

На правах рукописи



Казиков Александр Александрович

**ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННО-
КОММУНИКАЦИОННОГО ВЗАМОДЕЙСТВИЯ РОССИИ И США
(НА МАТЕРИАЛАХ «РОССИЙСКОЙ ГАЗЕТЫ» И «ВАШИНГТОН
ПОСТ» ЗА 2007-2008 ГОДЫ)**

Специальность: 23.00.02 – политические институты, этнополитическая
конфликтология, национальные и политические процессы и технологии
(по политическим наукам)

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

– 8 ОКТ 2009

Саратов – 2009

Диссертация выполнена на кафедре политических наук
юридического факультета ГОУ ВПО «Саратовский государственный
университет имени Н.Г. Чернышевского»

Научный руководитель: доктор политических наук, профессор
Вилков Александр Алексеевич

Официальные оппоненты: доктор политических наук, профессор
Дергунова Нина Владимировна

кандидат политических наук
Артемова Татьяна Викторовна

Ведущая организация: **Нижегородский государственный
университет имени Н.И. Лобачевского**

Защита состоится 17 октября 2009 года в 10.00 часов на заседании
диссертационного совета Д.212.243.04 при Саратовском государственно
университете имени Н.Г. Чернышевского по адресу:

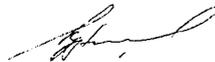
410012, г. Саратов, ул. Астраханская, 83, корпус 12, ауд. 510.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале №3 Научной
библиотеки Саратовского государственного университета имени Н.
Чернышевского.

Автореферат разослан «16» сентября 2009 года.

Ученый секретарь диссертационного совета

кандидат политических наук, доцент



И.И. Кузнецов

Общая характеристика работы

Актуальность исследования. Во второй половине XX – начале XXI веков для большинства развитых государств характерно постоянное увеличение роли информационных процессов. Влияние средств массовой информации как одних из основных акторов политики возрастает одновременно и на национальном, и на международном уровнях. Причем особенно ярко данное обстоятельство проявляется в условиях демократических политических систем, в которых государственная политика направлена на поддержание отношений со средствами массовой информации как с самостоятельным и достаточно авторитетным партнером. В таком случае «четвертая власть», как правило, обладает значительными рычагами воздействия на государство посредством участия в формировании или изменении политической повестки дня и влияния на массовое сознание.

В этой связи определенную значимость для науки приобретает изучение возможностей средств массовой информации регулировать общественное мнение. Более того, если придерживаться позиции, что использование информации напрямую связано с проблемой управления, то СМИ в таком случае вполне можно рассматривать как особую социально-коммуникативную систему, выполняющую функции политической ориентации собственной аудитории. При этом особого внимания, на наш взгляд, требуют отдельные – сугубо технологические – аспекты деятельности СМИ. А именно – возможности программирования при помощи конкретных вербальных средств реакции получателей сообщений.

Выбранная в качестве темы данного исследования проблема актуальна также с точки зрения необходимости формирования позитивного образа России на международной арене и обеспечения информационной поддержки для сохранения ее позиций в мире. Представляется, что в настоящий момент при решении данной задачи наша страна сталкивается с рядом проблем. Прежде всего, в 90-е годы прошлого века во многом разрушенным оказался созданный во времена Советского Союза внешнеполитический пропагандистско-агитационный аппарат. В нынешней же государственно-информационной политике проблема внешнеполитического имиджа страны не имеет должного отражения ни в теоретическом поле, ни на практике. Фактически сегодня Россия только начинает предпринимать целую совокупность целенаправленных, последовательных и систематических шагов по выстраиванию своего образа в мире и рассматривать все это как неотъемлемую часть информационного обеспечения внешнеполитической деятельности.

В этом плане особенно важным является анализ информационно-коммуникационных связей, сложившихся между Россией и США. В рамках данной работы они исследованы на примере материалов ведущих печатных

периодических изданий двух государств – «Российской газеты» и «Вашингтон Пост», – опубликованных в 2007-2008 годах.

Являясь ключевым игроком на мировой политической арене Соединенные Штаты, по сути, обладают гегемонией в глобальном пространстве. Эффективная коммуникация с субъектами американской политики является для России одним из условий успешного проведения внешнеполитического курса, а выработка и претворение в жизнь информационных стратегий в отношении США требует обязательного анализа существующих у американцев представлений о российском государстве, их динамики и механизмов формирования.

Учитывая роль и место СМИ в публичном пространстве США становится очевидным, что имидж России в Америке, да и в мире в целом, в многом обусловлен представлениями о нашей стране, проецируемыми сообщениями прессы. При этом наибольшую значимость для американски политических и бизнес-элит, то есть для акторов, имеющих реальное влияние на процесс принятия решений в отношении России, представляют, прежде всего, качественные печатные издания, типичным примером которых является ежедневная газета «Вашингтон Пост».

Мы убеждены, что анализ представлений о субъектах общественно политического пространства России на страницах этой газеты, равно как и используемых ее авторским коллективом информационных технологий при формированию требуемого имиджа нашей страны, является необходимым условием выстраивания коммуникационных стратегий межгосударственного взаимодействия России и США.

Таким образом, тема настоящего исследования актуальна как теоретическом, так и в научно-практическом отношении. От ее успешной разработки зависит не только возможность углубления понимания характера российско-американских отношений, но и способность практически политиков и политтехнологов к адекватному использованию и применению выявленных закономерностей и приемов в интересах эффективного позиционирования образа России в мире.

Степень научной разработанности проблемы. Объем литературы, которой так или иначе затрагивается тема настоящего исследования достаточно велик. Поэтому, в целях более четкой оценки степени научной разработанности рассматриваемой проблемы, анализ опубликованных трудов по данной теме был разделен нами на несколько блоков.

Первый из этих блоков представлен работами, посвященными проблемам массовой коммуникации и СМИ в целом. Как правило, в них затрагиваются наиболее общие вопросы, касающиеся названных феноменов основные понятия, структура, функции, разновидности, динамика развития и т.п. Первые научные работы в данном направлении были подготовлены представителями преимущественно американской политологической школы – прежде всего, Г. Лассуэлом, У. Липпманом, Г.С. Джоуэтгом, В.О'Доннелло

и др. В последующие годы изучение сферы социальных коммуникаций постепенно стало приобретать все более широкий и углубленный характер, начали создаваться теоретические модели и развернутые программы изучения этой сферы жизни (Дж. Гербнер, Ч. Кули, Дж.М. Райлн, Т. Ньюкомб и др.).

В 1950-1960-х годах в научной литературе стали находить свое отражение значительные изменения, которые претерпели печатные средства массовой информации в ходе борьбы за аудиторию с электронными СМИ. Западные исследователи отмечали общее падение интеллектуального и культурного уровней материалов газет и журналов, рост тиражей и номенклатуры так называемой «желтой прессы». Наиболее ярко негативное влияние средств массовой информации на сознание и политическую культуру общества было раскрыто в целом ряде работ европейских и американских ученых того времени: Т. Адорно, Г. Маркузе, Э. Нозль-Нойман, Х. Ортеги-и-Гассета, М. Паренти, Э.С. Хермана, Н. Хомски, М. Хоркхаймера, Г. Шиллера и т.д.

В числе работ того периода, получивших особенно широкий общественно-научный резонанс, следует упомянуть исследования канадского социолога М. Маклюэна, который впервые предложил рассматривать всю историю человечества сквозь призму развития средств массовой коммуникации. В своем анализе он выделил три основные исторические стадии: основанное на господстве устных форм коммуникации племенное общество; пользующееся печатными средствами массовой информации индустриальное общество; и электронное общество, коммуникационным центром которого является телевидение. Несмотря на общее критическое отношение большинства ученых к работам М. Маклюэна, многие его положения и выводы закрепились в арсенале наук о СМИ.

Среди отечественных ученых в советский период наиболее крупные исследования социально-политических аспектов массовой коммуникации и ее влияния на массовое сознание были проведены под руководством Б. Грушина, Б. Фирсова и В. Коробейникова. Современные западные системы СМИ исследовались в работах Е. Андрунас, Г. Вачнадзе и Я. Засурского. Проблема взаимосвязи характера продукции СМИ и политических ориентаций населения России позже поднималась в ходе крупного научного проекта, осуществленного под руководством В. Иванова и М. Назарова.

В последние годы исследования в области СМИ и коммуникативных систем в целом появляются особенно часто. В отечественной литературе опубликовано множество работ, развивающих теоретические основы нового научного направления – политологии массовых коммуникаций. Прежде всего, здесь стоит отметить труды Ю. Буданцева, М. Вершинина, М. Грачева, А. Дмитриева, Т. Дридзе, Л. Земляновой, В. Конечкой, В. Латынова, Г. Почепцова, А. Соколова, В. Терина и др.

В работах Е. Вартановой, А. Грабельникова, И. Дзялошинского, И. и Я. Засурских, А. Зиновьева, А. Качкаевой, С. Коновченко, А. Киселева, И. Кузнецова, С. Михайлова, Ю. Нисневича, Р. Овсепяна, А. Панкина и други ученых отдельно рассматриваются проблемы различных моделей и вариантов трансформации зарубежных и российских СМИ.

В рамках первого блока литературы по выбранной теме хотелось бы отдельно выделить исследования, посвященные комплексному анализу института именно американских СМИ и их месту в жизни США. Так например, в работах признанных специалистов по изучению масс-медиа – Э. Денниса, Дж. Мерилла, Дж. Брауна и У. Коула – можно найти ответы на ряд дискуссионных вопросов, касающихся роли и функций СМИ США американской политике. Исследования по вопросам функционирования периодической печати Соединенных Штатов существуют и в России. качестве таковых можно назвать работы С. Михайлова, Д. Травина, Е. Адамовой и др.

Изучая отдельные аспекты функционирования американских СМИ, мы также обращались к трудам, посвященным вопросу взаимоотношений СМИ различных политических институтов американского общества. Дж. Фут и М. Алексеев анализируют основные каналы связи государственной власти прессы, раскрывают причины сформировавшихся правил взаимодействия журналистской общественности с правительственными структурами. работах Ф. Эммерта, М. Макфола и других ученых важное место занимают аспекты отношений СМИ с бизнес-структурами Америки и делают попытки осветить проблему независимости американских СМИ о коммерческих предприятий. Идеологическая и этическая составляющая деятельности СМИ Соединенных Штатов отражена в работах российских исследователей: А. Тузикова, И. Киреевой и других.

Существенный вклад в разработку проблемы средств массовой информации внесли и саратовские ученые: А. Вилков, А. Россошанский, Т. Артемова, Ю. Мартынова, А. Тупиков, А. Цаплиц, В. Феклонина, Т. Митрохина, С. Федорова, М. Ягубова, О. Сиротинина, Р. Базаев, А. Кузнецов и др.

Во второй блок работ мы отнесли труды П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Р. Мертона, Дж. Томпсона, Л. Федотовой и др., посвященные методам анализа материалов СМИ. Чаще всего в исследованиях этой направленности рассматриваются общая концепция политического текста используемые риторические приемы, разнообразные способы анализ публикаций, а также приводятся краткая история политического дискурса сравнительная характеристика российского, советского и американского дискурсов.

Формирование методического арсенала исследования массовой коммуникации, разработка процедур выборочных опросов для исследования аудитории, изучение возможностей применения методов контент-, инвент-

интернет-анализа началось примерно в то же время, что и анализ института СМИ в целом – в 30-40-е годы прошлого века. В России же интерес к методам препарирования содержания материалов СМИ особенно ярко проявился относительно недавно.

Наконец, в третий блок литературы мы отнесли исследования Е. Доценко, И. Задорина, Ю. Буровой, А. Сюткиной, С. Кара-Мурзы, В. Крысько, В. Лопатина, А. Мухина, И. Папарина, В. Прокофьева, С. Расторгуева и А. Цуладзе. В работах этих авторов затрагиваются технологии воздействия СМИ на массовое сознание их аудитории. Следует признать, что подобных исследований не так много. Чаще всего интересующие нас аспекты, если и рассматриваются, то вскользь – в рамках анализа схожих, но все же отдельных сюжетов: методов ведения информационных войн, общих приемов манипулятивного воздействия на человека, правил пропаганды и т.п. Технологией же, используемой исключительно в СМИ, на наш взгляд, пока уделяется не так много внимания.

Анализ степени научной разработанности проблемы позволяет сделать следующий вывод. С одной стороны, как российскими, так и зарубежными учеными достаточно активно исследуются социально-политические проблемы становления и развития систем массовой коммуникации в целом, вопросы информационной безопасности общества в современном мире и возможности разработки адекватных теоретико-методологических основ исследования материалов СМИ. С другой стороны, изучение конкретных приемов манипулирования общественным сознанием, реализуемых именно на уровне средств массовой информации, в настоящий момент во многом остается в тени исследований общих методов публич-рилейнз и агитационно-пропагандистской деятельности. Вместе с тем, мы убеждены, что серьезный профессиональный анализ этих приемов способен, во-первых, сделать более эффективным процесс выстраивания позитивного имиджа России на международной арене; и, во-вторых, сыграть важную роль в защите российского общества от недобросовестного манипулирования массовым сознанием со стороны отдельных лиц, политических и иных группировок.

Цель диссертационного исследования заключается в том, чтобы выявить, проанализировать и сравнить политические технологии информационно-коммуникационного взаимодействия, используемые ведущими печатными периодическими изданиями России и США – «Российской газетой» и «Вашингтон Пост».

Для реализации поставленной цели были выдвинуты следующие исследовательские задачи:

- выявить особенности трактовки теории массовой коммуникации в рамках различных исследовательских парадигм;

- определить наиболее эффективные методы анализа информационно-политических технологий, применяемых в печатных средствах массовой информации;

- на основе анализа материалов «Российской газеты» и «Вашингтон Пост» за 2007-2008 годы исследовать используемые данными изданиями способы воздействия на массовое сознание их читательских аудиторий;

- структурировать выявленные механизмы в зависимости от уровня, на котором они применяются;

- сравнить характер, состав и интенсивность использования манипулятивного арсенала «Российской газеты» и «Вашингтон Пост»;

- оценить присущие изданиям стратегии взаимодействия с населением и органами власти страны, на территории которой они функционируют.

Объект исследования составила информационная сред-межгосударственного взаимодействия России и США.

Предметом диссертационной работы явились политико-информационные технологии, при помощи которых «Российская газета» и «Вашингтон Пост» воздействуют на сознание собственных читателей целью сформировать у них определенное отношение к политической реальности.

В соответствии с поставленными целями и задачами, выделенным объектом и предметом исследования, выстраивается научная гипотеза, методологическая основа и общая концепция работы.

Научная гипотеза. Для усвоения читательской аудиторией того образ действительности, который само издание считает верным или необходимым и «Российская газета», и «Вашингтон Пост» используют соответствующи политико-коммуникационные технологии. Характер и частота и применения существенно влияют на то, насколько эффективно средств массовой информации может способствовать формированию требуемог образа противоположной стороны среди собственных читателей (то есть например, образа США в России – для «Российской газеты», или имидж России в США – для «Вашингтон Пост»). Качественное разнообразие и интенсивность использования политических медиатехнологий анализируемых изданиях различны.

Методология исследования. Данная работа подготовлена использованием достаточно широкого круга методов анализа текстовы данных. Большой объем несистематизированной информации, содержащейс в статьях «Российской газеты» и «Вашингтон Пост», анализировался нам преимущественно при помощи методов контент-, ивент- и дискурс-анализа. На наш взгляд, только использование всех трех исследовательских приемов совокупности (а не по отдельности) могло принести адекватные и верифицируемые научные результаты.

Кроме этого, в ходе изучения материалов интересующих нас издани использовались методы статистической обработки данных. Они позволили

вычислить процентные соотношения различных тем в обеих газетах, просчитать удельные доли конкретных сюжетов по отношению к общему объему статей, построить необходимые для большей наглядности излагаемого материала графики, гистограммы и диаграммы.

При анализе содержания публикаций «Российской газеты» и «Вашингтон Пост» нельзя было избежать применения такого общенаучного метода, как умозаключение по аналогии. Данный прием позволял делать обобщения, основанные на анализе ограниченного количества материалов: например, на базе изучения статей, опубликованных в 2007-2008 годах, выдвигать предположения о характере и содержании информационной политики изданий в целом.

В ходе исследования постоянно использовался и ряд общенаучных методов: синтез, анализ, индукция, дедукция, наблюдение, сравнение и др. К возможностям последнего из перечисленных методов мы обращались на всем протяжении работы: и при анализе трактовок феномена массовой коммуникации в рамках различных исследовательских парадигм, и при сопоставлении функциональности отдельных механизмов изучения медiateкстов, и особенно часто – при выявлении сходств и различий манипулятивных арсеналов «Российской газеты» и «Вашингтон Пост».

Кроме этого, применялся структурно-функциональный подход, который давал возможность делить предмет диссертационного исследования на отдельные составляющие и рассматривать их в качестве взаимосвязанных, но при этом достаточно автономных аспектов.

На этапе соотнесения полученных результатов с реальными политическими событиями, происходившими в 2007-2008 годах, нами также использовались принципы системности, детерминизма и причинно-следственных связей. Принцип же историзма позволил адекватно отслеживать хронологию событий и учитывать особенности процессов, проходивших в то время.

Эмпирической базой проведенного исследования стали посвященные различным аспектам российско-американских отношений статьи «Российской газеты» и «Вашингтон Пост», опубликованные в период с 1 января 2007 года по 31 декабря 2008 года. Выбор в качестве объекта исследования материалов именно этих изданий был не случаен. Прежде всего, нами принималось во внимание то обстоятельство, что данные газеты во многом схожи между собой. Помимо того, что они выходят ежедневно, их роднят отдельные статусные характеристики: и «Российская газета», и «Вашингтон Пост» не только по праву считаются ведущими общественно-политическими изданиями своих стран, но и нередко ассоциируются с официальной властью двух государств. «Российская газета» является официальным печатным органом Правительства РФ, а «Вашингтон Пост», хотя и не обладает подобным статусом, по мнению исследователей, из всех американских газет более всего тяготеет к позиции Белого дома США.

За рассматриваемый период для анализа были отобраны 1412 статей: 766 в «Российской газете» и 646 в «Вашингтон Пост». Селекция материалов осуществлялась по критерию соответствия их содержания интересующей нас теме – российско-американским отношениям. В ходе сплошного просмотра всех номеров отечественного издания нами отбирались те статьи, которые хотя бы косвенно затрагивали сферу межгосударственного взаимодействия России и США.

В силу того, что мы были лишены возможности анализировать печатную версию американской газеты, применительно к «Вашингтон Пост» применялась несколько иная процедура отбора. В поисковой системе официального сайта этой газеты (www.washingtonpost.com) мы вводили слова Russia, The Russian Federation и Russian (Россия, Российская Федерация и русский/российский) и анализировали те статьи, которые находились в результате нашего запроса. Данный способ селекции материала представляется достаточно надежным и обоснованным: в любой публикации хотя бы косвенно затрагивающей тему нашей страны, вероятности использования этих слов-маркеров очень высока.

Единственное реальное ограничение, которое накладывало на нас отсутствие печатной версии американской газеты, заключалось в том, что мы не могли, помимо содержательных аспектов, обращать внимание и на внешние характеристики статей: место их размещения на газетной полосе, наличие или отсутствие сопровождающих текст фотоматериалов, размер шрифта заголовка и т.п. В этой связи аналогичные аспекты публикации «Российской газеты» мы сочли возможным также оставить за рамками нашего внимания.

Научная новизна настоящей работы обусловлена выбором самого предмета исследования и постановкой соответствующих цели и задач. Как уже было отмечено выше, в научной литературе чаще всего анализируются общие механизмы и приемы воздействия на массовое сознание. Попытки же комплексной разработки технологий манипулирования, применяемые именно при помощи средств массовой информации, встречаются достаточно редко. Более конкретные элементы новизны состоят в следующем:

- в объединении целого ряда оснований дифференциации подходов феномену массовой коммуникации;
- в выявлении и сравнении отечественной и зарубежной традиции анализа массовой политической коммуникации;
- в систематизации методологических подходов к изучению медиатекстов и их адаптации к нуждам данного исследования;
- в выборе 2007 и 2008 годов в качестве хронологического периода исследования – в эти годы и в России, и в США произошло сразу несколько важных политических событий и процессов: президентские и парламентские (в России) выборы, активизация переговорного процесса по ПРО, начал активного освоения Арктики и т.п.;

- в анализе риторических средств, используемых «Российской газетой» и «Вашингтон Пост»;

- в структурировании всего комплекса информационно-политических технологий по двум основным группам: методы воздействия, реализуемые при формировании содержания коммуникационных сообщений, и способы создания требуемого образа за счет более частных и латентных лингвистических приемов;

- в формулировании наиболее типичных для российского и американского изданий представлений о характере и содержании межгосударственного взаимодействия между Россией и США;

- в выявлении ряда новых политических технологий, реализуемых в печатных СМИ;

- в сравнении эффективности информационных стратегий «Российской газеты» и «Вашингтон Пост».

Научно-практическая значимость работы определяется тем, что ее результаты могут быть использованы для дальнейшего исследования проблем политических технологий, реализуемых в сфере средств массовой информации. На основе сделанных выводов возможно более полное уяснение сущности и разновидностей данных технологий.

Материал диссертации может быть полезен для отдельных исследователей, занимающихся проблемами политической коммуникативистики, а также может быть использован в преподавании в высших учебных заведениях практикоориентированных разделов курса политологии.

Кроме этого, сделанные в ходе работы выводы будут интересны и людям, которые участвуют в формировании и осуществлении информационной политики нашей страны.

Положения, выносимые на защиту:

1. Результаты сравнения зарубежной и отечественной традиций анализа массовой коммуникации свидетельствуют о том, что в западной науке на достаточно высоком теоретическом уровне исследованы практически все стороны данного феномена. В России же под влиянием увеличения роли массовой коммуникации в обществе в начале XXI века пока только наблюдается рост интереса к данной проблематике. В будущем этот процесс может привести к ускорению качественного развития российской коммуникативистики, что найдет свое отражение в выполнении ею не только описательной, но и объяснительной роли в изучении как самой массовой коммуникации, так и различных общественных процессов.

2. Изучение и сравнение политико-информационных технологий, используемых в российских и американских печатных средствах массовой информации, должно сопровождаться применением как минимум трех исследовательских приемов: контент-, ивент- и дискурс-анализа. Каждый из них обладает как преимуществами, так и недостатками, а потому лишь

использование всех трех методов в совокупности позволит получить адекватные и верифицируемые результаты.

3. В целях воздействия на сознание собственной читательской аудитории «Российской газетой» и «Вашингтон Пост» используется целый ряд разноплановых медиатехнологий, которые логически могут быть разделены на две основные группы: группу механизмов, применяемых на уровне формирования содержания статей, и группу частных политико-лингвистических приемов манипулирования.

4. Объем внимания, уделяемого конкретным печатным изданием отдельной проблеме российско-американских отношений, прямо пропорционален важности этой проблемы для политики государства, на территории которого функционирует данное средство массовой информации. Другими словами, чем более важной для России или США представляется та или иная тема, тем большее внимание будет ей уделено на страницах «Российской газеты» или «Вашингтон Пост», и наоборот. Данная закономерность находит свое отражение в среднем размере статей, количестве и частоте публикаций по определенной теме.

5. Для формирования у читателя желанной для самих изданий картины происходящего «Российская газета» и «Вашингтон Пост» наиболее активно используют такие политико-информационные технологии, как актуализация негатива, неадекватная генерализация, приписывание субъекту чуждых ему намерений, превалирование оценочных суждений над фактическими, упрощение информации и позиционирование собственной точки зрения как единственно верной.

6. По сравнению с «Российской газетой», «Вашингтон Пост» интенсивнее использует разнообразные средства усиления выразительности статей и применяет механизмы «негативно-осуждающей» оценочности России. Для обоих изданий характерны различные виды аргументации: «Российской газете» более свойственны диалектическая и эристическая, а «Вашингтон Пост» – дидактическая и софистическая разновидности аргументации. Все это вместе дало основания признать, что в отечественной газете преобладают статьи информационного подстиля языка СМИ, а в американской – публицистического.

7. Анализ характера и интенсивности применения названных выше механизмов позволяет сделать вывод о том, что американское издание стремится более активно воздействовать как на своих рядовых читателей, так и на представителей власти, по возможности оказывая влияние на процесс принятия политических решений. В этом плане «Вашингтон Пост» явно претендует на то, чтобы с полным правом считаться неотъемлемым элементом гражданского общества, и активно позиционирует себя как реальную власть. «Российская газета», напротив, чаще всего ограничивается простым информированием читателей о происходящих событиях, не акцентируя особое внимание на «истинности» собственной позиции.

Подобная «скромность» отечественного СМИ, при условии, что она была присуща большинству российских изданий, вполне могла быть одной из причин имевших место неудач России в информационном противостоянии с Западом за рассматриваемый нами период.

Апробация результатов исследования. С основными идеями и положениями диссертационной работы автор выступил на ряде конференций. В том числе – на пленарном заседании межвузовской научной конференции студентов и аспирантов «Политика и право вокруг нас» (25 апреля 2007 г., СГУ им. Н.Г. Чернышевского), во Всероссийской научно-практической конференции «Избирательные процессы в современной России: теория и практика» (23-24 октября, СГАП), в Международной научной конференции «Российская политика XXI века: неполитический потенциал политического» (23-24 апреля 2009 г., РГГУ, Москва), а также в ходе зимней сессии Методологического института международных отношений, организованного Научно-образовательным форумом по международным отношениям (27 января – 5 февраля 2009, Подмосковье, Озеры). Обсуждение диссертации состоялось также на заседании аспирантского семинара и коллектива кафедры политических наук Саратовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского.

Структура исследования. Диссертация состоит из введения, двух глав, включающих в себя по два параграфа, заключения, списка использованных источников и литературы и приложения.

Основное содержание диссертации

Во введении обосновывается актуальность заявленной темы, освещается степень ее научной разработанности, определяются объект и предмет, цели и задачи исследования, раскрываются его теоретико-методологические основы, формулируются рабочая гипотеза, научная новизна и положения, выносимые на защиту, приводятся сведения об эмпирической базе исследования, показывается теоретическая и практическая значимость работы, а также апробация ее результатов.

В первой главе диссертации – «Теоретико-методологические подходы к анализу массовой политической коммуникации и информационных технологий в печати» – раскрываются общетеоретические основания феномена массовой коммуникации и рассматривается методологический инструментарий анализа материалов печатных СМИ.

Параграф 1.1 – «Теория массовой коммуникации в рамках различных исследовательских парадигм» – посвящен анализу содержания самого понятия массовой коммуникации и эволюции подходов к рассматриваемому феномену в рамках различных научных традиций. Отдельные исследовательские парадигмы в отношении массовой коммуникации – структурный функционализм, базирующаяся на марксистской традиции социально-философского анализа концепция

идеологии, семиотико-лингвистический подход, критическая и постмодернистская традиции – были выделены нами в результате объединения сразу нескольких оснований дифференциации многочисленных подходов к массовой коммуникации: по соотношению между медиа- и социально-ориентированными подходами, по взаимодействию духовных и материальных факторов, а также в соответствии с хронологическим принципом.

Анализ сути существующих подходов свидетельствует о том, что в каждом из них есть рациональное зерно, свои преимущества и недостатки. Не подлежит сомнению и тот факт, что массовая информация, проведенная по каналам СМК, оказывает самое большое воздействие на массовую аудиторию. В конечном итоге это и послужило основанием для наделения института массовой коммуникации самостоятельными полномочиями по формированию общественного мнения и закрепило за ним негласное право считаться «четвертой властью».

В западной науке достаточно детально разработанная теоретико-методологическая база дала возможность наиболее эффективного и полного раскрытия содержания феномена массовой коммуникации. Различные зарубежные ученые акцентировали внимание практически на всех сторонах и проблемных моментах этого социального процесса.

Что же касается отечественных исследований в этой области, то здесь в начале XXI века наблюдается возрастание интереса к проблемам массовой коммуникации, что, на наш взгляд, объясняется увеличением роли самой массовой коммуникации в обществе. Пока же теоретический уровень отечественной коммуникативистики, как нам кажется, находится лишь в стадии становления. Сущность массовой коммуникации, определение которой необходимо для разработки теории массовой коммуникации, не может быть выведена ни из простого сложения массы и коммуникации, ни из описания видимого процесса функционирования средств массовой информации.

В параграфе 1.2 – «Методы анализа применяемых в печатных СМИ информационно-политических технологий» – анализировались основные механизмы, при помощи которых нами исследовались российское и американское печатные СМИ на предмет используемых в них информационно-политических технологий.

В настоящее время чаще остальных для изучения политических медиа-текстов используются такие методы, как контент-, ивент- и дискурс-анализ. Суть первой методики заключается в систематическом выделении и фиксации определенных единиц содержания текста, квантификации полученных данных и последующей интерпретации результатов с целью оценки и прогнозирования действий политических акторов. Выделяют количественный и качественный, содержательный и структурный варианты

контент-анализа, каждый из которых позволяет решить вполне определенные исследовательские задачи.

Тот факт, что в рамках контент-анализа не делается различий по степени значимости между исследуемыми единицами (в центре внимания находится лишь частота их появления) и практически невозможно учесть контекст, в котором создавался тот или иной политический текст, значительно ограничивает эвристический потенциал данного метода. Отчасти этот недостаток компенсируется другим рассмотренным нами методом – инвент-анализом, среди прочего позволяющим выделять этапы развития ситуации и оценивать новое качество (состояние) политического процесса как результат различного вида акций участников событий.

Однако и инвент-анализ не лишен определенных недостатков – так, например, с его помощью очень сложно выявить внутренние интенции политических акторов, мотивы, которыми они руководствуются, принимая решения. Однако здесь на помощь приходит методика дискурс-анализа, рассматривающего политику как семиотическое явление и во многом ориентированного на изучение именно латентных сторон процесса политической коммуникации.

На наш взгляд, только применение одновременно всех трех проанализированных методов (при условии их адаптации к нуждам конкретного научного исследования) позволит получить надежные результаты при анализе и сравнении политико-информационных технологий, используемых в российских и американских печатных средствах массовой информации.

Глава 2 – «Политико-технологические особенности коммуникации России и США» – была посвящена анализу политических технологий информационно-коммуникационного взаимодействия России и США, используемых в «Российской газете» и «Вашингтон Пост».

В параграфе 2.1. – «Технологии информационно-коммуникационного взаимодействия в СМИ на уровне содержания текстов» – были проанализированы политико-коммуникационные механизмы, реализуемые на уровне содержания публикуемых материалов.

Прежде всего, очевидным здесь представляется факт корреляции между событиями, отбираемыми конкретным изданием для освещения, и их важностью для политики государства, на территории которого это издание функционирует. Чем более значимой для страны является определенная сфера / проблема / процесс, тем более полное отражение это находит на страницах национальной газеты.

Отсюда вытекает и одна из основных технологий, применявшихся «Российской газетой» и «Вашингтон Пост», – ориентация внимания читательской аудитории лишь на вполне конкретные сюжеты. Какое – определяет само издание. При этом для создания позитивного имиджа собственной страны и для демонстрации ее «превосходства» над другими (в

нашем случае – России над США и наоборот) нередко использовались такие приемы, как актуализация негатива (акцентирование внимания на проблемах, недостатках и просчетах «оппонента»), неадекватная генерализация (распространение мнения-оценки относительно одного факта или отдельной личности на всю политическую систему государства или на все общество), предоставление слова оппозиционно настроенным по отношению к руководству страны людям и приписывание субъекту намерений, которых у него могло не быть вовсе.

В дополнение к перечисленным технологиям влияния на сознание читательской аудитории зачастую использовались и другие механизмы: превалирование оценочных суждений над фактическими, упрощение информации и позиционирование собственной точки зрения как единственно верной. Данные механизмы довольно тесно взаимосвязаны друг с другом, а потому, как правило, использовались одновременно. Кроме того, распознать их было достаточно сложно. Как мы полагаем, это объясняется тем, что по своему характеру они занимают промежуточное положение между технологиями макро- (то есть реализуемыми на уровне содержания текстов) и микроуровней. Анализ последних был осуществлен в следующем параграфе диссертационной работы.

Интенсивность и характер использования обозначенных выше технологий, на наш взгляд, в значительной степени свидетельствуют о роли, которое само издание отводит себе в информационном процессе: просто «стороннего наблюдателя и информатора» или же «активного участника, способного влиять на развитие событий».

Параграф 2.2. – «**Политико-лингвистические механизмы информационно-коммуникационного взаимодействия**» – посвящен конкретным лингвистическим приемам, при помощи которых создается необходимая автору статьи политическая направленность того или иного текста.

Были выделены несколько групп подобных приемов, умелое оперирование которыми позволяло изданиям осуществлять воздействие на сознание собственной читательской аудитории:

- Варьирование уровнем экспрессивности языка как способом привлечения внимания читателя, выражения авторского отношения к передаваемой информации, расстановки оценочных акцентов и т.п.;

- Повышение степени стандартизации используемых средств: использование большого количества устойчивых и клишированных выражений, разнообразных журналистских штампов, метафор, стандартных терминов и т.п.;

- насыщение статей самыми разнообразными реалиями общественной, политической и культурной жизни, аллюзиями и цитатами;

- Использование разговорной, жаргонной и сленговой лексики с целью выражения определенного отношения автора, создания требуемого образа или привлечения определенной категории читателя;

- Широкое применение образной фразеологии и идиоматической лексики, в том числе игры слов, каламбуров, иронии и т.п., что было особенно характерно для заголовков.

Все эти элементы в совокупности позволяли авторским коллективам «Российской газеты» и «Вашингтон Пост» влиять на процесс восприятия собственными читателями передаваемой им информации. Однако эффективность подобного влияния, на наш взгляд, была большей у американского издания, что во многом было обусловлено стратегическим курсом его руководства на использование публицистического, а не информационного подстиля языка СМИ.

В ходе анализа манипулятивных потенциалов «Российской газеты» и «Вашингтон Пост» был поднят вопрос о правомерности и оправданности применения всех этих информационно-политических технологий. Думается, что единственно верной позиции на этот счет нет. Очень многое здесь зависит от того, как вообще, изначально, воспринимать СМИ и в чем видеть их основное предназначение. Так, если основополагающей функцией прессы считать исключительно информирование, то тогда использование различного рода манипулятивных приемов можно расценивать как выход за рамки профессиональной компетенции СМИ. Подобной позиции, судя по всему, придерживается руководство «Российской газеты».

Если же поместить газеты в принципиально иную «систему координат» и признать за ними право не только сообщать факты, но и комментировать, интерпретировать, оценивать их, делать свои публикации более «живыми» и интересными для аудитории, то в этом случае использование медiateхнологий можно считать вполне оправданным. И именно так поступают американские журналисты.

Однако, в любом случае, нам представляется не совсем правильным рассуждать на эту тему только в терминах «хорошо-плохо». В политике, тем более международной, более уместно оперирование такими категориями, как «эффективно – не эффективно», «целесообразно – не целесообразно». Поэтому, переводя результаты нашего исследования в практическую плоскость, стоит признать, что, когда речь заходит о государственных интересах, позиция отечественных средств массовой информации вполне может быть более ярко выраженной и активной.

Активной – в двух отношениях: по степени воздействия на собственную аудиторию в деле формирования определенных взглядов и в плане противодействия негативным потокам информации о России на страницах зарубежных изданий. Для этого, с одной стороны, не нужно стесняться брать на вооружение отдельные наиболее эффективные информационные технологии, используемые западными журналистами, и, с

другой стороны, смелее применять собственные профессиональные наработки (тем более что последние, к тому же, могут быть и более адаптированными к особенностям и менталитету российской аудиторни). Тогда повысится эффективность применяемых отечественными СМИ информационно-политических технологий, а процесс коммуникационного взаимодействия России и США сможет стать для нашей страны более результативным.

В **Заключении** диссертации сформулированы научные результаты исследования, сделаны обобщения и практические выводы.

Основные результаты диссертационного исследования отражены в авторских публикациях

Статьи, опубликованные в ведущих рецензируемых научных журналах реестра ВАК РФ

1. *Казаков А.* Грузино-югоосетинский конфликт: проблема политико-информационного взаимодействия России и США (по материалам «Российской газеты» и «The Washington Post») // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия «Социология. Политология». Выпуск 1. 2009. Том 9. С. 113-118.

2. *Вилков А., Данилов М., Казаков А., Попонов Д.* Актуальные политические проблемы глазами жителей Саратовской области (результаты социологических опросов) // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия «Социология. Политология». Выпуск 2. 2009. Том 9. С. 81-85.

Статьи, опубликованные в других научных изданиях

3. *Казаков А.* Роль печатных СМИ в период электоральных кампаний: манипулирование или информирование / Политические проблемы современного общества: Сборник научных статей кафедры политических наук Саратовского государственного университета. Саратов: Издательский центр «Наука», 2007. – Выпуск 8. С. 46-49.

4. *Казаков А.* Методология анализа политических медиа-текстов / Политические проблемы современного общества: Сборник научных статей кафедры политических наук Саратовского государственного университета. Саратов: Издательский центр «Наука», 2008. – Выпуск 9. С. 85-93.

5. *Казаков А.* Манипулятивная составляющая деятельности печатных СМИ в период избирательных кампаний / Избирательные процессы в современной России: теория и практика: Сборник научных трудов (по материалам Всероссийской научно-практической конференции, Саратов, 23-24 октября 2007 г.) / ГОУ ВПО «СГАП». – Саратов: Издательство ГОУ ВПО «СГАП», 2008. С. 148-151.

6. *Казаков А.* Теоретико-методологические подходы к исследованию публикаций печатных СМИ / Политико-правовые проблемы обеспечения прав человека в современном мире: Материалы межвузовской научной конференции студентов, аспирантов и преподавателей Саратовского

государственного университета имени Н.Г. Чернышевского. Саратов: Издательский центр «Наука», 2008. С. 62-70.

7. *Казаков А.* Обострение российско-грузинских отношений в августе 2008 года: взгляд со стороны / Политические проблемы современного общества: Сборник научных статей кафедры политических наук Саратовского государственного университета. Саратов: Издательский центр «Наука», 2009. – Выпуск 10. С. 36-44.

8. *Казаков А.* Политико-технологические особенности освещения грузино-югоосетинского конфликта газетой «Вашингтон Пост» / Российская политика XXI века: неполитический потенциал политического: Материалы Международной научной конференции, 23-24 апреля 2009 г. М.: РГГУ, 2009. Ч. 2. С. 93-103.

9. *Казаков А.* Образ современной российской политической элиты в СМИ США (на материалах «The Washington Post». 2007-2008 гг.) / Политические проблемы современного общества: Материалы межвузовской научной конференции студентов, аспирантов, докторантов и преподавателей по специальности «Политология». Саратов: Издательский центр «Наука», 2009. – Выпуск 11. С. 90-95.

Казаков Александр Александрович

Политические технологии информационно-коммуникационного взаимодействия России и США (на материалах «Российской газеты» и «Вашингтон Пост» за 2007-2008 годы)

Специальность: 23.00.02 – политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии
(по политическим наукам)

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Ответственный за выпуск:

Кандидат политических наук, доцент М.В. Данилов

Объем 1 п.л. Тираж 100 экз. Подписано в печать 14.09.2009