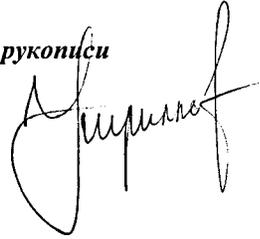


На правах рукописи

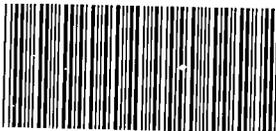


КИРИЛЛОВ Александр Николаевич

**РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ
В СИСТЕМЕ «ВЛАСТЬ-ОБЩЕСТВО-ЧЕЛОВЕК»
В НАЧАЛЕ XXI В.**

**Специальность 23.00.02 - Политические институты,
процессы и технологии**

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



005538540

14 НОЯ 2013

Москва, 2013

Работа выполнена на кафедре истории и политологии
ФГБОУ ВПО «Государственный университет управления»

Научный руководитель: **Костриков Сергей Петрович**
доктор исторических наук, профессор,
зав. кафедрой истории и политологии

Официальные оппоненты: **Асонов Николай Васильевич**
доктор политических наук, доцент,
профессор кафедры политологии и
социологии ФГБОУ ВПО МГПУ

Юдин Иван Валерьевич
кандидат политических наук, доцент
кафедры философии, политологии,
социологии им. Г.С.Арефьевой
ФГБОУ ВПО НИУ «МЭИ»

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «МГУ имени М.В.Ломоносова»

Защита диссертации состоится «06» декабря 2013 года в 14 часов на заседании диссертационного совета Д 212.049.13 при Государственном университете управления по адресу: *109542 г. Москва, Рязанский проспект, 99, Учебно-административный корпус, зал заседания Ученого совета Института государственного управления и права (ауд А.-319).*

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Государственного университета управления: *109542 г. Москва, Рязанский проспект, 99.* Объявление о защите и автореферат диссертации размещены на сайте Министерства образования и науки РФ: <http://vak.ed.gov.ru/gu> и на сайте ГУУ: <http://www.guu.ru>

Автореферат разослан « 06 » ноября 2013 г.

Ученый секретарь
Диссертационного Совета,
к.филол.н., доц.



А.В.Лопарев

I. Общая характеристика работы

Актуальность темы диссертационного исследования заключается в том, что на современные отношения между государством, обществом, человеком и средствами массовой коммуникации влияют ряд обстоятельств. Во-первых, существуют серьезные научные разногласия и противоречия в самой теории массовой коммуникации, во-вторых, остаются нерешенными целый ряд практических задач в сфере массовых коммуникаций, и в том числе вызовы времени, на которые теория должна давать адекватный ответ.

До сих пор остается дискуссионной проблема, возникшая вместе с появлением первых средств массовой информации и самого понятия «социально-политическая коммуникация». Это связано с вопросом является ли социально-политическая коммуникация только процессом межсубъектного взаимодействия (т.е. диалогической и симметричной), или же это процесс воздействия субъекта на объект (т.е. коммуникация всегда асимметрична), т.е. кто на кого оказывает воздействие и возможно ли взаимодействие между сторонами коммуникационного акта.

В ряде научных работ по теме исследования обосновывается мысль о невозможности совпадения структур содержательно-смысловых доминант у отправителя и получателя, т.е. невозможности диалога. В связи с этим, *актуальным является выявление условий, при которых социально-политическая коммуникация может или не может быть диалогической.*

В то же время, симметричность или асимметричность социально-политической коммуникации, по нашему мнению, тесно связана с политическими условиями, в которых она функционирует, а эти условия образованы особенностями взаимодействия власти, общества, личности и СМИ в разные исторические периоды, в разных политических культурах, в разных политических режимах. Теоретическая актуальность темы настоящего исследования не ограничивается указанной проблемой.

В политологии под коммуникацией понимаются все виды коммуникационных процессов, оказывающих влияние на политику. В социологии понятие социальной коммуникации трактуется достаточно широко как смысловой аспект социального взаимодействия. Исследование условий симметричности/асимметричности такого взаимодействия находится на острие дебатов по вопросам современного социально-гуманитарного знания.

Второе направление ставит перед исследователем определенный круг вопросов, связанных с применением современного комплекса СМИ для создания имиджа конкретных общественно-политических, экономических и международных событий в интересах правящих режимов, в попытках таким образом воздействовать на общество, человека и даже международное общественное мнение, чтобы обеспечить поддержку своего политического курса.

Следует отметить, что многие учёные, которые придерживаются политехнологического подхода (постулирующего асимметричность

коммуникации власти и общества) к построению социально-политических коммуникаций, в своих работах отмечают, что даже несмотря на совпадение имиджей политических лидеров, партий с существующими в обществе стереотипами, использованием лишь манипулятивных технологий не добиться решения реально существующих проблем. Всё чаще озвучивается необходимость улучшения взаимоотношений государства и общества

Такое развитие общественно-политических коммуникаций, при котором они оказываются асимметричными, имеет в качестве последствий, во-первых, угрозу демократическому устройству политической системы в государстве, а во-вторых, деградацию качеств гражданина – активного участника политической коммуникации и представителя гражданского общества, - превращая его в объект политтехнологического воздействия и политического манипулирования.

Превращение средствами массовой коммуникации общества и человека в объект воздействия со стороны власти, означает целенаправленное формирование отчужденности электората от политического участия, что отменяет основные достижения политического прогресса в аспекте реализации идеи достижения общего блага.

Не менее остро стоит проблема культурного отчуждения человека в условиях насаждения массовой культуры, которая также зачастую не только распространяется, но и формируется средствами СМИ. Очень часто владельцы различных видов СМИ одновременно являются и «производителями» предметов и объектов массовой культуры и заинтересованы в получении максимальной прибыли, следовательно, в распространении своего продукта среди масс общества. С целью облегчить потребление массами подобного продукта, СМИ стремятся изменить культурный уровень общества в соответствии с данной задачей. Это достигается за счет развития асимметричной массовой коммуникации. По этому поводу многие учёные, общественные деятели и политики говорят, что такая коммуникация расширяет пропасть между массовой и т.н. элитарной культурой. Более того, она тиражирует массовую культуру и тем самым ухудшает качество жизни человека, увеличивая его отчуждение от достижений культуры, которые становятся принадлежностью избранных меньшинств¹.

Однако доминирование асимметричной массовой коммуникации обусловлено вовсе не культурными, но преимущественно политическими и экономическими факторами, в первую очередь - взаимоотношениями между обществом, индивидом, СМИ и властью.

Развитие сети Интернет, позволившее сделать массовую коммуникацию максимально интерактивной, стимулирует исследование ранее поставленных проблем симметричного взаимодействия коммуникатора и реципиента (т.е.

¹ Адамьянц Т. З. К диалогической коммуникации: от воздействия к взаимодействию. – М.: Институт социологии РАН, 1999. – С. 6

источника информации, инициатора коммуникативного акта и её получателя). Интернет значительно ограничивает возможности СМИ объективировать реципиента и тем самым резко снижает контроль политической власти над человеком. Однако и в Интернете со временем стали действовать те же закономерности и особенности, которые определяют взаимодействие с аудиторией ТВ, газет и других СМИ, появившихся раньше. Таким образом, политическая власть даже в, казалось бы, давно и прочно ставших демократическими режимах, пытается и здесь выйти на уровень асимметричной коммуникации, пытается взять под контроль и всемирную сеть, которая, как будет описано в данной работе, является на нынешнем этапе исторического развития одним из основных инструментов эффективной пропаганды. Для этого существуют свои технологические приемы. Например, посредством создания и дальнейшего использования бот-сетей (большого количества компьютеров, атакующих «враждебные» ресурсы и выводящие их из строя, при этом действуют как конкретные люди, так и заданные программы). Другим, более точным способом, не воздействующим на аппаратную часть сети, однако влияющим непосредственно на сознание пользователя, является создание большого количества бот-аккаунтов (учётных записей без привязки к реально существующему человеку, а, как и в первом случае, на уровне программ). Их можно использовать для массированных комментариев к тем или иным новостям любого рода, что позволяет менять имидж описываемых там событий, а, следовательно, и пытаться сформировать нужное политической власти отношение к ним пользователей.

Таким образом, в современном обществе, построенном на принципах либеральной демократии, несмотря на большую свободу в выражении своих взглядов, человек всё равно не может избежать целенаправленного объективирующего воздействия источника информации. В таком случае Интернет так же, как и любое другое СМИ, может являться проводником навязываемых идей. Т. е. все СМИ становятся не только инструментами политической борьбы, но и фактически активно действующими политическими институтами. Вера многих людей в то, что Интернет объективнее «традиционных» СМИ привела к реализации так называемых «Твиттерных революций», эффект от которых сегодня можно наблюдать на территории Ближнего Востока и Северной Африки. Этот феномен ещё ждет своего всестороннего исследования.

Кроме того, современные технологии позволяют отслеживать в сети не только культурные, потребительские и прочие потребности конкретного человека, но и его личную, профессиональную, общественную и политическую жизнь. Все это может использоваться властью как для контроля над конкретным человеком, различного рода группами и обществом в целом, так и для нужных ей информационных воздействий.

Исходя из сказанного выше, в настоящей работе под СМИ будут пониматься все существующие способы и технические средства массовой

коммуникации, как односторонние, так и двухсторонние, потому что в основе их становления, функционирования и развития лежат одни и те же тенденции. Они также рассматриваются и как инструменты современных политических технологий, имеющие распространение практически по всему миру.

Огромное влияние СМИ, их подконтрольность различным группам интересов, а также попытки подчинить их государству в целом (как мы можем это видеть на собственном примере), а также связанная с этим фактом полемика в широких общественно-политических кругах о манипуляциях не только социальными группами, но и сознанием конкретных людей, обсуждение возможности конструирования социальной реальности - эти и многие другие факторы характеризуют научную и практическую общественно-политическую *актуальность исследования*.

Степень разработанности проблемы. Первую модель теории коммуникационного процесса, рассматривавшую коммуникацию в основном как воздействие источника информации на реципиента, создал знаменитый американский политолог Г. Лассуэлл в 1948 г. Позднейшие модели коммуникационного воздействия, в основном, представляют собой ее модификации. В частности, К. Шенноном и В. Уивером² была описана т.н. шумовая модель, которая была дополнена факторной моделью коммуникации Г. Малецки, выделявшим помимо технических и семантических шумов еще около двадцати факторов, оказывающих влияние на участников коммуникационного акта и составляющих его контекст. Позже появилась интеракционистская модель коммуникации Т. Ньюкомба³. Еще более активную роль реципиента в коммуникации подчеркнули В. Шрамм и К. Осгуд в сбалансированной модели коммуникации⁴.

Проблемы теории коммуникации в рамках различных дисциплин (в основном - в области социологии и психологии) разрабатывали Э. Беттингхаус, П. Лазарсфельд, Р. Мертон, М. Де Флюэр, К. Ховлэнд, А. Бандура, Дж. Гербнер Дж. Блумлер, Г. Герцог, Э. Кац⁵, Г. Малецки, Д. Гербнер, А. Моль, Д. Макквейл, Т. Иглтон, С. Холл, О. Клапп, У. Онг, Р. Л.

² *Schannon C., Weaver W.* The mathematical Theory of Communication. - Urbana: University of Illinois Press, 1949 (русский перевод Шеннон К. Э. Работы по теории информации и кибернетике. - М.: Изд-во иностр. лит-ры, 1963).

³ *Newcomb T.* An Approach to the Study of Communications Acts // *Psychological Review*, 1953, N 60

⁴ *Schramm W.* How Communication Works / Shramm W., ed. The process and effects of mass communication. - Urbana, IL: University of Illinois Press, 1954; *Osgood G. E.* Psycholinguists: a survey of theory and research problems // *Journal of Abnormal and Social Psychology* 49 (1954, Oct.). Morton Prince Memorial Supplement

⁵ *Беттингхаус Э.* Советы для коммуникатора. - М.: 1980.; *Bandura A.* Principles of Behavior Modification. - New York: Holt, Rinehart and Winston, 1969; *Blumler. J. G., Katz E.* (eds.) The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. - Beverly Hills and London: Sage Publications, 1991; *De Fleuer M. L., Ball-Rokeach S.* Theories of Mass Communication. - New York: Longman, 1989 (5th ed.); *Gerbner G., Gross L., Morgan M., Signorielli. N.* Growing up with television: The cultivation perspective // *Media effects: Advances in theory and research.* - Hillsdale, New Jersey Hove: Lawrence Erlbaum Associates, 1994; *Hovland C. I., Lumsdaine A. A., Sheffield F. D.* Experiments in Mass Communication. - Princeton University Press, 1949; *Katz E., Lazarsfeld P. F.* Personal Influence: The part played by people in the flow of mass communications. - New York: Free Press, 1955; *Lasswell H. D.* The Structure and the Function of Communication in Society. *Mass Communications.* - Urbana: University of Illinois Press, 1949.; *Lazarsfeld P. F., Merton K.* Mass Communication, popular taste and organized social action. - New York: Harper and Brothers, 1948

Шейон⁶; из отечественных исследователей – Н.Н. Богомолова, М.А. Василик, М.С. Вершинин, К. Вилер, Д.П. Гавра, Г.Н. Горшенков, М.Н. Грачев, В.А. Мансуров, О.Т. Мельникова, Э.А. Орлова, Л.Н. Федотова, Б.М. Фирсов, А.В. Шариков⁷ и многие другие.

Для настоящего исследования важной является работа известного американского социолога и экономиста Р. Хайлбронера⁸, который раскрыл механизмы манипуляций и произвола по отношению к реципиенту информации.

Советская традиция в теории коммуникации представлена трудами П. С. Гуревича⁹ и Б.М. Фирсова¹⁰, которые рассматривали использование массовой коммуникации, как в буржуазных странах, так и применительно к советской политической реальности. Изучением массовой коммуникации в постперестроечные годы занимались отечественные исследователи Т.М. Дридзе, Т.З. Адамьянц, Б.Л. Борисов, Л.Н. Федотова¹¹ и другие, рассматривавшие различные аспекты телекоммуникации, рекламы и PR, коммуникации и партнерства и т.п.

При расширительном толковании социальной коммуникации с выходом на взаимную социально-политическую обусловленность участников коммуникационного процесса невозможно обойтись без концепций знаменитых учёных П. Бергера, Т. Лукмана, Э. Гидденса¹².

⁶ *Eagleton T. Ideology: An introduction / T. Eagleton. – London: Verso, 1991; Gerbner G., Gross L., Signorielli N., Morgan M. Aging with television: Images on television drama and conception of social reality // Journal of Communication. – Vol. 30 (Issue 1). – 1980. – P. 37-47; McQuail D. Mass Communication Theory: an Introduction. – London: Sage Publications, 1987; Shramm W. Mass Media and National Development. – Stanford University Press, 1964; Моль А. Социодинамика культуры. – М.: Прогресс, 1973; Сиберт Ф., Шрам У., Пуперсон Т., Четыре теории прессы. – М.: Вагриус, 1998.*

⁷ *Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио, телевидения. – М.: МГУ, 1991; Бойко В.В. Социально-психологическое изучение некоторых проблем информационного телевидения. Автореферат кандидатской диссертации по психологии. – Ленинград: ЛГУ, 1969; Грушин Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. – М.: Знание, 1979; Мельникова О.Т., Богомолова Н.Н. Отношение аудитории к коммуникатору как фактор эффективности коммуникативного воздействия // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1990; Федотова Л.Н. Социология средств массовой коммуникации. – М.: изд. МГУ, 2005; Фирсов Б.М. Телевидение глазами социолога. – М.: Искусство, 1971; Шариков А.В. Психологические аспекты информационного вещания. Сборник материалов. // Под ред. Незнамова В.П., Парканского А.Б., Шарикова А.В. – М.: ВГТРК, 2002.*

⁸ *Хайлбронер Р.Л. Экономическая теория как универсальная наука // THESIS Теория и история экономических и социальных институтов и систем. - Зима 1993 г. - Т. 1. - Вып. 1.*

⁹ *Гуревич П.С. Буржуазная пропаганда в поисках теоретического обоснования. – М.: Политиздат, 1978.*

¹⁰ *Фирсов Б.М. Проблема изучения эффективности массовой коммуникации // Человек социалистического общества и процессы массовой коммуникации: Советско-венгерские исследования массовой коммуникации. Т. 4. – Будапешт – JL, 1983.*

¹¹ *Адамьянц Т.З. К диалогической телекоммуникации: от воздействия к взаимодействию. – М.: Институт социологии РАН, 1999; Борисов Б.Л. Технология рекламы и PR. – М.: Фаир-пресс, 2004; Дридзе Т.М. Коммуникация и партнерство // Конфликтология в трансформирующихся России и обществе: теория и практика. Тезисы и материалы всероссийской конференции. (Отв. ред. Т.М. Дридзе, Л.Н. Цой). – М.: РАН, 1998; Дридзе Т.М. На пороге экوانтропцентрической социологии // Общественные науки и современность. – 1994. - № 4; Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. – М.: Институт социологии РАН, 2001.*

¹² *Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. – М.: Издательство «Медиум», 1995; Giddens A. The Constitution of Society. – Cambridge, 1984.*

Проблему экзистенциальной коммуникации, в которой центральную роль играет диалог, исследовали западные философы Н. Аббаньяно, С. Бовуар, А. Камю¹³, Г. Марсель, М. Мерло-Понти, Х. Ортега-и-Гассет, Ж.-П. Сартр, М. де Унамуно, М. Хайдеггер, Л.И. Шестов, К. Ясперс¹⁴. Также этот вопрос рассматривали представители персонализма Э. Мунье¹⁵ и диалогизма (философии диалога) М. Бахтин, М. Бубер¹⁶, Э. Левинас, Ф. Розенцвейг.

Соотношение средств массовой коммуникации, человека и власти изучали представители неомарксизма, критической теории Франкфуртской школы в лице Т. Адорно, С. Брунсвика, Д. Левинсона, Р. Санфорда, Э. Френкеля, а также представители культурологического направления Р. Вильямс, С. Халл, Р. Хогарт.

Массовая коммуникация привлекла к себе внимание ученых в связи с развитием технических средств передачи информации еще в начале XX в. – радио, телевидения, а также технологий, позволявших увеличить тиражи печатных средств массовой информации. Развитие сети Интернет сделало массовую коммуникацию действительно интерактивной. Изучение характера современной политической коммуникации, которое, однако, не идет обычно дальше констатации его субъектно-объектного характера, лишенной морально-этической оценки и исследования истории вопроса, дано в работах К. Фарбера¹⁷, Е.В. Забураевой, А.Б. Зверинцева, И.В. Князевой, С.Ю. Лисовой, А.И. Мансуровой и др.¹⁸

В числе исследователей, работающих над поисками инструментов усиления манипулятивного характера современной политической коммуникации, можно назвать Т.Э. Гринберга¹⁹, Е.Л. Доценко²⁰, Т.В. Евгеньеву, М. Е. Кошелока²¹, Е. Малкина, Д.В. Ольшанского²², Е. Сучкова, А. Цуладзе, А. Н. Чумикова²³, А. И. Соловьева, Г. В. Пушкаревой, Г. Г. Почепцова, М. Н. Грачева и многих других.

Политические средства, направленные на достижение симметричности диалога в социальной коммуникации, в ракурсе постановки проблемы

¹³ См.: Камю А. Посторонний. // Камю А. Сочинения. – М.: Прометей, 1989

¹⁴ См.: Ясперс К. Философия. Кн. 1. – М.: «Канон +», 2012

¹⁵ См.: Мунье Э. Персоналистическая и общностная революция. // Мунье Э. Манифест персонализма. – М.: Республика, 1999

¹⁶ См.: Бубер М. Я и Ты. // Бубер М. Два образа веры. – М.: Политиздат, 1996

¹⁷ Фарбер К. Манипулируемое общество. Цит. По Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. – СПб.: Питер, 2007.

¹⁸ Забураева Е.В. Управление общественным мнением в условиях современной России. Автореферат дисс... к. социол. наук. – М., 2009; Князева И.В. Манипуляция общественным сознанием: сущность, исторические формы, трансформация (социально-философский анализ). Автореферат дисс... к. филос. наук. – Воронеж, 2011; Мансурова А.И. Манипуляция общественным сознанием посредством СМИ на примере концептосферы «Защита». Автореферат дисс... к. филол. наук. – Уфа, 2000; Лисова С.Ю. Манипуляция массовым сознанием в политической рекламе: региональный аспект. Автореферат дисс... к. полит. наук. – М., 2004

¹⁹ Гринберг Т. Э. Политические технологии: PR и реклама. – М., 2005.

²⁰ Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита.— М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997.

²¹ Кошелока М. Е. Технологии политических выборов. – СПб., 2004.

²² Ольшанский Д. В. Политический PR. – СПб., 1993.

²³ Чумиков А.Н. Связи с общественностью. – М., 2001.

обеспечения обратной связи между политической системой и гражданским обществом, остаются практически не изученными. Поэтому настоящее исследование предполагает восполнить пробел в этом вопросе.

Объектом исследования являются массовые социально-политические коммуникации в системе «Власть – общество – человек».

Предметом диссертационной работы является исследование основных тенденций развития социально-политических коммуникаций на примере ряда современных демократий в контексте их воздействия на формирование или изменение политического сознания и политического поведения индивида, группы, общества в целом со стороны государства, политической власти.

Цель исследования состоит в раскрытии современных особенностей социально-политических коммуникаций, их положения в системе «Власть – общество – человек», в обосновании возможных путей преодоления политического манипулирования со стороны стоящих у власти социально-политических сил.

В соответствии с поставленной целью **задачами** исследования являются:

- **показать** основные направления современной теории социально-политических коммуникаций.

- **раскрыть** специфику политических условий развития социально-политических коммуникаций в России и странах развитой демократии;

- **обосновать** роль СМИ как одного из главных инструментов политтехнологического воздействия в изменениях взаимоотношений общества, индивида и власти в начале XXI в.;

- **классифицировать** антиномичные тенденции развития социально-политических коммуникаций в соответствии с основными моделями функционирования политики и политических целей;

- **раскрыть** механизмы управления общественным сознанием со стороны политических институтов-инициаторов социально-политической коммуникации, выявить свойства этого механизма, препятствующие реализации политической идеи «достижения общего блага»;

- **определить** пути преодоления дегуманизации современной политики в направлении развития симметричных диалогических социально-политических коммуникаций;

Теоретико-методологические основы и методы исследования. Теоретико-методологическим фундаментом настоящего исследования служат теория Э. Гидденса и эоантропоцентрическая концепция Т.М. Дридзе, в рамках которых предлагаются методы решения противоречия в понимании социального действия как одновременно структурируемого и структурирующего, а также антиномичности атомистского и холистского подходов в социологии политики. При анализе политического аспекта социально-политических коммуникаций за основу берется модель конструирования реальности П. Бергера и Т. Лукмана и концепция стереотипов У. Липпмана.

Критический подход к коммуникации в настоящем исследовании основывается на выводах теоретиков Франкфуртской школы, а анализ проекта Просвещения проводится на основе критических концепций Ю. Хабермаса и З. Баумана. Обоснование эффективности символического действия опирается на концепции П. Бурдьё, П. Шампаня, Р. Арона и Р. Дебре.

В исследовании используются также методы анализа и синтеза, обобщение, систематизация, классификация, сравнительное сопоставление. Используются методы абстракции, индукции и дедукции, а также методы качественного и количественного анализа, статистический и регрессионный анализ, контент-анализ.

Информационную базу исследования составили текстовые материалы, сопровождающие видеосюжеты новостей из архивов официальных сайтов каналов RT и BBC.

RT (Russia today) – сравнительно новый российский информационный телеканал, представляющий официальную точку зрения Правительства РФ на различные события в стране и мире. Он рассчитан прежде всего на англоязычную аудиторию за рубежом. BBC – одна из старейших и авторитетнейших теле- и радио- корпораций, связанная с британским кабинетом министров, имеющая огромную аудиторию по всему миру. В качестве примеров взяты различные формы освещения острейшего международного кризиса – события в Ливии в 2011-2012 гг.

Гипотеза исследования. Современные СМИ, выражающие и защищающие объективные и субъективные интересы социально-политических сил, находящихся у власти, выстраивают в отношении массовой аудитории диалогическую коммуникацию не столько с целью наладить подлинное симметричное взаимодействие общества и власти, сколько с целью получить представление о наиболее уязвимых местах в сознании аудитории в плане критического восприятия информации. Стремясь к манипуляции и контролю восприятия народных масс, политические силы, стоящие у власти через СМИ конструируют определенную социальную реальность, транслируя свои политические интересы, зачастую далекие от объективных интересов общества в целом. При этом они опираются на теоретические наработки современных политологов, социологов, философов, психологов, отвергающие возможность диалогической коммуникации и часто пытающихся оправдать применяемые в СМИ политтехнологии. В качестве ответной (защитной) меры можно говорить о существовании социально-политических механизмов, ограничивающих возможность СМИ в плане манипуляции информацией, однако они несовершенны и нуждаются в дальнейшей теоретической и практической разработке.

Научная новизна диссертационного исследования:

- раскрыты современные механизмы конструирования социальной реальности через СМИ, посредством которых маскируются определенные политические интересы;

- **определены** особенности и тенденции развития социально-политических коммуникаций в России и странах развитой демократии
- **показано** функционирование институтов гражданского общества с точки зрения их способности обеспечить симметричность политического характера коммуникации;
- **рассмотрена** концепция диалогической социально-политической коммуникации в рамках структуры политических механизмов, способствующих или препятствующих ее симметричности;
- **определены** политические инструменты и условия достижения симметричности социально-политической коммуникации;
- **предложена** концепция снятия противоречий между структурирующими действиями социума и структурируемыми действиями индивида в современной политической коммуникации.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

1. К началу XXI в. СМИ в качестве каналов массовой коммуникации изменили взаимоотношение власти, общества и индивида. Благодаря процессам «символизации», трансформирующим не столько материальный мир, сколько представления о нём, меняются возможности властных политических институтов влиять на индивида, в результате он начал оказывать на социально-политическую действительность обратное воздействие.

2. Использование СМИ дало возможность влиять на сознание реципиента в рамках диалогической социально-политической коммуникации как с целью учета его интересов, так и выявления стереотипов для эффективного воздействия на него.

3. Стоящие у власти социально-политические силы активно пользуются возможностью формирования имиджа любого социального феномена посредством СМИ. Формирование имиджа технически осуществляется в рамках медиа-пространства. Но в освещении ряда событий оно выходит за его пределы и становится инструментом конструирования социальной реальности, которая накладывает определенные ограничения на проекты субъектов конструирования социальной реальности. Тем самым ставятся объективные пределы произвольному воздействию индивида на общество.

4. С появлением первых СМИ государство и власть столкнулись с проблемой критического отражения своих действий внутри страны и на международной арене, с тем, что позднее получило наименование «общественное мнение». Однако очень быстро различные государственные и политические институты стали использовать СМИ не только, как транслятор информации и выражение общественного мнения, но и как инструмент воздействия на общество и индивида. В странах с либерально-демократическими режимами политтехнологические возможности СМИ изменили отношения гражданского общества и государства. В зависимости от того, чьей стороны придерживаются СМИ, они способствуют либо усилению

контроля государства над обществом через навязывание сознанию представлений, выгодных правящим социально-политическим силам, либо усилению обратного контроля гражданского общества над государством, если СМИ предоставляют в распоряжение общества инструменты артикуляции подлинных интересов, а не навязанных политтехнологиями со стороны власти.

5. В эпоху «символизации» современного мира манипулятивные возможности СМИ существенно возросли технически и психологически, и этот фактор составляет преимущество государства, а не гражданского общества.

6. В настоящее время в политической сфере подавляющего большинства стран доминирует модель социальной коммуникации, диалог в которой предполагается, но происходит асимметричным образом. Ответная реакция аудитории тщательно изучается на первом этапе подготовки информационного воздействия, что является предпосылкой диалога, однако изучается она лишь для того, чтобы определить стереотипы и ожидания аудитории с целью наиболее эффективного воздействия. Отчуждение реципиента (индивида и общества в целом) от участия в политическом процессе происходит за счет придания ему свойств объекта политической коммуникации.

7. Современная политическая теория утверждает субъектно-объектный характер политической коммуникации в качестве должного. Это обусловлено несовершенством современных механизмов контроля гражданского общества над государством. Важнейшим в ряду таких несовершенств является невыполнение органами местного самоуправления своего предназначения как института прямой демократии – ни в рамках политических систем развитых демократических стран Запада и России, ни в рамках социально-политических экспериментов, объединенных идеей реализации социальной демократии.

8. Гарантией реализации политики как деятельности, направленной на общее благо, служит симметричная диалогическая коммуникация.

9. Асимметричность социально-политической коммуникации существует за счет недостаточного контроля государства со стороны гражданского общества с помощью медиа-каналов. Предлагаются механизмы такого контроля, имеющие разную степень эффективности.

10. Наиболее разрушительные для политической сферы последствия асимметричности социально-политической коммуникации имеют место не при прямом обмане избирателей субъектами политического процесса, а при длительной объективации реципиента через СМИ в интересах увеличения прибыли их владельцев посредством удешевления (и даже опошления) культурного продукта, результатом чего становится отчуждение основных общественных масс от настоящих культурных ценностей. Для

предотвращения такой объективации необходимо ограничение государством рыночных принципов *laissez-faire*²⁴, в сфере распространения информации.

Теоретическая и практическая значимость исследования:

Материалы исследования могут использоваться при чтении общих и специальных курсов по теории коммуникаций, политологии, политическому менеджменту, политическому маркетингу, современным политическим технологиям. Результаты настоящего исследования будут полезны при теоретической разработке совершенствования и расширения механизмов контроля гражданского общества над государством, участия граждан в политике; при изменении законодательства о средствах массовой информации.

Апробация результатов исследования.

Диссертация подготовлена на кафедре истории и политологии Института государственного управления и права ГУУ. Всего по теме диссертации опубликовано 6 статей (из них 4 в журналах, рекомендованных ВАК), общим объемом 1,95 п.л. Результаты исследования были изложены на международных научных конференциях по проблемам современной политической науки в 2012-2013 гг., на конференциях молодых ученых в рамках секции «Россия и мир: история и политология» в ГУУ.

II. Основное содержание работы

Во **Введении** обоснована актуальность исследования, определены его объект и предмет, цель и задачи, хронологические и территориальные рамки, представлена методологическая основа. Дана оценка степени изученности проблемы, показаны цели и задачи исследования, его научная новизна, рабочая гипотеза, раскрыты основные положения, выдвинутые на защиту, сформулирована теоретическая и практическая значимость работы, ее апробация на научных форумах и в публикациях.

Первая глава «Теоретико-методологические основы исследования» посвящена проблемам современной теории коммуникации, и связанных с ними политических аспектов развития взаимодействия общества и власти, что необходимо для раскрытия тех мировоззренческих подходов, на которые опираются как исследователи, так и практики.

В **первом параграфе «Современная теория коммуникаций как методология исследования отношений «Власть – общество - человек» и политтехнологического конструирования»** показаны различные научные подходы к определению социально-политических коммуникаций, проанализированы их преимущества и недостатки. Раскрыта эволюция

²⁴ *Laissez-faire* (фр. «позвольте делать»), «принцип невмешательства» - политико-экономическая концепция о допущении лишь минимального вмешательства государства в экономику.

научных взглядов на общественное развитие и в соответствии с ними классифицированы современные модели коммуникации. Описана модель конструирования реальности посредством распространения стереотипов, которые, в свою очередь представляют собой искусственно разработанные имиджи тех или иных событий. В параграфе рассмотрены различные современные классификации модели массовой коммуникации. Также рассмотрена разработка концепции диалогической коммуникации Т.М. Дридзе, которая позволила назвать массовую коммуникацию социальной. Основанная на принципах диалога (взаимодействие вместо воздействия), данная концепция открывает широкие возможности для исследования коммуникативных процессов, в особенности в социальной и политической сфере. Метод мотивационно-целевого анализа, разработанный в рамках эоантропоцентрической концепции, а также деление аудитории на социоментальные группы позволяют, во-первых, больше детализировать социально-политические коммуникации в аспекте построения симметричного взаимоотношения власти и общества, во-вторых, позволяют прогнозировать изменение картин мира аудитории, как следствие, социальные последствия тех или иных политических решений.

Во втором параграфе *«Политический аспект социальных коммуникаций»* раскрыты в соответствии с классификацией моделей коммуникации государства и общества взгляды на политические цели: достижение «общего блага» или самосохранение неподконтрольной обществу политической системы. Под политическим аспектом развития социальных коммуникаций рассматривается такое развитие, которое имеет своей целью либо усиление эффективности управления обществом со стороны государства, либо расширение политического участия и совершенствование механизмов общественного контроля над государством в интересах общего блага. При этом преследование любой цели предполагает использование инструментов власти и разделение на «своих» и «чужих».

В третьем параграфе *«Роль СМИ в отношениях власти, общества, индивида в политике XXI в.»* обоснована роль символизации социальной и политической реальности в начале XXI столетия в изменении взаимоотношений государства и общества. Показана роль СМИ как основного политтехнологического инструмента трансляции стереотипов, часто в интересах государства, которые в дальнейшем составляют «картины мира» отдельных людей.

В начале XXI в. социально-политические силы, стоящие у власти в государстве сумели изменить с помощью СМИ отношения власти, общества и индивида в связи с тем, что в современном мире символическое действие в целом стало доминирующим. Символическое действие – это действие акторов, направленное не на существующую реальность, но, в первую очередь, на представления о ней.

При символизации происходит снижение значимости материального фактора, которое идет по двум направлениям. Во-первых, по закреплению предела материальных ресурсов настолько окончательному, что дальнейший предел возможен только на уровне ресурсов символических. Во-вторых, обеспечение социальной иерархизации на основе распределения не материальных, а символических ресурсов. Символическое действие как воздействие на представления обрело первостепенную важность.

Объективных процессов, способствовавших повышению важности символической детерминанты, было недостаточно для того, чтобы имидж, формируемый посредством СМИ, стал объектом политического воздействия. Для последнего необходима была еще убежденность современной западной философской, социологической и политической науки в том, что символическое действие обрело первостепенную значимость. Именно благодаря подобной парадигме в науке сформировались представления о том, что социально-экономическими и политическими процессами можно управлять произвольно и независимо от объективных требований их развития, т. е. с помощью политических технологий.

Таким образом, проблемы социальных коммуникаций были переведены в политическую плоскость.

Во Второй главе «Особенности современного развития социально-политических коммуникаций» раскрыт механизм воздействия государства на общественное сознание посредством создания через СМИ альтернативной социальной реальности, а также последствия таких манипуляций.

В первом параграфе «Кризис экзистенциальности политики как результат доминирования асимметричной модели коммуникации» рассматриваются особенности современного развития социально-политических коммуникаций, которые состоят в том, что в настоящее время доминирует асимметричная модель. При этом на анализе подходов российских исследователей к моделям политического пиара показано, что в научной литературе нередко можно встретить тезис, что в политической сфере она является единственно возможной. Такое утверждение обуславливает кризис гуманистичности политики («поминки по Просвещению», как отмечалось в 80-е годы XX в. в политологической литературе).

Под политической коммуникацией следует понимать циркулирование политической информации от одной части политической системы к другой, от одного политического института к другому, а также между политической и социальной системами. Под «объективной политической коммуникацией» понимается такой обмен политической информацией, при котором хотя бы один из его участников становится объектом воздействия. Такая коммуникация в настоящее время активно используется в политике и политическом менеджменте для формирования определенных политических установок и предпочтений электората и манипулирования им. Гуманистическая (экзистенциальная) коммуникация в политической сфере,

напротив, предполагает равное и свободное положение всех участников обмена информацией, осуществляемое в диалогической форме, т.е. в форме двусторонней симметричной коммуникации.

Под «симметричной политической коммуникацией» понимаются такие политические отношения, в которых предполагается участие индивида в политической жизни, причастность его к политике, реализуемой ради его же блага. Деграцией такого положения вещей в асимметричной политической коммуникации является отношение субъекта политического управления к человеку как к объекту воздействия, пусть даже воздействия и преобразования считаются субъектами прогрессивными и служащими на благо управляемого объекта.

Однако построение симметричной политической коммуникации, основанное на манипулятивных технологиях, принципиально невозможно. Детализация этого процесса показана в следующем параграфе. В связи с этим возникает необходимость применения иного, диалогического подхода к реализации массовых коммуникаций, принципы и методы которого были изложены в работах Т.М. Дридзе и Т. З. Адамьянц.

Во втором параграфе *«Деграция политической идеи общего блага как результат воздействия манипулятивных технологий»* показано, что современные политические технологии искажают диалог между властью и обществом, поскольку выяснение потребностей и стереотипов народа используется затем не для формирования программ и партий, нацеленных на решение выявленных проблем, а для сохранения существующей политической системы путём манипулирования массами в период выборов. По нашему мнению, в современном мире очень часто политические технологии предстают в виде насилия над естественным политическим процессом.

Стремление к общественно-политическому прогрессу по либеральному стандарту, ставшему насилием над реальностью (естественным положением вещей), приводит к попыткам искоренения культур, обладающих неповторимой индивидуальностью, и насильственному насаждению шаблонов единой модели общества в глобальном масштабе, которое можно в целом определить как общество массового потребления. Такое общество, по сути, лишено собственных основ и гарантий существования. Большую роль в этом процессе сыграло именно повсеместное развитие СМИ, которые активно используются социально-политическими силами, стоящими как во главе западных государств, так и в международном плане, и способствующие в различных условиях, культурах и государствах навязывать и реализовывать единственную, по сути, либерально-демократическую модель.

Таким образом, в современном мире люди становятся свидетелями явления, при котором происходит абсолютизация политического управления и формирование «человека для политики». В этом плане модель политических коммуникаций, используемых сегодня в рамках современных

политических технологий, по нашему глубокому убеждению, антигуманна. Типичным для политической практики становится состояние отчужденности человека, а политическое сообщение не выходит за пределы субъект-объектных отношений.

Политическая манипуляция обществом представляет собой целенаправленное формирование определенных предпочтений и установок электората, суть которых заключается в политической деперсонификации человека.

Третий параграф *«Политтехнологическое конструирование реальности в СМИ как основной механизм манипуляции обществом»* главы посвящен доказательству использования асимметричной коммуникации для социального конструирования реальности в СМИ. Проведён контент-анализ новостей каналов Russia Today и ВВС и сделаны выводы о формировании различных имиджей событий в Ливии. Это подтверждает факт использования манипулятивных методов со стороны ВВС для формирования нужного общественного мнения, а значит, искажения социально-политических коммуникаций в интересах оправдания своей политики и военного вмешательства в Ливии, и даже оправдания участия в этих событиях фундаменталистски настроенных террористов.

Главным в асимметричной коммуникации является имидж. Программирование восприятия реципиента с целью формирования требуемого поведения происходит с помощью специально обработанной информации, предлагаемой через СМИ. Она в таком случае должна отвечать ожиданиям реципиента, в ней фигурируют не факты, а их образы и имиджи. В отличие от образа, являющегося просто отражением объекта в восприятии, имидж есть отражение, сконструированное с учетом ожиданий реципиента.

Медиаканалы формируют имидж России как государства-субъекта международных отношений. Демонстрация этого процесса дана на материале освещения каналами Russia Today (RT) и ВВС участия России во время смены в Ливии политического режима Джамахирии в 2011 г., что произошло при активном участии западного международного сообщества.

На основании субъективного анализа имиджа России, созданного RT, можно сделать следующий вывод об основной черте нашего государства: Россия предстает страной, разделяющей политические ценности демократических стран, готовой к борьбе с авторитаризмом даже ценой отказа от собственных интересов. При этом с большим искусством RT подчеркнул, что Россия является чрезвычайно влиятельным субъектом международных отношений, в руках которого находится возможность разрешить или прекратить военные действия, а также примирить конфликтующие стороны.

Такой имидж апеллирует к некоторым объективно существующим стереотипам массового сознания. Во-первых, таким стереотипом является системообразующая идея державности России. В соответствии с данным стереотипом, уважения достойна великая держава, спасающая мир от зла

(фашизма, авторитаризма и т. п.) и преодолевающая на этом пути невероятные трудности. Такой стереотип предполагает создание образа врага, но в этом канал RT был не вполне последовательным. Таким образом, «попадание» в данный объективно существующий стереотип было не вполне точным.

Во-вторых, еще один навязываемый стереотип – т. н. либеральные ценности. Приверженность к ним России RT продемонстрировал последовательно и блестяще. Данная тактика оправдана по отношению к иностранной аудитории, поскольку либеральные ценности не соответствуют образу жизни, известному российским массам по собственному опыту.

В результате анализа конструирования имиджа России каналом ВВС во время ливийских событий, можно сказать, что ВВС, напротив, стремился представить Россию как второстепенного субъекта международных отношений, который обладает слабым влиянием, не способен выработать собственную последовательную внешнюю политику, склонен поддерживать авторитарные режимы из идеологических соображений. Но по ряду вопросов этот субъект вынужден выступать единым фронтом с НАТО.

Проведённый для получения более объективных выводов контент-анализ тех же материалов позволяет прийти к выводу, что медиа-каналы RT и ВВС не пытаются связать в сознании аудитории образ России с определенным режимом правления (демократическим или авторитарным), но для своих целей используют наиболее распространенный стереотип «Россия - сверхдержава». Оценки поведения России, хотя и могут ассоциироваться с «образом врага» или ценностями демократии в зависимости от ситуации, но главной характеристикой имиджа России по-прежнему остается сила, влияние на другие государства.

Необходимо добавить, что степень влияния RT и ВВС трудно сопоставлять. ВВС относится к небольшому числу крупнейших медиаконцернов, которые фактически разделили между собой информационный рынок мира. RT предстает куда менее значительным информационным каналом, которым заинтересованно пользуется незначительная аудитория. Поэтому их можно сравнивать лишь по методам и технологиям, но не по степени влияния на аудиторию.

Проведённый анализ показал, что управление восприятием в массовой коммуникации базируется на идее конструктивистской социологии о том, что социальная реальность может быть преобразована в зависимости от новых представлений о ней. Медиа-каналы в условиях дезэтизации обладают возможностью формирования имиджа любого социального и/или политического феномена, в том числе государства как субъекта международных отношений. Технически конструирование имиджа осуществляется в рамках медиа-пространства, однако выходит за пределы последнего и становится инструментом конструирования социальной реальности в целом.

В качестве самого свежего примера можно привести отображение в западных СМИ конфликта в Сирии. Так, через разные СМИ, принадлежащие разным странам и разным владельцам, тем не менее, проводилась одна и та же идея, что химическое оружие было применено войсками режима Б. Асада, хотя, по элементарной логике, это режиму было абсолютно не нужно. Однако, практически все западные лидеры, имеющие интерес в этом вопросе, говорили практически одно и то же, совпадая не только по сути, но и по тексту. А подконтрольные им СМИ день за днем рисовали одну и ту же картину «реакционного», «антидемократического», «преступного» официального сирийского режима и, как его противоположность, «повстанцев, борцов за демократию», заранее формируя у реципиентов информации необходимую реакцию в случае военного удара по Сирии. Реципиент не принимает активного участия в этом конструировании, поскольку медиа-каналы слабо контролируются структурами гражданского общества, и нередко допускают искажения информации в форме умалчивания, полуправды и т. п. При усилении средств контроля гражданского общества над СМИ искажения информации и манипулятивное использование стереотипов были бы затруднительны.

Исследование особенностей современного развития социально-политических коммуникаций позволяет прийти к следующим выводам.

1. Особенностью современной социально-политической коммуникации является доминирование асимметричной модели.

2. Преобладает асимметричная модель. Однако особенности социально-политического знания во все еще действующей парадигме Просвещения приводит к тому, что человек объективируется даже со стороны адептов эгалитарного процесса, инициаторов коммуникации. В условиях объективации даже демократическая по форме политическая система работает на самосохранение и политическое отчуждение граждан.

3. Расширительная трактовка политической манипуляции, когда любая приверженность определенной идеологии, и даже рациональный выбор в пользу определенного политического порядка, объявляются результатом целенаправленного воздействия инициатора коммуникации на иррациональную составляющую психологии реципиента, позволила современной политической науке рассматривать асимметричную социальную коммуникацию в качестве единственно возможной.

4. Убеждение политической науки, согласно которому асимметричная коммуникация является единственно возможной, обязано своим существованием несовершенству механизма контроля над государством со стороны гражданского общества. Соответственно, условием симметричности коммуникации является контроль государства гражданским обществом.

В третьей главе «Пути преодоления дегуманизации современной политики в процессе развития симметричной двусторонней социальной коммуникации» рассмотрены основные способы изменения качества

социально-политических коммуникаций и методы, ведущие к реализации экзистенциальной коммуникации между государством и обществом.

В первом параграфе *«Основные методы противодействия политической манипуляции в форме социально-политических коммуникаций»* доказана недостаточная эффективность существующего предвыборного законодательства в аспекте борьбы с более тонкими политическими манипуляциями, нежели обычный подкуп избирателей.

Во втором параграфе *«Повышение эффективности механизмов контроля гражданского общества над государством»* сделан вывод о необходимости развития организаций местного самоуправления, преодоления нарушения принципа разделения властей.

Гуманизация политики, расширение политического участия граждан в политических процессах за счет развития симметричной двусторонней социально-политической коммуникации означает устранение или существенное ослабление систем политического манипулирования. Это можно сделать двумя путями: во-первых, путем расширения степени участия народа в формировании политических решений, т.е. повышения уровня действительной, а не формальной демократии современной политической системы, и, во-вторых, путем предотвращения злоупотреблений субъектов политического процесса. Первый путь предполагает качественно другое, инновационное развитие политической мысли, второй – совершенствование существующего законодательства. В этом плане следует рассмотреть, почему действующее законодательство не эффективно работает по пресечению злоупотреблений субъектов политического процесса.

Подкуп избирателей в своих примитивных формах, несомненно, представляет собой нарушение симметричности политической формы социально-политической коммуникации. Но еще более опасно искажение симметричной коммуникации, незаметное для реципиента, как в случае искажения или «адаптации» информации со стороны СМИ.

При этом важной является необходимость рассмотреть законодательные меры борьбы с подкупом избирателей, так как, во-первых, это относится к политической манипуляции в форме асимметричной социальной коммуникации, а во-вторых, все политические манипуляции в итоге преследуют цель именно управления поведением избирателей, или «зомбирование», которое должно сработать в кульминационный момент оказания гражданами влияния на политику – в момент выборов. Тщательно выстраиваемые политические манипуляции СМИ, в конечном итоге, имеют своей целью воздействие не просто на граждан, а на граждан в качестве избирателей, пусть даже процесс информационного воздействия и растянут во времени. Поэтому, изучая законодательные методы противодействия политическим манипуляциям в социально-политических коммуникациях, необходимо опираться на законодательство, ограничивающее политические манипуляции в связи с выборами.

Изучение путей преодоления дегуманизации современной политики за счет развития симметричной двусторонней социальной коммуникации позволяет прийти к следующим выводам:

1. Один из способов противодействия политической манипуляции в социально-политических коммуникациях состоит в совершенствовании законодательства, призванного оградить общество от злоупотреблений со стороны субъектов политического процесса. Политическая манипуляция направлена, главным образом, на реципиента в качестве избирателя. Анализ способов игнорирования предписаний существующего законодательства со стороны политических манипуляторов (на примере стран развитой демократии) позволил выявить следующие основные направления совершенствования законодательства: расширение круга участников законодательной инициативы; расширение сотрудничества Центральной избирательной комиссии с правоохранительными органами в целях выявления новых приемов подкупа избирателей, выработки рекомендаций по их устранению; укрепление взаимодействия избирательных комиссий с политтехнологами в целях разработки рекомендаций по сокращению масштаба и числа злоупотреблений.

2. Совершенствование законодательства в указанных направлениях сможет принести необходимые плоды только в случае реального расширения политического участия, которое и обеспечит обратную связь от реципиента с инициатором политических форм социальной коммуникации.

3. Расширение политического участия в условиях современной демократии возможно через усиление контроля со стороны гражданского общества над государством, которое обеспечивается развитием местного самоуправления, охватом общества сетью самоуправляемых организаций, соблюдением принципа разделения властей, развитием среднего класса в качестве социальной опоры демократии.

4. Органы местного самоуправления в классических формах современной западной демократии не выполняют функцию расширения политического участия, разделив недостатки представительной демократии с органами государственной власти. Формы же местного самоуправления, предложенные сторонниками «социальной партисипаторной демократии», пока также несостоятельны. Поэтому конкретные меры по усилению диалогичности политической коммуникации за счет развития органов местного самоуправления требуют разработки еще на уровне теории. Возможно, именно поэтому подлинная диалогичность политической коммуникации в современном мире пока не достигнута.

5. В странах развитой демократии органы местного самоуправления не выполняют функцию прямого политического участия, т.е. политической коммуникации, непосредственности которой и обеспечивает диалог. Однако они выполняют функцию контроля гражданского общества над государством и тем самым косвенно способствуют усилению симметричности политической коммуникации. В России органы местного самоуправления

приближаются по своим формальным характеристикам к данной модели, если исключить органы МСУ Москвы и Санкт-Петербурга, не обладающие достаточной финансовой независимостью от органов государственной власти в силу необходимости сохранять единство городского хозяйства.

6. В России имеет место серьезное нарушение принципа разделения властей, что затрудняет диалогичность политической коммуникации. Это нарушение проявляется, во-первых, в ограниченных возможностях парламентского контроля исполнительной власти, закрепленных в Конституции РФ, а во-вторых, в действующих принципах формирования Совета Федерации, когда в представительном органе заседают лица, представляющие чиновников, назначенных исполнительной властью.

7. В России средний класс, на наш взгляд, еще не сформировался, а потому не является социальной опорой демократии. Это обстоятельство препятствует развитию полноценного гражданского общества. Формирование сети саморегулирующихся организаций в России также наталкивается на препятствия, принимающие форму бюрократических барьеров входа на рынок или защиты национальных интересов.

8. В современном мире доминирует асимметричная политическая коммуникация в связи с недостаточным развитием необходимых элементов контроля гражданского общества над государством или недостаточным выполнением этими элементами своего предназначения.

9. Наиболее разрушительные для политической сферы последствия асимметричности политической коммуникации имеют место не при прямом обмане избирателей субъектами политического процесса, а при длительной объективации реципиента средствами массовой информации. Для предотвращения такой объективации необходимо, по нашему мнению, ограничить рыночные принципы в сфере распространения информации. Но это может быть лишь там, где речь идет о государстве, поставленном под контроль гражданского общества.

10. Первым шагом для построения симметричной двусторонней социально-политической коммуникации должно стать медиаобразование (совместно с политическим) общества, развивающее способность различать пропагандистские интенции в любом информационном сообщении.

В Заключении диссертации сформулированы итоги исследования, обобщены его результаты и обозначены перспективы дальнейшего изучения способов и эффективности взаимодействия государства и общества, нахождения новых методов преодоления сложившегося из-за доминирования асимметричной коммуникации антигуманистического кризиса.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

Статьи в изданиях, рекомендованных ВАК РФ:

1. Кириллов А.Н. Президентские выборы 2012 года в России: анализ возможных вариантов развития событий. /А. Н. Кириллов // Вестник поморского университета.- 2010. - № 12. С. 185-187 (0,2 п.л.).

2. Кириллов А.Н. Модели коммуникации и их влияние на социокультурные и политические аспекты жизни человека / А. Н. Кириллов // - М.: Вестник ГУУ.- 2011. С.147-150. (0,25 п.л.)

3. Кириллов А.Н. Политический пиар в сетях СМИ /А. Н. Кириллов // Вестник СА(Ф)У.- 2013. (0,4 п.л.)

4. Кириллов А.Н. Влияние СМИ на современные особенности коммуникации власти и общества / А. Н. Кириллов // Вестник ГУУ. № 20. М., 2013. С. 39-42. (0,4 п.л.)

Публикации в других изданиях:

5. Кириллов А.Н. Роль СМИ в изменении взаимоотношений государства и общества в конце XX- начале XXI вв. / А. Н. Кириллов // - Praha.- Materialy IX Mezinarodni vedecko-prakticka conference "Efektivni nastroje modernich ved".- 2013.- С. 68-73 (0,4 п.л.)

6. Кириллов А.Н. Роль манипулятивных технологий в современном политическом PR //А.Н.Кириллов //Реформы в России и проблемы управления – 2013. Вып. 1. Материалы 28-й Всероссийской научной конференции молодых ученых. С.237-238. (0.3 п.л.)

Подп. в печ. 31.10.2013. Формат 60x90/16. Объем 1,0 п.л.

Бумага офисная. Печать цифровая.

Тираж 50 экз. Заказ № 855

ФГБОУВПО «Государственный университет управления»

Издательский дом ФГБОУВПО «ГУУ»

109542, Москва, Рязанский проспект, 99, Учебный корпус, ауд. 106

Тел./факс: (495) 371-95-10, e-mail: id@guu.ru

www.guu.ru