

Лебедев С.В.

Теоретико-методологические проблемы политической коммуникации в трудах российских ученых

Термин «коммуникативистика» используется в российском политологическом дискурсе с середины 1990-х годов. По версии Л. Т. Тимофеевой¹, использование термина инициировала Л. М. Землянова, издавшая в 1995 году словарь «Современная американская коммуникативистика». Однако над коммуникативной проблематикой, несмотря на отсутствие специального термина, отечественные ученые стали задумываться намного раньше.

Анализ советских наработок в области политической и массовой коммуникации демонстрирует дефицит работ по этой проблематике, а также наличие существенных концептуальных и категориальных лакун. Во многом это объясняется табуированностью проблемы в советское время. Идеологический прессинг на ученых, пытавшихся конституировать свои политико-коммуникативные теории, был достаточно велик, поэтому им приходилось пользоваться многочисленными приемами, позволяющими избегать цензуры и обходить идеологические запреты.

К примеру, в 1988 году А. И. Федякин подчеркивал, что слово «коммуникация» и «коммунизм» происходят от одного латинского корня, из чего следовало, что и термин «массовая коммуникация», долгое время маркированный в советских общественных дисциплинах как «буржуазный», на деле был вполне допустим для использования в научном дискурсе². Ученым приходилось постоянно специфицировать фундаментальное различие между массовыми коммуникациями в советском обществе и медиаполитическими процессами в западных государствах, даже при том, что эти различия не были столь фундаментальны, как приходилось отмечать исследователям. Так, В. Ю. Боров и А. В. Коваленко подчеркивали, что «буржуазная» массовая коммуникация целиком и полностью основана на технологиях управления общественным сознанием и отправляется в интересах правящей элиты³. Деятельность средств массовой коммуникации (СМК) в советском обществе, напротив, считалась совершенно свободной от манипулятивных технологий, идеологического субстрата и позиционировалась как направленная на всестороннее духовное развитие советского гражданина.

¹ Тимофеева Л. Н. Политическая коммуникативистика: проблемы становления // Полис. 2009. №5.

² Федякин И. А. Общественное сознание и массовая коммуникация в буржуазном обществе. М., 1988. С. 43.

³ Боров В. Ю., Коваленко А. В. Культура и массовая коммуникация. М., 1986.

В условиях идеологического диктата лишь незначительная часть зарубежных политико-коммуникативных теорий рефлексировалась в советской литературе. Разумеется, предпочтение отдавалось или иностранным марксистам (Франкфуртская школа, Британская школа культурных исследований), или просто критически настроенным исследователям. Работы, которые в корне противоречили идеологическим установкам, маргинализировались советскими исследователями и почти никогда не освещались. В то же время близкие по духу идеи, например, подконтрольности международных СМК ведущим корпорациям и банкам, изложенные в работе иностранного исследователя Б. Багдикяна «Монополия средств массовой информации»⁴, подвергались популяризации в соответствующих переводных изданиях.

Один из отцов-основателей торонтской школы М. Маклюэн также достаточно активно цитировался в советской общественной науке – ученым импонировал его технологический детерминизм и радикальность выводов. Британская школа культурных исследований, сторонники которой называли себя «марксистами без границ» и ссылались на работы М. М. Бахтина, была все же менее популярна. Советских ученых смущал определенный иррационализм этого направления.

Доктринальные факторы также усложняли рефлексию на тему властных отношений и политики в целом, а вопрос интеракций власти и коммуникативных практик изучался только на иностранном опыте и только в соответствии с господствующей идеологией. Иными словами, исследователь был обязан показать, что в странах, не относящихся к соцлагерю, государство является аппаратом угнетения, и что СМК, подконтрольные государству, служат средством духовного господства над обществом. Но даже несмотря на такой прессинг, в течение 1960–1980-х были изданы научные труды, в которых советские исследователи начинали разрабатывать проблематику массовой коммуникации.

С потеплением политической ситуации и ослаблением доктринального контроля исследователи стали чаще высказываться и публиковать работы по ранее запретным темам. В 1988 году вышла работа А. И. Федакина, в которой он попытался систематизировать все советские наработки по анализу зарубежных теорий массовой коммуникации⁵. Но даже эта книга была в целом написана в рамках марксистской идеологии. Как и предшествующим исследователям, ему необходимо было постоянно подчеркивать, что цель его работы — не анализ, а именно критика «буржуазных»

⁴ Багдикян Б. Монополия средств информации. М., 1987.

⁵ Федакин И. А. Общественное сознание и массовая коммуникация в буржуазном обществе. М., 1988.

теорий и демонстрация их полной несостоятельности. Разумеется, в качестве обязательного пункта присутствовало упоминание того, что западные теории совершенно не применимы для анализа коммуникаций в советском обществе.

Однако инкорпорация западных теорий все же постепенно происходила в советской общественной науке. В качестве примера можно привести ставшее классическим Таганрогское исследование аудитории советских СМИ, проведенное под эгидой Б. А. Грушина (поэтому его часто называют «грушинские эксперименты»)⁶. Это исследование было основано на фундаментальных принципах позитивистской теории массовой коммуникации.

В рамках каждой национальной школы политической коммуникативистики сложились свои подходы, специфика которых обусловлена, в том числе, традициями политической мысли⁷ и политической культуры страны⁸. С учетом специфики исторического пути отечественных наук об обществе, можно говорить о том, что на развитие коммуникативистики в нашей стране повлияли как советские традиции, так и традиции российской дореволюционной политической мысли.

После элиминации доктринального прессинга у политической коммуникативистики в России появились новые проблемы. Эти проблемы в определенном смысле являются генетическими для всей системы российской политической науки и социальных наук в целом, унаследованными из классической российской общественно-политической и философской мысли конца XVIII – начала XX века, которой было характерно доминирование концептуального подхода и тенденции к философско-теоретическому анализу того или иного политического или социального явления.

При компаративном сопоставлении российской и американской политических наук, становится понятным, что последняя явно предпочитает исследования эмпирического характера и поиск ответов на конкретные прикладные вопросы. В американской политической коммуникативистике приоритетом на протяжении почти всего 20-го столетия являлись прикладные исследования, отвечавшие на тот или иной спрос со стороны политической элиты и групп интересов. В российской политической науке и в российской политической коммуникативистике приоритет всегда отдавался

⁶ Массовая информация в советском промышленном городе. М., 1980.

⁷ *Dewine, S.* A new direction: Internationalizing communication programs // Journal of the Association of Communication Administration. 1995. №3. P.204–210.

⁸ *Ekachai, D.* Public relations education and teaching in Thailand // Paper presented at the annual meeting of the Speech Communication Association. New Orleans, LA, 1994.

теоретическому моделированию в ущерб должной эмпирической верификации. Отечественные исследователи политических коммуникаций обычно предпочитают концептуальное осмысление феномена политической коммуникации, аксиологическую рефлексию на тему политических коммуникаций и т. п.

Не случайно классические статьи и монографии представителей российской политической коммуникативистики написаны в рамках политической теории, а практические рекомендации, которые давали ученые по итогам проведенного анализа проблематики политических коммуникаций, носят глобальный, «укрупненный» характер. Тенденция к макроанализу, концептуальному осмыслению коммуникативной проблематики, философской рефлексии во многом роднит российскую коммуникативистику с французской школой и Британской школой культурных исследований. Также во многом российская политическая коммуникативистика сближается с критическим направлением в немецкой школе, делавшим ставку на интегративную рефлексию.

Продолжая сравнение, следует отметить, что политическая коммуникативистика в США была нацелена на развитие конкретных коммуникативных компетенций, конструирование конкретных методов отправления политической коммуникации (вплоть до сегментации ее по микростадиям) и продуцирование практических рекомендаций политикам, лоббистам, специалистам в области PR и политической рекламистики, а также политическим журналистам. Отечественная общественно-политическая мысль основывалась на гуманистических принципах, которые в советское время были усилены марксистским учением о всестороннем и гармоничном развитии индивида, в контексте которого делалась ставка на формирование общих интеллектуальных навыков человека, нежели развитие у него прикладных знаний, отвечающих социальным запросам⁹. Поэтому это свойство стало родовой чертой как российской политической науки в целом, так и политической коммуникативистики в частности.

Однако в 1990-х гг. ситуация меняется: не имея собственных эмпирических методик, формирующаяся российская политическая коммуникативистика начала импортировать методологию американской коммуникативистики. В итоге возникшей инфильтрации она стала обладать двойственной природой – с одной стороны, тяготеть к решению сугубо прикладных вопросов, которые продуцирует политический рынок,

⁹ Матвеев О. И., Биби С. А. Коммуникативное образование в России: история и современность // Сибирь. Философия. Образование. 2003. Вып.7. С.60–76.

но с другой – по-прежнему ориентироваться преимущественно на теоретическое моделирование и всестороннюю рефлексию изучаемого предмета в ущерб эмпирической верификации.

Таким образом, можно отметить, что российская политическая коммуникативистика унаследовала как сильные стороны, так и слабости отечественной дореволюционной общественно-политической мысли. Однозначно сильной стороной отечественной коммуникативистики является продуцирование теоретических моделей, объясняющих политико-коммуникативную проблематику с помощью абстрактных схем, подчеркивающих наиболее значимые черты описываемых явлений. Обратной стороной этого является слабость эмпирической верификации конструируемых моделей и достаточно проблематичная практическая аппликация полученных учеными выводов. Следует добавить, что политическая коммуникативистика стремится заполнить концептуальные и теоретические лакуны, «доставшиеся в наследство» с предыдущих этапов развития общественной науки в России.

В российском политологическом дискурсе ведется активная полемика относительно самой сущности политических коммуникаций и идентификации их границ. Одним из первых отечественных политологов, кто начал конструировать сам предмет политической коммуникативистики, был М. Ю. Гончаров. Он предложил идентифицировать политическую коммуникацию как процесс «циркуляции информации в сфере политической деятельности, т. е. любые сообщения, тексты, оказывающие воздействие на отношения между классами, нациями и государствами»¹⁰. По его мнению, такая информация исключительно диверсифицирована в плане контента и может быть нацелена на самые разные аудитории – дипломатов, глав госкомпаний или социум в целом.

При этом, как считает исследователь, при идентификации политического содержания конкретного послания способ дессиминации и реципиент вторичны по отношению к коммуникатору – политическим институтам или другим политическим акторам, действующим от их имени. Он выделяет именно институциональный аспект политико-коммуникативного процесса, по его мнению, функциональное назначение распространяемой информации является основным детерминантом сущности политической коммуникации¹¹.

¹⁰ Гончаров М. Ю. Риторика политической коммуникации // Массовая коммуникация в современном мире: Сборник научных трудов / Под ред. Ю. П. Буданцева и др. М., 1991. С 55.

¹¹ Там же.

В политологической энциклопедии Ю. И. Аверьянова определение политической коммуникации отсутствует. Но в ней есть статья, в которой рассматривается политическая проблематика массовых коммуникаций¹². Если обратиться к содержимому сборника «Основы политологии» Г. А. Белова и В. П. Пугачева, то там можно зафиксировать лапидарную дефиницию политической коммуникации, при этом открывающую широкую перспективу для дальнейшей рефлексии. Авторы идентифицировали политическую коммуникацию как «процесс взаимодействия политических субъектов на основе обмена информацией и непосредственного общения, а также средства и способы этого духовного взаимодействия»¹³. Также можно привести дефиницию, данную В. В. Латыновым, определяющим политическую коммуникацию как «обмен информацией между субъектами политической жизни, а также между государством и гражданами», который может иметь как формальный, так и неформальный характер¹⁴.

М. Н. Грачев дифференцирует понятия политической информации и политически значимой информации¹⁵. В узком смысле под политической информацией следует понимать обычные сообщения о политических фактах – событиях в политической сфере. В это же время политически сигнификативная информация представляет собой более многомерное понятие, инкорпорирующее весь спектр сообщений, обладающих потенциалом повлиять на политическую сферу. К примеру, сообщения о выборах в одной из японских префектур являются политической информацией, однако иррелевантны для политического процесса в России, США или КНР, поэтому не являются политически значимой информацией.

В свою очередь, сообщения экономического характера или сообщения, имеющие отношение к какой другой либо общественной сфере, могут быть идентифицированы как политически сигнификативная информация. В качестве примера можно привести различные сообщения о перерегистрации крупных российских компаний в Лондоне или Гонконге, данные об обнаружении новых нефтяных месторождений, сведения о готовящейся отставке главы той или иной государственной монополии и т. п. В свою очередь можно представить ситуацию, в которой политическая информация обретает политическую значимость. К примеру,

¹² Политология: Энциклопедический словарь. / Общ. ред. и сост.: Ю. И. Аверьянов. М., 1993. С.164–165.

¹³ Основы политологии: Краткий словарь терминов и понятий / Под ред. Г. А. Белова и В. П. Пугачева. М., 1993. С. 54.

¹⁴ Латынов В. В. Политическая коммуникация // Политическая энциклопедия: В 2 т. Т. 2. М., 1999. С. 172–173.

¹⁵ Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М., 2004. С. 73.

выборы в японской префектуре могут стать эталоном для оценки транспарентности электорального процесса в том или ином регионе мира. Как заключает исследователь, «информация о любой общественной проблеме может приобрести политическое значение, политический характер, если она связывается с вопросами власти или властных отношений»¹⁶.

Исходя из этих позиций, следует, что коммуникативной интерпретации может быть подвергнуто любое политическое событие. К примеру, как отмечает В. М. Сергеев, «в ядерную эпоху вооруженный конфликт ... может быть только семиотическим в важнейших своих аспектах процессом, т.е. коммуникативным взаимодействием»¹⁷. По мнению исследователя, важнейшим аспектом данного типа вооруженного конфликта является передача соответствующих посланий противнику, а не нанесение материального урона. «Ядерный удар в ОЯВ приобретает знаковый характер»¹⁸ и ставит своей целью психологическое воздействие на реципиента.

Российский исследователь Ю. В. Ирхин дифференцирует два комплиментарных вида политической коммуникации: естественную и технически опосредованную. Естественная коммуникация может быть специфицирована наличием прямой связи между коммуникаторами и «живым текстом», который обладает потенциалом к адаптации в результате рецепции обратной связи. Технически опосредованная коммуникация может быть специфицирована отсутствием обратной связи и присутствием фиксированного текста на объективированных носителях¹⁹.

Отдельное внимание следует уделить подходу А. И. Соловьева, который подчеркивает социальный аспект политической коммуникации. Исследователь предлагает поставить во главу угла обратную связь как критерий идентификации политической коммуникации. По его мнению, исключительно важен «ответ реципиента, т.е. появление вторичной информации, вызванной к жизни посланием коммуникатора и устанавливающей осмысленный контакт между ним и реципиентом»²⁰. Это позволяет определить политическую коммуникацию как «частный случай успешной реализации информационных обменов, попыток коммуникатора (например, властных структур) вступить в контакт со своим контрагентом. Таким образом, ее можно идентифицировать как форму общения, установленную на основе

¹⁶ Там же. С. 74.

¹⁷ Сергеев В. М., Алексеенкова Е. С. Теория и практика политической коммуникации. М., 2010. С. 85.

¹⁸ Там же С. 86.

¹⁹ Ирхин Ю. В., Зотов В. Д., Зотова Л. В. Политология. М., 2001. С. 310.

²⁰ Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. 2002. № 3. С. 7.

направленной передачи информации, породившей осмысленный ответ реципиента на вызов коммуникатора»²¹. При этом нельзя отрицать тот факт, что «политическая коммуникация сочетает в себе универсальные, общесоциальные и собственно политические или отраслевые черты»²².

Базируясь на указанных дефинициях, можно заключить, что российские исследователи считают витальным аспектом политико-коммуникативных процессов трансмиссию политически сигнификативной информации. Информация должна не просто иметь абстрактный политический характер, а нести в себе определенный семантический заряд, срабатывающий в определенной политической ситуации.

При этом политическая коммуникативистика в их трактовке имеет перманентную интенцию к имплозии и включению в свою сферу самых разных аспектов политической и социальной реальности, даже таких техногенных и при первом рассмотрении исключающих коммуникативное взаимодействие, как гипотетическая ядерная война. В теоретическом смысле это сближает российскую политико-коммуникативную школу с французской школой «наук об информации и коммуникации» и Франкфуртской школой неомарксизма, стремившихся к теоретическому осмыслению политической коммуникации в универсальном контексте.

Российских политологов в значительной степени интересует вопрос генезиса политико-коммуникативных практик, что также отдаляет их от позитивистской американской коммуникативистики и сближает с европейскими школами. Анализ генезиса информационно-коммуникативных систем позволяет специфировать политическую коммуникацию в темпоральной перспективе. Так, Ю. П. Буданцев выделяет четыре этапа развития информационно-коммуникативных систем. На первом этапе, соответствующему примордиальному социуму, превалирующую роль играет межличностное общение. На втором этапе, который соответствует распаду примордиального социального дизайна, появляется аудитория, а основной формой коммуникации оказываются собрания. Третий этап развития информационно-коммуникативных систем начинается в результате возникновения книгопечатания и появления печатного текста, четвертый - с появлением СМИ²³.

М. Н. Грачев сконструировал синхронический и диахронический классификатор систем политической коммуникации, который учитывал даже коммуникативное взаимодействие в первобытно-общинном строе. Исследователь идентифицирует

²¹ Там же

²² Там же

²³ Буданцев Ю. П. В контексте жизни: Системный подход и массовая коммуникация. М., 1979. С.44–45.

первичную систему массовой коммуникации, детерминированную межличностным общением и индивидуальным поведением, а также вторичную систему, которая соответствует «периоду разложения первобытной общины, когда появляются аудитория в собственном смысле этого понятия и организаторы коммуникативного процесса, происходящего преимущественно в форме собрания как действия»²⁴.

Таким образом, исследователь аппроксимирует массовую коммуникацию и технически опосредованную коммуникацию, а межличностная коммуникация идентифицируется как примордиальная форма массовой коммуникации. Ученый трактует политическую коммуникацию как «смысловой аспект взаимодействия субъектов политики путем обмена информацией в процессе борьбы за власть или ее осуществление»²⁵. Мутация политической коммуникации в семантический аспект конкуренции за кратоменеджеральные ресурсы в логике исследователя продуцирует спрос на рефлексию над проблематикой интеракции власти и массовой коммуникации. Следует отметить, что в противном случае происходит редукция понятий политической и массовой коммуникации, выхолащивающая их семантику. Интенция к глобальной рефлексии над проблематикой политического содержания массовой коммуникации без учета целостности феномена массовой коммуникации приводит российских исследователей к парадоксальным выводам о наличии СМК в примордиальном обществе.

Как и мировым коммуникативным направлениям, российской политической коммуникативистике характерен интерес к проблематике массовых коммуникаций. При этом научная рефлексия по поводу массовой политической коммуникации в отечественной политологии осуществляется посредством сегментации этого феномена общественно-политической сферы на различные виды. Если для исследователя оказывается принципиальной массовость политической коммуникации, то в основу сегментации кладутся технические аспекты передачи политической информации. Иными словами, он задает вопрос, какой именно канал используется для трансмиссии? Таким образом, выделяется политическая коммуникация посредством печатных СМИ, посредством электронных СМИ и т. п. При этом наибольший интерес вызывает политическая коммуникация с помощью новых информационных технологий. В качестве примера можно привести работу С. Г. Туронка «Интернет и политический процесс», где автор делает прогноз, согласно которому развитие интернет-технологий

²⁴ Грачев М. Н. Политика, политическая система, политическая коммуникация. М., 1999.

²⁵ Там же.

приведет к таким явлениям, как «повышение динамизма и одновременно фрагментация политического процесса, атомизация плюралистической политики групповых интересов»²⁶. Также следует вспомнить работы И. А. Быкова, в которых ставится проблема политического фандрайзинга с помощью новых информационных технологий²⁷ и разбираются проблемы цифрового неравенства в привязке к проблематике политических предпочтений²⁸.

Если же при изучении массовой политической коммуникации принципиальнее оказывается политическая составляющая, то сегментация осуществляется на основании того метода, которым коммуницируется политическая информация. То есть, к примеру, исследователи выделяют политическую рекламу, политическую пропаганду, политический PR, политическую агитацию²⁹ и т. п. Направление, ориентированное на содержательное осмысление различных видов и форм политической коммуникации представлено в отечественной политической науке достаточно обширным пластом исследований в области политической рекламистики³⁰, имиджологии³¹, политического рынка, маркетинговых технологий³² и т. п. Политическая коммуникация рассматривается рядом исследователей как составной элемент политических технологий. В качестве примера таких исследователей необходимо упомянуть таких ученых, как М. С. Вершинин³³, Г. В. Грачев³⁴, М. Н. Грачев,³⁵ Г. В. Пушкарева³⁶ и другие.

Российских ученых также привлекает анализ коммуникативных аспектов конкретных форм коллективного политического сознания, массового психического отражения политической реальности. Среди исследований, изучающих различные

²⁶ Туронок С. Г. Интернет и политический процесс // *Общественные науки и современность*, 2001. № 2. С. 62.

²⁷ Быков И. А. Интернет-фандрайзинг и выборы: российские перспективы и ограничения // *Российская политика в условиях избирательного цикла 2011–2012 гг. Международная научная конференция. Тезисы докладов*. Москва, 2–3 декабря 2011 г. М., 2011. С. 37–39.

²⁸ Быков И. А., Халл Т. Э. Цифровое неравенство и политические предпочтения интернет-пользователей в России // *Полис*. 2011. № 5. С. 151–164.

²⁹ Малаканова О. А. Политическая коммуникация / Структура и динамика российского электорального пространства (Круглый стол) // *Полис*. 2000. № 2. С. 99–101.

³⁰ Пушкарева Г. В. Политическая реклама // *Политология: Лексикон*. Под ред. А.И.Соловьева. М., 2007. С. 438–450; Соловьев А.И. Политический дискурс медиакратий: проблемы информационной эпохи // *Полис*, 2004. № 2. С. 18.

³¹ Березкина О. П. Политический имидж в современной политической культуре. Автореф. докт. дис. СПб., 1999.

³² Морозова Е. Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. М., 1999; Пушкарева Г. В. Политический маркетинг // *Политология: Лексикон* / Под ред. А. И. Соловьева. М., 2007. С. 554–566.

³³ Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе. СПб., 2001.

³⁴ Грачев Г. В. Информационные технологии политической борьбы в российских условиях // *Полис*. 2000. № 3.

³⁵ Грачев М. Н. Политика, политическая система, политическая коммуникация. М., 1999.

³⁶ Пушкарева Г. В. Политический менеджмент. М., 2002.

«матрицы политического сознания»³⁷, следует упомянуть работы, в которых затрагивается проблематика политической идеологии и политической мифологии. В случае рефлексии на тему политической идеологии, ученые предпочитают выбирать для анализа конкретные идейные течения из всего спектра идейного дискурса и пытаются идентифицировать их место и роль в масштабных социальных и политических процессах³⁸.

Исследователи мифополитической проблематики работают с привлечением обширного пласта психологических и антропологических идей, изучая элементы архаического мышления в современной политической коммуникации. Внимание уделяется различным видам мифологических конструктов и их роли в политическом процессе. К примеру, Н. Г. Щербинина исследует роль героического мифа в российской политической реальности и прослеживает эволюцию этого конструкта в условиях властной трансформации³⁹. Опираясь на труды Д. Кэмбелла и ряда других ученых, исследователь реконструирует российскую версию пути мифологического героя и рассматривает ее, в том числе, на примере формирования образа коммунистических лидеров. Ряд авторов, не специфицируя конкретные мифы, исследует роль мифополитических конструктов в российских⁴⁰ и мировых⁴¹ политических процессах.

Одним из самых значительных заимствований российской школой опыта зарубежных коммуникативных течений является психологическое направление. Здесь необходимо выделить когнитивные исследования, активно имплементирующие лингво-психологические методы. Это течение можно условно разбить на два субнаправления.

В рамках первого исследуется вопрос изучения моделей мышления ЛПР посредством анализа их публичных выступлений, статей в СМИ, заявлений и т. п. – иными словами, посредством рефлексии совершенных ими коммуникативных актов.

³⁷ Соловьев А. И. Политическая идеология: логика исторической эволюции // Полис. 2001. № 2.

³⁸ См.: Вольтер О. В. Генезис русской национальной идеологии как духовно-политической основы государственной целостности России X–XIX вв. Армавир, 2008; Смирнов В. А. Идеология в социокультурных практиках современного российского общества: Автореф. дис. канд. наук. В. Новгород, 2008; Куньшиков С. В. Идеология в системе ценностных смыслов // Политическая культура и политические процессы в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования. Екатеринбург, 2004. С. 142–146.

³⁹ Щербинина Н. Г. Героический миф в конструировании политической реальности России: Автореф. дис. канд. наук. М., 2008.

⁴⁰ См.: Чаблин А. Б. Политическая мифология постсоветской России // Власть. 2009. № 8. С. 84–86; Рюмкова О. Г. Политический миф: теоретические основания и современная политическая практика: Дисс. канд. наук. М., 2004. С. 102–103.

⁴¹ См.: Шестов Н. И. Политический миф теперь и прежде / Под ред. А. И. Демидова. М., 2005; Пучала Д. Ж. Мировые имиджи, мировые порядки и «холодные войны»: мифы истории и Объединенные нации // Международный журнал социальных наук. 1995. № 11.

Как отмечает Г. Г. Почепцов, можно говорить о «когнитивном моделировании политики, в основе которого лежит анализ коммуникативных потоков, на основании чего делается предсказание будущего поведения. Речь идет о поиске определенных структур, в рамках которых происходит реальная переработка информации человеком»⁴². В этом контексте следует маркировать работу В. М. Сергеева и В. Б. Лукова, в рамках которой исследователи на основе анализа писем и речей попытались реконструировать модель политического мышления Отто фон Бисмарка и пришли к выводу, что данный государственный деятель интерпретировал политику через призму ресурсно-акторного подхода и воспринимал политический процесс через метафору шахматной игры⁴³. В дальнейшем В. М. Сергеев и Е. С. Алексеенкова применили схожую методологию для исследования личности Мао Цзэдуна и пришли к выводу, что китайский политик интерпретировал политическую реальность на основе процессуального подхода, «мыслил в терминах развивающихся процессов»⁴⁴.

В. В. Блинов задается задачей интерпретировать консервативную политическую идеологию как «когнитивный стиль» и, увязав политические ценности с психологическими свойствами личности, изучить, как первые манифестируются в ежедневном политическом дискурсе⁴⁵. В частности, исследователь впервые в отечественной политической науке говорит об интегрированном стиле мышления, характерном для политических деятелей консервативной ориентации и дифференцированном стиле мышления, свойственном либеральным политикам. Это выражается в том, что консервативные политические лидеры склонны строить свои публичные выступления по монодименсиональному принципу, стремясь рассмотреть одну или несколько проблем только под одним углом. В то время как политики, тяготеющие к либеральному лагерю, придают своим публичным речам многомерный характер, одна или несколько проблем рассматриваются ими с разных точек зрения. На основе этих выкладок В. В. Блинов проводит анализ идеологической ориентации членов политических партий, представленных в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации III и IV созывов.

⁴²Почепцов Г. Г. Теория коммуникации М., 2001. С. 427.

⁴³Луков В. Б., Сергеев В. М. Опыт моделирования мышления исторических деятелей: Отто фон Бисмарк, 1866–1876 гг. // Вопросы кибернетики. Логика рассуждений и ее моделирование / Под ред. Д. А. Поспелова. М., 1983. С. 148–161.

⁴⁴Сергеев В. М., Алексеенкова Е. С. Теория и практика политической коммуникации. М., 2010. С. 110.

⁴⁵Блинов В. В. Политико-психологический анализ консервативных ценностей в современной России. Дисс. канд. наук. М., 2007.

Другое направление когнитивных исследований политической коммуникации также имеет достаточно прикладной характер и связано с изучением процессов перцепции и переработки политической информации индивидом и влиянием этих процессов на политическое поведение. Значительное внимание уделяется конструированию модели убеждающей политической коммуникации с учетом данных об обработке информацией индивидами. В этом контексте следует упомянуть работу Г. В. Пушкаревой, в которой автор помимо всего прочего вскрывает причины многозначности субъективной интерпретации политической информации и показывает различия между поверхностным и углубленным способом обработки политической информации⁴⁶. Конструируя когнитивную модель мотивации политического действия, автор дает практические рекомендации по имплементации этих данных для осуществления политического влияния (в электоральных технологиях, политической рекламе, PR и т. п.).

Коротко следует упомянуть еще об одном направлении, конституирующимся в рамках российской политической коммуникативистики. Его можно условно назвать «экономико-статистическим», и по своей сути оно очень близко к американской коммуникативной школе, однако, захватывает более широкий спектр проблем. Это направление в российской политической коммуникативистике локализовано. Его эпицентром является Российская Экономическая Школа, сотрудники которой в большинстве своем изначально специализировались на естественнонаучных дисциплинах. Это детерминировало интенцию к квантификации всех рассуждений и определенное пренебрежение теоретическим моделированием и всесторонним осмыслением политико-коммуникативной проблематики.

Во многом эти исследования схожи, а в чем-то даже реплицируют американскую коммуникативистику в период превалирования парадигмы «ограниченных эффектов» медиавоздействия. Р. С. Ениколопов, М. А. Петрова, Е. В. Журавская, обрабатывая пакет статистических данных о парламентских выборах в Российской Федерации в 1999 году, проводят оценку так называемого «эффекта НТВ» и приходят к выводу, что телеканалы, позиционировавшие себя в тот момент как оппозиционные относительно официального политического курса, лишь в незначительной степени повлияли на электорат⁴⁷.

⁴⁶ Пушкарева Г. В. Политическое поведение: теория, методология и практические возможности когнитивного подхода. Дисс. докт. наук. М., 2004.

⁴⁷ Enikolopov R., Petrova M., Zhuravskaya E. Media and Political Persuasion: Evidence from Russia. American Economic Review, forthcoming.

Этому направлению отечественной политической коммуникативистики, помимо квантификации, характерна интенция увязать свои выкладки с экономическими параметрами. Следует выделить работу С. М. Гуриева, К. И. Сониной и Г. В. Егорова, в которой авторы пытаются оценить степень свободы политических СМИ в стране в привязке к мировому уровню цен на нефть⁴⁸. Осуществляя анализ данных по 150 странам за последние 15 лет, ученые показали, что для авторитарных режимов с нефтеэкспортирующей экономикой существует отрицательная корреляция между уровнем цен на мировых энергетических рынках и свободой политических СМИ. На этой основе ученые делают интересный вывод: авторитарные режимы, не имея возможности получать достоверную информацию по официальным каналам, для своего выживания вынуждены предоставлять определенную свободу СМИ, чтобы оперативно узнавать о злоупотреблениях на местах, коррупции в региональных органах власти, неэффективность государственного управления и т. п. При этом, однако, наличие в стране углеводородов и высокие цены на энергетических рынках позволяют режиму избежать либерализации медийной политики, т. к. все изъяны в управлении компенсируются притоком средств от экспорта ресурсов.

Подчеркнем, что эмпирические исследования ученых РЭШ стоят в отечественной коммуникативистике особняком. Их рецепция осложняется двумя факторами — часть работ публикуется на иностранных языках, а также выкладки сопровождаются обширной имплементацией математического аппарата, в частности, теорией игр и стохатистически-вероятностных методик.

Итак, в российской политической науке прочные позиции заняла политическая коммуникативистика, отрасль знания, призванная теоретически объяснить и эмпирически обосновать место и роль коммуникации в воспроизводстве и развитии политической сферы общества. Российская политическая коммуникативистика существенно отличается от иностранных коммуникативных школ ориентацией на многомерное теоретическое осмысление проблематики информационного обмена в политическом пространстве и глубинной рефлексии данного вопроса. Эмпирические исследования представлены в меньшей степени, что сближает российскую политическую коммуникативистику с рядом континентальных коммуникативных школ и отдаляет от американской.

⁴⁸ Egorov G., Guriev S. Sonin K. Why Resource-Poor Dictators Allow Freer Media: A Theory and Evidence from Panel Data // American Political Science Review. 2009. Vol. 103. No. 4. P. 645–668.

Список литературы:

1. *Багдикян Б.* Монополия средств информации. М., 1987.
2. *Белюсов А. Б.* Дискретная модель лоббистской коммуникации // Полис, 2006. № 4. С. 87–101.
3. *Березкина О. П.* Политический имидж в современной политической культуре. Автореф. докт. дис. СПб., 1999.
4. *Блинов В. В.* Политико-психологический анализ консервативных ценностей в современной России. Дисс. канд. наук. М., 2007.
5. *Борев В. Ю., Коваленко А. В.* Культура и массовая коммуникация. М., 1986.
6. *Буданцев Ю. П.* В контексте жизни: Системный подход и массовая коммуникация. М., 1979.
7. *Быков И. А.* Интернет-фандрайзинг и выборы: российские перспективы и ограничения // Российская политика в условиях избирательного цикла 2011–2012 гг. Международная научная конференция. Тезисы докладов. Москва, 2–3 декабря 2011 г. М., 2011. С. 37–39.
8. *Быков И. А., Халл Т. Э.* Цифровое неравенство и политические предпочтения интернет-пользователей в России // Полис, 2011. № 5. С. 151–164.
9. *Вершинин М. С.* Политическая коммуникация в информационном обществе. СПб., 2001.
10. *Вольтер О. В.* Генезис русской национальной идеологии как духовно-политической основы государственной целостности России X–XIX вв. Армавир, 2008.
11. *Галиуллина Г. С.* Российский бизнес и власть: информационный аспект взаимодействия // НТИ / ВИНТИ. Сер. 1. Организация и методика информационной работы. М., 1993.
12. *Гончаров М. Ю.* Риторика политической коммуникации // Массовая коммуникация в современном мире: Сборник научных трудов / Под ред. Ю. П. Буданцева и др. М., 1991. С. 55–60.
13. *Грачев Г. В.* Информационные технологии политической борьбы в российских условиях // Полис. 2000. № 3. С. 151–157.
14. *Грачев М. Н.* Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М., 2004.
15. *Грачев М. Н.* Политика, политическая система, политическая коммуникация. М., 1999.

16. *Громова Т. Н.* Коммуникативное взаимодействие субъектов политического процесса: стратегия и тактика поведения // Принципы и направления политических исследований: Сб. материалов. М., 2002. С.9–21.
17. *Дегтярев А. А.* Политическая власть как инструмент социального общения // Полис. 1996. № 3. С.100–110.
18. *Дьякова Е. Г.* Власть и массовая коммуникация (опыт теоретического моделирования): Дисс. докт. наук. Екатеринбург, 2003.
19. *Ирхин Ю. В., Зотов В. Д., Зотова Л. В.* Политология. М., 2001.
20. *Коваль Б. И., Ильин М. В.* Власть и политика. Полис.1991. № 5. С. 152–164.
21. *Куныщиков С. В.* Идеология в системе ценностных смыслов // Политическая культура и политические процессы в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования. Екатеринбург, 2004. С. 142–146.
22. *Латынов В. В.* Политическая коммуникация // Политическая энциклопедия: В 2 т. Т. 2. М., 1999. С. 172–173.
23. *Ледяев В. Г.* Власть: концептуальный анализ. М., 2001.
24. *Луков В. Б., Сергеев В. М.* Опыт моделирования мышления исторических деятелей: Отто фон Бисмарк, 1866–1876 гг. // Вопросы кибернетики. Логика рассуждений и ее моделирование / Под ред. Д. А. Поспелова. М., 1983. С. 148–161.
25. *Малаканова О. А.* Политическая коммуникация / Структура и динамика российского электорального пространства (Круглый стол) // Полис. 2000. № 2. С. 99–101.
26. Массовая информация в советском промышленном городе. М., 1980.
27. *Матьяш О. И., Биби С. А.* Коммуникативное образование в России: история и современность // Сибирь. Философия. Образование. 2003. Вып.7. С. 60–76.
28. *Морозова Е. Г.* Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. М., 1999.
29. *Назаров М. М.* Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследования. М., 2000.
30. Основы политологии: Краткий словарь терминов и понятий / Под ред. Г. А. Белова и В. П. Пугачева. М., 1993.
31. Политическая энциклопедия: В 2 т. Т. 1. М., 1999.
32. Политология: Энциклопедический словарь / Общ. ред. и сост.: Ю. И. Аверьянов. М., 1993.
33. *Почепцов Г. Г.* Теория коммуникации. М., 2001.

34. Пучала Д. Ж. Мировые имиджи, мировые порядки и «холодные войны»: мифы истории и Объединенные нации // Международный журнал социальных наук. 1995. № 11.
35. Пушкарева Г. В. Политический маркетинг // Политология: Лексикон / Под ред. А. И. Соловьева. М., 2007. С. 554–566.
36. Пушкарева Г. В. Политический менеджмент. М., 2002.
37. Пушкарева Г. В. Политическое поведение: теория, методология и практические возможности когнитивного подхода. Дисс. докт. наук. М., 2004.
38. Пушкарева Г. В. Политическая реклама // Политология: Лексикон. Под ред. А. И. Соловьева. М., 2007. С. 438–450.
39. Рюмкова О. Г. Политический миф: теоретические основания и современная политическая практика: Дис. канд. наук. М., 2004.
40. Сергеев В. М., Алексеенкова Е. С. Теория и практика политической коммуникации. М., 2010.
41. Семенова Л. Г. Политическая коммуникация государственных органов региональной исполнительной власти: проблемы прямой и обратной связи. Автореф. дисс. канд. наук. Уфа, 2004.
42. Смирнов В. А. Идеология в социокультурных практиках современного российского общества: Автореф. дисс. канд. наук. В. Новгород, 2008.
43. Соловьев А. И. Политическая идеология: логика исторической эволюции // Полис, 2001. №2. С. 37–63.
44. Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис, 2002. № 3. С. 5–18.
45. Соловьев А. И. Политический дискурс медиакратий: проблемы информационной эпохи // Полис. 2004. № 218.
46. Сыроежкин К. Л. Мифы и реальность этнического сепаратизма в Китае и безопасность в Центральной Азии. Алматы, 2003.
47. Тимофеева Л. Н. Политическая коммуникативистика: проблемы становления // Полис. 2009. №5.
48. Туронок С. Г. Интернет и политический процесс // Общественные науки и современность. 2001. № 2. С. 51–63.
49. Федякин И. А. Общественное сознание и массовая коммуникация в буржуазном обществе. М., 1988.

50. Чаблин А. Б. Политическая мифология постсоветской России // Власть. 2009. № 8. С. 84–86.
51. Чамышев Г. М. Мифологический дискурс российского избирательного процесса. Автореф. канд. полит. наук. Саратов, 2006.
52. Чугунов А. В. Политика и Интернет: политическая коммуникация в условиях развития современных информационных технологий: Автореф. канд. дисс. СПб., 2000.
53. Шестакова О. В. Информационный лоббизм: проблемы теоретической концептуализации и практики. Автореф. дисс. канд. наук. М., 2008.
54. Шестов Н. И. Политический миф теперь и прежде / Под ред. А.И. Демидова. М., 2005.
55. Щербинин А.И. Коммуникационный аспект политических праздников // Политическая психология, культура и коммуникация / Под. ред. Е. Б. Шестопала и др. М., 2008. С. 294–305.
56. Щербинина Н. Г. Героический миф в конструировании политической реальности России. Автореф. дисс. докт. наук. М., 2008.
57. Dewine S. A new direction: Internationalizing communication programs // Journal of the Association of Communication Administration. 1995. №3. P.204–210.
58. Egorov G., Guriev S. and Sonin K. Why Resource-Poor Dictators Allow Freer Media: A Theory and Evidence from Panel Data // American Political Science Review. 2009. Vol. 103. No. 4. P. 645–668.
59. Ekachai D. Public relations education and teaching in Thailand / Paper presented at the annual meeting of the Speech Communication Association. New Orleans, LA, 1994.
60. Enikolopov R., Petrova M., Zhuravskaya E. Media and Political Persuasion: Evidence from Russia. American Economic Review, forthcoming.