство как своеобразный синтез традиций политической риторики, культурного наследия человечества и современного художественно-анимационного творчества, которые в умелых руках превращают политическое событие в телесобытие. "Налицо, таким образом, осуществляемая в масштабах всего общества ситуация *quid pro quo*, одно вместо другого, когда "модель реальности становится реальностью модели" [7, с. 72].

В СМИ политические события, действия, выступления как бы инсценируются, разыгрываются заново напоподобие театральной постановки некоего произведения, где является интересным и с этой точки зрения ценным именно индивидуальный, творческий подход: политика обретает художественную ценность, а политическая аргументация, особенно на ТВ, подается уже не как сугубо логическая конструкция, а в тонком и подчас очень щедром переплетении различных образов и символов из иных областей культуры, которые, с одной стороны, обретают в политическом контексте особое значение, а с другой — делают политическую коммуникацию эстетически приятной, более доступной и "легкоусваиваемой", как бы "разбавляют" напряжение, связанное с большинством политических обращений, или, напротив, провоцируют концентрацию этого напряжения и его проявление в определенном русле политической активности населения. Так, каждый этнос имеет в своем культурном наследии множество мифов, легенд и героических баллад, былин и эпосов, художественных и музыкальных произведений — гимнов, од, народно-патриотических песен, с которыми данный этнос ассоциирует свое историческое прошлое не столько в культурном, сколько в политическом контексте. Такие произведения особенно актуализируются в кризисные для страны моменты, когда необходимо объединить народ под определенной идеей, сплотить его, вызвать нужное и единое восприятие ситуации, мобилизовать и побудить массы к определенным действиям. А. Дернер приводит пример подобного функционирования патристического мифа об Армии, который неоднократно становился ведущим компонентом политической коммуникации в роковые для Германии времена [8]. Ценность и действенность подобной символики в политической аргументации, в обосновании конкретной политики, обеспечивается еще и тем, что она функционирует непостоянно, с различной интенсивностью и опять же асимметрично.

Таким образом, политическая аргументация является особой областью так называемой символической политики; последнюю А. Дернер характеризует как "стратегическое применение знаков с целью создания необходимой ориентации в обществе и обеспечения лояльности и готовности к действию. "Символический капитал" знака может, таким образом, соответственно конвертироваться в политическую власть" [8, с. 200]. Что касается первоначального впечатления об асимметричности политической коммуникации как о факторе, затрудняющем адекватное восприятие информации и препятствующем взаимопониманию между сторонами, то символическая политика СМИ реализует именно положительный, творческий потенциал этого явления. "Вообще любое сообщение обладает ценностью именно из-за своей асимметричности... Новость — это нарушение нормы, которое всегда является асимметричным", — пишет Г.Г. Почепцов [6, с. 194]. Асимметричность политической коммуникации на ТВ является главным фактором спроса на подобную информацию. "Информационной асимметрией можно объяснить любовь СМИ к чрезвычайным ситуациям (землетрясениям, наводнениям, голоду)... чрезвычайное событие всегда есть проявление асимметрии, ибо не является прогнозируемым, а именно это отвечает сущности новостей как таковых" [6, с. 200]. Наиболее "захватывающие", конфликтные сообщения занимают первые страницы периодики, с них начинаются теленовости. Политические доводы особенно эффективны в невербальном сопровождении. Политик может обосновать свое решение, скажем, о военном вмешательстве в конфликт фактом наличия в зоне гуманитарной катастрофы. Данный аргумент в процессе вербальной политической полемики может быть ослаблен выдвиганием соответствующих контраргументов, а его эффективность сведена к минимуму доводами, свидетельствующими об ином восприятии ситуации оппонентами. Однако побуждение оппонента к схожей оценке ситуации, несравнимо больший обосновывающий эффект достигается сопровождением

того же аргумента кадрами из зоны конфликта, демонстрирующими бедствия и нищету населения, трупы мирных жителей, потоки беженцев и т.п.

Что касается символической политики в СМИ, то они подают политическую информацию подчеркнуто эмоционально, и это еще один фактор асимметричности между рациональным и эмоциональным в политической аргументации. "Массовая демократия, — пишет С.П. Поцелуев, — не только (и даже не столько) мыслительный процесс принятия решений, сколько эмоции, чувства и переживания" [7, с. 63]. *Асимметричная аргументация* — введение этого термина, по нашему мнению, наиболее адекватно отражает сущность данного феномена — все больше нацелена именно на эмоциональное оформление и подачу информации, ее эмоциональное восприятие и на такое же эмоциональное реагирование "потребителя". "Исследователи указывают на то, что убедительность речи возрастает пропорционально росту ее эмоциональности", — пишет С.А. Ушакин [9, с. 152]. С этим доводом можно не согласиться, если речь идет о *симметричной аргументации*, где говорящий спокойно и взвешенно более убедителен, чем его кричащий и активно жестикулирующий оппонент, а между двумя говорящими на "высоких тонах" достижение взаимопонимания и согласия обратно пропорционально степени их эмоциональности. Однако применительно к асимметричной аргументации этот довод справедлив. Массовое сознание эмоционально по своей сути, любая политическая акция получает массовый характер благодаря своей эмоциональной окрашенности. Обращаясь к народу, политик учитывает эту особенность массовой коммуникации, а СМИ отражают и даже провоцируют это.

Следует обратить особое внимание на характер аргументов, приводимых в процессе публичного обоснования политики в масс-медиа. Здесь приводятся преимущественно эмоционально богатые, "насыщенные" аргументы, которые апеллируют к всеобщим ценностям, напоминают о героических традициях, призывают к чувствам справедливости, долга и патриотизма, вызывают бурные эмоциональные ассоциации, одним словом, обладают богатым эмоциональным капиталом. Широкой популярностью в связи с этим пользуются аргументы, выражающие такие общечеловеческие ценности, как мир, свобода, равенство и братство, богатство и процветание, а также их политические аналоги — независимость, демократия, безопасность. Сильное эмоциональное воздействие на массы оказывают аргументы-антиценности — угроза миру, независимости и свободе, реальная или потенциальная опасность, терроризм, и т.п. Все еще сильным эмоциональным потенциалом обладают аргументы националистского толка.

К эмоционально "насыщенным" аргументам относятся также доводы морально-нравственного характера. "Честная" или "нечестная" политика, "справедливое" или "несправедливое" решение, или просто морально оправданные или неоправданные действия — таковы наиболее часто встречающиеся в истории и современности политики определения. Эмоционально мобилизующий потенциал аргументации по критерию морали и нравственности не только не утратил своего традиционного значения, но, что немаловажно, получил своеобразную интерпретацию в связи с повышением ценности гуманитарного права, с повышением "чувства ответственности" мирового сообщества за соблюдение и защиту прав и свобод человека не только в качестве правовой нормы, но и в качестве веского политического аргумента. Если сравнить такие аргументы с ссылками, скажем, к основам законодательства, к результатам экспертных оценок или "сухим" фактам и цифрам, т.е. к условно называемым нами эмоционально "бедным" аргументам, то сама практика публичного обоснования политики демонстрирует преимущества первых, причем говорит само за себя то предпочтение, которое отдают им публичные политики. Кроме того, эмоциональное воздействие аргументов, их апелляция к чувствам и эмоциям более устойчива, чем подача конкретной, "сухой" информации, требующей особого внимания и запоминания. Если же возникает необходимость приведения именно эмоционально "нейтральных" или "бедных" аргументов, то их стараются подать в сопровождении эмоционально "насыщенных" аргументов, придать им внешнюю "привлекательность", подчеркнуть их важность и необходимость для общества, преподнести их в нестандартной форме. Наиболее наглядно это проявляется в символической политике СМИ.

Кроме того, сам язык политической коммуникации содержит потенциальную возможность к инсценированию символического капитала в аргументативных целях. Г. Клаус по этому поводу пишет: "Политический язык и язык агитации служат в первую очередь не разговорному формулированию истинных выражений, но воздействию на сознание людей, на которое они направлены, с целью его побуждения к определенному образу действия, соответственно, чтобы увеличить вероятность такого образа действия" [10, с. 193]. Подобное определение стратегии языка политики соответствует аргументативным целям и задачам, преследуемым, в частности, в процессе обоснования проводимой политики. "Главная или основная цель всякой аргументации — сделать собеседника своим единомышленником по обсуждаемому вопросу и сопричастником реализации своих программ", — пишет Г.А. Брутян [1, с. 32], причем данная особенность присуща как языку политики, так и политике языка. Значения многих слов и выражений, а также вызываемые ими ценностные ассоциации могут координироваться в зависимости от формы подачи и контекста, в который они будут помещены. Контекст эксплицирует не только оттенки содержания привычных

понятий, но и определяет возможности их конкретного использования в качестве аргументов. Следует не только действовать, но и говорить сообразно ситуации — такова логика политической коммуникации. Более того, некоторые языковые выражения сами олицетворяют некий контекст, которым в свое время были порождены. Подобные языковые феномены Э. Кассирер определяет следующим образом: "То, что характеризует их, это не столько содержание и объективное значение, сколько эмоциональная атмосфера, которая окружает и окутывает их. Эту атмосферу надо почувствовать, ибо она неперевода и не может быть адекватно выражена на языке совсем другого политического контекста" [11, с. 62]. Ученый приводит пример возникновения в немецком языке двух терминов — "Siegfriede" и "Siegerfriede", взятых из толкового словаря времен нацистской Германии. Эти слова, несмотря на незначительное на первый взгляд различие в написании, имеют существенное различие в словообразовании и несут в себе разительный контекстный контраст. "Если Siegfriede есть мир через победу Германии, — пишет Э. Кассирер, — то Siegerfriede означает прямо противоположное: оно используется для обозначения мира, условия которого будут диктоваться врагами Германии. То же самое справедливо и в отношении других терминов. Люди, создавшие эти слова, были подлинными мастерами политической пропаганды" [11, с. 63].

Примером подобной функциональной гибкости политического языка может служить также так называемый "принцип выборочности" (das Auswahlprinzip), который приводит Г. Клаус и который, по определению автора, родственен принципу партийности языка политики. Суть в том, что говорящим умышленно избираются, а затем эксплицируются или опускаются те вербально-содержательные моменты, которые соответствуют или не соответствуют определенным интересам говорящего с условием, что всегда имеется принадлежность политика к определенной системе ценностей и организованных интересов, с позиции которых он выступает [10, с. 198]. По существу здесь следует говорить о факторе обоснованности в политической коммуникации как об избирательной оценке и использовании не только информации, но и языковых выражений, наиболее целесообразных в конкретной политической речи.

Итак, вновь вернемся к роли рационального и эмоционального в политическом обосновании. Ряд авторов считают, что эмоциональная направленность все же превалирует над рациональной ориентировкой благодаря ответственному доминированию в политическом преподнесении эстетической компоненты; именно такое воздействие широко практикуется в СМИ и особенно на телевидении. Как пишет С.П. Поцелуев, "техника рационально-риторического "уговаривания" публики сменяется визуальной суггестией и рекламным "соблазном", что качественно повышает спрос на символическую политику" [7, с. 63], и далее: "Эстетическая информация играет решающую роль при возникновении у людей нужных власти толкований политической ситуации. Акцент на эстетический момент политической информации делается в ситуациях кризисов и в рамках мобилизационных идеологий, которые обращаются не столько к уму, сколько к сердцу людей" [7, с. 65]. Возникает необходимость установить некоторую пропорцию между рациональным и эстетическим преподнесением политики обществу, ибо обе компоненты, по нашему мнению, определяют гибкие рамки взаимного существования и функционирования в пределах современного политического аргументативного дискурса. Кроме того, если вербальные возможности аргументации более адекватно и симметрично отражают логику реальных событий, чем инсценирование политической жизни посредством ее эстетизации, т.е. асимметрично, то в современной политической коммуникации обе эти формы в равной степени претендуют на право детерминации политического сознания и поведения масс. В связи с этим уместно привести дифференциации А. Моулзом информации на семантическую и эстетическую. Семантическая информация, передаваемая в основном в вербальной коммуникации, "подчиняется общим законам логики, подготавливает действия и оценивается ее реципиентами согласно их убеждениям и интересам. И поскольку намерение этой информации — побудить к некоторым действиям — очевидно, постольку она вызывает у реципиентов попытки ее опровергнуть или подтвердить... Эстетическая информация не столько отражает реальное положение дел, сколько вызывает у реципиентов определенные душевные состояния, реакции и эмоции. Мнения, настроения и установки, возникающие таким образом, оказываются намного устойчивее по отношению к эмпирическим фактам и рациональным доводам, чем установки, базирующиеся на семантической информации" [7, с. 64-65].

Вербальный политический дискурс, представляющий собой классическую форму политической аргументации, несмотря на возможности и нередкие преимущества использования в нем эстетических средств, все же в конкретных случаях может не нуждаться в эстетизации. Кроме того, часть аудитории, потребляющей политическую продукцию СМИ, прежде всего сами политики, основывающие в определенной степени свою политику на такой информации, а также скрупулезно и предельно внимательно следящие буквально за каждым словом говорящего с экрана о политике и не желающие иной, "разбавленной" информации граждане максимально реагируют именно на непосредственные обращения политических лидеров, на анализ ими собственных ре-

шений, а также на аргументированную оценку политики причастными к этому лицами. Особенно в затяжные периоды апатии и низкой политической активности населения публичный "выход" лидера, его обращение "ко всем и каждому" может иметь исключительный эффект, опять же при условии аргументированного выступления, а не привычного безосновательного и безответственного повторения стандартных слов и обещаний, которыми, возможно, была и вызвана эта апатия. Вообще, люди любят, когда им авторитетно разъясняют, а не просто показывают политику.

Между тем одна лишь демонстрация эстетических образов, не имеющих конкретно заданного семантического контекста, возможности для логической "расшифровки", не имеющих вербального сопровождения, не является составной аргументативного процесса, ибо не обладает информативной ценностью и потому находится вне дискурса. Включение такой символики в структуру аргументации означало бы ее увязку с конкретным семантическим контекстом, помещению в определенную логико-языковую "оболочку". Ведь даже возникновение слабых ассоциаций в результате эстетического воздействия уже говорило бы о наличии у реципиента некой смысловой предпосылки. Кроме того, отмечаемая многими чрезмерная увлеченность телеполитики эстетизацией отнюдь не означает, что ведение политического дискурса сугубо логическими средствами, логическая конструкция политической аргументации сегодня непопулярны, что публичное обоснование политических решений путем приведения доводов, аргументов, опровержения антитезисов, апелляции к различным основаниям в качестве мыслительной процедуры, выраженной в вербальном обращении к реальной или виртуальной аудитории (т.е. аудитории, собранной СМИ), сегодня не эффективно. Ведь политику для надежности и эффективной реализации поставленных целей и принятых решений прежде всего требуется именно *аргументированно обосновать* свою политику, а не "пустить пыль в глаза", чтобы затем ежесекундно рисковать своим авторитетом.

Таким образом, всю совокупность эстетических образов и символов, а также возможностей и технологий их применения в аргументативных целях следует отнести к *внелогическим средствам* аргументации [12, с. 29], сопровождающим, дополняющим и в большинстве случаев существенно усиливающим действенность рациональных аргументов до тех пор и в тех пределах, пока эксплицитно или имплицитно остаются включенными в аргументативный дискурс; с потерей семантического контекста они временно выпадают из данного процесса и могут быть оценены лишь с художественной точки зрения. Забота о том, чтобы не утратить этот контекст, не утратить связь между эстетическим символом и тем конкретным смыслом, который в него вкладывается аргументирующим с учетом "места и времени", а также особенностей восприятия реципиента, в процессе публичного обоснования ложится в основном на СМИ. И здесь опять же следует выделить телевидение как обладающее несравнимо большими возможностями использования эстетического капитала, чем другие масс-медиа. "Когда мы читаем газету, — говорит В. Васильев, — мы можем вернуться к тексту, задуматься и внутренне поспорить, когда мы смотрим репортажи, мы такой возможности лишены. Необычайная политическая сила телевидения именно в том, что сама его специфика обеспечивает некритическое восприятие... ТВ в основном доверяют и потому любые искусственные телевизионные средства, создающие условия для лучшего восприятия того или иного политика, очень эффективно воздействуют на аудиторию" [13, с. 170]. Соблазн эстетизации политики на телевидении настолько велик, что нередко возникает ситуация, когда телеинформация не оставляет буквально никакого повода для размышлений в основном по двум причинам: с одной стороны, происходит вышеуказанная утрата семантического контекста эстетической информации, когда рядовой зритель просто не понимает, с какой целью ему показали тот или иной кадр или что хочет сказать своим демонстративным поведением политик, и тогда ему приходится делать выводы о политике и его деятельности по его внешнему имиджу, вырабатывающему у зрителя личные симпатии и антипатии к политику и соответствующую оценку его политических действий и решений. "Различие между *видеть* и *знать* как бы стирается посредством магического реализма телеобразов", — пишет С.П. Поцелуев [7, с. 67]. Таким образом, часть политической информации на ТВ не аргументируется в традиционном смысле; здесь путь к рациональной оценке политики зрителем "прокладывается" в основном через чувственное восприятие и эмоционально-эстетическое отношение, а эстетический капитал, призванный играть роль внелогического средства аргументации, делается основным и подчас единственным средством достижения аргументативных целей: "О чем с экрана нельзя говорить, то следует на нем показывать" [7, с. 67]. К стати, обильная эстетизация и иные средства, усиливающие асимметричность политической информации, все активнее проникают в "отечественную" прессу (в зарубежной прессе это — более раннее явление); информация, требующая особого внимания, подается в обязательном сопровождении фотокадров, приковывающих внимание, карикатур на политиков и политические события, политические статьи чередуются с более "легкой" информацией, излагаются обыденным и даже несколько ироничным языком, и т.п. Так, в мировой прессе, освещавшей вопрос вынесения импичмента президенту США Б.Клинтону, пользовались особой популярностью кадры, изображавшие Клинтона с М. Левински. В связи с последними президентскими выборами в России в прессе широко "конвертировались" такие фотокадры, как, например, "Путин в кимоно по-

беждает соперника", "Путин в госпитале с ранеными бойцами" и т.д. Как правило, политические конфликты в прессе обязательно сопровождаются фотохроникой событий.

С другой стороны, часть политической информации в СМИ представляет собой символический капитал в обильном вербальном сопровождении, которое предварительно задается скрытым, безличным, или, наоборот, персонифицированным, ярко политизированным комментатором а la С. Доренко. В этом случае семантический контекст эстетической информации определяет приближенные к однозначности рамки восприятия таковой зрителем. Такой вариант "думать за зрителя", по-видимому, более оправдан, чем предыдущий ("вообще не думать"), особенно если учесть следующие слова С.А. Ушакина: "Специфика эмоциональной реакции заключается в ее недолговечности; в случае отсутствия рационального "противовеса" она эффективна лишь при постоянном воздействии на слушателя/зрителя" [9, с. 144]. Помимо того, любая политизированная эстетика в СМИ может при неоднократном повторении постепенно утратить первоначальную убедительность и даже начнет приобретать обратный смысл согласно эффекту "приедаемости рекламы".

Таким образом, особенности современного политического обоснования, как и политической аргументации вообще, создают необходимость особого восприятия и оценки этих процессов в системе политической науки и политической деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Брутян Г.А. Аргументация. Ереван, 1984.
- [2] Брутян Г.А. Очерк теории аргументации. Ереван, 1992.
- [3] Амирханян А. Экспликация понятия обоснования. Ереван, 1993.
- [4] Зак Л.А. Западная дипломатия и внешнеполитические стереотипы. М., 1976.
- [5] Казаков Ю. ТВ как голос гражданского общества. - Политическая сила телевидения: реальность мифа? (Обзор семинара). ПОЛИС, 1999, 6, с.155-178.
- [6] Почепцов Г.Г. Асимметричность информационных воздействий. - Вест. МГУ, сер. 18. Социология и политология, 1999, 3, с. 193-204.
- [7] Поцелуев С.П. Символическая политика: констелляция понятий для подхода к проблеме. ПОЛИС, 1999, 5, с.62-75.
- [8] Dittmer A. Die Inszenierung politischer Mythen. Ein Beitrag zur Funktion der symbolischen Formen in der Politik am Beispiel des Hermannsmythos in Deutschland. - Politische Vierteljahresschrift, 1993, 34 Jahrgang, Heft 2, S. 199-218.
- [9] Ушакин С.А. Речь как политическое действие. ПОЛИС, 1995, 5, с. 142-153.
- [10] Klaus G. Sprache der Politik. Berlin, 1971.
- [11] Кассирер Э. Техника современных политических мифов. - Вестник МГУ, сер. 18. Социология и политология, 1990, 3, с. 58-69.
- [12] Оганесян С.Г. Аргументация, ее предметная область и возможности. - Автореф. ... докт. дис. Е., 1997.
- [13] Васильев В. Особенности восприятия политической информации населением. - Политическая сила телевидения: реальность мифа? (Обзор семинара). ПОЛИС, 1994, 6, с. 155-178.

ԳԵՂԱԳԻՏԱԿԱՆ ԷՍԹԵՏԻԿԱՆ ՈՐՈՏՆԵՅՈՒ ԱՇԽԱՐՀԱՅԱՅՈՒՄ

Մինասյան Ա.

ՀՀ ԳԱՄ փիլիսոփայության և իրավունքի ինստիտուտ

Միջնադարյան աշխարհըրկայմանը բնորոշ սիմվոլիստական մտածողության լուսին համեմունք՝ Հովհան Որոտնեցու (XIV դ.) աշխարհայացքում գեղագիտականը ինքնանպատակ չէ, այն խորհրդանշում է Արարչի հզորությունը, բարությունը ու իմաստությունը: Միջնադարյան հայ մտածողը առաջադրում է Աստծո գոյության «գեղագիտական փաստարկ»: Մարդու (ինչպես նաև բնության) ստեղծագործությունները բնականորեն զբոսնում են ստեղծածային արարմանը, սակայն իրենց հերթին վկայում են մարդկային հոգու արարչի էության, բանական և անճիշտ լինելու մասին:

Минасян А. Эстетическое в мировоззрении Иоанна Воротнецки. Созвучно с символистским мышлением, свойственным в целом средневековому миропониманию, эстетическое в мировоззрении Иоанна Воротнецки (14 в.) не самоцельно, а выражает мудрость, доброту и могущество Творца. Средневековый армянский мыслитель выдвигает специфический "эстетический аргумент" существования Бога. Несмотря на то, что произведение человека (а также природы) своим совершенством уступают божественному творению, тем не менее они свидетельствуют о творческой сущности человеческой души, о ее разумности и свободе воли.

Minasian A. The aesthetic principles in Hovhan Vorotnetsi's world-view. According to the symbolic thinking being characteristic of the medieval mentality, the aesthetic principles in Hovhan Vorotnetsi's world-view are not commonly an end itself but symbolize Creator's wisdom, kindness and power. The XIV cent. medieval Armenian thinker put forward an "aesthetic argument" of God's existence. The results of human /and Nature's/ activities, although surpassed by the Divine creation in terms of perfection, still testify to creative essence of human soul, to its being reasonable and possessing self-will.

Հայ միջնադարյան մշակույթում իր մանկավարժական և եկեղեցական բնույթն զորոնեությունը ու փիլիսոփայական հարուստ ժառանգությամբ աչքի ընկնող մտածողներից է Հովհան Որոտնեցին (1315-1388): Տաթևի դպրոցի հիմնադիրը (1373թ.) մեծաթիվ աշխատությունների հեղինակ է, որոնցում արծարծվում են ինչպես հոգևոր-աստվածաբանական բնույթի, այնպես էլ գոյարանական, իմացաբանական, տրամաբանական, հոգեբանական, գեղագիտական, բարոյագիտական և մանկավարժական կարևորագույն հիմնահարցեր:

Գեղագիտությունը Հովհան Որոտնեցին չի առանձնացնում որպես ուսումնասիրության հատուկ բնագավառ (պատահական չէ, որ նա գեղագիտական հիմնախնդիրներին նվիրված առանձին աշխատություն չունի) բայց, այնուամենայնիվ, գեղագիտականը զորոնեում է նրա աշխարհայացքի բազմազան ոլորտներում: Այս երևույթը, որն, ի դեպ, բավականին տարածված էր միջնադարում, ունի իր բացատրությունը: Միջնադարյան աշխարհըրկայման առանձնահատկություններից է սիմվոլիստական մտածելակերպը, համաձայն որի գաղափարն աշխարհին հատուկ օրինաչափությունը, կարգը, կատարելությունը, գեղեցկությունը և այլն, իրենց բնույթով գեղագիտական բնութագրիչներ են, ինքնանպատակ չեն և վկայում, խորհրդանշում են Արարչի հզորությունը, բա-