

**Российский государственный социальный университет
(МГСУ)**

На правах рукописи

ШОМОВА Светлана Андреевна

**ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ:
СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И МЕХАНИЗМЫ**

**Специальность 23.00.02 -
Политические институты, этнополитическая конфликтология,
национальные и политические процессы и технологии**

**Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
доктора политических наук**

Москва - 2004

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'S. Shomova', is located in the bottom right corner of the page.

Диссертация выполнена на кафедре политологии и политической психологии Гуманитарного факультета Российского государственного социального университета (МГСУ)

Научный консультант - доктор философских наук, профессор
Краснов Борис Иванович

Официальные оппоненты - доктор философских наук, профессор
Ирхин Юрий Васильевич

доктор политических наук
Романов Роман Михайлович

доктор исторических наук, профессор
Нуриджанов Генрих Авакович

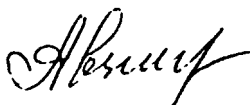
Ведущая организация - Институт переподготовки и
повышения квалификации
МГУ им. М.В. Ломоносова

Защита состоится 20 октября 2004 года в 14.00 на заседании Диссертационного совета Д. 224.002.02 в Российском государственном социальном университете (МГСУ) по адресу: 129256, Москва, ул. В. Пика, 4, к. 2, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале библиотеки Российского государственного социального университета (МГСУ) по адресу: 129256, Москва, ул. В. Пика, 4, к. 3.

Автореферат разослан 20 сентября 2004 года

Ученый секретарь
диссертационного совета,
д.ф.н., профессор



Авцинова Г.И.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертационного исследования обусловлена, прежде всего, кардинальным изменением места и роли коммуникационных процессов в политической жизни общества конца XX - начала XXI веков. С периферийных границ, с позиции хоть и достаточно важного, но все же частного элемента политики коммуникация переместилась в самый ее эпицентр. Эффективное использование политико-коммуникационных технологий в условиях современного информационного общества стало одним из первейших, условий для завоевания, осуществления и удержания политической власти. Не случайно поэтому авторитетные представители отечественной политологии отмечают, что акт коммуникации власти с массовым субъектом сам по себе начал определять формат политических отношений. «Коммуникация стала системообразующим элементом политики и приобрела в ней новый онтологический статус, утратив былой вспомогательно-технический характер»¹.

Необходимость обращения к заявленной теме определяется также глобальной сложностью переходного периода, переживаемого Российской Федерацией, и связанным с этим усилением значимости взаимопонимания между властью и обществом. Ответственная фаза развития, которую переживает страна, ставит перед политологами задачу разработки целостной системы политико-коммуникативного взаимодействия и эффективных моделей его осуществления, учитывающих разные, в том числе и социокультурные, особенности развития Российского государства. А недостаточная степень осмысления в науке важнейших теоретических и технологических аспектов политической коммуникации, связанных с ее социокультурными основаниями, придает проблематике исследования особую остроту.

¹ Соловьев А.И. Политическая коммуникация к проблеме теоретической идентификации // Полис. – 2002 – № 3. – С. 10.



Помимо этого, тематика диссертации актуализируется новейшими тенденциями, обозначившимися в современной политике. Высокая динамичность, конфликтность и неоднозначность политико-коммуникационных процессов в российском обществе; наметившийся переход от директивного варианта иерархической коммуникации к новым, более демократическим вариантам, вызванным повышением роли потребителя политической информации и перемещением его с пассивных позиций на активные; общее усиление «человеческого фактора» в политических процессах, отмечаемое большинством исследователей; все упорнее фиксируемая общественным сознанием роль культурных факторов в политической жизни общества, - все это ставит перед политической наукой задачи освоения разнообразных механизмов формирования эффективной политической коммуникации, определяемых современными тенденциями ее развития.

Актуальность исследования связана также и с тем, что политико-коммуникативные проблемы оказались сегодня звеном, объединяющим воедино целую связку разнообразных наук о политике, своеобразным центром современного политологического учения. Центральное место коммуникативных проблем в структуре современной политической науки не только подтверждает их значимость, но и делает необходимым их рассмотрение с точки зрения самого широкого междисциплинарного подхода. При этом природа коммуникаций в политике, всегда опосредованных «человеческим фактором», такова, что междисциплинарный ракурс исследования неизбежно подводит к необходимости социокультурного «замера» происходящих в этой сфере процессов и явлений. Отмечая, что именно в рамках коммуникативного подхода к политике философы в свое время подошли к идее социокультурной детерминации политических отношений, А.Л. Стризов пишет: «Рассмотрение политики прежде всего как коммуникации, обеспечивающей самосохранение социума,, позволяет, наилучшим образом осмыслить глобальные проблемы конца-XX.века. Обращение коммуникативного подхода к фундаментальным

основаниям социума облегчает выявление роли культуры в политическом бытии общества, что сегодня все больше и больше привлекает внимание ученых и практиков. В политическом общении многообразная¹ и противоречивая природа человека раскрывается наиболее полно и как результат цивилизационного процесса, и как его фактор². Таким образом, возникает актуальная для темы исследования смысловая ось *«политика - коммуникация - социум - культура»*, диктующая особого³ рода исследовательские подходы к изучению мира политического, создающая специальную парадигму научного поиска и нуждающаяся сегодня - в пристальном теоретическом осмыслении.

Говоря о степени научной разработанности проблемы, необходимо отметить, что коммуникативный взгляд на природу власти и политики в целом, признание сущностной роли коммуникации в политических процессах являются одной из давних традиций в гуманитарном знании. Начало этой традиции политического анализа было положено еще Аристотелем, характеризовавшим политику как особого рода общение между людьми. Однако при том, что политико-коммуникативные проблемы издавна привлекают к себе пристальное внимание науки, подходы к их решению в рамках гуманитарных теорий существуют самые разные. В трудах отечественных специалистов по вопросу (в том числе и со ссылками на западные авторитеты) можно обнаружить как минимум шесть таких фундаментальных подходов: системный, лингвистический, символический, функциональный, организационный и экологический.

«Тема коммуникации вошла в круг философско-политологических проблем через два канала, - в свою очередь, утверждает Л.Е. Бляхер. - Первый и наиболее очевидный из них - социология коммуникации, то конкретное

¹ Стризов А.Л. Политика и общество социально-философские аспекты взаимодействия - Волгоград. 1999 - С 101

³ См. об этом, например Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса - Волгоград. 2000 - С 6

политическое знание, которое выступает основой политических технологий. Были выявлены некоторые общие параметры идеальных моделей политической коммуникации. Указанные модели строились на концептах «коммуникатор», «коммуникант», «трансляция», «коды» («кодирование», «декодирование»), «каналы трансляции»...

Второй, собственно теоретический канал - творчество философов экзистенциалистской и персоналистской ориентации... В рамках названной философской ориентации стала отчетливо видна связь проблематики коммуникации с проблемами не столько непосредственно политической структуры, сколько спецификации человека. Наряду со спецификациями «Хомо Сапиенс», «Хомо Фабер», «Хомо* Политикус», «Хомо Люденс» и т.д. - перечень заведомо неполный - могла бы возникнуть спецификация «Хомо Коммуниканциес» (Человек Общающийся)⁴.

В этом «мнении вновь акцентируется роль «человеческого» измерения политики, прослеживается социокультурная и коммуникативно-направленная ось изучения политических проблем, о которой шла речь выше. Возникшая еще в трудах Платона, Аристотеля, Цицерона и иных античных мыслителей, получившая затем развитие в трудах деятелей Средневековья и Нового Времени (Н. Макиавелли, Ш. Монтескье, Д. Юм, В. Соловьев, С. Франк), эта ось обозначена также и в трудах ученых XX века - как западных (Х. Арендт, П. Рикер, Ю. Хабермас), так и современных отечественных (М.Г. Анохин, А.Л. Стризое, В.Н. Васич, А.А. Ширинянц и другие)⁵.

⁴ Бляхер Л.Е. Российский политический дискурс и концептуализация становящегося политического пространства // Полис. – 2002. – № 3 – С. 34-35.

⁵ См.: Платон. Сочинения. В 3-х тт. – М., 1971; Аристотель. Политика. Афинская политика. – М., 1997; Цицерон Марк Туллий Диалоги О государстве. О законах. – М., 1966; Макиавелли Н. Государь. – М., 1998; Монтескье Ш. Избранные произведения. – М., 1955; Юм Д. Сочинения. В 2-х тт. – М., 1996; Соловьев В.С. Сочинения. В 2-х тт. – М., 1990; Франк С.Л. Сочинения. – М., 1990; Арендт Х. Истоки тоталитаризма. – М., 1996; Рикер П. Герменевтика. Этика Политика. – М., 1995; Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность. Московские лекции и интервью. – М., 1995; Анохин М.Г. Политические системы: адаптация, динамика, устойчивость. – М., 1996; Стризое А.Л. Политика и общество: социально-философские аспекты взаимодействия. – Волгоград, 1999; Васич В.Н., Ширинянц А.А. Политика. Культура. Время. Мифы. – М., 1999 и др.

С нашей точки зрения, социокультурный ракурс исследования политических проблем возникает тогда, когда культура, ее элементы, категории и ценности начинают рассматриваться в: качестве фактора, имеющего- первостепенное значение для механизмов политической деятельности. Особенно зримо достоинства социокультурного подхода к политическим проблемам' в целом и к политической коммуникации в частности - продемонстрированы в работах таких известных, российских политологов, как К.С. Паджиев, Ю.А. Ирхин, А.С. Панарин, А.И. Соловьев.⁶ Крайне важным- для исследовательской работы в русле данной, политологической традиции можно считать суждение Ю.В. Ирхина о том, что политика- в целом «не существует вне... различных способов взаимодействия ее носителей, вне коммуникативных процессов», и при этом характер политической коммуникации в обществе и уровень ее развития можно напрямую увязать с уровнем развития и состоянием общей культуры в социуме⁷.

В то же время разрозненность и разнообразность подходов к проблеме в работах различных авторов, многочисленность граней и разновидностей политической коммуникации до сих пор не позволяют, на наш взгляд, не только решить сущностные проблемы данного феномена, но даже и в полной мере корректно поставить частные вопросы о характере, направлениях развития и технологиях его функционирования в социуме. Как объединить социокультурное измерение политики с технологическим исследованием цепочки коммуникативного акта, политический анализ коммуникативных процессов в интересующей нас сфере общественной жизни - с философским

⁶ См.: Гаджиев К.С. Введение в политическую науку. – М., 1997; Он же: Политическая культура: концептуальный аспект // Полис. – 1991. – № 6; Ирхин Ю.В. Человеческое измерение политики. – М., 1993, Панарин А.С. Введение в политологию. – М., 1994; Соловьев А.И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. – 2002. – № 3, Он же: Социокультурное измерение политического процесса (методологический аспект). Автореферат дисс.... докт. полит. наук. – М., 1994 и др.
⁷ Ирхин Ю.В. Политическая коммуникация // Вестник Российского университета дружбы народов Серия «Литературоведение Журналистика». – 1996. – № 1. – С. 53, 58.

осмыслением специфики «Человека Общающегося», лингвистический и филологический- срез эффективных сообщений в контексте политической коммуникации - с уже наработанными коммуникационными технологиями массового общества? С нашей точки зрения, это возможно сделать, исследуя реалии политической жизни общества с помощью современного социокультурного инструментария, с социокультурных позиций, которые позволяют преодолеть формализованные методы в понимании политики и обеспечивают интеграционный, метадисциплинарный взгляд на сложнейшие политические процессы.

По мнению Б.А. Куркина, «значимость культурологических подходов к проблемам социально-политической теории и практики обуславливается тем, что даже самые рациональные мероприятия; законы, реформы, социально-политические «модернизации», осуществляемые и принимаемые, однако, без учета собственно человеческого фактора, фактора той или иной культуры, ее посылок и механизмов, или не приносят желаемого эффекта, или вызывают» социальные потрясения⁸. Именно поэтому социокультурный подход к политической коммуникации предполагает, в первую очередь, внимание к закономерностям, тенденциям и механизмам влияния политической культуры на коммуникативные системы. Поставив вопрос о наличии таких тенденций и механизмов, решая его на междисциплинарном уровне, на стыке различных дисциплин современного гуманитарного знания, можно попытаться в некоторой степени объединить разрозненные подходы к решению политико-коммуникативных проблем и оптимизировать рекомендации по эффективному использованию социальных и культурных факторов жизни общества в построении политико-коммуникативного акта.

Тем самым выкристаллизовываются объект и предмет диссертационного исследования. Объектом его стала политическая коммуникация как сложный,

⁸ Куркин Б.А. Политическая культура // Советское государство и право. – 1983. – № 7. – С. 49-50.

полифункциональный и многосоставный процесс установления осмысленных и целенаправленных контактов между различными участниками политической жизни общества. **Предметом** же данного исследования является совокупность ведущих социокультурных тенденций развития названного процесса и связанных с ними механизмов его осуществления, используемых как технологии реализации политико-коммуникативного замысла.

Достаточно понятно, почему, изучая, политическую коммуникацию перелома XX-XXI веков, нельзя обойти стороной определенные социокультурные тенденции ее развития, связанные с историческим опытом и социальной памятью нации, этническими и ментальными особенностями общества, национальными традициями, мифами и ритуалами, нормами и ценностями. Но отчего в плотной связке с этими тенденциями речь идет не о методах, приемах, способах реализации или иных локальных факторах превращения коммуникативного замысла в коммуникативный акт, а именно о механизмах? Как раз потому, что все эти факторы носят локальный — то есть вариативный, необязательный, взаимозаменяемый — характер и не дают представления о глобальных закономерностях протекания актов политической коммуникации. В основе же диссертационной концепции лежит убеждение в системном характере каждого конкретного политико-коммуникативного акта, в наличии некой общей матрицы политико-коммуникативного воздействия, контуры которой обрисованы последовательной цепочкой взаимосвязанных действий и содержание которой детерминировано глубинными историческими, психологическими, культурными, социальными особенностями субъектов коммуникации. В предположении о наличии, сущностной взаимосвязи и важной роли в процессе политической коммуникации особых социокультурных механизмов, регулирующих течение этого процесса, взаимосвязанных с ведущими тенденциями его развития и обеспечивающих эффективный конечный результат, и заключается **основная рабочая гипотеза** исследования.

Под социокультурными, тенденциями; политико-коммуникативного процесса обычно-понимаются, ведущие закономерности и направления его развития, формирующиеся «под давлением» социальных и культурных реалий жизни общества. Под социокультурными механизмами политической коммуникации мы понимаем такие движущие элементы построения и бытования коммуникативного акта в политической, среде, которые, соответствуя общим- тенденциям развития общества, формируют функциональную природу явления и обеспечивают при этом наибольшую адекватность его целям и наивысшую эффективность его результатов.

Отметим попутно,- что под «механизмом» в современном русском языке понимается внутреннее устройство чего-либо, а также способ передачи и преобразования движений звеньев внутри какой-либо системы - при этом движение каждого отдельного структурного звена влияет на функционирование других звеньев устройства. На наш взгляд, подобная, терминология вполне применима, к описанию-комплексной системы современной политической коммуникации, в которой замена или видоизменение любого звена (текста сообщения, способа его передачи, времени и места общения и т.д.) неизбежно приводит в движение и видоизменяет другие звенья. акта политического взаимодействия.

Целью работы стало осмысление ведущих социокультурных тенденций современной политической» коммуникации и разработка теоретических и прикладных аспектов функционирования связанных с этими тенденциями механизмов: их выделение и классификация, изучение их. технологических возможностей, выработка основных рекомендаций по их применению для повышения эффективности политической коммуникации в целом.

Данная цель реализуется посредством последовательного решения следующих исследовательских **задач**:

- кратко проследить генезис становления феномена политической коммуникации в истории политики и культуры, определив тем самым истоки и факторы развития интересующего нас явления;

- проанализировать сущность и специфику, формы и виды политической коммуникации в современном обществе, обозначив ведущие социокультурные тенденции, которым подчиняется ее развитие;

- классифицировать на базе политологического и историко-культурного материала ведущие социокультурные механизмы политической коммуникации;

- изучить технологии встраивания коммуникативного акта в политическую реальность, определив роль в этом процессе таких социокультурных его элементов, как время, пространство, миф, игра и другие, а также определить сущностные особенности данных элементов в политике;

- выявить современные проблемы формирования субъектно-объектных связей в политической коммуникации и рассмотреть связанные с ними специфические особенности и технологические возможности текста (сообщения) в структуре политического взаимодействия;

- исследовать взаимосвязь различных механизмов передачи сообщения в процессе политической коммуникации (аудиальных, визуальных, медиальных);

- разработать основные технологические рекомендации по использованию выявленных социокультурных механизмов для повышения эффективности политической коммуникации в целом.

Многоплановость и сложность заявленной, темы диссертационного исследования определили комплексный характер его теоретико-методологической базы. Привлеченные научные источники можно условно разделить на несколько крупных блоков.

Прежде всего, это труды, посвященные собственно политологическому знанию и его различным граням - социологии политики, политической психологии, политическим технологиям, политическому маркетингу и т.д. Основой изучения интегрированных политических коммуникаций стали

известные работы Г.И. Авциновой, М.Г. Анохина, К.С. Гаджиева, М.Н. Грачева, К. Дойча, В.И. Жукова, Ю.В. Ирхина, Б.И. Краснова, В.Ф. Кузнецова, Е.Н. Тарасова, П. Шарана⁹. Проблемы политической социологии и психологии применительно к массовым коммуникационным процессам в политике изучались на основе концепций П. Бурдьё, Л. Войтасика, Г.Г. Дилигенского, Л.Г. Лаптева, С. Московичи, Д.В. Ольшанского, П. Шампана, Р.-Ж. Шварценберга и других исследователей¹⁰. В ряду трудов, посвященных политическому менеджменту и маркетингу, политической имиджологии, современным выборным технологиям, необходимо выделить работы Ф.Н. Ильясова, В.К. Комаровского, М. Кошелюка, А.И. Соловьева, А. Цуладзе, О.Ф. Шаброва и многих других".

Второй блок привлеченных теоретических источников нацелен на философское и культурологическое обеспечение диссертационного исследования. Этот круг литературы составили труды таких крупных мыслителей, как Р. Барт, Х.-Г. Гадамер, Л. Г. Ионин, А.Ф. Лосев, Ю.М. Лотман,

⁹ Авцинова Г.И. Политический радикализм в России: социокультурный аспект. – Киев, 1995; Анохин М.Г. Политические системы: адаптация, динамика, устойчивость. – М., 1996; Гаджиев К.С. Введение в политическую науку. – М., 1997; Грачев М.Н. Политика, политическая система, политическая коммуникация. – М., 1999; Дойч К. Нервы управления. Модель политической коммуникации. – М., 1993; Ирхин Ю.В. Политическая коммуникация // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Литературоведение. Журналистика». – 1996. – № 1; Кузнецов В.Ф. Интегрированные политические коммуникации в процессе формирования социального государства в современной России. Дисс... докт. полит. наук. – М., 2002; Общая и прикладная политология (под общ. ред. Жукова В.И., Краснова Б.И.). – М., 1997; Тарасов Е.Н. Социальная политика: вопросы методологии, теории и практики. – М., 2004; Шаран П. Сравнительная политология. – М., 1992.

¹⁰ См.: Акмеологические основы эффективных политических коммуникаций. – М., 2003; Бурдьё П. Социология политики. – М., 1993; Войтасик Л. Психология политической пропаганды. – М., 1981; Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. – М., 1994; Московичи С. Век толп. – М., 1996; Ольшанский Д.В. Психология современной российской политики. Екатеринбург. – М., 2001; Шампань П. Делать мнение. Новая политическая игра. – М., 1997; Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология. – М., 1992.

¹¹ См.: Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. – М., 2000; Технологии в политике и политическом управлении (под общ. ред. Комаровского В.С., Анохина М.Г.). – М., 2000; Кошелюк М. Выборы. Магия игры. Технология победы. – М., 2000; Соловьев А.И. Политология. Политическая теория. Политические технологии. – М., 2001; Цуладзе А. Формирования имиджа политика в России. – М., 1999; Шабров О.Ф. Политическое управление: проблема стабильности и развития. – М., 1997 и др.

Э. Сепир, Дж. Уитроу, Й. Хейзинга, М. Элиаде и другие¹². В разработке диссертационной концепции автор опиралась также на работы, рассматривающие специальное наложение философских и культурологических категорий на политические сферы жизни общества, - сюда относятся исследования И.А. Василенко, В.Н. Васича, Э. Кассирера, А.С. Панарина, В.С. Полосина, П. Рикера, О.Ю. Рыбакова, А.Л. Стризое, Н.И. Шестова, А.А. Ширинянца и иных авторов¹³.

Третий крупный блок теоретической литературы, использованной в диссертационном исследовании, привлекает необходимые для анализа темы работы по лингвистике, семиотике, филологии, риторике. Легшие в основу диссертационной концепции сведения по эффективному использованию текста (сообщения) в социальной и политической коммуникации, по проблемам авторства, риторического и лингвистического мастерства политического деятеля почерпнуты из трудов М. М. Бахтина, И.Р. Гальперина, Т.М. Дридзе, О.Л. Каменской, Д.С. Лихачева, А.К. Михальской, Ю.В. Рождественского, Г.Г. Хазагеров. Е.В. Шейгал, сборников «Политический дискурс в России» разных лет выпуска и других работ¹⁴.

¹² Барт Р Мифологии – М, 1996, Гадамер Х-Г Истина и метод – М, 1988, Ионин Л Г Социология культуры – М, 1996 Лосев А Ф Дialeктика мифа // Из ранних произведений – М 1990 Лотман Ю М Культура и взрыв – М, 1992 Сепир Э Избранные труды по языкознанию и культурологии – М, 2001, Уитроу Дж Естественная философия времени – М, 1964 Хейзинга И Homo ludens// Homo ludens В тени завтрашнего дня – М 1992, Элиаде М Аспекты мифа – М 2000 и др

¹³ Василенко И А Диалог цивилизаций Социокультурные проблемы политического партнерства – М 1999 Васич В Н Ширинянц А А Политика Культура Время Мифы – М 1999 Кассирер Э Техника современных политических мифов // Вестник Московского университета Серия 7 – М, 1990 – № 2, Панарин А С Введение в политологию – М, 1994, Полосин В С Миф Религия Государство – М, 1993, Рикер П Герменевтика Этика Политика – М, 1995, Рыбаков О Ю Политическое творчество и игра // Человек. Общество. Право – Саратов, 2001, Стризое А.Л Политика и общество социально-философские аспекты взаимодействия – Волгоград, 1999, Шестов Н И Мифологический фактор российского политического процесса – Саратов, 1999 и др

¹⁴ См Бахтин М М Литературно-критические статьи – М, 1986, Гальперин И Р Текст как объект лингвистического исследования – М, 1981, Дридзе Т М Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации – М, 1984; Каменская О Л Текст и коммуникация – М, 1990, Лихачев Д С Поэтика древнерусской литературы – Л, 1971, Михальская А К Русский Сократ Лекции по сравнительно-исторической риторике – М, 1996, Рождественский Ю В Теория риторики – М, 1997, Хазагеров Г Г Политическая риторика – М, 2002 Шейгал Е И Семиотика политического дискурса – Волгоград,

Четвертый, весьма обширный блок ведущих теоретических источников включает современную литературу по вопросам коммуникативистики, коммуникационных технологий, теории средств массовой информации, рекламы и Паблик Рилейшнз. Он представлен именами М. В. Гундарина, А.В. Дмитриева, И. И. Засурского, Л.М. Земляновой, В.П. Конецкой, В.В. Латынова, Т.Ю. Лебедевой, М. Маклюэна, Ю.К. Пироговой, Г.Г. Почепцова, А. П. Ситникова, В.В. Ученовой, А. Чичановского, А.Н. Чумикова и многих других¹⁵.

Опираясь на обширную теоретико-методологическую базу, нельзя в то же время не согласиться с отечественными исследователями в том, что изучение различных проявлений и последствий политической коммуникации подчас сталкивается с проблемами, которые не укладываются в жесткие рамки общепризнанных политико-философских теорий, подходов и школ. «Возможный путь поиска ответов на нерешенные вопросы видится в своеобразном «смещении акцентов», когда использование известных политологических концепций для анализа феномена коммуникации в сфере политики будет сочетаться с применением¹ стремительно развивающейся теории коммуникации, с «коммуникационным прочтением» самой политики»¹⁶. Однако и одного лишь «коммуникационного прочтения» сегодня уже кажется нам недостаточным: в силу наличия «человеческого фактора», определяющего

2000, «Политический дискурс в России-2» – М., 1998, «Политический дискурс в России-3» – М., 1999, Текст Семантика и структура – М.; 1983 и др

¹⁵ См. Дмитриев А.В., Латынов В.В. Массовая коммуникация пределы политического влияния – М.; 1999, Засурский И. Реконструкция России Масс-медиа и политика в 90-е – М., 2001, Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества – М., 1999, Конецкая В.П. Социология коммуникации – М., 1997, Лебедева Т.Ю. Паблик Рилейшнз Корпоративная и политическая режиссура – М., 1999, Маклюэн М. Телевидение Робкий гигант // Телевидение вчера, сегодня, завтра – М., 1987 – Вып. 7, Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации – М.; 1998, Рекламный текст Семантика и лингвистика – М., 2000, Ситников А., Гундарин М. Победа без победителей Очерки теории прагматических коммуникаций – М., 2003, Средства массовой информации в политических технологиях – М., 1994, Ученова В.В. Философия рекламы – М., 2003, Ученова В.В., Шомова С.А., Гринберг Т.Э., Конаныхин К.В. Реклама палитра жанров – М., 2000, Чичановский А.А. В тенетах свободы – М., 1995, Чумиков А.Н. Креативные технологии Паблик рилейшнз – М., 1998 и др.

¹⁶ Грачев М.Н. Политические коммуникации и коммуникационное измерение политики // «Новая» Россия политическое знание и политологическое образование Материалы межвузовской научной конференции 1-2 декабря 2000 года – М., РГГУ, 2000 – С. 40

коммуникационные процессы в обществе, методологически необходимо также «социокультурное прочтение» политики.

Именно этот методологический, принцип, а также опора на межпредметную гуманитарную парадигму исследования, и определили направление научного поиска в ходе разработки диссертационной концепции. Специалисты в области культурологического изучения социальных явлений знают, что «при социокультурном исследовании измеряется мера, степень «вооруженности» культурной продукцией политических... процессов»¹⁷. Поэтому в ходе осмысления социокультурных аспектов политической коммуникации проводился поиск таких повторяющихся факторов культурного влияния на политическую коммуникацию, «вооруженность» которыми способна повысить эффективность управления политическим взаимодействием. Отталкиваясь от основных деятельностных форм, в которых существует политическая культура - духовной, функциональной и предметной¹⁸, - эти факторы культурного влияния были сегментированы на три основных группы.

Духовные проявления политической культуры диктуются традициями, нравами, ценностями и другими ориентационными установками общества, причем основная группа ориентации связана с отождествлением человеком себя с определенной исторической эпохой и регионом проживания (время и пространство личности), мифами и символами нации, а также с определенными «правилами игры», которыми должен руководствоваться субъект политических отношений. Не работая отдельно и подробно с понятием «символ» (однако отталкиваясь от него), в данной, *духовной* области существования политической культуры внимание автора было сосредоточено на тех способах встраивания коммуникативного замысла в политическую реальность, которые связаны с временем, пространством, мифом, ритуалом и игрой. Взгляд на эти социокультурные категории «сквозь призму» политической истории,

¹⁷ Социокультурное исследование. – М., 1994 – С. 16

политической философии, культурологии позволил обнаружить важные тенденции современного развития политико-коммуникационных- процессов, диктующие науке и практике необходимость повышенного внимания к использованию духовного опыта в политических отношениях.

Функциональное поле действия политической культуры определяет, в частности, стиль и приемы поведения политических субъектов, способы, и средства политической деятельности. Осмысление данного социокультурного сегмента политической коммуникации потребовало политико-социологического и политико-психологического анализа взаимодействия ее участников (коммуникатора и адресата), а также осмысления особенностей существования в данном процессе главного его объекта - политического сообщения (текста). Обнаружившиеся в ходе этого субъектно-объектного исследования тенденции развития современной политической коммуникации позволили поставить вопрос о возникновении, таких социокультурных механизмов политико-коммуникативного акта, как механизмы политического авторства и политической герменевтики.

Наконец, *предметным* воплощением политической культуры является наличие ее собственных институтов и средств ее передачи. К этой сфере относится, в частности, специальная коммуникативная подсистема политической системы общества. Изучение политико-коммуникативных проблем с точки зрения достижений общей коммуникативистики, теории массовых коммуникаций, теории СМИ рекламы и Паблик Рилейшнз позволило сгруппировать в отдельную третью группу тенденции, связанные с особенностями передачи- политического сообщения- в» современных коммуникативных системах. А анализ данных тенденций дал возможность выделить соответствующие им социокультурные механизмы, управления

¹⁰ См об этом Социокультурные и психологические детерминанты политических отношений – М, 1993 – С 7-8 и далее

современным политико-коммуникативным актом и определить ведущие технологические особенности работы с ними.

Общей методологии научного поиска соответствуют избранные автором методологические принципы исследования. Основой подхода к изучению темы явилось применение принципов историзма, системности и диалектичности в решении поставленных задач. Что касается использованных в исследовании методов, то среди них можно назвать общенаучные методы наблюдения, систематизации и классификации явлений, методы структурно-функционального анализа, контент-анализа, а также элементы метода экспертных оценок. Большое внимание было уделено сравнительному методу исследования, сопоставлению коммуникативных актов¹ в политической практике различных социальных институтов, в ходе избирательных кампаний различных партий. В исследовании применялся также нормативно-ценностный подход, подразумевающий оценку установленных фактов с точки зрения их содействия или, напротив, противоречия цивилизованным политико-коммуникативным процессам в России.

Эмпирическая база диссертационной работы определена системным подходом к изучению заявленной темы и диктуется особенностями поставленных в исследовании задач. Обширный массив фактических данных привлечен из реальных политико-коммуникативных актов отечественной практики последнего десятилетия - официальных документов органов власти, выступлений политических лидеров, партийных заявлений и программ. Важным источником стали материалы средств массовой информации: приведенные в них данные политических дискуссий, социологических исследований, научных симпозиумов, авторских политических текстов не только содействовали более широкому осмыслению заявленной проблематики, но и послужили базой для классификации наиболее часто применяемых методов политической коммуникации. Соблюдению принципов системности и объективности способствовало изучение автором многочисленных рекламных и

ПР-материалов, сценариев политических праздников, предвыборных обращений, что позволило полнее раскрыть и обобщить современную практику политического коммуницирования в России. Все эти эмпирические данные, собранные и проанализированные автором, послужили целям выработки теоретической концепции диссертации и ее прагматического осмысления.

Основные научные результаты, полученные лично автором, их научная новизна. Диссертация представляет собой комплексное теоретико-прикладное исследование, посвященное, с одной стороны, выявлению основных социокультурных тенденций развития современной политической коммуникации, а с другой - изучению механизмов ее эффективного осуществления. Новизну научного подхода диссертационного исследования определил социокультурный «акцент» в ходе политологического поиска, определенное «смещение» парадигмы изучения политических проблем не только в сторону коммуникационного, но и в сторону «социокультурного прочтения» политики. Политико-коммуникационные процессы впервые комплексно рассмотрены сквозь призму социокультурного развития общества.

Новационные компоненты исследования могут быть прослежены по следующим направлениям:

1. На основе изучения обширного теоретического и эмпирического материала автором сделан вывод о существовании комплекса важнейших закономерностей в развитии политической коммуникации на переломе XX-XXI веков. Исходя из полученных данных, предложена системная модель коммуникативного акта, опирающаяся на действие взаимосвязанных механизмов его осуществления. Обоснование данной концепции в работе создает предпосылки для прогнозирования развития сложных процессов в коммуникативных сферах политики, для решения задачи эффективного политико-коммуникативного взаимодействия.

2. Сформулировано положение о том, что функции, виды, жанры, формы, методы политической, коммуникации формировались в ходе цивилизационного развития человечества. и продолжают, формироваться сегодня под определенным «давлением» социальных и культурных реалий жизни общества. Поэтому эффективное , политико-коммуникативное взаимодействие на современном этапе невозможно без учета целого комплекса социокультурных факторов, которые должны рассматриваться и изучаться в системе.

3. Выявлены ведущие социокультурные, тенденции современной политической коммуникации. В качестве наиболее глобальных из них можно назвать следующие:

- многократное усиление роли «человеческого фактора» в политико-коммуникативных процессах и связанное с этим взаимное влияние и взаимообусловленность друг другом политической коммуникации и политической культуры:.
- превращение системности и комплексности современной политической коммуникации в одно из важнейших условий ее эффективности:
- заметная технологизация в политике таких универсальных культурных констант, как время, пространство, миф, ритуал и некоторые другие. превращение их в своеобразную технологию политического влияния;
- установка на преодоление фактора анонимности в массовой политической коммуникации, стремление к демассификации и персонализации политического обращения:
- усиление рекламных функций СМИ, участвующих в процессе современной политической коммуникации, «сращение» в их повседневной практике информационной деятельности с деятельностью Паблик Рилейшнз

и некоторые другие.

4. Установлены, описаны и- системно классифицированы социокультурные факторы политико-коммуникативного влияния на общество, обозначенные диссертантом, как механизмы политической коммуникации. Среди этих механизмов - особого рода движущие элементы коммуникативного акта, помогающие эффективно- вписать, его в политическую реальность, обеспечивающие адекватную взаимосвязь субъектов политического взаимодействия, формирующие каналы передачи политического сообщения адресату.

5. Раскрыто содержание ряда новых для политологической науки понятий (таких, как политический хронотоп, политическая медиариторика, культурные и антикультурные технологии политической рекламы и Паблик Рилейшнз) и даны технологические рекомендации по эффективному использованию их возможностей в политическом взаимодействии.

6. Обозначены новые существенные признаки, известных, но недостаточно разработанных в гуманитарном знании феноменов, среди которых политическая герменевтика, феномены политического авторства и политической анонимности, политическая игра и иные.

7. На базе созданной - научной концепции уточнены методы формирования эффективной политико-коммуникативной деятельности и даны практические рекомендации по применению в политической практике новых коммуникативных идей и подходов, связанных с использованием выявленных социокультурных тенденций и механизмов политического коммуницирования.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Основополагающим положением диссертации является тезис о том, что коммуникации - в сфере современной политики являются не только политическим, социальным,, технологическим,,но и культурно-заданным, культурозависимым феноменом. При этом социокультурные реалии жизни

общества служат не просто фоном или локальным условием развития политико-коммуникативных процессов, а необходимым и важнейшим фактором их существования. Эффективность любого акта- политического взаимодействия сегодня напрямую зависит от грамотности социокультурного анализа аудитории, от возможностей учета ее социокультурной специфики и от умелого использования социокультурных технологий политического коммуницирования;

2. Исследование показывает, что феномен политической коммуникации имеет глубокие историко-культурные и социальные корни и на протяжении всех веков своего существования подчиняется определенным закономерностям, движется сходными факторами, многие из которых обнаруживаются в политико-коммуникативных актах и сегодня. В то же время важнейшей сущностной чертой современной политической коммуникации, генетически отличающей ее от коммуникации предшествующих времен, является ее принципиально интегрированный характер, смешение в ней формальных и неформальных, горизонтальных и вертикальных, межличностных и массовых, древних-(граффити, слухи) и новейших электронных (Интернет) способов взаимодействия.

3. Автор полагает, что среди тенденций, которым подчиняется современное развитие политико-коммуникативных процессов, особенно значимыми являются те, что носят отчетливо выраженный социокультурный характер. Их общим содержательным звеном может считаться опора политического взаимодействия на самые разные культурные «коды» и модели, продиктованные уровнем коммуникационных обменов в эпоху информационного общества. Прикладное значение действия данных тенденций в политической практике связано с тем, что они детерминируют существование движущих элементов, политико-коммуникативного акта, которые автор предлагает обозначить как социокультурные механизмы политической коммуникации.

4. Изучая процессы политической коммуникации в их генетическом и теоретико-методологическом преломлении, автор считает оправданным рассматривать в качестве данных механизмов такие феномены, как политический, хронотоп, политический миф, политический ритуал, политическая игра, политическое сообщение (текст) и некоторые другие. Несмотря на то, что одни из названных элементов являются универсальными феноменами, обязательной составляющей политико-коммуникативного акта (хронотоп, наличие скрытого или явного авторства и текста сообщения и т.д.), а другие носят взаимосменяемый характер (например, реклама или слухи в качестве канала передачи сообщения в политической коммуникации могут выбираться произвольно, а ритуальные элементы не использоваться вообще), - все же видоизменение или замена любого из данных механизмов неизбежно приводит в движение всю политико-коммуникативную цепочку, преобразуя сложное внутреннее устройство изучаемого феномена и меняя контуры акта политической коммуникации. Поэтому важным представляется положение о том, что социокультурные тенденции и механизмы современной политической коммуникации должны изучаться и рассматриваться лишь в комплексе, системно.

5. Анализ современного состояния, политико-коммуникативных процессов позволяет, по мнению автора, говорить о возникновении в них новых социокультурных феноменов, продиктованных цивилизационным движением, общества, развитием социальных технологий, техническим прогрессом. Механизмы политической медиариторики, политической герменевтики, политического хронотопа и некоторые другие, используемые как. технологии политического влияния, многократно усиливают возможности взаимодействия в политической практике, но при этом еще мало изучены политической теорией и нуждаются в дальнейшем осмыслении..

6. Крайне важным представляется положение о том, что многие из названных социокультурных механизмов политической коммуникации, активно используемые в политическом взаимодействии, невозможно считать однозначно позитивным фактором современного политического процесса. Вынося на обсуждение технологии использования в политической коммуникации мифа, ритуала, игры, текста и иных ее социокультурных элементов, автор обращает внимание на диалектические противоречия их бытования в политике, на их способность стать как конструктивным, так и деструктивным механизмом влияния (например, явления мифологизации и игроизации политического процесса превратились сегодня в серьезную проблему, а многие рекламные и PR-технологии вызывают озабоченность как с точки зрения этики, так и с точки зрения здравого смысла).

7. Обращая в связи с этим внимание на проблему существования «белых» и «черных» технологий политического взаимодействия, автор предлагает обозначить водораздел между ними исходя из «социокультурного прочтения» политико-коммуникативных процессов в современном мире. Разница между цивилизованными и нецивилизованными видами и технологиями современных политико-коммуникативных практик, согласно диссертационной концепции, заключается в культурном (соблюдающем установленные правила, говорящем на языке аудитории, признающем партнерские отношения и т.д.) или же антикультурном воздействии на адресата.

Теоретическая значимость результатов исследования заключается не только в углублении общенаучных представлений о процессе политической коммуникации, но и в предложении собственного видения социокультурных тенденций его современного развития, в разработке мало изученных в современном гуманитарном знании аспектов данного процесса (системы социокультурных механизмов его осуществления, возможностей политической герменевтики, проблемы анонимности в политико-коммуникативных актах и

др.). Впервые описаны и вводятся в научный оборот понятия политической медиариторики и политического хронотопа как особой формы сущностной взаимосвязи пространства и времени в политико-коммуникативном акте. Впервые проведен цивилизационный «водораздел» между допустимыми и недопустимыми технологиями рекламы и Паблик Рилейшнз, основанный на культурном или антикультурном использовании определенных механизмов взаимодействия. В целом коммуникация в политике рассмотрена не только как сложнейший политический феномен, но и как историко-культурное явление, как социологическая проблема, как сфера приложения самых современных методов коммуницирования; изучены связи данного явления с другими политологическими сферами и проблемами.

Практическая ценность диссертации заключается в том, что ее выводы и предложения могут быть использованы для повышения эффективности разнообразных политико-коммуникативных актов, в том числе в предвыборной политической коммуникации. В работе создана нормативная модель возможного учета описанных социокультурных тенденций и применения названных механизмов в современной политической практике.

В исследовании разработаны технологические рекомендации по поводу формирования политического хронотопа. Предложены варианты использования мифа, ритуала и игры в политико-коммуникативных системах. Описаны возможности преодоления парадокса анонимности в сфере политического взаимодействия. Сформулированы практические предложения по включению механизмов воздействия политической герменевтики в создаваемые сообщения. Намечены способы конструирования современных медийных (СМИ, реклама, Паблик Рилейшнз) и немедийных (риторика, слухи, граффити и т.д.) каналов передачи политического смысла.

Все технологические рекомендации, разработанные автором, могут найти осуществление в различных политических и социальных кампаниях, в практике создания современных интегрированных политико-коммуникативных сетей.

Апробация работы. Диссертация обсуждена и рекомендована к защите кафедрой политологии и социальной политики Гуманитарного факультета Российского государственного социального университета. Промежуточные результаты исследования неоднократно обсуждались на международных и всероссийских научно-практических конференциях, проходивших, в течение 1999 - 2004 годов, где С.А. Шомова выступала с сообщениями («Журналистика в 1999 году», «Журналистика в 2000 году» - факультет журналистики МГУ; «Связи с общественностью: образование и карьера» - Москва, - 2001 год; Всероссийское совещание заведующих кафедрами- рекламы и смежных специальностей - Москва, 2002, 2003 годы; Третьи годовые чтения МГСУ - Руза, 2004 год и другие).

Основные положения работы изложены в авторских монографиях «Политическая коммуникация: социокультурные тенденции-и механизмы» (М., 2004 год) и «Политические шахматы. Паблик Рилейшнз как интеллектуальная игра» (М., 2003 год). Подходы к решению заявленных проблем прослеживаются в коллективных монографиях «Реклама: палитра жанров» (М., 2000; 2004) и «Полифония текстов в культуре» (М., 2003), где С.А. Шомова выступала в качестве соавтора. Кроме того, отдельные аспекты концепции, легшей в основу диссертационного исследования, изложены в статьях в ведущих рецензируемых научных журналах («Вестник-Московского университета», «Социально-гуманитарные знания», «Государственная служба»), в сборниках научных статей а также в тезисах и материалах научно-практических конференций.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, четырех глав, содержащих в себе в общей сложности одиннадцать параграфов, заключения и списка использованных источников и литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во *введении* обосновывается актуальность выбранной темы, характеризуется степень ее научной разработанности, определены объект и предмет исследования, сформулированы его цели и задачи, раскрыты теоретико-методологические основы научного поиска, обоснованы новизна, теоретическая и практическая значимость работы.

В *первой главе* «Исторические и теоретико-методологические основы политической коммуникации», состоящей из трех параграфов, изучены этапы исторического становления политико-коммуникативного взаимодействия, а также проведен теоретико-методологический анализ современного состояния политической коммуникации, рассмотрены ее сущность, социокультурные особенности и основные классификационные модели.

В параграфе *«Генезис, развитие и становление политической коммуникации (историко-культурный анализ явления)»* отмечено, что политическая коммуникация является феноменом, очень рано заявившим о себе в истории человеческой цивилизации. Уже на первобытных стадиях существования человека, в древних племенах, возникали определенные отношения власти и подчинения, которые оформлялись с помощью разрозненных коммуникативных приемов, помогающих выделить вожака в стае, подчеркнуть статус того или иного члена сообщества, обозначить «политические границы» племени.

Это были своеобразные «атомы», зародыши будущего политико-коммуникативного взаимодействия. Развитая же политическая коммуникация возникла лишь в античности, с возникновением института государства и появлением урбанистической культуры. Уже в это время оформляются четко выраженные знаковые формы политико-коммуникативных актов - устная, письменная, изобразительная и другие. Политическая коммуникация уже в те времена отличалась

многофункциональностью (подчинялась целям политического информирования, пропагандирована, рекламирования), обладала разветвленной системой жанров политического обращения (политическое послание, политический портрет, биография, совещательная речь и т. д.).

Изучение выборных традиций античных городов и совокупности политических обращений, дошедших до нас в исторических документах, помогло сделать вывод о том, что обязательными факторами, закономерностями политико-коммуникативных актов древности становились определенные временные и пространственные ограничения; весьма часто акцентировались в них мифологические и ритуальные аспекты действия, применялись игровые и зрелищные методы взаимодействия с адресатом коммуникации. Существенную роль в любом акте политического общения закономерно играла фигура коммуникатора, «автора» политического послания (государственного деятеля, полководца, народного трибуна), благоприятный имидж которого создавался усилиями многих советников и подчиненных, а также содержание самого послания (политический текст). Кроме того, античное общество сформировало множество каналов передачи политического смысла - от граффити и ораторского выступления до протогазеты и первых разновидностей политической рекламы¹⁹. Таким образом, уже в древности складываются определенные тенденции развития политико-коммуникативных процессов и социокультурные механизмы воздействия на народные массы, те факторы политического коммуницирования, которые и сегодня помогают сделать взаимодействие в политической среде наиболее эффективным.

Средневековые внесли собственный вклад в становление политической коммуникации, определенные специфические черты в социокультурную

¹⁹ См. об этом. Лисовский С.Ф., Евстафьев В.А. Избирательные технологии: история, теория, практика. – М., 2000; Нерсесянц В.С. Политические учения Древней Греции. – М., 1979; Сергеев М.Е. Помпей. – М.-Л., 1949; Ученкова В.В. У истоков публицистики. – М., 1989 и др.

окраску коммуникативного акта в политической сфере. Однако эпохой формирования политической коммуникации в варианте, приближенном к ее современному состоянию, может считаться только Новое время. Крупнейшие политические и экономические преобразования в Европе, переворот в духовной жизни и взглядах людей на природу, общество, человека, а также технический прогресс (главным образом, изобретение печатного станка) способствовали возникновению новых способов политического коммуницирования и окончательному переходу от межличностной коммуникации к массовой, от письменной - к печатной, от прямой (лицом к лицу) - к опосредованной, от традиционных жанров и форм взаимодействия - к установлению владычества политической публицистики, пропаганды, агитации, рекламы.

При этом последовательное изучение интересующего нас феномена показало, что формирование основных, движущих элементов политико-коммуникативного акта, выделенных и обозначенных нами как социокультурные механизмы политической коммуникации, детерминированные соответствующими тенденциями ее развития, шло в истории неравномерно: одни из них. сохранялись, несколько теряя свою значимость (например, мифологическая составляющая политической коммуникации,- приобретшая сегодня специфические черты); другие, напротив, усиливали свое значение («авторская» доминанта общения в политике); третьи принципиально меняли свою форму (переход от преимущественно устного коммуницирования в античные времена печатному, а позже - и к электронному взаимодействию). В то же время все эти элементы, переплетаясь и взаимодействуя в различных соотношениях, способны формировать- действенные, всякий раз неповторимые в зависимости от политической ситуации, акты, коммуникативного взаимодействия.

Второй параграф, *«Сущность и социокультурные особенности современной политической коммуникации»*, представляет собой теоретико-методологическое исследование современного состояния явления, изучение его специфики, и структуры, предпринятое на фоне уже проведенного историко-культурного анализа данного феномена. В работе показано, что, несмотря на упорное усовершенствование классической коммуникационной цепочки, невзирая на постоянное развитие технического прогресса и возникновение новых технологий влияния на людей, реальная политическая практика не позволяет до сих пор говорить о безупречной эффективности политико-коммуникативных актов, а существующая теория - о комплексном и полноценном теоретическом осмыслении данного явления. С точки зрения автора, это происходит, в частности, потому, что феномен, политико-коммуникационного взаимодействия в равной! степени связан, как, с политическими²⁰, социальными, научно-технологическими - сферами жизни общества, так и с его культурной средой, слишком часто, к сожалению, остающейся «вне» интересов и усилий коммуникаторов.

Поэтому специфика и структура современной политической коммуникации осмыслялись в работе, исходя из влияния на них социокультурных факторов современной цивилизации. Что же касается сущности политико-коммуникационных процессов, то, она, по мнению автора, заключается в комплексном информационном взаимодействии, *стратегической целью* которого является структурирование политического поля, установление в нем осмысленных и адекватных замыслу контактов и связей²⁰, а *тактическим приемом* - использование самых разнообразных культурных «кодов» и моделей, существующих в современном обществе и обеспечивающих эффективное взаимопонимание с адресатом.

²⁰ См. об этом, например: Соловьев А И. Политология. Политическая теория. Политические технологии. – М, 2001. – С. 394.

Последовательное изучение в параграфе дефиниций политической коммуникации, отражающих ее сущностные черты; принципов взаимодействия акторов - в политико-коммуникативном: акте; специфики политической информации и каналов ее передачи позволило сделать вывод о том, что современное развитие интересующего нас феномена имеет ряд особенностей и подчиняется ряду тенденций, которые носят отчетливо выраженный социокультурный характер. Среди этих тенденций - утверждение особого, культурозависимого характера субъектно-субъектных и субъектно-объектных связей в структуре политико-коммуникативного акта; возникновение новых, специфических методов и жанров конструирования политического сообщения (текста), зависящих от социокультурных особенностей аудитории; многоканальность, пересечение диалоговых и монологических, авторитарных и демократических способов- передачи политического смысла и некоторые другие.

С социокультурных позиций осуществлен в диссертации. и анализ современных типологических подходов к политической коммуникации, которому посвящен третий параграф главы - *«Классификационные модели политической коммуникации»*. Нуждаясь не только в упорядочивании, в поиске общих параметров классификации, но и в критическом осмыслении существующих молелен, в их оптимизации, современная политическая коммуникация предстает перед исследователем как крайне сложное, многовариантное явление. Среди основных типологических разновидностей феномена, рассмотренных в параграфе, - пропагандистские и непропагандистские виды политико-коммуникативных систем; горизонтальные и вертикальные формы взаимодействия; интраперсональная, межличностная, групповая и массовая коммуникация в политике; устные, печатные, визуальные, перформансные, символические способы знаковой

организации политико-коммуникативного акта и некоторые другие классификации явления²¹.

Отталкиваясь от данных классификационных моделей, автор полагает, тем не менее, что сегодня имеет смысл говорить о принципиальной невозможности классифицирования современного коммуникативного акта по одному лишь конкретному параметру и в обособленном от посторонних социальных и культурных влияний виде. Следует отметить, что в качестве автономной, четко выделенной структурной единицы общения, независимой от других подобных единиц, политико-коммуникативный акт может существовать в наши дни только в теории, в «лабораторных условиях» мысленного эксперимента. В политической же практике начала XXI века коммуникация представляет собой комплексную систему интегрированных формальных и неформальных, вербальных и невербальных, горизонтальных и вертикальных, межличностных и массовых, прямых и опосредованных способов взаимодействия, регулирующих эффективное перемещение информационных потоков и обеспечивающих наиболее адекватное достижение политико-коммуникационной цели. Такую полифоничность «звучания» политических обращений, продиктованную уровнем коммуникационных обменов, в современной цивилизации, автор считает одной, из наиболее значимых социокультурных тенденций развития политической коммуникации на переломе XX-XXI веков.

Осмысление политической коммуникации как историко-культурного и теоретико-методологического феномена, проведенное в первой главе, позволило не только определить базовые социокультурные тенденции ее современного развития, но и вычленить те повторяющиеся факторы культурного влияния на политическую коммуникацию, которые на

²¹ См.: Грачев М.Н. Политика, политическая система, политическая коммуникация – М., 1999; Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. – М., 1998; Соловьев А.И. Политология. Политическая теория Политические технологии. – М., 2001; Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса – Волгоград, 2000 и др.

протяжении веков оказывали (и продолжают оказывать) существенное воздействие на протекание политико-коммуникативного акта, на его адекватность и эффективность. Обозначив эти факторы как социокультурные механизмы политической коммуникации, автор в первую очередь сосредоточила внимание на тех из них, что связаны с духовным «полем» политико-культурного влияния на личность и, в силу этого, помогают выстроить стратегический план политического взаимодействия, провести целевое движение от умозрительного коммуникационного замысла к коммуникационной реальности. Такими возможностями' обладают в политике временные и пространственные факторы, мифологические, ритуальные и игровые элементы воздействия на массовое сознание.

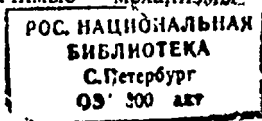
Совокупности их бытования в политической коммуникации посвящена *вторая глава* диссертационного исследования «Процесс встраивания коммуникативного замысла в политическую реальность», состоящая из трех параграфов. В первом параграфе *«Политический хронотоп: время и пространство в политической коммуникации, проблемы их взаимодействия»* рассматриваются проблемы взаимосвязи в политико-коммуникативном акте временных и пространственных факторов, их роль в формировании эффективного воздействия на адресата. В работе отмечено, что категории пространства и времени относятся к числу фундаментальных понятий философии и культуры, играют важнейшую роль в человеческом мышлении, познании, коммуникации, творчестве. Специалистами давно исследуются их концепции, модификации, формы интерпретации в человеческом сознании, действие данных факторов в разных областях деятельности, в том числе и в политике²².

²² См.: Бахтин М.М. Литературно-критические статьи. – М., 1986; Панарин А.С. Введение в политологию. – М., 1993; Рейхенбах Г. Направление времени. – М., 1962; Руднев В. Прочь от реальности. – М., 2000; Соколов А.В. Метатеория социальной коммуникации. – СПб., 2001; Тейяр де Шарден П. Феномен человека. – М., 1987 и др.

Проведенное изучение проблемы показало, что сегодня временные и пространственные факторы не просто являются естественными ограничителями политико-коммуникативного акта, но превращаются в эффективный рычаг воздействия на общественное сознание, в оригинальную технологию влияния. Данная технология, которую в работе предложено называть политическим хронотопом, представляет собой сложную пространственно-временную систему координат, специфическое «наслоение» друг на друга различных модификаций пространства и времени, которые в совокупности своей и задают хронологические рамки конкретных политико-коммуникативных взаимодействий, и повышают возможности «запрограммированного» восприятия адресатом политического послания.

Среди разновидностей времени, выделенных и проанализированных в работе в структуре политической коммуникации, - такие специальные временные конструкции, как реальное (физическое) время, время; социальное, условное, психологическое, прогностическое. Набор рассмотренных пространственных модификаций ограничен в работе такими формами, как пространство реальное (естественное), социальное, условное, визуальное (дизайнерское) и психологическое. Все описанные конструкции, как это показано в исследовании, находят применение в разнообразных ситуациях политического общения, усиливая его «коэффициент полезного действия» и создавая всякий раз неповторимые варианты политического хронотопа.

Формулируя в работе специфические признаки такого комплексного феномена, каким является политический хронотоп, автор одновременно подчеркивает его смыслоформирующий характер в политической коммуникации, определяет технологические особенности его использования. Однако хронотоп - это лишь «рамка», в которой политико-коммуникативный акт существует в качестве элемента действительности. Внутри этой «рамки» действуют иные, не менее значимые механизмы встраивания



коммуникативной цепочки в политическую реальность. Среди них важное место - занимают миф и ритуал, взаимодействию которых в политико-коммуникативных системах посвящен второй параграф главы - *«Диалектика, мифа и ритуала в политической коммуникации»*.

Названные культурные категории относятся к активно изучаемым в наши дни²³, но, тем не менее, до сих пор недостаточно изученным факторам политического процесса. Исследование сущности¹ политического мифа, проведенное в работе, анализ его специфических особенностей и технологических возможностей показали, что миф в политике может использоваться и как особый язык, «культурный код», с помощью которого устанавливается взаимопонимание- с адресатом, и как антикультурная технология, способствующая манипуляции общественным сознанием. Отталкиваясь от таких качеств: мифа, как его неverifiedируемость (непроверяемость и недоказуемость), аксиоматичность (простота), склонность к дозированному соединению правды и вымысла, соответствие ожиданиям и чаяниям социума, автор выделяет несколько основных методов использования мифа в политической коммуникации и классифицирует опасности, связанные с их неграмотным использованием: неудачный выбор мифологемы, слишком резкая смена одного мифа на другой и иные.

Сегодня мифы, не просто существуют в структуре-политического сознания - они активно формируются политическими технологами; при этом невозможно согласиться с довольно распространенной точкой зрения на миф как на удел «политически наивных», не сведущих в политике людей. Создавая особую политико-символическую реальность, зачастую более истинную для человека, нежели та, что его окружает на самом деле, миф

²³ См., например: Ионов И.Н. Мифы в политической истории России // Полития. – 1999. - № 1; Лобок А.М. Антропология мифа. – Екатеринбург, 1997; Полосин В.С. Миф. Религия. Государство. – М., 1999, Шестов Н.И. Мифологический фактор российского политического процесса. – Саратов, 1999 и мн. др.

зачастую становится оболочкой тех политических верований, внутри которых существуют целые социальные группы.

Можно сказать, что миф наполняет рамки политико-коммуникативного акта аурой веры в ту или иную «вечную» идею, под которую могут маскироваться любые сиюминутные политические цели. Событийной же канвой этот политико-коммуникативный акт наполняется с помощью ритуала, воплощающего в той или иной устойчивой, повторяющейся церемонии стереотипы мифологического сознания. Две эти формы коммуникации диалектически связаны друг с другом: миф актуализируется через ритуал, ритуал поддерживается и обеспечивается мифом. Но и то, и другое является в политико-коммуникативном акте не самоцелью, а особой технологией воздействия на адресата, специфика которой рассмотрена в работе. Автором подчеркивается сложность диалектических взаимоотношений мифа и ритуала, формулируются причины, по которым неудачно выбранные коммуникативные элементы- подобного ряда оказываются «невостребованными» обществом, способными не повысить, а, напротив, понизить эффективность политического взаимодействия.

Главным выводом параграфа служит тезис о том, что для общества миф и ритуал служат прежде всего механизмом адаптации к политической реальности, а для власти - механизмом реализации политической коммуникации с данным обществом, способом встраивания коммуникативного акта в ту политическую реальность, к которой стремится адаптироваться социум. В то же время изучение современных политико-коммуникативных процессов показывает, что сегодня, как и многие тысячелетия назад, человечество нуждается не только в повторяемых, устойчивых структурах сознания и поведения, выраженных в мифе и ритуале, но и в неожиданной, интригующей, мобилизующей динамике развития событий. Если время и пространство очерчивают внешние рамки политико-коммуникативного замысла, если миф наполняет эти рамки

изнутри цепью «вечных» идей, а ритуал переводит данные идеи в зримые образы, то игра - еще один социокультурный! механизм включения коммуникативного замысла в политическую реальность - создает феномены неожиданности, состязательности и интерактивности, привносит в повседневную политическую обыденность элементы творчества, - дает адресату коммуникативного послания ощущение участия в политических процессах. Возможностям игры посвящен третий параграф главы - *«Игра и псевдоигра как механизмы политической коммуникации»*.

Исследование показало, что неверным было бы воспринимать политическую игру лишь как нечто негативное, идентифицирующееся исключительно с интригами и провокацией, что до сих пор иногда имеет место в научном осмыслении проблемы. На самом деле игровые методы с успехом применяются в политической коммуникации, не только успешно транслируя готовые политические смыслы, но и помогая рождению новых. В работе-предлагается определение игры как социокультурного механизма политической коммуникации, классифицируются и рассматриваются разные виды политических игр - эрудиционные, поведенческие, языковые, - даются технологические рекомендации по их использованию в политико-коммуникативном акте.

В то же время, игру, при всех ее достоинствах, невозможно счесть и однозначно позитивным фактором политического общения. Изучение видов и методов игры²⁴ показало, что диалектизм ее существования в политике заключается - в способности игры стать как конструктивным, так и деструктивным механизмом влияния на политические процессы. Прежде всего, включаясь в политическую коммуникацию как эффективный механизм взаимодействия коммуникатора с реципиентом, игра приводит к ифоизации самого политического процесса, что превратилось сегодня в серьезную

проблему, нуждающуюся в дальнейшем осмыслении и поисках путей ее преодоления. Кроме того, наряду с элементами подлинной игры, в политико-коммуникативном акте в наши дни интенсивно используются и псевдоигровые отношения, отличающиеся отсутствием добровольности включения в игру со стороны определенных субъектов, нарушением партнерских отношений в ней, односторонним игнорированием правил и т.д. Поэтому игра, как и многие другие социокультурные элементы политического взаимодействия, может считаться «обоюдоострым» коммуникативным орудием, требующим особого внимания и осторожности при его применении.

В целом изучение первой группы выделенных нами движущих элементов политико-коммуникативного акта позволило сделать вывод о том, что превращение таких универсальных культурных констант, как время и пространство, миф и ритуал, игра во всех ее проявлениях, не просто в факторы, сопутствующие тому или иному социальному процессу (в том числе процессу политической коммуникации), но в технологические механизмы управления этими процессами, представляет собой еще одну из значимых социокультурных тенденций современного развития политико-коммуникативных процессов. В то же время необходимо помнить, что социокультурная «рамка» каждого конкретного политико-коммуникативного акта, образуемая названными движущими элементами, неизбежно окажется «пустой» без заполнения результативным взаимодействием коммуникатора и реципиента. Главная цель субъектов политической коммуникации заключается в специфическом информационном взаимодействии, которое невозможно без помощи специального «объекта», выражающего содержание политической информации, – политического сообщения (текста).

²⁴ См : Кошелюк М. Выборы: магия игры. Технологии победы. – М., 2000, Ретюнских Л.Т. Философия игры – М., 2002, Рыбаков О.Ю. Политическое творчество и игра // Человек. Общество. Право. Вып. 3 – Саратов, 2001

Тенденциям и механизмам данного взаимодействия посвящена *третья глава* диссертационного исследования - «Проблемы, формирования субъектно-объектных связей в политико-коммуникативном акте», состоящая из двух параграфов. Первый параграф главы носит название *«Парадоксы авторства и анонимности в современной политической коммуникации»*. Он посвящен изучению специфических особенностей поведения акторов политико-коммуникативного взаимодействия - тех, кто выступает в роли отправителя политического сообщения, и тех, кто является его адресатом. В ходе работы выяснилось, что весьма существенным для организации современного политико-коммуникативного акта является выбор главной действующей фигуры, от лица которой аудитории будет посылаться авторитетная информация. Однако «единого - автора» - у политического сообщения сегодня быть не может; внесение в любой текст подобного рода посторонних, «внешних» идей и образов, диктуемых и окружающим социокультурным контекстом, и практикой современных информационных обменов, позволяет говорить скорее о некоем анонимном 'блоке коммуникатора'²⁵, нежели, о конкретной коммуникативной личности, инициирующей политическое взаимодействие. Анонимностью же характеризуется в начале XXI века и поведение массового реципиента политической - информации, что приводит к целому ряду последствий и значительно осложняет формирование адекватного и эффективного политико-коммуникативного акта.

Рассмотрение в параграфе различных блоков коммуникатора и различных типов массового адресата в структуре политического взаимодействия привело к постановке проблемы о существовании феномена политического авторства, а также к необходимости осмысления парадокса анонимности в современных массовых коммуникационных процессах.

²⁵ См., например Ситников А., Гундарин М. Победа без победителей. Очерки теории прагматических коммуникаций – М., 2003 – С. 21.

Исследование показало, что сплетение, взаимопроникновение механизмов авторского и анонимного подхода в создании политического сообщения может рассматриваться как еще одна из важных социокультурных тенденций политической коммуникации начала XXI века. Кроме того, речь может идти сегодня также и о такой тенденции, как парадоксальное сочетание обязательного массового коммуницирования в политике, с одной стороны, и стремления к демассификации и «персонификации» политического обращения, к поиску его «предельной адресности» - с другой. Этот парадокс, вызванный к жизни принципиальными изменениями в современных политико-коммуникативных, социальных, медийных системах, придает неизбежный импульс разработке новых технологических приемов и методов политического коммуницирования.

Одно из наиболее перспективных направлений таких разработок связано с совершенствованием специфического содержания, формы, способов конструирования и передачи политического сообщения. Данным проблемам посвящен второй параграф главы - *«Специфика текста в структуре политической коммуникации»*.

В параграфе вкратце рассмотрены современные подходы к определению понятия. «текст», изучены разнообразные типы сообщения в структуре политико-коммуникативного акта, определены его специфические особенности, функции и жанры. При этом автор полагает, что в рамках **заявленной темы исследования должны интересоваться прежде всего не характер или структура текстовых образований в сфере политической коммуникации** (изучение этого вопроса - прерогатива филологов и лингвистов), а функциональная роль сообщения в эффективном политико-коммуникативном акте, возможности его воздействия на политическую публику, на ход социальных и общественно-политических процессов в обществе. Иными словами, предметом рассмотрения в данном параграфе стал текст как социокультурный механизм политического влияния.

Главный вопрос при таком ракурсе исследования - как «заставить» текст обрести социальную силу, как обеспечить «правильное» воздействие политического послания на адресата? Точные прогнозы на этот счет чаще всего дать невозможно. Именно поэтому на первый план в организации политических кампаний все чаще выходят проблемы обеспечения адекватного восприятия аудиторией того или иного сообщения, технологии создания условий для правильного понимания и точной интерпретации политического текста анонимным человеком массы. Этим объясняется интерес автора к механизмам политической герменевтики, связанным с конструированием сообщения, отвечающего первоначальному замыслу и способного принести максимально эффективный результат.

Политическая герменевтика является пока недостаточно изученным теоретико-прикладным феноменом коммуникативных процессов²⁶. С точки зрения автора, как отрасль науки, политическая герменевтика является междисциплинарным разделом гуманитарного знания; как прикладная дисциплина, она может рассматриваться в качестве одного из эффективных рычагов формирования субъектно-объектной связи между акторами политической коммуникации. Анализ проблем понимания политического текста, проведенный в ходе диссертационного исследования, позволил не только уточнить само понятие такой формирующейся науки, как политическая герменевтика, но и сформулировать ее прикладные задачи в области политической коммуникации, наметить основные направления ее развития в данной сфере.

Рассматривая в политическом и социальном преломлении миф, ритуал, текст, хронотоп и иные культурные константы, бывшие до сих пор предметом пристального интереса автора, нельзя забывать о том, что система

²⁶ См. об этом феномене, например: Василенко Е.А. Диалог цивилизаций. Социокультурные проблемы политического партнерства. М., 1999; Рикер П. Герменевтика Этика Политика. – М., 1995; Соколов А.В. Метатеория социальной коммуникации СПб, 2001 и др.

политической коммуникации, как и любые другие коммуникационные системы, жизнеспособна и действенна лишь при наличии достаточно эффективных и надежных каналов коммуникации. Разнообразие вариантов таких каналов сегодня, в эпоху информационного общества, достаточно велико²⁷. Каждый из них может рассматриваться не только в качестве технологического средства, но и как социокультурный- механизм политической коммуникации, поскольку все они по-своему «кодируют» коммуникативную ситуацию и приносят дополнительную социокультурную «окраску» в существование того или иного политико-коммуникативного акта. Это, в частности, показала *четвертая глава* диссертационного исследования «Механизмы передачи сообщения в структуре политической коммуникации», состоящая из трех параграфов.

Первый ее параграф, *«Аудиальные и визуальные способы коммуницирования как форма политического участия»*, посвящен таким неформальным каналам передачи политического смысла, как слухи, граффити, анекдоты и некоторые другие. Современные политические технологи придают весьма серьезное значение такого рода коммуникации «в низах». Ситуации неформального общения на политические темы, когда личность пересказывает актуальную информацию, распространяет самиздатовские листовки и граффити (как правило, критического содержания), сочиняет политические частушки, помогают ей осознать себя деятельным членом общества. Именно такая аудиальная и визуальная политическая коммуникация позволяет «человеку массы» перейти из «пассива» политической деятельности в ее пусть непрофессиональный, но все-таки «актив».

²⁷ См.; например: Засурский И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. – М., 2001; Социокультурные и психологические детерминанты политических отношений. – М., 1993, Справочник по политическому консультированию. – М., 2002; Технологии в политике и политическом управлении. – М., 2000 и др.

В этом смысле, как отмечают современные политологи, политика играет крайне важную, роль в жизни современника, выполняя своеобразную человекотворческую функцию и позволяя личности самоутверждаться в качестве социально активного существа. Именно поэтому, с точки зрения автора, слухи, граффити, политические наклейки и другие формы неформального политического общения можно считать не только весьма действенным механизмом передачи сообщения в социуме («каналом распространения» в данном случае служат сами люди), но и формой политического участия и политического самовыражения личности. Такую особенность взаимодействия в сфере политики можно считать еще одной зримой социокультурной тенденцией развития политической коммуникации в современном мире.

Особое внимание в параграфе уделено слухам как способу передачи политического сообщения. Рассматривая особенности слуха как коммуникативной единицы, разновидности слухов, технологии работы с ними (способы микширования нежелательной, информации и «запуска» нужных сведений), автор отмечает, что в любом случае определяющими факторами работы с политическим слухом служат социокультурные характеристики аудитории, в которой он распространяется.

Среди неформальных визуальных каналов распространения политической информации в параграфе выделены граффити и самодеятельные политические наклейки. Такого рода сообщения несут, прежде всего, суггестивную функцию, нацелены не столько на убеждение адресата, апеллирующее к логическому мышлению, сколько на эмоциональное внушение. В работе отмечена двойственная природа такого рода каналов коммуникации, могущих являться одновременно и механизмом участия «человека политического» в глобальных социальных процессах, и механизмом профессионально-коммуникативного воздействия на него же.

Однако куда более распространенным и влиятельным каналом коммуникативного воздействия на аудиторию является политическая риторика, незаслуженно редко, к сожалению, достаивающаяся в наши дни специального и пристального внимания политологов. Ее проблемы рассмотрены во втором параграфе главы - *«Современные модификации политической риторики»*.

Риторика - это метод прямых выступлений перед публикой, способ передачи информации с помощью ораторского искусства. В политической коммуникации риторика как механизм передачи сообщений отвечает за вербальную деятельность, адекватную намеченным целям и наиболее эффективную с точки зрения результата, а также за управление речевыми коммуникациями в целом. В работе рассматриваются не только основные целевые установки политического выступления, но и общие рекомендации по его созданию, основные риторические эффекты, помогающие добиться внимания слушателей, и другие технологические приемы конструирования вербального взаимодействия в политике²⁸.

Автор полагает, что исследование механизмов политической риторики целесообразнее всего проводить, исходя из классификации ее по ряду основных параметров. Так, сильнейший отпечаток на формирование устного политико-коммуникативного акта накладывает личность коммуникатора: выступления будут сильно отличаться в зависимости от политической позиции, занимаемой лидером, от его властного статуса (борется политик за власть или уже завоевал ее) и так далее. Весьма ощутимы технологические различия и между конструированием устных посланий, обращенных к разным типам аудитории - профессиональной, хорошо подготовленной или стихийной, массовой. Однако особенно сильно рзняются сегодня механизмы

²⁸ См об этом Михальская А К Русский Сократ Лекции по сравнительно-исторической риторике – М , 1996, Политический дискурс в России – 2 Материалы рабочего совещания – М , 1998, Рекламный текст семиотика и чингвистика – М , 2000, Шепель В М Имиджелогия Секреты личного обаяния – М , 1994 и др

риторического воздействия в зависимости от того, прямым или опосредованным является вербальный контакт политического коммуникатора с адресатом.

Последнее наблюдение подводит нас к одной из наиболее специфичных социокультурных тенденций развития политической коммуникации на переломе двадцатого и двадцать первого веков. Дело в том, что риторическая ситуация, в которой оказывается современный политик, носит совершенно иной характер по сравнению с минувшими эпохами, когда речевое взаимодействие происходило «лицом к лицу», «из уст в уста». Между политическим лидером и массовой аудиторией чаще всего возникает третье, опосредующее звено: средства массовой информации. А поскольку у СМИ существуют собственные интересы в политике, свои формы воздействия, технологические приемы и особые возможности передачи политического сообщения, то на коммуникативном рынке не только появляется новый участник, но и сама риторика политической коммуникации приобретает особые черты.

В ней возникает принципиально новый метод, особая модификация «классического» риторического механизма - медиариторика, объединяющий в себе признаки прямого ораторского выступления и медийных способов передачи политического смысла. Специфическая особенность медиариторики заключается во взаимодействии совершенно разных, на первый взгляд, способов коммуниирования: метода личностного, непосредственного вербального контакта, включающего все возможности ораторского искусства, и метода тиражированной, «безличной» передачи политического сообщения на любые расстояния, аккумулирующего в себе «плюсы» и «минусы» воздействия на адресата с помощью средств массовой информации. В работе не только описывается сущность этого нового феномена, возникшего в политической коммуникации, но и определяются его специфические черты (техническое и технологическое усиление

первичной ораторской культуры, привнесение в риторику приемов рекламы и Паблик Рилейшнз и другие), иллюстрируется его современное действие, даются технологические рекомендации по его использованию.

Третий параграф главы, *«Новые тенденции медийного взаимодействия в политико-коммуникативных системах»*, посвящен наиболее значимым на сегодняшний день механизмам передачи сообщения в структуре политической коммуникации - средствам массовой информации, рекламе, Паблик Рилейшнз. В работе прежде всего отмечается, что функциональная природа данных коммуникативных практик современности формируется сегодня под влиянием как собственно политических, так и социокультурных факторов. Более того: проведенное исследование роли и места СМИ в политических процессах, принципиально новых веяний в медийном взаимодействии (в частности, связанных с сетью Интернет), а главное, возможностей СМИ создавать «новую политическую реальность», то есть мир символов и культурных кодов, определенным образом «кодирующих» общественное сознание в области политических убеждений, взглядов, ценностей, - свидетельствует об усилении социокультурного влияния средств массовой информации на аудиторию. Такая функциональная особенность существования СМИ может считаться важной тенденцией развития современной политической коммуникации.

Еще более важным является то, что современные СМИ, как показано в работе, все более активно используются не для информационных или аналитических целей, а для «раскрутки» политических событий и имиджей, для специального управления информационными потоками в пользу тех или иных политических субъектов. Подобные целевые установки, как и особые приемы и методы, пришедшие в практику средств массовой информации из смежных коммуникативных областей рекламы и PR, свидетельствуют не просто об изменении традиционных функций СМИ, но о новой тенденции их развития: «сращении» средств массовой информации с технологиями Паблик

Рилейшнз в области политики, превращении СМИ из канала передачи политико-коммуникационного сообщения, в функциональный механизм комплексного воздействия на общество, а также о создании единого интегративного комплекса массовых коммуникативных технологий (СМИ,, реклама, Паблик Рилейшнз) в структуре политической коммуникации.

Данная тенденция заставляет с особым вниманием отнестись к возможностям современной рекламы, и Паблик Рилейшнз, которые представляют собой наиболее активно развивающийся, наиболее востребованный сегмент коммуникативных технологий в области политики. Анализ этих механизмов передачи политического сообщения в работе также осуществлялся с социокультурных позиций; данный подход позволил автору не только выявить причины» низкой эффективности многих политико-коммуникативных актов, но и предложить собственное видение проблемы разграничения «белых» и «черных», цивилизованных и нецивилизованных методов воздействия на аудиторию. С нашей точки зрения, совокупность таких методов может быть условно поделена на культурные и антикультурные технологии рекламы, и Паблик Рилейшнз, «водораздел» между которыми помогает провести все предыдущее исследование социокультурных особенностей современных политико-коммуникативных процессов.

В частности, *культурные технологии* рекламы и Паблик Рилейшнз в политике можно определить как технологии, опирающиеся на выработанные человеческим сообществом правила (прежде всего, законодательные и этические), а *антикультурные* основываются на «игре без правил», на одностороннем нарушении принятых норм, на стремлении «обойти законы». *Культурные технологии* основываются на знании ментальных особенностей и традиций населения того или иного региона, легко вписываются в социокультурный контекст эпохи, а *антикультурные* стремятся не к поиску общего языка и взаимного понимания, а к навязыванию собственного

мнения, собственной воли и собственных интересов; они настроены не на диалог, а на монолог. *Культурные технологии* политической рекламы и Паблик Рилейшнз - это субъектные технологии, *антикультурные технологии* относятся к объектным методам, к одностороннему воздействию на человека как на объект, (специалисты по теории игр сравнивают такие технологии с игрой не с другим игроком, а с неодушевленной *игрушкой*). Наконец, *культурные технологии* - это креативные технологии, опирающиеся на творческий подход к каждой конкретной кампании; *антикультурным же технологиям* свойственно представление о любой коммуникации как о типовой технологической цепочке, об адресате как усредненной субстанции, а о политической рекламе и PR - как о стандартном наборе приемов, подходящем ко всем случаям жизни.

Исходя из всего сказанного в данном параграфе, можно отметить, что в политической рекламной и PR-коммуникации, как и в политике в целом, сегодня все громче заявляет о себе политико-культурный подход, дающий, по словам К.С. Гаджиева, «возможность проникнуть вглубь реальностей, преодолеть обычное, поверхностное и одномерное видение..., нащупать глубоко запрятанные корни национальных мифов, традиций, представлений и т.д., существующих в сознании всех членов общества - от главы государства, до маргинала»²⁹. Такой, подход к современным коммуникативным практикам позволяет не только выявить, но и грамотно использовать по-настоящему мощный культурный потенциал, которым располагает современное общество и который политика до сих пор, к сожалению, не научилась использовать в полной мере, ко который она все же применяет в тех случаях, когда догадывается о его значимости.

²⁹ Гаджиев К.С. Политическая культура: концептуальный аспект // Полис. – 1991. – № 6. – С. 73.

В целом, подводя итог проведенному анализу, можно отметить, что пренебрежение социокультурными возможностями взаимодействия с обществом, опора лишь на старый багаж политических технологий не только обедняют и примитивизируют политическую коммуникацию, но и приводят к неизбежному проигрышу в достижении поставленных социальных целей. Сегодня речь идет фактически о создании новых мета-технологий управления политическими процессами, эффективное конструирование которых детерминировано не только политическими, социальными, технологическими факторами, но всем обширным контекстом окружающей среды. Именно поэтому и пришло время комплексного социокультурного анализа политической коммуникации, попытка которого предпринята в данной диссертационной работе.

В *заключении* формулируются основные выводы исследования, подводятся его окончательные итоги. Автор отмечает, что политико-коммуникативные процессы в российском обществе претерпели на переломе XX-XXI веков значительные изменения. Попытки перейти от иерархической коммуникации к демократической, от монологовых моделей - к диалоговым, от однонаправленного информационного воздействия - к взаимодействию на основе обратной связи далеко не во всем увенчались успехом, однако решительным образом изменили и политический ландшафт российского общества, и способы формирования коммуникативных актов в области публичной политики. В связи с этим насущной становится задача поиска новых решений в деле установления взаимопонимания между властью и обществом - задача, которая, по мнению автора, принципиально нерешаема вне социокультурных методов анализа, взаимодействия и прогноза.

При этом, как отмечено в *заключении*, феномен политической коммуникации сам по себе является настолько многомерным и объемным, что любые попытки исследования в данной области неизбежно сталкиваются с необходимостью четкого самоограничения и вычленения собственной

парадигмы научного движения в рамках заявленной темы. Автору данной диссертационной работы пришлось не без сожаления, но вполне сознательно отказаться от подробного рассмотрения многочисленных проблем общетеоретического, политико-психологического, технологического и некоторых иных планов (вопросы взаимосвязи политической коммуникации и политической пропаганды; аспекты политического лидерства, имиджа лидера; проблемы политического общения в его специфических формах: переговоров, полемики, консультаций и многое другое). Это позволило сосредоточиться на собственном, весьма актуальном круге исследовательских задач, связанном с социокультурными тенденциями современных политико-коммуникативных процессов и соответствующими механизмами их осуществления.

Само определение «социокультурный» означает, с нашей точки зрения, что упомянутые механизмы и тенденции возникают в политике под определенным «давлением» социальных и культурных реалий жизни общества, отражают глобальные социальные и культурные «подвижки», происходящие в цивилизационном движении человечества, а также аккумулируют в себе те приемы, формы, технологии, методы, которые вызваны к жизни самым широким взглядом на политику как на особый вид деятельности, совокупность знаний и умений по руководству обществом, осуществляемый Человеком во всей противоречивости его социальной и историко-культурной природы. Именно такой взгляд на политику характерен для современного развития политологического знания, и именно он продиктовал авторам книги «Акмеологические основы эффективных политических коммуникаций» суждение о том, что «в анализе перспектив развития современных политических процессов все чаще отмечается глобальная тенденция перемещения конкуренции из сферы Hi-Tech в сферу

Hi-Hume»³⁰ - то есть к человековедческим, гуманитарным аспектам политологии.

Поэтому автор считает не только возможным, но и необходимым говорить сегодня о насущной необходимости особого, социокультурного «прочтения» политики. Если социологический- подход диктует исследователю изучение политических институтов и процессов в их социальном контексте, в парадигме влияния общества на государство, то сфера интересов культурологического подхода к политике лежит, на наш взгляд, в области влияния на политические процессы универсальных культурных констант. Такие общие категории мировой культуры, как время и пространство, миф и ритуал, игра и текст, а также некоторые другие, объединенные в систему и рассмотренные в их социальном преломлении, позволяют увидеть политико-коммуникативные процессы в целом в новом ракурсе. А неизбежное для анализа этих процессов осмысление социальных и культурных ролей медийных и немедийных средств передачи политического смысла дает возможность не только выявить специфику интересующих нас процессов в современную историческую эпоху - в начале XXI века, - но и довершить формирование предложенной системы механизмов осуществления политико-коммуникативного акта, подчиняющихся социокультурным тенденциям развития современного общества.

Современная политика в целом немыслима без развитых коммуникативных процессов, а ее субъекты - без навыков управления ими. Значимость такого рода элементов политической деятельности только возрастает с течением времени, а сами они становятся все более сложными и интегративными, подчиняются все большему количеству факторов и все сильнее опираются на самые разные технологические методы. По мнению

³⁰ Акмеологические основы эффективных политических коммуникаций – М., 2003. – С.

А.И. Соловьева, «заинтересованность общества в понимании тенденций и механизмов своей эволюции неизбежно повышает активность исследования политико-культурных явлений»³¹. Именно поэтому осмысление социокультурных тенденций новейшего развития политической коммуникации, а также связанного с ними, комплекса эффективных механизмов ее осуществления, представляется крайне насущной и ждущей дальнейших вариантов решения задач.

ОСНОВНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

1. Шомова С.А. Политическая коммуникация: социокультурные тенденции и механизмы. - М: Издательство ИНИОН, 2004. - 15, 5 п.л.
2. Шомова С.А. Политические шахматы. Паблик Рилейшнз как интеллектуальная игра. - М.: РИП-Холдинг, 2003. - 10 п.л.
3. Ученова В.В., Шомова С. А. Полифония текстов в культуре. - М.: Омега-Л., 2003. - 6 п.л./24 п.л.
4. Ученова В., Гринберг Т., Конаныхин К., Петрушко М., Шомова С. Реклама: палитра жанров. - М.: Гелла-принт, 2004. - 3 п.л./ 15,6 п.л.
5. Шомова С.А. Реклама как зеркало политической- культуры // Реклама: культурный контекст. - М.: РИП-Холдинг, 2004. - 1. п.л.
6. Шомова С.А. PR-текст и проблемы политической герменевтики // Паблик Рилейшнз и реклама в системе коммуникаций. - М.: МГУ, 2004. - I п.л.
7. Шомова С.А. Социокультурные механизмы. современной политической коммуникации // Социально-гуманитарные знания. - 2004. - № 3. - 0,7 п.л.

³¹ Соловьев А.И. Социокультурное измерение политического процесса (методологический аспект) Автореферат дис... докт. полит. наук. - М ; 1994. - С. 2.

8. Шомова С.А. Политическая коммуникация. как социокультурный феномен' // Актуальные проблемы гуманизации современного социального < образования. Материалы Третьих годовичных чтений Гуманитарного факультета МГСУ. - М: МГСУ, 2004. - 0,3 п.л.
- 9: Шомова С.А. Медиариторика как метод политической PR-коммуникации >// Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. - 2003. - № 4. - 0,5 п.л.
10. Шомова С.А. Аноним как адресат. «Слабое звено» политической коммуникации // Социально-гуманитарные знания. - 2003. - № 5. - 0,5 п.л.
11. Шомова С.А. Политический хронотоп (категории пространства и времени в политической коммуникации) // Государственная служба. - 2003. - №4. - 0,5 п.л.
12. Шомова С.А. «Другие берега» российской политической рекламы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. - 2002. - №3. - 0,7 п.л.
13. Шомова С.А. Паблик Рилейшнз как. метод политической коммуникации // Журналистика в 2001 году: СМИ и вызовы нового века. Тезисы международной научно-практической конференции. Часть 7. - М.: МГУ, 2002. - 0,1 п.л.
14. Шомова С.А. PR-образование: единый подход или специализация? // Паблик Рилейшнз: современное образование. Сборник докладов на международной конференции «Связи с общественностью: образование и карьера». - М., 2001: - 0,1 п.л.
15. Шомова С.А. Эволюция форм самопрезентации в культуре // Журналистика в 19099 году. Тезисы международной научно-практической конференции. Часть 6. - М.: МГУ, 2000. - 0,1 п.л.

Общий объем опубликованных по теме диссертации работ - более 40 п.л.

Лицензия :Серия ИД № 00748 от 18.01.2000 г.
Подписано к печати 26.06.2004 г. Формат 60х84\16
Бум. офсетная № 1. Печать офсетная.
Усл. печ. л.3.5 Уч.-изд.л. 30
Тираж 100 экз. Заказ № 79

Отпечатано в типографии ИНИОН РАН

№ 17395