

На правах рукописи

Кузьмина Екатерина Александровна

**Механизм политической коммуникации и факторы его эффективности:
теоретико-методологический анализ**

Специальность 23.00.01 – теория и философия политики, история и
методология политической науки

Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Саратов - 2013

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Саратовская государственная юридическая академия»

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор,
Демидов Александр Иванович

Официальные оппоненты: **Митрохина Татьяна Николаевна**
доктор политических наук, профессор,
Поволжский институт управления имени
А.П. Столыпина – филиал ФГБОУ ВПО
«Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте
РФ», заместитель директора, заведующий
кафедрой политических наук
Гришин Сергей Евгеньевич
кандидат философских наук, доцент,
ФГБОУ ВПО «Саратовский
государственный социально-экономический
университет», заведующий кафедрой
документоведения и документационного
обеспечения управления

Ведущая организация: **ФГБОУ ВПО «Астраханский
государственный университет»**

Защита состоится **19 февраля 2013 года в 16-00 часов** на заседании диссертационного совета Д-212.239.04 по защите докторских и кандидатских диссертаций при ФГБОУ ВПО «Саратовская государственная юридическая академия» по адресу: 410056, г. Саратов, ул. Чернышевского, д. 104, ауд.134.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВПО «Саратовская государственная юридическая академия» по адресу: 410056, г. Саратов, ул. Чернышевского, д. 104.

Автореферат разослан «__» _____ 2013 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
доктор политических наук,
профессор

В.С. Слобожникова

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. В России предметное поле исследований политической коммуникации в информационном обществе находится на этапе становления. Развитие информационного общества требует разработки теоретико-методологических основ взаимодействия традиционной и электронной политических коммуникаций с учетом российской специфики, состоящей в том, что электронные границы политики находятся в стадии формирования. Традиционная и электронная политические коммуникации имеют свои особенности, проявляющиеся с положительной или отрицательной сторон в зависимости от конкретной ситуации.

Компьютерные технологии открыли возможность многосторонней коммуникации, когда каждый, имеющий доступ к Интернету, может выступать как получателем, так и отправителем информации. Борьба за власть и формирование единого многостороннего электронного коммуникативного поля без доступа к электронным средствам массовой информации в современном мире, становятся все более проблематичными.

В этот переходный период возникла необходимость создания на основе достижений традиционной политической коммуникации теоретических основ зарождающейся электронной демократии, и как следствие - электронных выборов. Именно в новых информационных условиях меняется массовая аудитория, что ведет к необходимости внесения изменений в теорию традиционной политической коммуникации: пропаганды, политической рекламы, агитации, паблик рилейшнз и их воздействия на аудиторию.

Актуальность проблемы, представленной в данной диссертации, особенно наглядно проявилась в электоральный период 2011-2012 гг., и последовавших после выборов событий в некоторых крупных городах Российской Федерации. Именно тогда в противовес миллионам граждан, сделавших свой выбор в основном в условиях традиционной политической коммуникации (печатные средства, телевидение, радиовещание) выступили тысячи недовольных результатами выборов, объединенных, организованных и скоординированных посредством электронной политической коммуникации – Интернета.

В этой ситуации особенно ярко проявилось скоростное преимущество Интернета перед традиционной политической коммуникацией. За очень короткий период времени скоординировать действия десятков тысяч людей стало возможным только благодаря коммуникационной сети Интернета, позволяющей одновременно осуществить информационную связь между тысячами пользователей. Автор отмечает, что на данный момент развития политологии в России степень изученности факторов эффективности политической коммуникации в условиях выбора крайне мала.

Степень научной разработанности проблемы исследования. Всю научную литературу, относящуюся непосредственно к теме

диссертационной работы, формально можно разделить на три основные группы. К первой группе относятся труды исследователей коммуникации и политической коммуникации, в которых даются модели коммуникативистики, характеристика ее основных элементов; ко второй - некоторые исследования современных отечественных и западных ученых, посвященные анализу воздействия на адресат политической коммуникации основных элементов политической коммуникации: пропаганде, публичных рилейшнз, политической рекламе, политической агитации; к третьей группе – новейшие исследования, в которых дан анализ аспектов информатизации и становления информационного общества, развития Интернет-технологий, блогосферы.

Вопросу коммуникации в политике в последнее десятилетие уделяется значительное внимание, как в отечественной, так и в зарубежной литературе. Понятие «коммуникация» на протяжении истории претерпело весьма серьезную эволюцию. Отметим, что основу новых подходов к содержанию политической коммуникации заложили труды ряда отечественных и зарубежных исследователей середины XX века.

Единая теория коммуникации исторически складывалась и до сих пор формируется из научных подходов, позиций и исследований многих ученых – представителей как общественных, так естественных и технических отраслей знания.

В целом, политической коммуникации посвящено немало работ, среди которых, по мнению автора, наиболее значимы для понимания коммуникации в целом, и политической коммуникации в частности, труды таких зарубежных ученых, как Д. Берло, Г. Блумер, Г. Гербнер, М. Дефлер, К. Дойч, Г. Лассуэл, П. Лазарсфельд, К. Левин, М. Маклюен, Г. Малецке, Л. Пай, М. и Дж. Рили, Дж. Стэйнер, Б. Скот, У. Шрамм, Р. Шванценберг, Еман Росс¹, а также отечественных исследователей М.Н. Грачева, И.В.

¹ См. наприм.: *Berlo David* The Process of Communications: An Introduction to Theory and Practice. Holt, Rinehart & Winston, 1960; *Blumer H.* The Mass, the Public, and Public Opinion // Reader in Public Opinion and Communication / Ed. by Berelson B., Janowitz M. - New York, 1953; *DeFleur M.* Theories of Mass Communication. – New York: D. McKay, 1966; *Deutsch K.W.* The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control. – London, Free Press of Glencoe, 1963; *Gerbner G., Gross L., Morgan M., Signorelli N.* Political Correlates of Television Viewing. // Public Opinion Quarterly; *James Stanyer* / Modern Political Communication USA 2007; *Lasswell H.* The Use of Content Analysis in Studing Social Change // Social Science Information. – 1968. - №1; *Lazarsfeld P.F.* On Social Research and its Language. – Chicago: University of Chicago Press, 1993; *Lewin K.* Channels of Group Life. // Human Relations. – Vol. 1. – 1947; *Maletzke G.* Psychologie der Massen-Kommunikation. Theorie und Systematik, Hamburg, 1963; *McLuhan M.* Understanding Media: The Extentions of Man – New York, 1964; *Pye L.* Political Communication // The Blackwell Encyclopaedia of Political Institutions. Oxford – New York, 1987; *Riley J.W., Riley M.W.* Mass communication and the social system. Sociology Today. N.Y., 1959; *Ross A. Eaman* The media society. Basic issues and controversies. Toronto: Butterworths, 1987; *Schramm W.* Men, messages, and media. A look at human communication. N.Y., Harper and Row; *Schramm W.* The story of human communication: Cave painting to microchip. – N.Y. etc.: Harper a. Row, 1988; *Schramm W.* The Nature of Communication Between Humans // Process of Effects of Mass

Мирошниченко, Г.Г. Почепцова, Г.В. Пушкаревой, А.В. Санаева, А.И. Соловьева, С.В. Шомова, А.И. Щербинина и др.²

Особое значение для достижения цели работы имеет исследование факторов эффективности механизма политической коммуникации в условиях выбора. Возможность выбора из нескольких альтернатив - неперенный атрибут демократии вообще и гражданского общества, в частности. Важное влияние на формирование данных концепций оказали работы в области психологии (Г. Лебон, А.А. Леонтьев, К. Юнг, Е.Л. Доценко, С. Кара-Мурза, Д.В. Ольшанский, В.П. Шейнов)³.

Существенную роль в осмыслении общетеоретических и методологических аспектов изучения политической коммуникации в условиях выбора играет анализ вопросов информатизации и становления информационного общества, развития электронных коммуникационных технологий. Наряду с известными зарубежными исследователями (Н. Винером, М. Маклюеном, Э. Тоффлером⁴ и др.), значительный вклад в разработку этой проблемы внесли отечественные ученые: А.В. Попов, Ю.Г. Чернышев, А.В. Чугунов, Л.В. Сморгунов⁵.

Communication / Rev. ed. by Wilbur Schramm and Donald F. Roberts. - Urbana, 1971; *Scott B.* The skills of communicating. - Aldershot: Gower, 1986; *Шварценберг Р.-Ж.* Политическая социология: В 3 ч., 1993.

² См. наприм.: *Грачев М.Н.* Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. - М., 2004; *Мирошниченко И.В.* Политическая культура социально-профессиональных групп: Дисс. ... канд. полит. наук - Краснодар, 2004; *Почепцов Г.Г.* Коммуникативные технологии двадцатого века. - М., 2000; *Почепцов Г.Г.* Теория коммуникации. - М., 2006; *Пушкарева Г.В.* Политические коммуникации // Политическое обеспечение бизнеса / Под ред. Ю.С. Коноплина. - М., 1995; *Санаев А.В.* Выборы в России. Как это делается. - М., 2011; *Соловьев А.И.* Политическая коммуникация: к проблеме политической идентификации // Полис. - 2002. - № 3; *Шомова С.А.* Политическая коммуникация: социокультурные тенденции и механизмы: автореф. дис. ... д-ра социолог. наук. - М., 2004; *Щербинин А.И.* Пространство политической культуры // Полис. - 2000. - № 1.

³ См. наприм.: *Доценко Е.Л.* Психология манипуляции. Феномен, Механизм и Защита. - М., 1997; *Кара-Мурза С.* Манипуляция сознанием. - М., 2000; *Крысько В.* Секреты психологической войны. - Минск, 1999; *Лебон Г.*, Психология народов и масс // Психология масс: Сб. документов - Самара, 1998; *Леонтьев А.А.* Психолингвистические особенности языка СМИ // URL: <http://evartist.narod.ru/text12/> Дата обращения 17.07.2011; *Ольшанский Д. В.* Политико-психологический словарь. - Екатеринбург, 2002; *Шейнов В.П.* /Скрытое управление человеком // URL: <http://shnurok14.narod.ru/Psih/Hidden/14-4.htm> / Дата обращения 1.03.2010; *Юнг К.* Психология бессознательного. - М., 1994.

⁴ См. наприм.: *Wiener.* Cybernetics: Or Control and Communication in the Animal and the Machine. - Paris, 1961; *Маклюэн М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. - М., 2003; *Тоффлер Э.* Метаморфозы власти: Знание, богатство и сила на пороге XXI в. - М., 2003.

⁵ См. наприм.: *Попов А.В.* Блоги: Новая сфера влияния. - М., 2008; *Сморгунов Л.В.* Сетевой подход к политике и управлению // Политические исследования. Полис. 2001. №3; *Чернышев Ю.Г.* Использование интернет-блогов в политической борьбе / URL: ashpi.asu.ru/studies/2007/ Дата обращения: 27.03.2010; *Чугунов А.В.* Политика и Интернет:

Целесообразно выделить исследование американского политтехнолога Э. Боэхлerta «Bloggers on the Bus: How the Internet changed politics and the press»⁶. Данная работа помогла диссертанту выявить факторы эффективности Интернет-сайтов, изучить специфические черты блогов политиков и исследовать как блоги и Интернет влияют на политический процесс в современном мире.

В контексте рассматриваемой проблематики диссертационного исследования автор обращался к трудам из области теории политической рекламы. Это, прежде всего ряд диссертационных исследований в данной области: О.А. Артемьевой, Л.Н. Богомоловой, А.Г. Варавва, Е.В. Волосковой, Е.М. Генерозовой, Л.В. Гуляевой, Е.Е. Нечай, А.А. Николаевой, И.К. Решетова, С.П. Седовой, Е.В. Столяровой, С.А. Чубай, Е.Б. Шабаровой⁷.

Отдельные сюжеты рассматриваемой темы разработаны в трудах саратовских ученых. Прежде всего, стоит выделить исследования С.Е. Гришина⁸, С.В. Тихоновой⁹, И.П. Тарасова¹⁰, а также новейшие

политическая коммуникация в условиях развития современных информационных технологий: автореф. дис. ... канд. полит. наук. - СПб., С.-Петербург. гос. ун-т, 2000.

⁶ См.: *Boehlert E.* Bloggers on the Bus: How the Internet changed politics and the press. – N.Y., 2009.

⁷ См. наприм.: *Артемьева О.А.* Рекламная коммуникация как аффективно-когнитивное единство. - Ярославль, 2003; *Богомолова Л.Н.* Социальные факторы восприятия политической рекламы: дис. ... канд. социол. наук. - СПб., 2000; *Варавва А.Г.* Политическая реклама в современных избирательных кампаниях США, 1990-е годы: дис. ... канд. истор. наук. - Волгоград, 1999; *Волоскова Е.В.* Политическая реклама как фактор развития медиа-предпринимательства: дис. ... канд. экон. наук. - Ставрополь, 2003; *Генерозова Е.М.* Особенности современной политической рекламы в России: дис. ... канд. полит. наук. - Уфа, 2000; *Гуляева Л.В.* Институционализация политической рекламы в российском регионе: на примере Пензенской области: дис. ... канд. социол. наук. - Пенза, 2009; *Нечай Е.Е.* Политическая реклама как вид политической деятельности: практика современной России: дис. ... канд. полит. наук. - СПб., 2008; *Николаева А.А.* Партия «Справедливая Россия» в политическом спектре современной России: дис. ... канд. полит. наук. - Саратов, 2009; *Решетов И.К.* Политическая реклама в системе массовых коммуникаций: дис. ... канд. полит. наук. - М., 1999; *Седова С.П.* Политическая реклама в современном российском обществе: институциональные аспекты: дис. ... канд. полит. наук. - М., 2006; *Столярова Е.В.* Коммуникативная направленность текстов политической рекламы: дис. ... канд. филос. наук. - Архангельск, 2005; *Чубай С.А.* Диалогичность современной политической рекламы: дис. ... канд. филол. наук. - Волгоград, 2007; *Шабарова Е.Б.* Политическая реклама в России конца XX-XXI века: структура и проблемы эффективности: дис. ... канд. полит. наук. - М., 2005.

⁸ См.: *Гришин С.Е.* Политическая коммуникация. Саратов, 2012; *Гришин С.Е.* К вопросу о функциях политической коммуникации // Традиции и новации времени: актуальные проблемы современного общества. Вып. 20. Саратов, 2012.

⁹ См.: *Тихонова С.В.* Коммуникационная революция сегодня: информация и сеть // Полис. - 2007. - №3.

¹⁰ См. наприм: *Тарасов И. П.* Принципы права: дескриптивные абстракции или руководящие организационные начала // Государство и право: теория и практика: материалы междунар. заоч. науч. конф. / Под общ. ред. Г.Д.Ахметовой. — Челябинск,

диссертационные исследования Ю.М. Алексеева «Особенности политической Интернет-коммуникации: региональный аспект», А.В. Кузнецова «Политика информатизации административной сферы в современной России», А.А. Казакова «Политические технологии информационно-коммуникационного взаимодействия России и США». В данных исследованиях саратовских ученых изучаются особенности политической коммуникации в информационном обществе с точки зрения политической теории.

Вместе с тем, несмотря на очерченные рамки научной разработанности проблемы, недостаточно исследованными в политической теории остаются именно факторы детерминации эффективности политической коммуникации в условиях выбора, особенно, изучение их взаимодействия и механизма влияния на конечный результат. Кроме того, при формировании электронной политической коммуникации целесообразно изучить ее механизм, трансформирующийся и модернизирующийся с развитием новых технологий, что делает современным и актуальным настоящее диссертационное исследование.

Объектом исследования выступает трансформация теоретических представлений о механизме политической коммуникации в период перехода от индустриального к информационному обществу.

Предметом исследования является отражение в современной политической теории динамики взаимодействия факторов, определяющих эффективность механизма политической коммуникации власти и общества в условиях выбора.

Цель диссертационной работы заключается в установлении факторов повышения эффективности механизма политической коммуникации в условиях выбора и развития новых информационных технологий. Для достижения поставленной цели был определен ряд **задач**:

- провести сравнительный анализ моделей коммуникации, представленных в современной политической теории;
- выявить особенности и специфику аудиальной, визуальной, аудиовизуальной политической рекламы как ведущего элемента механизма политической коммуникации;
- исследовать структуру и особенности коммуникативных сетей современного мира, их значение и влияние на эволюцию политической теории;
- сравнить эффективность различных моделей политической коммуникации в условиях выбора;
- сформулировать практические рекомендации, направленные на повышение эффективности механизма политической коммуникации в условиях выбора и развития новых информационных технологий.

Методологическая база исследования. При написании работы автором были использованы разнообразные теоретико-методологические подходы. На основе системного подхода достигнуто целостное представление о механизме политической коммуникации в условиях выбора. В работе использовался исторический подход, позволивший выяснить динамику развития теории коммуникации и появления политической коммуникации.

Для достижения целей и задач исследования также были задействованы различные теоретические и эмпирические методы: сравнения, моделирования, шкалирования, обобщения, статистический, классификационный, структурно-функциональный, дискурс-анализ, конкретно-исторический анализ, интен-анализ, контент-анализ.

В ходе исследования постоянно использовался и ряд общенаучных методов: синтез, анализ, индукция, дедукция, сравнение, наблюдение. В частности сравнение - один из основных методов исследования, позволяющий соотносить и анализировать сходства и различия моделей коммуникации. Метод конкретно-исторического анализа направлен на исследование теорий коммуникаций в процессе их развития в определенных условиях.

Основываясь на структурно-функциональном методе, автор смог точнее оценить и разделить функции каждого из элементов политической коммуникации, таких как пропаганда, политическая реклама, политическая агитация, паблик рилейшнз, проявляемых на различных уровнях и в самых разных сферах российской политической системы. Данный метод позволил проанализировать функциональность сайтов политических партий и блогов.

Для проведения анализа факторов эффективности политической коммуникации в условиях выбора автор обратился к методу шкалирования – моделирования реальных процессов с помощью числовых систем. Шкалирование позволило оценить факторы политической коммуникации в условиях выбора.

В диссертации также использовались различные методы анализа медийного текста, в частности контент-анализ и лингвистический анализ. Основными методами исследования в данной работе стали сравнительный, качественный контент-анализ, дискурс-анализ. Следует отметить, что под дискурсом в данном исследовании автор понимает дискурс-коммуникацию между кандидатами (или их представителями – политтехнологами) и избирателями. Методы исследования обусловлены спецификой объекта, языкового материала, а также целью и задачами исследования.

Источниковая база исследования. Важным источником информации явились Интернет-ресурсы, которые помогли ознакомиться с текстом статей, посвященных непосредственно анализу политической коммуникации. Также были использованы материалы научных конференций, монографии, авторефераты, диссертационные работы. Эмпирической базой исследования являются листовки, билборды, календари, агитационные видео и аудио ролики, Интернет-сайты,

использовавшиеся на выборах в 90-х. XX в., 2003, 2007-2008, 2011-2012 годах.

Научная новизна диссертации обусловлена постановкой ее цели, а также исследовательскими задачами, и заключается в следующем.

1. Исследован генезис категорий «коммуникация» и «политическая коммуникация», определено их место в теории пропаганды.

2. Рассмотрены с авторских позиций модели коммуникации и предложена теоретическая модель современного механизма политической коммуникации.

3. Проведен теоретический анализ и сопоставление особенностей аудиальной, визуальной, аудиовизуальной политических реклам.

4. Впервые в рамках теоретического анализа автором сделаны выводы и предложены рекомендации выбора наиболее эффективных моделей политической коммуникации.

5. Разработана авторская модель многосторонней электронной политической коммуникации.

Положения, выносимые на защиту:

1. Политическая коммуникация – кратковременная или долговременная непосредственная (прямая) или опосредованная (через технические средства) связь политических субъектов между собой или с другими заинтересованными или вовлеченными субъектами с целью передачи политической или иной информации в виде сообщения несущего установленный коммуникатором смысл, побуждающий адресата к действию, имеющему политическое значение или политическое последствие.

2. Изучив различные модели коммуникации, автор пришел к выводу, что они рассматривают в основном коммуникацию, как процесс обработки и передачи информации, как правило, без четко обозначенной связи с политическими целями и задачами, без учета оценки эффективности политической коммуникации. Представляется необходимым по-новому рассмотреть политико-коммуникативный процесс, выделив в нем следующие элементы:

К- коммуникатор;

А – адресат;

ИП – информация политическая;

ИИ – информация иная;

СУ – смысл установочный;

СП – смысл полученный;

КД – кодирование;

ДК – декодирование;

ДП- действие политическое;

ДИ – действие иное (приведшее к политическим последствиям);

ДИН – действие иное, не удовлетворительное (не приведшее к политическим последствиям).

3. Сеть Интернет приобретает все большее значение в качестве инструмента осуществления многосторонней политической коммуникации в электоральный период. Интернет, вступает в симбиоз с традиционными СМИ, что может привести к постепенному уходу традиционных СМИ на второстепенные позиции. Предлагая новейшие технологии информационного обмена, Интернет-сеть расширяет коммуникационные возможности участников политических процессов, в том числе избирательного процесса, превращаясь в арену информационного противоборства между кандидатами, избирательными объединениями в период проведения выборов. Все это вызывает необходимость теоретического изучения возникновения, развития и эффективности электронных форм политической коммуникации в условиях выбора.

4. Основываясь на результатах анализа факторов эффективности политической коммуникации, систематизированных в исследовании, автор утверждает, что наиболее эффективным каналом политической коммуникации является Интернет. Следующим по эффективности каналом является встреча с избирателями. Затем телевидение, радиовещание, далее проверенная временем схема «от двери к двери», листовки, календари, билборд.

5. Для вовлечения в процесс политической коммуникации наибольшего числа населения разных возрастных, социальных и профессиональных слоев представляется необходимым комплексное использование традиционных форм воздействия, являющихся наиболее привычными для восприятия большинства граждан России, и информационно-коммуникационных возможностей электронной политической коммуникации. Сочетание доступности, повседневности, регулярности и настойчивости традиционной пропаганды и политической рекламы с массовостью, гибкостью и высокой коммуникационной скоростью Интернета создаст необходимые условия для наиболее эффективного осуществления политической коммуникации в современной России. Полный отказ в ближайшее время от традиционных средств политической коммуникации в пользу Интернета, в силу особенностей российского электората, не принесет желаемого роста эффективности новых политических технологий, создаст коммуникативный вакуум, ликвидирует силу альтернативную электронной политической коммуникации, способную в какой-то мере контролировать безграничные возможности Интернета.

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в формировании авторской теоретической модели политической коммуникации; выявлении механизма многосторонней электронной политической коммуникации; установлении особенностей аудиальной, визуальной, аудиовизуальной политических реклам; обосновании наиболее эффективных форм взаимодействия традиционной и электронной политических коммуникаций в процессе их взаимной интеграции.

Практическая значимость диссертационного исследования.

Выводы диссертационного исследования могут быть использованы в обосновании стратегии политической коммуникации в условиях развития электронной демократии и в работе политтехнологов при составлении предвыборных материалов.

Материалы диссертации также могут быть использованы при чтении курсов «Политология», «Введение в политическую теорию», «Избирательные технологии», «Политические коммуникации».

Апробация результатов диссертационного исследования.

Основные положения диссертационного исследования изложены автором в пятнадцати статьях, среди которых три статьи в журналах, рекомендуемых перечнем ВАК, а также апробированы в докладах на девяти научных конференциях различного уровня (Международная научная конференция «Изменение России: политические повестки и стратегии»; Международная научно-практическая конференция «Гуманитарные науки в XXI веке»; Международная научно-практическая конференция «Наука и современность - 2011»; Международная научная конференция «Теоретические и практические аспекты научных исследований»; Международная научно-практическая конференция «Право и его реализация в 21 веке»; Международная научно-практическая конференция «Политическая наука: состояние и перспективы развития в XXI веке»; Всероссийская научно-практическая конференция «Политическое развитие современных российских регионов: приоритеты, тенденции, результаты, проблемы и перспективы»; Всероссийская научно-практическая конференция «Политическое образование в современном мире: традиции и перспективы»; Всероссийская научно-практическая конференция «Проблемы модернизации российской государственности: стратегии, институты, акторы»).

Теоретические положения, практические результаты и концептуальные разработки, приведенные в диссертационном исследовании, рассматривались и обсуждались на методологических семинарах и на заседаниях кафедры теоретической и прикладной политологии ФГБОУ ВПО «Саратовской государственной юридической академии».

Материалы диссертации автором использованы при чтении курсов «Политическая коммуникация» студентам 3 курса Гуманитарного факультета и Института Права и Экономики ФГБОУ ВПО «Саратовской государственной юридической академии».

Структура диссертации обусловлена целью и поставленными задачами. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и литературы.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность рассматриваемой темы; устанавливается степень ее новизны и теоретико-прикладной значимости; определяется объект, предмет, цели и задачи исследования; формулируются положения, выносимые на защиту.

В **первой главе «Научно-концептуальные аспекты становления и эволюции теории политической коммуникации»** автором проведен анализ различных форм политической коммуникации и их взаимодействие между собой в процессе информационно-коммуникационной эволюции; рассмотрены различные модели коммуникации и возможности применения их в политических процессах вообще и в условиях выбора в частности.

В **первом параграфе «Теоретические источники и социальные предпосылки становления концептуальных парадигм политической коммуникации»** для более четкого понимания специфики коммуникационного процесса в современной политике автор обратился к вопросам возникновения и эволюционирования теории политической коммуникации.

Установлено, что политическая коммуникация, охватывая все социально-политические связи – межличностные, массовые и специальные, отражает и выражает культурные ценности субъектов политики; несет в себе политическую информацию как содержание, включая процессы обмена этим содержанием, семиотические и технические средства, используемые в этих обменах, технические каналы этих обменов. Сущность политико-коммуникационного процесса заключается, прежде всего, в передаче, перемещении, обороте политической информации.

Дано авторское определение политической коммуникации: политическая коммуникация – кратковременная или долговременная непосредственная (прямая) или опосредованная (через технические средства) связь политических субъектов между собой или с другими заинтересованными или вовлеченными субъектами с целью передачи политической или иной информации в виде сообщения несущего установленный коммуникатором смысл, побуждающий адресата к действию, имеющему политическое значение или политическое последствие.

В современных условиях дальнейшего развития гражданского общества, объединенного не только традиционной политической коммуникацией, но и электронной политической коммуникацией в виде Интернета, играющего все большую роль в политической жизни России, возникает необходимость исследования факторов эффективности агитации, политической рекламы, пропаганды, паблик рилейшнз, в условиях зарождения и развития электронной демократии, сопровождающейся интеграцией традиционной и электронной политических коммуникаций.

Во **втором параграфе «Моделирование - основная парадигма исследования механизмов политической коммуникации»**

рассматриваются различные модели коммуникации применительно к политическим процессам.

Изучив различные модели коммуникации, автор пришел к выводу, что они рассматривают в основном коммуникацию, как процесс обработки и передачи информации, как правило, без четко обозначенной связи с политическими целями и задачами, без учета оценки эффективности политической коммуникации. Представляется целесообразным по-новому рассмотреть политико-коммуникативный процесс, выделив в нем следующие элементы:

К- коммуникатор;

А – адресат;

ИП – информация политическая;

ИИ – информация иная;

СУ – смысл установочный;

СП – смысл полученный;

КД – кодирование;

ДК – декодирование;

ДП- действие политическое;

ДИ – действие иное (приведшее к политическим последствиям);

ДИН – действие иное, не удовлетворительное (не приведшее к политическим последствиям).

Используя указанные элементы, формулируется авторская модель оценки процессов политической коммуникации, влияющих на ее эффективность.

Коммуникатор получает информацию извне (из информационного поля). Информация может быть политической (нести политическую смысловую нагрузку) или иной информацией (социальной, правовой, уголовной, психологической, личностной – автобиография кандидата и т.д.)

Полученную информацию коммуникатор оценивает, обрабатывает в соответствии с необходимым (установочным, заказным) смыслом. Затем подготовленную информацию, несущую установочный смысл, путем кодирования преобразуют в сообщение (кодирование с помощью звуковых языковых знаков – устная речь на встрече с избирателями или с помощью технических средств – СМИ, Интернета, печатной политической рекламы и т.д.). Сообщение через канал передается на декодер, далее происходит расшифровка (декодирование) полученного сообщения, причем смысл полученного сообщения может отличаться от смысла установочного в силу ошибок при кодировании или декодировании, наличии шумов в канале.

Декодированная информация воздействует на адресата, побуждая его к действиям (в идеале действия адресата совпадают с замыслом коммуникатора, хотя могут оказаться противоположными при значительном отличии смысла полученного от смысла установочного). Если же действие иное не приводит к политическим последствиям, то тогда, политическая коммуникация признается неудавшейся, неэффективной.

Доказывается, что политическое событие создает информационное поле, общее, как для адресата, так и для коммуникатора, объединяя их двусторонней или обратной от адресата к коммуникатору связью. Обновленная политическая информация поступает к коммуникатору, который на ее основе корректирует смысл нового сообщения для адресата. В идеале политическая коммуникация, по мнению автора, должна иметь циклический или спиралевидный характер. Она может прерваться, если коммуникатор будет изолирован в результате революции (переворота) или неудачи на выборах, из-за неэффективной политической коммуникацией.

В заключение первой главы автором дана характеристика оснований выделения аспектов изучения процесса современной политической коммуникации.

Во второй главе **«Политическая реклама как ведущий элемент механизма политической коммуникации»** проведено исследование традиционной политической рекламы в условиях выбора для оценки эффективности технологий различных ее форм.

В первом параграфе **«Визуальная реклама как способ взаимодействия с избирателями»** автор изучил визуальную политическую рекламу в пространстве политических коммуникаций, провели анализ календарей, билбордов, листовок и выявили, что листовка это основной вид визуальной политической рекламы в России, это своеобразный дискурс между политиками и избирателями. Несмотря на содержание в своей структуре непостоянных элементов (блоков), листовка обладает определенной организацией, которая образует интенциональную структуру текста листовки. Каждый из блоков воплощает предназначенную ему интенцию, что в совокупности формирует образ кандидата и помогает читателю сделать выбор при голосовании.

Во втором параграфе **«Аудиальная реклама как форма в механизме политической коммуникации»** исследованы особенности действия аудиальной рекламы как формы политической коммуникации.

Современная теория коммуникации исходит из того, что возможности радио обусловлены высокой оперативностью распространения информации, а также способностью к передаче сообщений широкой социальной аудитории. Основным недостатком у аудиального вида политической коммуникации является отсутствие визуального ряда, в том числе текста у слушателей. Дополнение аудиальной политической рекламы визуальным компонентом переводит ее на новый более эффективный уровень, создавая аудиовизуальную рекламу, более адаптированную к использованию не только в традиционной, но и в электронной политической коммуникации.

В третьем параграфе **«Аудиовизуальная реклама как политико-коммуникативный феномен»** рассматривается эффект взаимного усиления воздействия аудиального и визуального факторов при их совместном использовании в политической рекламе.

В условиях использования электронных информационно-коммуникационных технологий с их информационной открытостью,

оперативностью и анонимностью, когда каждый участник политической коммуникации, являясь частью массовой коммуникации, остается свободно мыслящим индивидуумом, имеющим практически неограниченный доступ к любой информации, при желании сохраняя анонимность, политическую информацию уже нельзя рассматривать как коммерческий товар, навязываемый населению. Основной целью, помимо достижения или удержания власти, становится обеспечение проявления свободы выбора граждан.

Делается вывод, что основная задача политической рекламы заключается не в навязывании своих политических убеждений, не в культивировании почитания своего политического лидера (кандидата), а в формировании у граждан, прежде всего, интереса к политической жизни страны (развитие гражданского общества) вообще и к деятельности своей политической партии в частности. Теоретическое исследование особенностей действия политической рекламы в информационно-коммуникационном поле Интернета в период формирования гражданского общества, связанного с бурным развитием в России электронной политической коммуникации, позволяет осуществить гармоничную интеграцию политической рекламы, традиционной политической коммуникации и электронной политической коммуникации.

В третьей главе «Развитие сетевых Интернет-технологий и поиск новых возможностей повышения эффективности механизма политической коммуникации» изучены вопросы многообразия электронной политической коммуникации в современных условиях, пути ее интеграции с традиционной политической коммуникацией и влияние этого процесса на их эффективность.

В первом параграфе «Многообразие коммуникационного процесса» автором проведен анализ структуры разнообразных сетей коммуникационных каналов и возможностей их применения в политической коммуникации.

Коммуникационная сеть представляет собой определенное соединение участников коммуникации с помощью информационных потоков. Можно выделить следующие коммуникационные сети: односторонние, двусторонние и многосторонние. К первым относятся календари, листовки, билборды. Ко вторым относится агитационная сеть в ходе кампании «от двери к двери» и встречи кандидата с избирателями. К третьим - Интернет-Сеть ресурсы - блоги и официальные сайты кандидатов и партий.

Политическая коммуникация формируется в виде коммуникативных сетей различной конфигурации и сложности. Это многообразие коммуникационного процесса дает большие творческие возможности для политтехнологов при разработке конкретной политической коммуникации с учетом личностных особенностей кандидата, социальных и коммуникационных особенностей региона.

Теоретическое обоснование необходимости выбора той или иной формы диалогического взаимодействия адресанта и адресата в ходе

осуществления политической коммуникации предполагает равноправный обмен точной, законченной, полной и проверяемой информацией о политических проблемах и процессах.

Во втором параграфе «Расширение возможностей электронной политической коммуникации в современных условиях» изучены особенности электронной политической коммуникации в условиях зарождения и развития электронной демократии и связанных с этим процессов интеграции традиционной и электронной политических коммуникации, их оценки в политической теории.

Автор исходит из того, что зарождение и бурное развитие электронной политической коммуникации, являющейся основой электронной демократии и ее составляющей – электронных выборов, позволило выйти политической рекламе, агитации и наиболее массовой коммуникации – пропаганде на новый информационно-коммуникационный уровень. Современная политическая теория приходит к выводу, что пропаганда вновь становится, прежде всего, средством распространения идей, в том числе и политических с целью приобретения новых сторонников. Оставаясь, как и прежде, наиболее массовой политической коммуникацией, пропаганда в информационно-коммуникационном поле Интернета получила возможность воздействия на практически неограниченную по численности аудиторию. При этом, несмотря на массовость коммуникации, отсутствует эффект манипуляции «толпой». Это связано с отсутствием непосредственного контакта адресатов и, как следствие, сохранение индивидуальности каждого пользователя.

В третьем параграфе «Информационные технологии как факторы повышения эффективности механизма политической коммуникации» автором проведено исследование факторов, влияющих на эффективность практического применения различных форм политической коммуникации.

Принятая в литературе типология коммуникации (односторонняя, двусторонняя, многосторонняя) важна, в первую очередь, потому что именно наличие обратной связи (двусторонней и многосторонней коммуникации) увеличивает эффективность политической коммуникации в условиях выбора. Содержание коммуникации может включать изображение, звуки, данные. Границы свободы политической коммуникации автор разделил на свободу от государственных институтов и свободу от географического положения. Издержки, являясь экономическим показателем затрат на производство и распространение политической коммуникации в электоральном периоде, очень часто играет решающую роль при выборе форм политической коммуникации. Немаловажным для анализа является показатель скорости передачи информации.

По результатам проведенного анализа факторов эффективности политической коммуникации автор заключает, что Интернет практически по всем позициям находится на первом месте. Он является наиболее удобным и эффективным коммуникационным каналом политической жизни. Интернет способен в очень короткие сроки, с минимальными затратами, в

индивидуальном режиме общения, при необходимости анонимно, охватить практически неограниченное количество избирателей, давая им, в силу своей демократичности, возможность обратной связи и ничем неограниченной связи, тем самым превращая избирателя из простого адресата в полноценного и активного участника предвыборной кампании. Относительная анонимность дает избирателю чувство независимости от государства, от официальных политических установок, позволяя ему высказывать свое мнение честно и в полном объеме.

По мнению автора, для обеспечения права избирателей на свой свободный выбор в будущем представляется целесообразным сохранить наряду с электронными, и традиционные формы политической коммуникации (особенно встречи с избирателями), возможно закрепив это право законодательно.

В Заключении обобщаются основные результаты исследования, подводятся итоги, формулируются содержательные выводы.

Проведенный анализ прямо указывает на непосредственную зависимость факторов эффективности политической коммуникации от той коммуникативной сети, куда будут направлены усилия данного процесса.

Подтверждается целесообразность проведения преобразований в теории политической коммуникации, направленных на:

- обеспечение мирных диалоговых взаимных коммуникативных отношений власти и гражданского общества;
- создание возможностей динамического развития электронной демократии, основывающейся на электронной политической коммуникации с учетом особенностей России, где традиционная политическая коммуникация, по-прежнему, играет одну из ведущих ролей;
- обоснование наиболее эффективных форм взаимодействия традиционной и электронной политических коммуникаций в процессе их взаимной интеграции.

**Основные положения и результаты диссертации отражены в
следующих публикациях:**

***I. Статьи, опубликованные в ведущих научных журналах и изданиях,
рекомендованных перечнем ВАК:***

1. *Кузьмина Е.А.* Современный коммуникативный процесс: формирование многосторонней электронной коммуникации // Правовая политика и правовая жизнь. - 2010. - Выпуск 2(39). - С. 202-207.
2. *Кузьмина Е.А.* Блогосфера как форма коммуникационного политического пространства // Правовая политика и правовая жизнь. - 2010. - Выпуск 4 (41). - С. 95-99.
3. *Кузьмина Е.А.* Специфика коммуникативного воздействия визуальной политической рекламы: региональный аспект // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. - 2011. - № 4(38). - С. 163-165.

II. Статьи, опубликованные в иных изданиях:

1. *Кузьмина Е.А.* Некоторые особенности предвыборной агитации США и России (сравнительный анализ) // Политическое образование в современном мире: традиции и перспективы: Всероссийская научно-практическая конференция. - СПб., 2009. - С. 74-75.
2. *Кузьмина Е.А.* Коммуникативная парадигма в политологических исследованиях // Политическое развитие современных российских регионов: приоритеты, тенденции, результаты, проблемы и перспективы: Всероссийская научно-практическая конференция (Волгоград). – М., 2010. - С. 23-24.
3. *Кузьмина Е.А.* Политическая агитация как политико-коммуникативный феномен // Научный общественный политический журнал «Без темы». - Екатеринбург, 2009 / Электронная версия: www.beztemy.usu.ru. - С.77-83.
4. *Кузьмина Е.А.* Политическая коммуникация избирательного процесса // Молодежная политическая наука в Саратове. - Саратов, 2010. - С. 65-71.
5. *Кузьмина Е.А.* Модернизационные процессы политической коммуникации: формирование многосторонней электронной политической коммуникации // Проблемы модернизации российской государственности: стратегии, институты, акторы: Сборник научных трудов (по материалам Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 80-летию ГОУ ВПО «Саратовская государственная академия права», 22-23 ноября 2010). - Саратов, 2010. - С. 304-307.

6. *Кузьмина Е.А.* Интернет как форма многосторонней электронной политической коммуникации // Изменение России: политические повестки и стратегии: Международная научная конференция (25-26 ноября 2010 г.). Тезисы докладов. - М., 2010. - С. 119-120.

7. *Кузьмина Е.А.* Структура сетевых коммуникаций // Право и его реализация в XXI веке: сб. науч. тр.(по матер. междунар. науч.- практ. конф., посвящ. 80-летию Саратовской государственной юридической академии, Саратов, 29-30 сентября 2011 г.): в 2 ч./ Саратов, 2011. – Ч. 2. – С. 139.

8. *Кузьмина Е.А.* Аудиальная реклама как форма политико-коммуникативного воздействия // Гуманитарные науки в XXI веке: Материалы I Международной научно-практической конференции (06. 04. 2011). – М., 2011. - С. 207-209.

9. *Кузьмина Е.А.* Современные подходы к пониманию коммуникации // Наука и современность - 2011: сборник материалов X Международной научно-практической конференции: в 2-х частях. Часть 1 / Новосибирск, 2011. - С. 270-274.

10. *Кузьмина Е.А.* Моделирование в механизмах политической коммуникации // Теоретические и практические аспекты научных исследований: сборник научных трудов по материалам Международной научной конференции «Теоретические и практические аспекты научных исследований». Часть 2. - Киев, 2011. - С. 108-115.

11. *Кузьмина Е.А.* Повышение эффективности политической коммуникации в электоральный период // Научные исследования современности: Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. Выпуск №3. – Киев, 2011. - С. 12-18.

12. *Кузьмина Е.А.* Коммуникационные сети в электоральный период современной России // Политическая наука: состояние и перспективы развития в XXI веке: материалы междунар. научно-практической конференции - Краснодар, 2012. – С.553-559.

