

З. Ф. Хубецова

Политическая коммуникация

Теория, образование, опыт

В 2 частях

Часть 1. Исследование
и преподавание политической
коммуникации

Учебное пособие



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЖУРНАЛИСТИКИ
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Теория, образование, опыт

В 2 частях

Часть 1. Исследование и преподавание
политической коммуникации

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЖУРНАЛИСТИКИ
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

З. Ф. Хубецова

Политическая
КОММУНИКАЦИЯ
Теория, образование, опыт
В 2 частях

Часть 1. Исследование
и преподавание политической
коммуникации

Учебное пособие

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2017

УДК 32.019.51

ББК 66.0я.73

X98

Печатается по постановлению

Редакционно-издательского совета

Ин-та «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

Санкт-Петербургского государственного университета

Рецензенты:

канд. полит. наук, доцент А. Ю. Быков (СПбГУ)

канд. социол. наук, доцент Л. П. Марьина (СПбГУ)

Хубецова З. Ф.

X98 Политическая коммуникация. Теория, образование, опыт : учеб. пос. : в 2 ч. Ч. 1 : Исследование и преподавание политической коммуникации / З. Ф. Хубецова ; науч. ред. С. Г. Корконосенко. — М. : ООО «Смелый дизайнер», 2017. — 142 с.

ISBN 978-5-90363-105-6

Учебное пособие написано в соответствии с программами учебных дисциплин «Политическая коммуникация в современной России», «Политическая коммуникация и политическая пропаганда», «Политология журналистики» Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ. Представлены материалы об изучении, преподавании и организации политической коммуникации как комплексного явления. В первой части рассматривается российский и зарубежный опыт исследования и преподавания политической коммуникации. Контрольные вопросы, аналитические и творческие задания пособия направлены на формирование навыков самостоятельной исследовательской и практической работы в сфере политической коммуникации.

Для бакалавриата и магистратуры по направлениям 42.03.02 «Журналистика» и 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

ISBN 978-5-90363-105-6

УДК

32.019.51

ББК 66.0я.73

© Хубецова З. Ф. (текст), 2017

© С.-Петерб. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2017

© ООО «Смелый дизайнер», 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	6
ГЛАВА I. Теоретические основы изучения политической коммуникации	8
1.1. Понятие и основные элементы коммуникации	9
1.2. Специфика политической сферы коммуникации	15
<i>Вопросы и задания</i>	28
ГЛАВА II. Зарубежный опыт исследования и преподавания политической коммуникации.....	30
2.1. Уолтер Липпман и основы организации и изучения политической коммуникации	31
2.2. Гарольд Лассуэлл и политологическая традиция изучения политической коммуникации	40
2.3. Уилбур Шрамм и филолого-журналистская традиция изучения и преподавания политической коммуникации	43
2.4. Пауль Лазарсфельд и социологическая традиция изучения медиаэффектов	49
2.5. Современная зарубежная политическая коммуникативистика: эволюция системы профессиональной подготовки и исследовательских парадигм	54
<i>Вопросы и задания</i>	63
ГЛАВА III. Российские традиции исследования и преподавания политической коммуникации	64
3.1. Политическая коммуникация в предметном поле советской теории журналистики	65
3.2. Эпоха коммерциализации и профессионализации политических коммуникаций в России	70
3.3. Современная российская политическая коммуникативистика: исследовательские парадигмы и проблемно-тематическое наполнение	87
<i>Вопросы и задания</i>	103
Использованная литература.....	105
Приложения	114

ВВЕДЕНИЕ

Структура и содержание первой части учебного пособия соответствуют рабочей программе учебной дисциплины «Политическая коммуникация в современной России» (направление 42.03.02 «Журналистика» по программе «Политическая журналистика» для магистрантов) и посвящены изучению и преподаванию политической коммуникации.

Рассматриваются классические и современные концепции и модели политической коммуникации, особенности развития политической коммуникативистики в России и за рубежом, жизнь и деятельность отечественных и зарубежных исследователей — пионеров в области политической коммуникации, современные научные школы политической коммуникативистики. Исследование теоретических основ политической коммуникации базируется на трех ведущих методологических подходах, сложившихся в современной науке о коммуникациях: биографическом, институциональном и историко-эпистемологическом.

Биографический подход позволяет понять значение социально-политического и исторического контекста для развития политической коммуникативистики, оценить вклад исследователей-коммуникативистов в становление данной отрасли науки. Институциональный подход игнорирует субъективные факторы, фокусирует внимание на роли исследовательских и образова-

тельных структур в обретении политической коммуникативистикой научного статуса. Историко-эпистемологический подход способствует пониманию того, какие именно идеи составили суть теории политической коммуникации, как эти идеи влияли на практику политической коммуникации и менялись с течением времени.

Вопросы, связанные с определением предметного поля, научным статусом и отраслевой принадлежностью политической коммуникативистики в России, изложены в дискуссионном ключе, в расчете на вовлечение читателя в рефлексивное освоение учебного материала для выработки собственных научных позиций.

ГЛАВА I

Теоретические основы изучения политической коммуникации

Ключевые термины: коммуникация, социальная коммуникация, массовая коммуникация, политическая коммуникация, коммуникативная среда, сфера коммуникации, социальная система, политическая сфера жизни общества, политическая коммуникативистика.

В результате изучения этой главы учебного пособия магистрант должен:

- **знать** теоретические подходы к изучению понятия «коммуникация», структуру социальной системы и особенности строения политической сферы жизни общества, основные элементы процесса коммуникации и механизм осуществления коммуникативных связей в политической системе;
- **уметь** использовать теоретические знания для самостоятельного анализа коммуникативной среды и сфер коммуникации, определять цели коммуникации, которые ставят коммуниканты в выбранной для изучения сфере, и степень их практической реализации;
- **владеть** навыками планирования результата и выбора средств достижения целей в массовой политической коммуникации.

1.1. ПОНЯТИЕ И ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ КОММУНИКАЦИИ

Рассмотрение специфики политической коммуникации как деятельности или особого процесса, протекающего в политической сфере, необходимо начать с определения содержания термина «коммуникация». В зарубежной и российской науке данное понятие получило много определений, но до сих пор оно остается дискуссионным. Во многом это связано с эволюцией смысла самого термина «коммуникация» и изменением практики словоупотребления.

Слово «коммуникация» (от лат. *commūnicātiō* — связь, сообщение), как указано в одном из самых авторитетных на данный момент этимологических словарей русского языка М. Фасмера, было заимствовано из польского языка (польск. вариант — *komunikacja*) и впервые отмечено в речи Феофана Прокоповича и Петра I (Коммуникация [б.г.(б)]). То, что моду на слово «коммуникация» ввели величайший российский реформатор и знаменитый проповедник и государственный деятель, вполне логично: оба они имели блестящее образование и были хорошо знакомы с европейской культурой, научной и философской мыслью. Политический союз Петра Великого и Феофана — один из первых российских примеров удачного сотрудничества, как бы мы сегодня сказали, главы государства и его главного идеолога, совместно разработавших систему взглядов на государство, общество и церковь.



Феофан (Прокопович), сподвижник Петра Великого, один из первых политических идеологов Российской империи

Долгое время слово «коммуникация» имело ограниченное хождение. Его использовали в своей речи дворяне, приближенные к престолу, дипломаты и офицеры императорской армии и флота, то есть образованные люди, имевшие высокий социальный статус и получившие возможность общения с иностранцами.

В XIX веке слово становится общеупотребительным, о чем свидетельствует появление соответствующей статьи в толковом словаре живого великорусского языка В. И. Даля. Во втором издании словаря (1881) слово «коммуникация» (коммуникація) присутствует с пометками «женского рода, французского происхождения» и толкуется как «сообщение, пути, дороги, средства связи» (Коммуникація 1880–1882, т. 2, с. 149). Интенсивное развитие путей сообщения в XIX веке отразилось и в языке. В словоупотребительной практике коммуникация стала использоваться для обозначения всего набора явлений, связанных с развитием транспортного сообщения.

В XX веке слово «коммуникация» приобрело ряд значений, отраженных в современных неспециализированных словарях. Так, в «Большом толковом словаре русского языка» приводится следующая дефиниция: «КОММУНИКАЦИЯ, -и; ж. [лат. communicatio — сообщение] 1. Спец. Путь сообщения, связь одного места с другим. Водные коммуникации. Перерезать коммуникации противника. Массовая к. (способ сообщения какой-л. информации всем или многим с помощью технических средств). Средства массовой коммуникации (о газетах, радио, телевидении). // Линия энерго-, тепло-, газо- и водоснабжения. Энергетические коммуникации. Подвести, провести коммуникации. Подземные коммуникации. 2. Лингв. Сообщение или передача средствами языка содержания высказывания. Акт коммуникации. <Коммуникативный, -ая, -ое (2 зн.). К-ая функция языка. Коммуникационный, -ая, -ое (1 зн.). К-ые линии» (Коммуникация 1998).

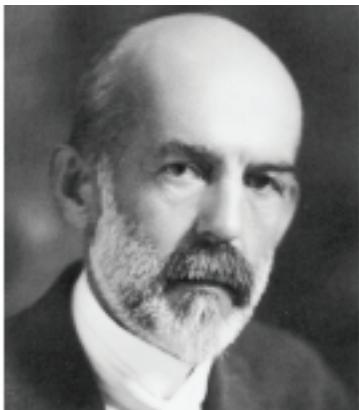
В обыденной речи чаще всего коммуникацией называется взаимодействие между людьми (*социальная коммуникация* как частный случай коммуникации), совокупность способов связи мест (*транспортная коммуникация*) и технических средств передачи

информации большому количеству людей (*массовая коммуникация*). Особую разновидность коммуникации представляет собой взаимодействие в природе, то есть сигнальные способы связи в животном и растительном мире.

В гуманитарных науках коммуникация рассматривается как феномен, связанный с социальным взаимодействием, которое может быть *непосредственным* (лицом к лицу) или *опосредованным* (посредниками могут выступать как технические устройства, так и другие участники коммуникации). Такое понимание было выработано в результате активного осмысления процессов социальной трансформации, возрастающего влияния технических средств на повседневную жизнь человека в начале XX века.

Первыми к проблеме структурных изменений общества в условиях промышленно-технологических и коммуникативных революций обратились американские социологи и социальные психологи. Считается, что одно из первых определений коммуникации принадлежит известнейшему американскому социологу Чарльзу Кули. Описывая социальный организм как некое образование, пронизанное нитями социальных взаимосвязей, исследователь сформулировал следующую дефиницию: «Под коммуникацией понимается механизм, посредством которого становится возможным существование и развитие человеческих отношений, — все символы разума вместе со способами их передачи в пространстве и сохранения во времени. Она включает в себя мимику, общение, жесты, тон голоса, слова, письменность, печать, железные дороги, телеграф, телефон и самые последние достижения по завоеванию пространства и времени. Четкой границы между средствами коммуникации и остальным внешним миром не существует. Однако вместе с рождением внешнего мира появляется система стандартных символов, предназначенная только для передачи мыслей, с нее начинается традиционное развитие коммуникации» (Кули 1994, с. 379).

В дальнейшем свои определения коммуникации предложили и другие американские социальные психологи (Карл Ховланд, Стенли Стивенс, Курт Левин), лингвисты (Роман Якобсон) и специалисты в области инженерных наук и математики (Шлод



Чарльз Хортон Кули (1864–1929), профессор Мичиганского университета, представитель первого поколения американских социологов, член-учредитель и восьмой президент Американской социологической ассоциации

Шеннон, Уоррен Уивер), однако самой известной является логическая формула исследователя Гарольда Лассуэлла, используемая для описания процесса коммуникации (1948): «Кто и что говорит, по какому каналу, кому и с какими эффектами?» (Who says what to whom in which channel with what effect?) (Lasswell 1948).



Гарольд Дуайт Лассуэлл (1902–1978), американский политолог и коммуникативист, один из основоположников прикладных исследований политической пропаганды

К личности Гарольда Лассуэлла и значению его трудов для становления политической коммуникативистики как отрасли науки о коммуникациях и сферы прикладных исследований мы еще вернемся в следующих разделах пособия. В данном случае нас интересует то влияние, которое лассуэлловская формула оказала на развитие коммуникативистики в целом. Определение позволило выделить пять основных элементов коммуникации, соответствующих каждому вопросу из формулы и в графическом виде представляющих простейшую (линейную) модель коммуникации.



Простейшая (линейная) модель коммуникации

В 1950–1960-х годах американские исследователи уделяли большое внимание моделированию коммуникации, что было обусловлено возрастающим влиянием на гуманитарную науку математики и кибернетики, однако самой операциональной и широко применяемой в исследовательской практике остается пятикомпонентная линейная модель, включающая в себя:

- участников коммуникативного процесса (отправителя и получателя);
- само сообщение;
- канал, по которому передается информация;
- эффект, к которому привело коммуникативное взаимодействие.

Таким образом, во второй половине XX века зародилась традиция понимания коммуникации как процесса, протекающего в определенной социальной среде, подчиняющегося тем же принципам, по которым происходит регулирование информационно-го обмена в технических устройствах.

Примечательно, что параллельно с технико-ориентированной научной парадигмой шло интенсивное развитие другого направления в исследованиях коммуникации — семиотического. Европейские (Э. Гуссерль, Ф. де Соссюр, Г. Фреге) и американские (Ч. Пирс, У. Моррис, П. Грайс) ученые практически не использовали понятие «коммуникация», однако, по сути, ими были сформулированы принципиальные подходы к исследованию таких особых аспектов коммуникативного взаимодействия, как смыслопорождение и интерпретация содержания, контекст коммуникации и формы презентации значения.

В современных американских учебниках по основам теории коммуникации дефиниция «коммуникация» описывается с помощью пяти лексем: социальный, процесс, символ, смысл (значение), среда (West, Turner 2007, p. 5), что свидетельствует о сближении процессно-информационной и семиотической научных парадигм. Коммуникация в широком смысле понимается как процесс социального взаимодействия, в ходе которого коммуниканты обмениваются сообщениями (знаками), в структуру которых заложены индивидуально значимые смыслы. Важной частью коммуникативного взаимодействия является интерпретация сообщений. Принципиальным является возросшее внимание к исследованию особенностей среды коммуникации. Коммуникативная среда — это ситуация или контекст, в котором осуществляется коммуникация, среда обитания человека, которую составляет совокупность условий обмена информацией. Качественное состояние коммуникативной среды определяет особенности словоупотребления в обыденной и научной речи.

За последние 20–30 лет под влиянием информационных технологий жизнь человека изменилась настолько сильно, что частотность употребления слова «коммуникация» в обыденной речи выросла в разы. Коммуникация стала одним из самых изучаемых явлений и понятий. Вот как обосновывают рост значимости феномена коммуникации для науки составители социологического онлайн-словаря: «Современный философский интерес к коммуникации определен тем сдвигом, который произведен общим изменением места и роли коммуникации и ком-

муникативных технологий в различных общественных сферах, интенсивным развитием средств коммуникации („взрыв коммуникации“). Процессы технологизации и автоматизации деятельности позволили перенести „центр тяжести“ в общественных системах с процессов производства на процессы управления, в которых основная нагрузка падает именно на организацию коммуникации. С другой стороны, указанные процессы все больше освобождают человека от деятельности, расширяя область свободного времени, которое человек проводит в „клубах“, т.е. структурах свободного общения, где основным процессом также является коммуникация» (Коммуникация [б.г.(а)]).

Специалисты в области философии науки также отмечают: «Изучение коммуникации имело большое методологическое значение, позволив свести в единую картину данные, полученные в ходе эпистемологических, социологических, информационных и социально-психологических исследований» (Коммуникация 2001).

Некоторые исследователи идут дальше и делают вывод о зарождении в недрах исследований о коммуникациях коммуникативного метода, который начинает претендовать на роль общенаучного. В частности, коммуникативный метод может стать универсальным инструментом для исследования политического процесса и пространства политики (Лебедев 2012).

О том, что собой представляет сфера политики и каковы особенности политической коммуникации, мы поговорим в следующих разделах учебного пособия.

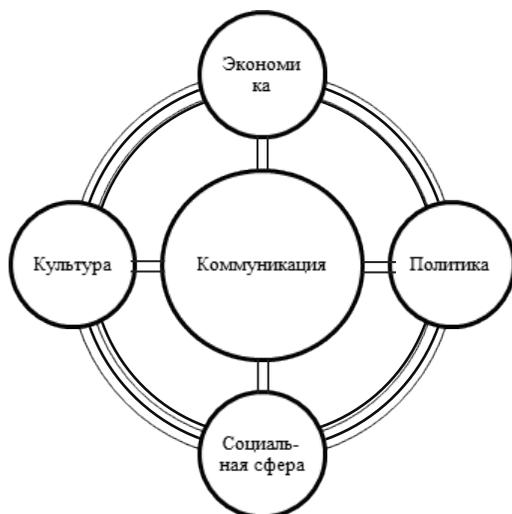
1.2. СПЕЦИФИКА ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ КОММУНИКАЦИИ

Как уже было отмечено в предыдущем разделе, все, что окружает человека, что составляет его жизненный мир, является коммуникативной средой. В каждый конкретный момент времени коммуникация может осуществляться только в определенной части среды. Часть среды, в которой непосредственно осуществляется коммуникация, принято называть *сферой коммуникации*.

Существуют разные основания для выделения сфер коммуникации. Но в самом общем виде коммуникативную среду принято делить на сферу *бытовой коммуникации* (чаще всего она представлена взаимодействием по типу «лицом к лицу») и *деловой коммуникации*.

Если вспомнить, что коммуникация — это прежде всего социальный процесс, можно заметить, что протекает она во всех сферах жизни общества. Традиционно социальную систему принято описывать как совокупность четырех сфер жизни общества:

- социальную (представлена разными типами общностей: народами, этносами, социальными группами);
- экономическую (включает производительные силы и производственные отношения);
- духовную (сюда относят такие явления и социальные институты, как религия, мораль, наука, искусство, образование);
- политическую (имеет сложную структуру, состоящую из совокупности формализованных и неформализованных политических институтов).



*Структура коммуникативной среды и сферы коммуникации
(Бизнес — общество — СМИ [б.г.]*

Каждая сфера коммуникации имеет свою специфику, которая в первую очередь определяется целеполаганием. В упрощенном виде процесс целеполагания в выделенных сферах коммуникации можно описать следующим образом:

- *в экономической сфере* — поддержание материальной основы существования социума и обеспечение прибыли хозяйствующим субъектам;
- *в социальной сфере* — обеспечение устойчивости социальной структуры, сохранение связей внутри социальных общностей и между ними;
- *в духовной сфере* — воспроизводство и передача духовных ценностей;
- *в политической сфере* — получение, использование и удержание государственной власти (см.: Бовин 1983).

Именно исследованию особенностей политической сферы как среды для осуществления коммуникации и посвящен данный параграф учебного пособия.

Как уже было отмечено выше, политическая сфера — это один из важнейших компонентов общества как целостного образования. Традиция рассмотрения общества как системы, состоящей из совокупности подсистем, была заложена в середине XX века, когда стали набирать популярность общая теория систем Людвига фон Берталанфи и кибернетические идеи Норберта Винера.

Людвиг фон Берталанфи (1901–1972), австрийский и американский биолог-теоретик, один из основоположников общей теории систем, в соответствии с которой утверждается сходство законов управления системными объектами





Норбер Винер (1894–1964), американский математик, автор кибернетики — науки об управлении и связях в технических устройствах и живых организмах, соединившей достижения точного, естественнонаучного и гуманитарного знания. Способствовал превращению категории «информация» в общенаучную

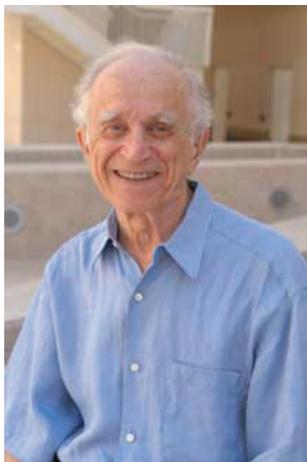
Принципы системности в качестве методологии анализа применительно к исследованию социальной жизни первым использовал американский социолог Толкотт Парсонс. Основные постулаты он изложил в труде «Социальная система» (1951). В дальнейшем они получили развитие в социогуманитарной сфере научного знания.



Толкотт Парсонс (1902–1979), американский социолог-теоретик, один из главных представителей структурно-функционального направления в социологии

Социальную систему Парсонс описал с помощью четырехкомпонентной схемы, где каждой подсистеме (экономической, политической, духовной и интегративной/социетальной) присвоил определенные функции. Спецификой политической подсистемы Парсонс считал функционирование, обеспечивающее достижение общих целей социального развития.

Политическая подсистема социальной системы стала самостоятельным объектом изучения в работе американского политолога Дэвида Истона «Политическая система» (1953) (Easton 1981). Истон не только всесторонне обосновал понятие «политическая система общества», но и адаптировал методологию системного анализа к специфике политологических исследований. Политическая система — механизм формирования и функционирования власти в обществе по поводу распределения ресурсов и ценностей. Истон адаптировал методологию системного анализа к специфике политологических исследований. Предложенная Истоном теория системного анализа политического поведения социальных субъектов должна была ответить на вопросы, которые не нашли адекватного ответа в рамках господствовавшего на тот момент в науке бихевиоризма (направления в психологии и политологии, признававшего в качестве основного метода наблюдение за поведением исследуемого социального субъекта или политического деятеля). Бихевиористский подход к политической системе был реализован ученым с помощью категории «взаимодействие». Специфика взаимодействия политической системы с окружающей средой, по Истону, заключается в авторитарном, принудительном характере распределения ценностей в обществе. Политическая система, не способная к оптимальному выполнению этой функции, подвергается риску социального распада. В дальнейшем многие положения методологии системного политологического анализа (в сочетании с бихевиористским способом изучения политического поведения и сбора о нем эмпирических данных) были уточнены Д. Истоном в других работах (Easton 1965a, b; 1990; 1995; Varieties 1966), на долгие годы задавших тон политической теории как отрасли научного знания.



Дэвид Истон (1917–2014), один из ведущих американских политологов, вице-президент Американской академии наук и искусств

Существенный вклад в теоретическое осмысление концепта «политическая система общества» внес еще один крупный американский политолог XX века Габриэль Алмонд (Almond 1960; 1966). Основное внимание исследователь сосредоточил на проблемах циклического функционирования политической системы, рассматривая не столько факторы выживания и воспроизводства того или иного социума, сколько факторы его трансформации.



Габриэль Алмонд (1911–2002), американский политолог, один из самых известных ученых в области сравнительных исследований политических систем и культур

Принципиальное значение для осмысления феномена политики как особой сферы коммуникации имеют работы европейского и американского социолога и политолога Карла Дойча. В труде «Нервы управления: модели политической коммуникации и контроля» (Deutsch 1963), Дойч дополнил системный подход к исследованию политического процесса уточненным научным аппаратом кибернетики и предложил собственное понимание политической системы как сложной сети коммуникаций и информационных потоков.



Карл Вольфганг Дойч (1912–1992), известный американский и чешский социолог и политолог немецкого происхождения; в 1960-х годах возглавлял Американскую ассоциацию политических наук

Труды Истона, Алмонда и Дойча, в которых были предприняты первые попытки теоретического осмысления системного характера политического процесса, стали знаковыми явлениями в сфере социогуманитарных исследований 1960-х годов. Однако, как отмечают исследователи, в 1970-х годах «популярность классической теории политической системы пошла на спад, а в 1980–1990-е гг. многие ее положения, претендовавшие на универсальность, становятся скорее аналитическими инструментами или таксонами (характеристиками технологии)» (Дегтярев 1998, с. 86).

Тем не менее системный, структурно-функциональный и би-хевиористские подходы к исследованию политической сферы

общества, разработанные американскими исследователями, позволили выявить ряд важных особенностей:

- политическая сфера — это целостная система, развивающаяся по своим законам;
- политическая система является органической частью целостной социальной системы и активно обменивается с другими сферами общественной жизни (то есть с внешней средой) деятельностью и результатами деятельности;
- политическая система — это совокупность политических взаимодействий по поводу распределения ресурсов власти, политика подразумевает применение символического насилия, так как достижение поставленных целей политического развития невозможно вне принуждения, волевых усилий и воздействий социальных субъектов, включенных в политико-властные отношения.

Если для американской традиции изучения политической сферы характерен явный крен в сторону эмпирических исследований, проводившихся с помощью методов экономики, статистики, истории, антропологии, географии (политические исследования претендовали на статус точной науки), то европейская наука стремились к достижению баланса эмпирического и теоретического знания о политике. Например, во Франции политические исследования часто проводились на факультетах права в университетах, поэтому широкое распространение получил юридический подход к анализу политических явлений. В Англии политические исследования развивались преимущественно в русле политической философии. Основное внимание британские ученые уделяли вопросам природы политической власти и подчинения, суверенитета, а также истории политических идей. В Германии исследования политической сферы имели сильную генетическую связь с философией и социологией, поэтому основное внимание ученых было приковано к проблемам функционирования государства, особенностям политики как сферы деятельности и проблемам легитимности¹.

¹ Самыми известными являются труды М. Вебера «Политика как призвание и профессия» (1918–1919), К. Шмитта «Диктатура» (1921), «Понятие политического» (1927), «Легальность и легитимность» (1932) и др.

Позиции европейских и американских исследователей пространства политики стали сближаться в послевоенное время. С целью выработать единые подходы к определению политической проблематики по инициативе ЮНЕСКО был проведен международный коллоквиум по вопросам политической науки (Париж, 1948) (История политических и правовых учений 1999). Впрочем, процесс унификации предметного пространства политологии как науки до сих пор не завершился. Если говорить об особенностях понимания политики и политической сферы в России, то следует отметить, что особую роль в этом сыграл немецкий опыт изучения политики и политической системы. Согласно марксистской традиции, политическая сфера рассматривается сквозь призму существования и функционирования классового общества, в котором основная цель государства — выражать и защищать интересы и волю господствующего класса. Долгое время данная цель определяла политическую теорию и практику, и в отечественной науке основным объектом политических исследований оставалась деятельность государственных политических институтов. Сфера политического определялась через понятия «политическая организация классового общества» и «система социалистической демократии».

В условиях либерализации политического режима в 1960-х годах был отмечен всплеск интереса советских исследователей к общим проблемам государственного устройства и политического управления (см.: Бельх 1967; Бобош 1962; Байтин 1967, с. 44; Кравченко 1967, с. 32; Разин 1967 и др.). Категории «политическая организация классового общества» и «система социалистической демократии», прежде применявшиеся для анализа политической реальности, уже не позволяли адекватно описать политическую сферу, поэтому к началу 1970-х годов они были вытеснены из научного оборота универсальным понятием «политическая система общества». Проникновение методологии системного анализа в политическую сферу позволило исследователям адекватно описать специфику политических отношений в социалистическом государстве. В конце 1970-х годов понятие «политическая система» стало проникать и в нормативно-право-

вые акты. Так, в 1977 году раздел «Политическая система» впервые появился и в тексте Конституции СССР.

Процесс адаптации западного теоретического опыта системного анализа политики к быстро меняющимся российским реалиям и выработки собственной дефиниции понятия «политическая система общества» затянулся вплоть до начала 1990-х годов. И хотя даже сегодня у отечественных и зарубежных исследователей существуют разные подходы к пониманию сути концепта «политическая система общества», определению входящих в систему компонентов и выработке критериев типологизации, некий компромисс по базовым вопросам политической теории все же был достигнут.

Итак, политическая сфера жизни общества имеет сложную структуру и обладает всеми признаками системности. Целостность политической системы обеспечивают следующие подсистемы:

- институциональная;
- нормативная;
- культурно-идеологическая;
- функциональная;
- коммуникативная.

Институциональная подсистема — это совокупность политических институтов, под которыми принято понимать, с одной стороны, зафиксированные и документально закрепленные нормы организации политической жизни общества и функционирующие на этой основе организации, учреждения, службы политики, а с другой — устойчивые традиции, принципы и правила политического поведения, которые характеризуют качество политической системы общества и выступают основными регуляторами политического поведения и деятельности (Институт политический [б.г.]). Ориентируясь на западную традицию описания институциональной подсистемы, будем считать важной частью политической системы не только собственно политические институты, но и неполитические институты, которые по тем или иным причинам могут оказать влияние на политическую реальность.

Собственно политические институты — это политические группы, имеющие прямое отношение к осуществлению поли-

тической власти. К ним относятся *государственные и негосударственные* политические институты. Как мы увидели выше, длительное время в европейской исследовательской традиции доминировал взгляд, в соответствии с которым государство рассматривалось в качестве главного политического института. В структуре государства принято выделять следующие политические институты:

- институт парламентаризма, выполняющий функции регулирования отношений по поводу создания основных правовых норм, законов и представительства интересов различных социальных групп в государстве;
- институты исполнительной власти, регулирующие систему взаимодействий между органами, должностными лицами, осуществляющими текущее управление общественными делами, и населением страны;
- институт государственной службы, регулирующий профессиональную деятельность людей, принадлежащих к особой статусной группе;
- институт главы государства, обеспечивающий устойчивое воспроизводство в обществе отношений, позволяющих лидеру государства выступать от имени всего народа, быть высшим арбитром в спорах, гарантировать целостность страны, незыблемость конституционных прав граждан;
- институты судопроизводства, регламентирующие отношения по поводу споров и конфликтов (Политические институты [б.г.]).

В практическом плане политический институт как определенный тип социальных взаимодействий (институт государственной службы, институт президентства, институт парламентаризма) реализуется в деятельности конкретной организации (институт парламентаризма реализуется парламентом, институт судопроизводства — судом) или отдельного человека (политического лидера).

Негосударственные политические институты представлены политическими партиями, общественными объединениями, политическими движениями.

Косвенно политические институты — общественные объединения, которые не ставят непосредственных политических целей, но их деятельность всегда оказывает определенное влияние на политическую власть и политический климат в обществе. Примером могут служить профсоюзные, религиозные, кооперативные и другие организации, проявляющие свою активность в производственной, социально-бытовой, культурной и других сферах жизни.

Неполитические институты, периодически вступающие в политические отношения, — общественные объединения, возникающие в соответствии с интересами и личными склонностями граждан к определенной деятельности в области культуры, искусства, народного творчества, науки, истории и т.д. Их деятельность не имеет политического содержания. К их числу относятся организации типа клубов творчества, кино- и фотолюбителей, нумизматов и филателистов, туристов и др. В определенные периоды (например, выборы) государство, политические партии и движения стремятся втянуть такие организации в политическую борьбу; привлечь их к более активному участию в политической жизни страны (Экономика и право 2004).

Нормативную подсистему образует совокупность политико-правовых норм и других средств регулирования взаимодействий субъектов политического процесса (нормы, зафиксированные в Конституции и других законах страны, в уставных документах политических и общественных организаций).

Культурно-идеологическая подсистема обеспечивает стабильность функционирования политической системы. Ее составляют:

- *политическое сознание* как совокупность политических взглядов, теорий, целей, программ, определяющих содержание политических отношений;
- *политическая культура* как совокупность установок, верований и ценностей, лежащих в основе функционирования конкретной политической системы.

Функциональная подсистема объединяет средства и методы осуществления власти, которые определяют характер взаимодействий субъектов политического процесса, способы сохранения целостности социальной системы.

Коммуникативная подсистема — это совокупность всех форм взаимодействия субъектов политического процесса, складывающихся как внутри политической системы, так и во взаимодействии с внешней средой, а также совокупность каналов и средств связи, обеспечивающих информационный обмен между элементами политической системы.

Качественное состояние политической сферы коммуникации определяет то, как особенности политической системы (тип государственного устройства, доминирующая политическая культура и т. д.) отражаются во взаимодействии основных субъектов политики и реальной практике политических отношений.

За последние десятилетия в организации коммуникативной подсистемы политической системы общества наметились кардинальные преобразования, связанные с динамичным развитием информационных технологий, формированием мирового информационного пространства, широким распространением Интернета и технических средств, обеспечивающих постоянный доступ к информационно-коммуникативным каналам. Все это привело к изменениям структуры политической системы общества и места политической коммуникации в ней. Сегодня появляются «новые нетипичные политические акторы — регионы, транснациональные корпорации, наднациональные объединения граждан, международные террористические и экстремистские организации; изменяется роль традиционных политических институтов — государства, партий, профсоюзов, церкви; появляются новые формы политической борьбы и способы политического влияния. Соответственно, в политической системе происходит усложнение и преобразование схемы политической коммуникации, становится иным ее значение» (Нос 2004, с. 3).

Учитывая все особенности современной политической сферы и новое качественное состояние социальной среды, можно дать новое определение. Политическая коммуникация в узком смысле² — это взаимодействие между политическими акторами

² Это определение соответствует медицентричной научной парадигме, которая считает пространство массовой коммуникации основной средой осуществления политической коммуникации, а массмедиа — посредниками между политическими акторами и гражданским обществом.

(политическими институтами), средствами массовой информации и структурами гражданского общества. В широком смысле под политической коммуникацией принято понимать «процесс взаимодействия политических субъектов на основе обмена информацией и непосредственного общения, а также средства и способы этого духовного взаимодействия» (Основы политологии 1993, с. 54). В ходе этого взаимодействия участники политической коммуникации обмениваются политической информацией, структурирующей политическую деятельность. Политическая информация может быть связана как с собственно политическим функционированием субъектов политики (государственных и негосударственных институтов), так и с их повседневной практикой, если это затрагивает общественные интересы³. Функционирование субъектов политики понимается как обеспечение жизненно важных интересов, потребностей и целей общества политическими средствами. Политическая коммуникация может осуществляться по вертикали — от политических институтов к гражданам, по горизонтали — между или внутри субъектов политики, а также в обратном направлении — от общественного мнения по направлению к субъектам политики.

Вопросы и задания

1. Перечислите основные элементы коммуникации и проиллюстрируйте коммуникативный процесс примером из политической сферы.
2. Что такое коммуникативная среда? Какие факторы обусловили трансформацию коммуникативной среды России за последние десять лет?
3. На какие четыре сферы принято делить социальную систему? В чем специфика целеполагания коммуникации в указанных сферах?
4. Какие подсистемы образуют целостную политическую систему? Приведите пример косвенно политического института, который в современной России играл бы значимую роль в политическом процессе.

³ В последние годы большое внимание уделяется проблемам профессиональной этики государственного служащего и вопросам его поведения в публичной информационной среде.

5. Что такое политическая коммуникация? В каких направлениях осуществляется коммуникативное взаимодействие между политическими акторами?

6. Ознакомьтесь с выдержками из биографической справки о Феофане (Прокоповиче) (см. приложение 1). С какой целью, на ваш взгляд, Петр I повелел Феофану перевести проповедь в честь победы в Полтавской битве 1709 года на латинский язык? Оцените значение публицистической деятельности проповедника для становления российской государственности в начале XVIII века.

ГЛАВА II

Зарубежный опыт исследования и преподавания политической коммуникации

Ключевые термины: политическая пропаганда, политическая журналистика, политический PR, политическая реклама, медиаэффекты, общественное мнение, стереотипизация массового сознания, журналистское образование в США.

В результате изучения этой главы учебного пособия магистрант должен:

- **знать:**

- зарубежных исследователей, заложивших основы политической коммуникативистики, их теоретические идеи и особенности применения этих идей в организации политической коммуникации;

- классические информационные модели коммуникации и их версии, адаптированные с учетом особенностей политического процесса;

- научные школы преподавания политической коммуникации, зародившиеся в США;

- проблемные вопросы, которые рассматривают современные зарубежные исследователи и преподаватели политической коммуникации;

- **уметь** использовать теоретические модели в целях описания и объяснения информационных феноменов в массовой политической коммуникации;

- **владеть** навыками отбора и систематизации текстов политической коммуникации, связанных с тем или иным внешнеполитическим или внутривнутриполитическим коммуникативным событием.

Политическая коммуникативистика — область исследований, связанных с изучением и осмыслением всего набора политико-информационных феноменов и закономерностей их функционирования.

В предыдущей главе мы уже упоминали о том, что циркуляция политической информации в обществе стала приобретать специфические черты с развитием технических средств и становлением системы средств массовой информации и коммуникации (первая треть XX века). Разные аспекты информационной деятельности СМИ по структурированию политической реальности привлекали внимание американских и европейских исследователей по мере нарастания значимости массовой политической информации. Эти исследования послужили становлению науки о политической коммуникации. На становление и развитие данной научной отрасли определяющее влияние оказала американская научная традиция. Обращение к опыту организации политико-коммуникационных компаний в США позволит лучше понять причины американизации медийных и политических процессов, которая стала устойчивой мировой тенденцией развития феномена политической коммуникации.

2.1. Уолтер Липпман и основы организации и изучения политической коммуникации

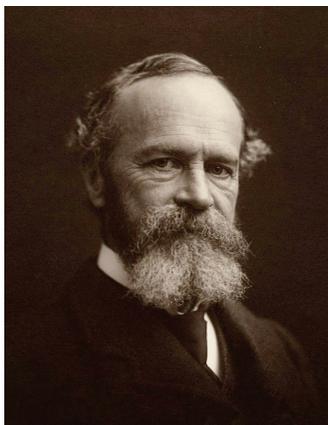
Ранний этап становления науки о политической коммуникации представлен трудами широко известного американского журналиста, социолога и государственного деятеля Уолтера Липпмана (Walter Lippmann¹).

¹ В русской транскрипции можно встретить четыре варианта написания фамилии: Липман, Липпманн, Липпман, Липманн. В последние двадцать лет преобладает написание «Липпман».



Уолтер Липпман (1889–1974), дважды лауреат Пулицеровской премии

Уолтер Липпман родился в Нью-Йорке, в состоятельной еврейской семье, эмигрировавшей из Германии в США. В 17 лет он поступил в Гарвардский университет, где ему посчастливилось слушать лекции величайших ученых того времени: Уильяма Джеймса (William James), Джорджа Сантаяны (George Santayana), Грэхэма Уоллеса (Graham Wallas). Их научные идеи оказали огромное влияние на формирование взглядов Липпмана.



Уильям Джеймс (1842–1910), выдающийся американский философ и психолог, один из основателей и представителей школы философского прагматизма, почетный профессор философии Гарвардского университета

Уильям Джеймс одним из первых обратил внимание на роль личности в историческом процессе, выступил с идеей поиска способов сохранения политического единства и гражданского согласия в условиях отсутствия войны или иной реальной угрозы. Благодаря У. Джеймсу Липпман усвоил идею важности внешних угроз (например, войны) как фактора сплочения общества.



Джордж Сантаяна (1863–1952), американский философ и писатель испанского происхождения, один из выдающихся учеников Уильяма Джеймса, внесший свой вклад в развитие вопросов философии политики

Грехэм Уоллес время от времени путешествовал по США с университетскими лекциями и в 1910 году был приглашен в Гарвард. Уоллес одним из первых обратил внимание на поведенческий аспект в политике. Уоллес опубликовал труд «Человеческая природа в политике» (*Human Nature in Politics*), 1908), который, по мнению исследователей, совершил революцию в методологии политической дискуссии, обратив внимание на нерациональность политического выбора. Ему приписывают первое использование важного для теории и практики политических коммуникаций понятия «политический имидж» в научной речи. Под влиянием Уоллеса молодой Липпман увлекся социалистическими идеями. Некоторое время Уолтер Липпман даже состоял в Социалистической партии Нью-Йорка, однако позже пересмотрел свои политические позиции.



Грехэм Уоллес (1858–1932), британский политолог, социолог, социалист и государственный деятель, член комитета по образованию Лондонского округа, член Королевской комиссии по делам государственной службы, профессор политологии в Университете Лондона, почетный профессор Университета Манчестера и Оксфорда

В университете Липпман слушал циклы лекций по литературе, истории и философии и иностранным языкам (Липпман свободно владел немецким и французским языками). На четвертом году обучения Липпман покинул Гарвард, не получив степени магистра социальных наук, так как увлекся поисками более интересных отраслей науки и практической деятельности. В вуз он вернулся по приглашению своего учителя Д. Сантаяны. Спустя несколько лет после того, как Липпман окончил университет, Д. Сантаяна предложил молодому ученому должность своего ассистента в Гарварде. Под влиянием взглядов Джорджа Сантаяны Липпман стал приверженцем идеи политического элитизма.

В дальнейшем Липпман нашел себя и в политике (участвуя в социалистическом движении в США), и в политической журналистике, и на государственной службе.

Первый журналистский опыт Липпман получил в качестве репортера в социалистическом издании *Boston Common*, куда он устроился сразу после окончания университета. Влиятельным журналистом он стал в еженедельном либеральном журнале о политике и искусстве *The New Republic*, который он учредил вместе с двумя видными деятелями политического движения прогрессистов. Всего за два года журнал приобрел большую популярность в среде интеллектуалов и политической элиты.

В 1917 году Липпман стал помощником главы Военного министерства США и в качестве советника оказывал сильное влияние на президента Вудро Вильсона по вопросам вступления США в Первую мировую войну. В 1918 году Липпман был призван в армию и служил в войсковой разведке во Франции. Во время государственной службы он резко критиковал Джорджа Криля, главу Комитета по военной пропаганде и общественной информации (специальной пропагандистской структуры, созданной Вильсоном в 1917 году в целях мобилизации общественного мнения внутри страны и за его пределами). Демократ Криль имел большой журналистский опыт и являлся сторонником введения строгой военной цензуры. Военная тематика до сих пор остается одной из самых закрытых для американских журналистов. Липпман советовал Вильсону отказаться от поддержки информационной политики Криля, основанной на подавлении свободы печати, и предлагал отменить военную цензуру.



Джордж Эдвард Криль (1876–1953), журналист, писатель, политик, член правительства США при президенте В. Вильсоне

С 1921 по 1931 год Липпман являлся штатным сотрудником *The New York World*, главной газеты Демократической партии, последние два года — главным редактором. Позднее он начал вести авторскую колонку под названием «Сегодня и завтра» в газете *New York Herald Tribune*, где ему было предоставлено право писать «что он хочет и о чем хочет» (Завадье 1960–1970). С 1938 по 1967 год его колонка выходила в газете *Washington Post*.

Благодаря публикациям по вопросам внутренней политики и международных отношений Липпман стал одним из самых влиятельных журналистов и политических обозревателей США. Он дважды получил высшую профессиональную награду в области журналистики — Пулицеровскую премию: за многолетнее профессиональное освещение внутривнутриполитических и международных проблем (номинация «авторская

колонка», 1958) и за выдающийся вклад в развитие американской журналистики и интервью, проведенное в 1961 году с Первым секретарем ЦК КПСС Никитой Хрущевым (номинация «международный репортаж», 1962).

Липпман был неофициальным советником при нескольких президентах Америки. Его преданность государственным интересам и служение общественному благу были по достоинству оценены на официальном уровне. Он был удостоен высшей государственной награды для гражданских лиц — Президентской медали свободы (Presidential Medal of Freedom) за существенный вклад в безопасность и защиту национальных интересов США, в поддержание мира во всем мире, а также в общественную и культурную жизнь США и мира.

Активная журналистская деятельность, участие в решении государственных задач и опыт государственной службы, блестящее образование и эрудиция позволили Уолтеру Липпману разобраться в большом количестве вопросов, важных для политической теории и социологии, для исследований журналистики, массовых коммуникаций и пропаганды, теории и практики связей с общественностью и политических коммуникаций в конечном итоге. В частности, Липпман был одним из первых исследователей политической журналистики, кто рассматривал проблему предвзятости и необъективности в журналистских текстах. В 1920 году вместе с коллегой по журналу *The New Republic* Чарльзом Мерцем Липпман провел анализ материалов газеты *The New York Times* как отличавшейся высокой точностью подаваемой информации. Исследователь изучал манеру освещения событий, происходивших в России с момента свержения буржуазной революции в феврале 1917 года, до времени проведения исследования. Результаты исследования были опубликованы в приложении к журналу *The New Republic* в августе 1920 года. Освещение событий оказалось неточным и необъективным. Был сделан вывод: «Новости о России стали примером того, как можно увидеть то, чего не было, но хотелось бы видеть... Главным цензором и главным пропагандистом были надежды и страх в головах журналистов и редакторов» (цит. по: Vauman [2016]).

В работе «Предисловие к политике» (*A Preface to politics*, 1913) Липпман одним из первых рассмотрел психологический аспект политической науки, то есть проблему поиска объяснений осо-

бенностей политического развития иррациональных мотивов человеческой деятельности².

Однако наибольшую популярность в политологии и социологии ему принесла оригинальная концепция общественного мнения, изложенная в ряде работ. Так, в трудах «Общественное мнение» (*Public opinion*, 1922) и «Призрачная общественность» (*The phantom public*, 1925) Липпман отрицал способность народа управлять государственными делами, критиковал «миф о всеведущем и всемогущем гражданине» и утверждал, что реальные политические решения принимает ограниченная группа людей. Источник ограниченности демократии Липпман «видит в неспособности среднестатистического человека разобраться в сложной общественной действительности; для этого у людей нет ни времени, ни знаний, а получаемая ими с помощью газет, радио информация является неполной или искаженной. Люди редко понимают свои интересы и не сознают, как рационально осуществить их. Липпман выдвигает понятие „стереотипа“ — упрощенного или искаженного представления о лице, объекте или проблеме. По Липпману, люди находятся во власти стереотипов, и „никакая избирательная система и никакие изменения в распределении собственности не могут устранить корни этой проблемы“» (Суворов 2001).

Со временем Липпман сделал еще более радикальные выводы. Например, в книге «Общественная философия» (*Essays in the public philosophy*, 1955) он заявил об упадочном состоянии современного общества, причина которого — господство ложного по своей сути общественного мнения, ослабляющего государственную власть.

Еще одним достижением Липпмана можно считать введение в широкий общественный дискурс метафоры «холодная война» (*the cold war*), которую он услышал в 1947 году в речи американского финансиста и политика Бернарда Баруха. Серия статей Липпмана, посвященных советско-американским отношениям,

² Как мы увидели в предыдущем разделе, методология анализа особенностей политики как типа поведения, обусловленного психологическими аспектами личности, на определенном этапе стала доминирующим объяснительным инструментарием американской политической науки.

в газете New York Herald Tribune была издана в виде книги под названием «Холодная война: исследование внешней политики США» (The Cold War: A Study in U. S. Foreign Policy, 1947).

Таким образом, в своих многочисленных трудах Липпман определил круг важных теоретических вопросов:

- иррациональность политики и политического поведения;
- ложность идеи народовластия и неспособность граждан осознать и рационально сформулировать свои политические интересы;
- ложность общественного мнения и способность журналистики манипулировать им;
- упрощенность механизмов восприятия информации, стереотипизация мышления и роль газеты в этом процессе;
- смысл и назначение прессы как связующего звена между обществом и правительством;
- важность и нужность целенаправленной информационной работы с целью обеспечить взаимодействие между обществом и правительством, опасность утаивания общественно значимой информации в период социальных потрясений.

Вклад исследователя в науку о связях с общественностью долгое время был недооценен. Лишь в 2010-х годах появились первые попытки определить значение исследовательской парадигмы Липпмана для всей отрасли коммуникативных исследований. Современные американские коммуникативисты подчеркивают: «...коммуникационный дискурс Липпмана является актуальным, если не определяющим фактором позиционирования связей с общественностью как важнейшей составляющей деятельности организации» (Garcia 2010).

Именно Липпман легитимизировал использование целенаправленных и организованных коммуникационных усилий правительства (коммуникативный менеджмент), а также обосновал возможности организации общественного контроля за политической властью за счет публичности политических коммуникаций. Его идея ложного общественного мнения, которым нужно управлять, легла в основу теории и практики связей с общественностью в области государственного управления. И хотя в исто-

рии связей с общественностью идеи Липпмана практически не изучаются или упоминаются лишь в связи с дружбой с Эдвардом Бернейсом, необходимо понимать, что именно Липпман стал «идеологическим отцом» политического PR. То, что долгие годы вклад У. Липпмана в становление теории и практики связей с общественностью был недооценен, современные исследователи объясняют особыми обстоятельствами: «Есть один главный фактор, который должен приниматься во внимание: в истории связей с общественностью, как правило, признают только тех, кто осуществлял большие PR-кампании по заказу правительства... или создавал собственные агентства... Липпман, в отличие от Ли или Бернейса, был исследователем, который беспокоился о „большой“ теории, но презирал практические проблемы, связанные с реализацией PR-кампаний. За исключением участия в работе Комитета Криля и Комиссии государств-союзников по пропаганде во время Первой мировой войны Липпман не был вовлечен в организованные пропагандистские или PR-кампании, хотя он, безусловно, сыграл заметную роль как фигура, причастная к установлению в своей авторской колонке повестки дня.

Эдвард Бернейс (1891–1995), один из самых известных американских специалистов в области связей с общественностью и пропаганды; именно ему приписывают авторство термина «связи с общественностью» как нейтрального по сравнению с пропагандой понятия



Однако его идеи и взгляды на общественное мнение позволили сформировать представления специалистов по связям с общественностью о самих себе, о своей легитимной роли в обществе и проецировать PR-парадигму на все полевые исследования коммуникации» (Garcia 2010). В теоретическом наследии Уолтера Липпмана можно увидеть причудливое сочетание политических, философских и социологических идей интеллектуала и большого публицистического опыта выдающегося журналиста.

2.2. Гарольд Лассуэлл и политологическая традиция изучения политической коммуникации

Пионером в области изучения политической коммуникации считают и Гарольда Лассуэлла. В его трудах появляются фундаментальность и системность, которые позволяют исследованиям в сфере политической коммуникации претендовать на строгий научный статус.

Гарольд Дуайт Лассуэлл родился в штате Иллинойс, в семье священнослужителя и школьной учительницы. В 16 лет он поступил в Чикагский университет и в 1922 году получил диплом бакалавра по философии и экономике, потом окончил аспирантуру. Монография по теме диссертации «Техника пропаганды в мировой войне» принесла молодому исследователю мировую славу³. Данный труд признан ведущим исследованием на этапе становления теории коммуникации как комплексной науки

³ Определение пропаганды как осуществление контроля над коллективным мнением о значимых феноменах, циркулирующих в социальной коммуникации, сформулированное Лассуэллом, было признано настолько удачным, что вдохновило на разработку собственного определения представителей знаменитого Института анализа пропаганды — американской общественной организации, основанной социологами, лидерами общественного мнения, историками, педагогами и журналистами, функционировавшей с 1937 по 1942 год. Своей целью организация ставила противодействие нарастающему влиянию пропаганды, которая привела к снижению критичности мышления американцев. Свое внимание борцы с пропагандой сконцентрировали на вопросах внутренней пропаганды, так как именно она, по их мнению, представляла наибольшую потенциальную опасность для демократического образа жизни.

и представляет собой одну из первых попыток концептуализации предметного поля политической коммуникативистики как особого направления в коммуникативных исследованиях.

Во время учебы в Чикагском университете Лассуэлл проникся идеями преподавателей Чарльза Мирриамы (инициатора применения бихевиористского метода толкования политики), Джона Дьюи (видного представителя прагматического направления в философии) и Джорджа Герберта Мида (представителя чикагской социологической школы, одного из основоположников символического интеракционизма).

Лассуэлл слушал курсы по гуманитарным и социальным наукам в университетах Лондона, Женевы, Парижа и Берлина. Как и многие социологи, философы и политологи того времени, он увлекся психоаналитическими идеями Зигмунда Фрейда. Все это сформировало основу его научных взглядов на феномен пропаганды и коммуникации в целом, которые принято описывать как психологический подход к политической науке и методике организации политической коммуникации.

После получения ученой степени Лассуэлл был назначен сначала доцентом, потом профессором Чикагского университета. Здесь он читал свой авторский курс «Общественное мнение и пропаганда». Затем он был переведен в Вашингтон, где работал в Школе психиатрии.

В 1946 году Лассуэлл начал читать лекции на кафедре права и политической науки имени Эдварда Фелпса в Йельском университете. Был почетным профессором в Университете Сити (Нью-Йорк), юридического факультета Университета Темпл и кафедры имени Альберта Швайцера в Колумбийском университете. В 1976 году он оставил преподавание и приступил к работе в Центре политических исследований.

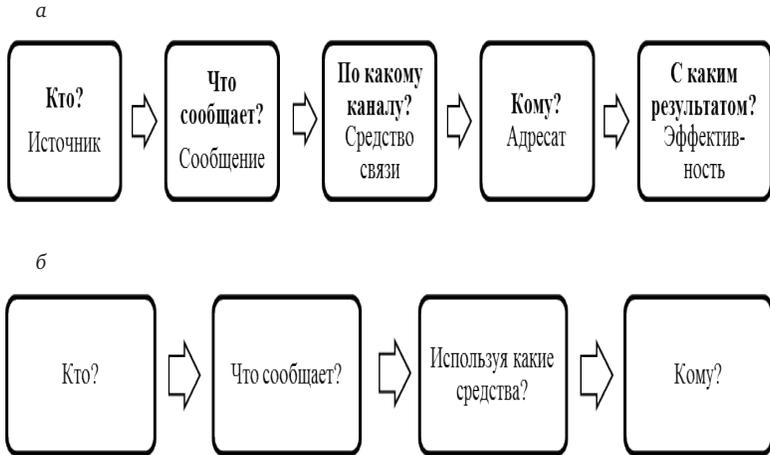
Во время Второй мировой войны Лассуэлл работал директором Центра исследования военных коммуникаций при Библиотеке Конгресса США и преподавал в Новой школе социальных исследований в Нью-Йорке и Йельской школе права. Именно исследовательская работа по формализованному анализу немецких газет, которую Лассуэлл выполнял для нужд военных ведомств, позволила обосновать контент-анализ в качестве одного из главных методов качественного и количественного измерения коммуникационных сообщений.

Гарольд Лассуэлл обогатил политическую науку оригинальными идеями, основанными на сближении психологии и политологии. Его работы, посвященные анализу политической символики и влиянию политических символов, имеющих по-

зитивную или негативную окраску, на восприятие аудитории, довольно долго не находили поддержки в американских академических кругах. Вплоть до начала 1950-х годов политологические журналы не публиковали статьи, развивающие положения его известного труда «Политика: кто получает, что, когда, как?» (Politics: Who gets what, when, how, 1936), но они были поддержаны сообществом профессиональных психологов. В журналах психологического профиля были опубликованы важнейшие труды этого периода. В середине 1950-х годов Лассуэлл получил признание у молодого поколения американских исследователей в области политики. В 1955 году он был избран президентом Американской ассоциации исследователей политической науки. Позже он также возглавил Всемирную академию науки и искусства.

Таким образом, в США Гарольд Лассуэлл первым приступил к системному научному изучению политической пропаганды как коммуникативной деятельности, преследующей политические цели, и открыл новое направление в политологии, связанное с изучением символического аспекта политического процесса и политической коммуникации.

Для нас важен его вклад в развитие коммуникативистики как науки о коммуникациях. Его определение коммуникации стало основой для формирования первого научного определения коммуникации как коммуникативного действия и линейного процесса. В дальнейшем определение Лассуэлла было уточнено американским исследователем Ричардом Бреддоком в статье под названием «К обобщению „формулы Лассуэлла“» (An extension of the „Lasswell formula“, 1958) (Braddock 1958). Бреддок ввел в определение дополнительные аспекты, которые, по его мнению, Лассуэлл необоснованно проигнорировал, а именно: при каких обстоятельствах осуществляется коммуникация? и с какой целью? В таком расширенном виде модель используется и по сей день при анализе фактов политической коммуникации.

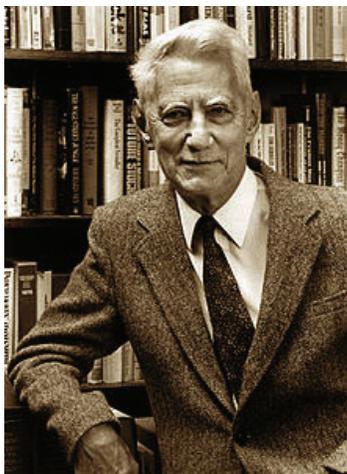


При каких обстоятельствах? С какой целью? С каким результатом?

Сопоставление моделей Г. Лассуэлла (а) и Д. Брэддока (б) (Варианты [б.г.]

2.3. УИЛБУР ШРАММ И ФИЛОЛОГО-ЖУРНАЛИСТСКАЯ ТРАДИЦИЯ ИЗУЧЕНИЯ И ПРЕПОДАВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Первые труды фундаментального характера, посвященные концептуальному осмыслению феномена коммуникации, появились в конце 1940-х годов. Классической считается работа «Математическая теория коммуникации» (A Mathematical Theory of Communication, 1949) Клода Шеннона и Уоррена Вивера, в которой исследователи решили проблему моделирования процесса коммуникации. Представленная ими линейная модель впоследствии стала одной из самых известных.



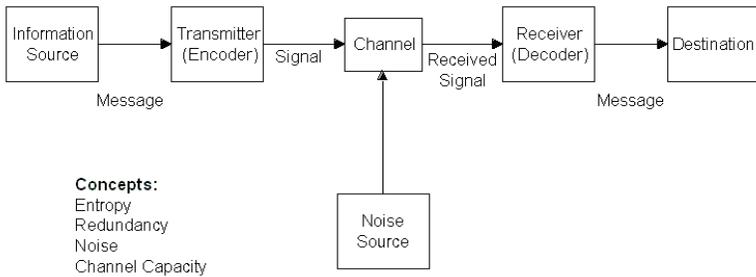
Клод Шеннон (1916–2001), инженер, математик, сотрудник компании Bell, профессор Массачусетского технологического института



Уоррен Вивер (1894–1978), американский математик и организатор науки, доктор философии, консультант Фонда Альфреда Слоуна (американской благотворительной некоммерческой организации)

Авторы математической теории коммуникации сосредоточились на проблеме оптимизации процесса кодирования информации, которую отправитель хочет передать. В фундаментальной работе впервые отчетливо прослеживалось влияние теории вероятностей, разработанной Норбером Винером. В то время предпринимались первые попытки применить кибернетический инструментарий, как уже было отмечено в предыдущем разделе, инструментарий только

стал проникать в теорию коммуникации, поэтому разработка графической модели стала новаторским приемом, который повлиял на многие последующие исследования в области коммуникаций. Вскоре теоретические исследования коммуникации, основанные на использовании технических и кибернетических категорий и базового понятия «информация», выделились в особое направление — процессно-информационный методологический подход, получивший со временем доминирующее значение в изучении и интерпретации коммуникативных явлений. В этом отношении ранние труды Лассуэлла, данное им формализованное определение коммуникации и процессно-информационная модель Шеннона и Вивера соответствовали пониманию коммуникации как действия и линейного процесса. Именно Вивер адаптировал технически ориентированную модель под особенности социальной коммуникации и разрабатывал философские аспекты предложенной модели.



Математическая модель коммуникации Шеннона — Вивера

Спустя пять лет основные положения математической теории коммуникации были уточнены в трудах выдающегося американского ученого Уилбура Шрамма. Его считают «отцом» всей отрасли коммуникативных исследований, поскольку он заложил основы изучения и преподавания коммуникации. Именно Шрамм разработал первую в США программу подготовки по научной специальности «Массовая коммуникация» в докторантуре.



Уилбур Шрамм (1907–1987), выдающийся американский исследователь-коммуникативист, журналист и писатель

У. Шрамм родился в штате Огайо. Его родители были потомками выходцев из Германии. В 1929 году он с отличием окончил колледж города Мариэтта (Marietta College), получив степень бакалавра истории и политологии. Параллельно с учебой он работал репортером и редактором одной из газет родного города. Шрамм получил степень магистра по направлению «американская цивилизация» в Гарвардском университете. В это время он работал репортером газеты Boston Herald. В Университете штата Айова Шрамм получил степень доктора философии по специальности «американская литература» (1932). Его диссертация была посвящена творчеству американского поэта Генри Лонгфелло. После защиты диссертации Шрамм прошел двухлетнюю стажировку в области психологии и социологии.

В 1935 году он стал работать в должности доцента, затем профессора на факультете английского языка Университета штата Айова. Тогда Шрамм активно занимался литературным творчеством и старался поддержать других молодых литераторов. С этой целью он учредил журнал American Prefaces: A Journal of Critical and Imaginative Writing, в котором малоизвестные авторы делали свои первые шаги. В 1936 году он организовал семинар для писателей из Айовы. В 1942 году за свое литературное творчество Шрамм получил премию им. О. Генри.

Вторая мировая война внесла свои коррективы в творческие и научные планы исследователя. Вначале Шрамм включился в работу по изучению пропаганды для

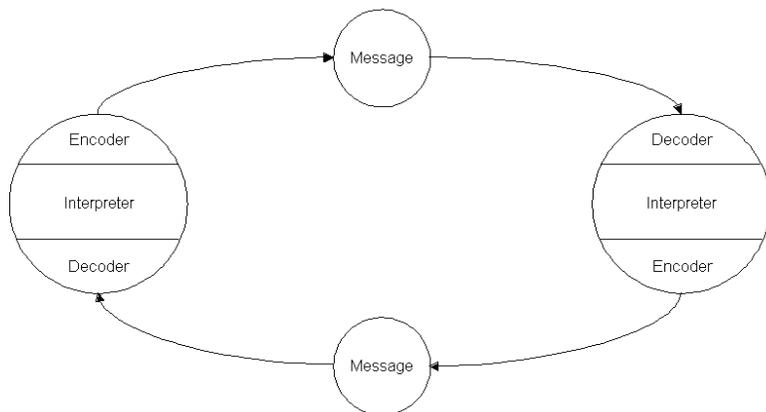
информационно-пропагандистских структур США⁴. Тогда он придерживался бихевиористской научной парадигмы, которая пользовалась популярностью у исследователей политики.

В 1943 году Шрамм вернулся к академической науке, занял пост директора Школы журналистики Университета штата Айова, потом стал директором Института коммуникативных исследований при Школе журналистики в Университете Иллинойса⁵. Институт позиционировался как исследовательский и образовательный центр новой формации, где ученые из разных штатов проводили междисциплинарные исследования. Институт коммуникативных исследований — это первая американская программа докторантуры в сфере массовой коммуникации.

За годы работы в Иллинойсе Шрамм сделал очень много для становления коммуникативных исследований. Так, он стал редактором первых американских учебников по общей теории коммуникации (*Communications* 1948) и массовой коммуникации (*Mass communications* 1949), которые были опубликованы в издательстве Университета штата Иллинойс. Однако самым значительным стало третье издание учебника по массовой коммуникации (*The Process and Effects* 1954), в котором Шрамм представил академическому сообществу собственный взгляд на моделирование коммуникации. Исследователь постарался ликвидировать недостатки линейной модели Шеннона и Вивера и обосновал принципиальное свойство социальной коммуникации: она представляет собой не отдельный коммуникативный акт, а интеракцию — процесс взаимодействия между участниками коммуникации, в ходе которого отправитель и получатель меняются ролями. С этого времени в исследованиях по коммуникации утвердился интеракционный подход.

⁴ С 1941 года Шрамм работал научным директором Ведомства о фактах и персоналиях (*Office of Facts and Figures*), которое в 1942 году было преобразовано в Управление военной информации. Главной целью новой структуры стала консолидация государственных информационных услуг и ведение пропагандистских кампаний внутри страны и за ее пределами. Ведомство просуществовало до сентября 1945 г.

⁵ Университет штата Иллинойс — второй по величине (после Государственного университета Иллинойса) вуз штата Иллинойс, который входит в Ассоциацию американских университетов и классифицируется как исследовательский университет с очень высокими результатами научно-исследовательской деятельности (*RU/VH Research University*).



Интеракционная модель У. Шрамма

В 1955 году Шрамм переехал в Стэнфордский университет, где основал Институт коммуникативных исследований (Institute of Communications Research) при факультете журналистики и возглавлял его до 1973 года. К начальному периоду работы в Стэнфорде относится публикация самого известного в России труда «Четыре теории прессы», написанного Шраммом в соавторстве со своими бывшими коллегами по Университету штата Иллинойс Фредом Сибертом, директором Школы журналистики Иллинойса, и Теодором Петерсоном, доцентом того же подразделения. «Четыре теории прессы» — самый известный труд о журналистике и массовых коммуникациях. Книга была переведена на множество языков и до сих пор продается огромными тиражами.

Параллельно с основной работой в Стэнфорде Шрамм занимал должность профессора кафедры международной коммуникации им. Джанет Пек вплоть до выхода на пенсию и числился на ней почетным профессором до самой своей смерти. Также он являлся научным сотрудником другого подразделения Стэнфордского университета — Центра перспективных исследований в области поведенческих наук.

Книга «Средства массовой информации и национальное развитие» (Mass Media and National Development: The Role of Information in the Developing Countries, 1964) основана на компаративном исследовании журналистики стран с разными политическими системами и режимами, в самой Америке она признается самым значительным сочинением исследователя.

С 1973 по 1975 год У. Шрамм работал директором Института коммуникации при Центре «Восток — Запад» в Гонолулу. После ухода в отставку Шрамм участвовал в работе института в качестве почетного директора и старшего научного сотрудника.

Трудно переоценить значение деятельности Уилбура Шрамма не только для исследований феномена политической коммуникации, но и для всей коммуникативистики как отрасли научного знания и академической сферы. Шрамм возглавлял научную школу, исследовавшую коммуникацию как информационный процесс. Ученый, имевший опыт журналистской работы и литературного творчества, сумел объединить разрозненные исследования в области риторики, речевой коммуникации и журналистики, в которых затрагивались разные аспекты социальной коммуникации, все они составили коммуникативистику (исследования в области коммуникаций). Шрамм сделал очень много для того, чтобы в научном дискурсе утвердилось само понятие «коммуникативистика» (communication research, communication study). Своими работами в области теории и практики журналистики он заложил традицию научного изучения политической коммуникации с точки зрения особенностей функционирования средств массовой информации в определенных социально-политических условиях.

2.4. ПАУЛЬ ЛАЗАРСФЕЛЬД И СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ТРАДИЦИЯ ИЗУЧЕНИЯ МЕДИАЭФФЕКТОВ

Данный параграф откроем цитатой из американского учебника по теории коммуникации, который уже упоминался в предыдущем разделе: «В декабре 1987 года профессор Стэнфордского университета Уилбур Шрамм, который считается пионером в области исследования коммуникативного процесса, умер в своем доме. Несколько недель спустя его друзья, разбирая личные вещи усопшего, обнаружили неоконченную рукопись книги, посвященной этапу становления поля коммуникативных иссле-

дований. В своем эссе ученый сфокусировал внимание на личности четырех исследователей, чьи труды были важными для определения места коммуникации в социальной науке: Гарольда Лассуэлла, Пауля Лазарсфельда, Курта Левина⁶ и Карла Ховланда⁷. Они пришли с различным академическим бэкграундом, с различным исследовательским и теоретическим опытом... Они принесли в коммуникативные исследования актуальность и задачи, которые стояли перед каждым из них» (West, Turner 2007, p. 30–31).



Пауль Лазарсфельд (1901–1976), австрийский и американский социолог, одним из первых применивший математические и статистические методы анализа в сфере массовой коммуникации

Пауль Лазарсфельд родился в Вене в семье адвоката. Изучал политологию и математику в Париже и Вене, получил степень доктора философии по астрономии, защитив в Венском университете диссертацию по теме «Применение теории гравитации Эйнштейна к движению планеты Меркурий», работал в гимназии учителем математики и физики. Основал Австрийский научно-исследовательский центр психологического изучения социальных и экономических проблем при Институте психологии Венского университета и в 1927 году возглавил его.

⁶ Курт Левин (1890–1947) — выдающийся немецкий и американский социальный психолог, обогативший коммуникативистику ныне широко известной теорией привратника (Gate Keeping Theory).

⁷ Карл Ховланд (1912–1961) — американский психолог, основатель Йельской школы убеждающей коммуникации.

Математическое образование и владение методикой статистического (количественного) анализа позволили Лазарсфельду совершить настоящий прорыв в исследованиях социальной сферы. Венский институт провел большое количество инновационных исследований с целью изучить потребительское поведение на научной основе⁸. Также институт участвовал в одном из первых научных исследований аудитории радио (1930–1931).

Однако настоящая известность пришла к П. Лазарсфельду после опубликования исследования социальных последствий безработицы в небольшом поселении Мариенталь (позже оно вошло в состав Вены). Результаты были опубликованы Лазарсфельдом в соавторстве с супругой Марией Ягода и коллегой по институту Хансом Зайселем. Это было одно из первых исследований, посвященных сообществам (community) как особому типу социальных общностей. За исследование по Мариенталю П. Лазарсфельд получил грант от Фонда Рокфеллера на двухлетнюю стажировку в США для проведения научных исследований. С 1933 по 1935 год он путешествовал по Америке, посещал университеты, где проводились прикладные социальные исследования, а также сотрудничал с Федеральным управлением по чрезвычайной помощи (Federal Emergency Relief Administration) — организацией, созданной для борьбы с последствиями Великой депрессии.

К концу научной стажировки Лазарсфельда в Австрии ухудшается общественно-политическая обстановка. Австрийская конституция аннулирована, к власти пришли нацисты, а Социал-демократическая партия, в которой исследователь состоял с начала 1920-х годов, запрещена. В условиях реальной угрозы для жизни Лазарсфельд решил остаться в США. Там он активно занимался исследованиями в области коммуникаций.

В 1935 году он был назначен директором отдела помощи студентам Национального молодежного управления, штаб-квартира которого была расположена в Университете Ньюарка (ныне Университет Ратгерса). Год спустя Лазарсфельд преобразовал отдел

⁸ По итогам прикладных исследований потребительского поведения Лазарсфельд публикует статью *The Art of asking Why in marketing research* (1935) в американском журнале *National Marketing Review*, в ней была представлена одна из первых методик проведения маркетинговых исследований.

в Научно-исследовательский центр Университета Ньюарка. Исследователь попытался совместить европейскую и американскую традиции социальных исследований, хотя тогда в Америке исследования общественного мнения считались маргинальной отраслью социологического знания. Если в начале работы центра Лазарсфельду приходилось доказывать состоятельность и практическую значимость прикладных социальных исследований, то вскоре их стали заказывать и официальные структуры, и коммерческие организации.

В 1937 году Фонд Рокфеллера выделил средства для проведения крупномасштабного исследования социальных эффектов радио как средства коммуникации, приобретавшего невиданную доселе силу воздействия. Лазарсфельд был назначен руководителем проекта исследования радио и лично участвовал в масштабных исследованиях радиопрограмм, структуры аудитории радио, информационных предпочтений радиослушателей. Официально проектом занимался Принстонский университет, и некоторое время Лазарсфельду пришлось курсировать между Ньюарком и Принстоном и совмещать работу в двух исследовательских структурах⁹.

Для поля коммуникативных исследований проект исследования радио имел огромное значение. По сути, Лазарсфельд первым очертил поле прикладных социологических исследований в конкретной отрасли коммуникации, в отличие от исследователей из университетов Чикаго, Иллинойса или Стэнфорда, он не занимался целенаправленным продвижением идеи институционализации науки о коммуникациях.

В 1939 году грант Фонда Рокфеллера был переведен из Принстона в Колумбийский университет, где Лазарсфельд стал профессором социологии. Вскоре исследовательский проект был преобразован в Бюро социальных исследований, которое в дальнейшем стало ведущим центром прикладных социальных исследований.

В Колумбийском университете Лазарсфельд начинает изучение электоральных предпочтений и роли массовой коммуникации в их формировании и изменении. Именно исследовательская традиция изучения выборов и влияния медиа на предпочтения избирателей были оценены Уилбуром Шраммом как один из прорывов в

⁹ Лазарсфельд руководил работой Научно-исследовательского центра Университета Ньюарка до 1949 года.

сфере коммуникативных исследований. В конце 1930-х — начале 1940-х годов радио стало самым популярным средством массовой коммуникации и мощным инструментом политического воздействия на массовую аудиторию, поэтому изучение ее потенциала привлекло внимание исследователей политической коммуникации.

Интерес к политическим эффектам массовой коммуникации стали проявлять и политики. Так, в 1940 году Франклин Рузвельт решил баллотироваться на третий президентский срок, его избирательный штаб заказал группе ученых во главе с Лазарсфельдом исследование влияния массмедиа на электоральные предпочтения американцев. Исследование было решено провести на эмпирических материалах, собранных в небольшом округе Эри в штате Огайо. На основании результатов исследования опубликована книга «Выбор народа» (*The People's Choice*, 1944), она стала классикой прикладных исследований политической коммуникации и электорального процесса.

Во время Второй мировой войны интерес к возможностям массовой коммуникации существенно вырос. Появилось целое научное направление теоретического и прикладного анализа политической пропаганды как особой разновидности коммуникативной деятельности. К тому же исследования хорошо финансировались. Чтобы минимизировать последствия нацистской пропаганды и противодействовать ей, в 1942 году американское правительство продлило контракты на научно-исследовательские работы в области коммуникации, которые вели Лазарсфельд и другие ученые, разрабатывавшие основные положения американской стратегии пропаганды. Реализация на практике показала ее высочайшую эффективность.

После войны, когда сформировалось поле коммуникативных исследований и изучения средств массовой коммуникации, в обществе распространились представления о разрушительной силе массовой коммуникации и об опасности применения элементов политической пропаганды в повседневной практике. В 1955 году Лазарсфельд в соавторстве с Элиу Катцем опубликовал книгу «Личное влияние» (*Personal Influence*), которая ознаменовала переворот в исследованиях, посвященных сфере массовой коммуникации и медиаэффекту «открытие групп заново». Исследователи поставили под сомнение доминировавший тезис о неограниченном влиянии СМИ на массовую аудиторию. Посредством введения концептов «двухступенчатый поток инфор-

мации» и «лидеры мнений» ученые доказали роль социальной группы как «фильтра» для медиаэффектов. Пропагандистскому влиянию средств коммуникации подвержены прежде всего лидеры мнений, которые в дальнейшем транслируют препарированную информацию своему окружению.

Многочисленные достижения Пауля Лазарфельда в области социологии и теории коммуникации были признаны на официальном уровне. Его выбрали Президентом Американской ассоциации изучения общественного мнения и Американской социологической ассоциации. Лазарфельд являлся членом Национальной академии образования, Национальной академии наук. Лазарфельд читал лекции в качестве приглашенного профессора в Университете Осло, Стэнфорде и Сорбонне, где он стал первым американским социологом, удостоенным звания почетного профессора.

Таким образом, Лазарфельд сумел соединить европейскую и американскую исследовательские традиции в области изучения социальных процессов. Он обогатил науку о коммуникациях социологическим инструментарием, инициировал изучение актуальной проблематики (например, вопросов изучения общественного мнения и потребительского поведения). Для политической сферы важнейшим вкладом стало его изучение поведения избирателей в ходе предвыборной кампании и роли массовой коммуникации в формировании электоральных предпочтений.

2.5. СОВРЕМЕННАЯ ЗАРУБЕЖНАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАТИВИСТИКА: ЭВОЛЮЦИЯ СИСТЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ И ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ПАРАДИГМ

Как мы увидели в предыдущих параграфах, в США исследования политической коммуникации были непосредственно связаны с практикой организации массово-коммуникативной деятельности, но выполнялись на междисциплинарном уровне. Сочетание политологической проблематики с социологическим инструментарием и приемами теоретического моделирования, заимствованными у естественных наук, порой вызывало проти-

воречия, однако они были разрешены, когда коммуникативистика как наука о социальной коммуникации определилась со своим предметным полем. В 1960–1970-х годах влияние социологии, политологии, психологии и английской филологии на коммуникативные исследования снизилось, в том числе благодаря увеличению значимости телевидения как самого массового средства коммуникации. Массово-коммуникативный аспект стал доминировать в исследованиях коммуникации, при этом «термины „пропаганда“ и „общественное мнение“ в рамках парадигмы теории коммуникации постепенно сменились на „массовые коммуникации“ и „коммуникативные исследования“» (Почепцов 2000, с. 198).

В 1980 году Департамент образования США присвоил учебным курсам по коммуникации статус практических дисциплин, связанных прежде всего с изучением журналистики и медиапроизводства. Речевая коммуникация и исследования по риторике были отнесены к предметной области «английский язык».

К началу 1980 года многие американские колледжи и университеты, традиционно занимавшиеся подготовкой журналистов или филологов, включили в названия образовательных учреждений или исследовательских структур слово «коммуникация». Некоторые образовательные учреждения стали переименовывать свои соответствующие подразделения в департаменты массовых коммуникаций либо создавать специальные отделы по коммуникациям. Часто под крышей этих новых школ работали представители разных профессий, связанных с коммуникативной деятельностью: журналисты, занятые в СМИ — печати и телерадиовещании, специалисты по связям с общественностью и рекламе, исследователи в области информатики, речевой коммуникации и киноискусства. Например, Школа журналистики Университета штата Айова, где начинал свою исследовательскую деятельность Уилбур Шрамм, была преобразована в Школу журналистики и массовых коммуникаций. В настоящее время она готовит бакалавров журналистики и массовых коммуникаций, которые могут работать в сферах печатной периодики и телерадиовещания, в связях с органами государственной власти

и корпоративных коммуникациях, в сфере организации мероприятий, в маркетинге и связях с общественностью. Учащиеся могут продолжить обучение и получить степень магистра в области журналистики и массовых коммуникаций. После защиты квалификационной работы присваивается ученая степень Ph. D. в области массовых коммуникаций. Также реализуется дистанционная (онлайн) магистерская программа по стратегическим коммуникациям.

В Университете штата Иллинойс факультет журналистики был преобразован в колледж медиа, в структуре которого три факультета: рекламы, журналистики и медиа и киноискусства. Совместно с колледжем сельского хозяйства колледж медиа реализует междисциплинарную программу «Коммуникации в сфере сельского хозяйства». Институт коммуникационных исследований, учрежденный тем же Шраммом, до сих пор остается самостоятельным структурным подразделением, занимающимся подготовкой по программе аспирантуры.

Такая диверсификация специальности вызвала всплеск интереса к образованию в сфере журналистики и массовых коммуникаций. Как предсказывают исследователи, приток обучающихся на факультеты журналистики и массовых коммуникаций будет продолжаться до конца 2010-х годов несмотря на существенное сокращение печатной периодики. Отметим, что в США печатная пресса традиционно считалась мужской отраслью.

Стоит отметить, что в классическом виде журналистское образование в Америке сохранилось только в одном из восьми вузов «Лиги плюща» (ассоциации крупнейших частных университетов, отличающихся высоким качеством образования), а именно в Колумбийском университете в Высшей школе журналистики, учрежденной на деньги основателя самой престижной американской журналистской премии Джозефа Пулитцера.

Что касается политической коммуникации, то она также нашла свое место в системе журналистского и массово-коммуникативного образования США, хотя подразделения, специализирующиеся на данной сфере, представлены в гораздо

меньшем количестве, чем с широким коммуникационным профилем. Так, отделение коммуникаций университета Стэнфорда (бывшая Школа журналистики, при которой У. Шрамм открывал свой известный институт в области коммуникативных исследований), считает исследования политической коммуникации одним из своих приоритетных научных направлений. На своем официальном сайте данная научная структура позиционирует себя следующим образом: «Отделение коммуникаций является домом для ведущих ученых мира, занимающихся изучением политической коммуникации. Джеймс Фишкин [заведующий кафедрой международной коммуникации им. Джанет Пек — З. Х.] является директором Центра совещательной демократии, который разработал понятие совещательного опроса, в котором люди, входящие в репрезентативную выборку, представляющую сообщество или страну в целом, собираются вместе, изучают политику, обсуждают ее и вырабатывают рекомендации о том, что должно сделать правительство для преодоления проблемы. Проводя многочисленные подобные опросы по всему миру, Центр помогает правительствам разных стран осуществлять политику, основанную на учете пожеланий своих избирателей» (Research: Political Communication [s.a.]).

Американская тенденция базирования исследований в области политических коммуникаций и коммуникативного образования в целом на факультетах журналистики нашла свое отражение и в Западной Европе. Например, в ФРГ большинство классических институтов журналистики и публицистики в 1990–2000-х годах были преобразованы в центры по изучению медиа и коммуникаций. Так, в настоящее время подготовку журналистов в Свободном университете Берлина осуществляет Институт публицистики и коммуникативистики; в Рур-университете — Секция публицистики и коммуникаций; в Техническом университете Ильменау — Институт медиа и коммуникативистики; в Лейпцигском университете — Институт коммуникаций и медиаисследований; в Вестфальском Вильгельм-университете Мюнстера — институт публицистики и коммуникаций; в Универ-

ситете Регенсбурга — Институт информации и медиа, языка и культуры и т. д.

Только два вуза ФРГ сохранили традиционные для системы профессиональной подготовки журналистов названия. Это Институт журналистики в Техническом университете Дортмунда (который до сих пор сохранил сильную связь с филологией и входит в состав факультета культурологии) и Институт публицистики в Университете им. Иоганна Гутенберга (Майнц).

Программы подготовки в области политической коммуникации чаще всего реализуются на уровне магистратуры. Например, в Свободном университете Берлина существует специальная магистерская программа «Медиа и политическая коммуникация»; в Университете Дюссельдорфа им. Г. Гейне — магистерская программа «Политическая коммуникация» (реализуется Институтом социальных наук); в Университете Билефельда — магистерская программа «Политическая коммуникация» (реализуется на факультете социологии и позиционируется как программа, которая не ограничивается исследованием форм публичной презентации политики или взаимосвязи политики и средств массовой информации, но и занимается изучением классических политических проблем: практики использования политической власти и процесса ее легитимации, организации политических решений и артикуляции политических интересов и мнений).

Итак, исследованиями и образовательной деятельностью в области политической коммуникации занимаются преимущественно исследовательские и академические структуры, где изучаются коммуникации в целом. Коммуникативистика как отрасль научного знания и академическая сфера объединила предметные поля теории журналистики, рекламы и связей с общественностью как родственных видов коммуникативной деятельности.

Политическая коммуникация изучается преимущественно на уровне магистерских программ, имеющих сильную этимологическую связь с проблематикой публичной политики и взаимоотношений политики и журналистики в пространстве массовой коммуникации. В ряде случаев специализация в области политической коммуникации предполагает исследование клас-

сических политологических проблем, связанных с информационным взаимодействием субъектов политики вне массовой коммуникации.

В общей структуре коммуникативных исследований политическая коммуникативистика заняла место предметной отрасли. Например, один из немногих здравствующих ныне отцов-основателей коммуникативистики Джей Блумлер определяет политическую коммуникативистику как «перспективную отрасль науки о коммуникациях» (Blumler 2015, p. 426).

Во время Второй мировой войны Джей Блумлер работал вместе с Г. Лассуэллом в Комитете по вопросам коммуникации и общественного мнения, созданном при Чикагском университете и проводившем исследования для нужд военных ведомств. В 1950-х годах комитет стал издавать один из первых научных журналов в области исследований связей с общественностью.



Джей Блумлер (1924) — американский и британский исследователь-коммуникативист, один из авторов теории обретения пользы и удовлетворения потребностей в процессе потребления медиaproдукции

Формальным подтверждением особого научного статуса политической коммуникативистики можно считать наличие про-

фильного сектора в структуре Международной ассоциации исследователей коммуникации. В настоящее время членами сектора политической коммуникации являются около 500 ученых из разных стран мира. В число самых авторитетных современных зарубежных исследователей политической коммуникации входят: Джей Блумлер (США), Лэнс Беннет (США), Дэнис Маккуэйл, Соня Ливингстон и Джеймс Карран (Великобритания), Паоло Манчини и Джанпьетро Маццолени (Италия), Винфрид Шульц и Юрген Вильке (ФРГ), Каарле Норденстренг (Финляндия) и многие другие.

До недавнего времени интересы исследователей политической коммуникации ограничивались определенным набором научных проблем, среди которых — коммуникативные аспекты политического участия, политического лидерства, взаимодействия политических элит с гражданами, проблемы эффективности медиавлияния и роль массовой коммуникации в формировании политических убеждений и предпочтений, в формировании и отражении общественного мнения и т. д. Однако в начале 2010-х годов социальная практика поставила перед научным и академическим сообществом ряд острых вопросов, решение которых требует совместных усилий специалистов в разных отраслях знания. С целью определить проблемы в теории и исследованиях политической коммуникации, требующие изучения, в марте 2010 года по инициативе Университета штата Пенсильвания состоялся международный симпозиум «Транснациональные связи: вызовы и возможности для политической коммуникативистики». Симпозиум прошел на базе IE университета в Сеговии (Испания). Ее организаторами выступили все ведущие мировые исследовательские структуры, в сферу научных интересов которых входит феномен политической коммуникации: сектор политической коммуникации Международной коммуникативной ассоциации, Международная ассоциация политической науки, Международная ассоциация медиа- и коммуникационных исследований, Европейская ассоциация преподавания и исследования коммуникации, Международный коммуникативный журнал, Всемирная ассоциация по изуче-

нию общественного мнения (подробнее см.: Wojcieszak 2012). Коммуникативисты, специалисты в области журналистики и массовых коммуникаций, политологи и журналисты пытались выявить перспективы политической коммуникативистики с учетом важнейших тенденций 2010-х годов: глобализации и усиления транснациональных связей во всех сферах жизни общества и возрастающего значения медиатехнологий.

Ученые пытались выработать единые позиции относительно ряда важнейших вопросов содержательного и мировоззренческого характера:

- Должны ли исследователи рассматривать медиакоммуникации и политическую коммуникацию как транснациональные феномены?

- В чем заключаются сходства и различия научных школ политической коммуникации в США и других странах? Как отличается практика организации политической коммуникации в странах с политической системой западного и незападного типов? Существует ли зависимость между спецификой политического процесса и теми аспектами, которые в первую очередь волнуют исследователей в области политической коммуникации?

- Каковы вызовы и возможности для международного сотрудничества и международных исследований в области коммуникаций? Как интегрировать теорию политической коммуникации, развиваемую в США, с концепциями, разрабатываемыми в европейских и других странах? Как организовать обмен результатами эмпирических исследований? Нужна ли такая интеграция на уровне теории?

- Как исследовать политическую коммуникацию в условиях преобладания новых информационных технологий? Какие аспекты должны преобладать в исследованиях?

Пытаясь осмыслить возможности интернационализации политической коммуникативистики, исследователи выделили ряд важных факторов, которые необходимо учитывать для получения достоверного знания о политической коммуникации в конкретной стране:

- особенности организации и функционирования национальных медиасистем;
- специфику политической структуры общества;
- доминирующий тип политической культуры.

В концептуальном плане значение перечисленных факторов исследователи охарактеризовали следующим способом: «Политическая коммуникация как наука должна в большей степени соответствовать политической коммуникации как феномену» (Wojcieszak 2012). Пока остается открытым вопрос о том, какая научная школа изучения политической коммуникации — американская, европейская или какая-то другая — станет базой для концептуализации данной сферы. Также не был найден ответ на вопрос о том, к каким последствиям привел процесс американизации политических и медийных процессов, которая выражается в коммерциализации, персонификации и профессионализации информационных кампаний в политической сфере, в тех странах, которые открыли для себя возможности профессиональной организации политической коммуникации 10–20 лет назад.

Еще одной важной задачей современной политической коммуникативистики исследователи назвали определение реального влияния новых информационных технологий на политическое участие или гражданскую активность. Важно не то, как и кем используются технологии, а то, что они дают возможность выяснить, «кто может сказать, кто это слышит, и в какой степени политические голоса имеют решающее значение» (ibid.).

Участники симпозиума отметили еще одну важную для исследовательской сферы проблему: обилие актуальных исследований, посвященных новым политическим феноменам с использованием новой методологии, не освобождает ученых от необходимости теоретического осмысления трансформации политической коммуникации в информационную эпоху. Исследования требуют более глубокого понимания взаимосвязей и взаимозависимости между СМИ, общественным мнением, гражданским участием и политическим управлением на национальном и транснациональном уровнях.

Вопросы и задания

1. В чем основное отличие между двумя ранними подходами к определению сущности коммуникативного процесса, которые сводятся к логическим формулам «коммуникация — это действие» (communication as action) и «коммуникация — это взаимодействие» (communication as interaction)? Кто из известных вам американских коммуникативистов придерживался акционизма и интеракционизма?

2. Ознакомьтесь с биографией Эдварда Бернейса. По какой причине, на ваш взгляд, его труды были включены в библиотеку современного российского специалиста в области политического PR?

3. Какие научные парадигмы (исследовательские школы) коммуникативных исследований являются основными в США?

4. Сформулируйте собственные ответы на вопросы, вынесенные на всеобщее обсуждение международным сообществом исследователей и преподавателей политической коммуникации.

5. Ознакомьтесь с фрагментом книги «Язык мой — друг мой. От Хрущева до Горбачева» В. М. Суходрева (приложение 2), в котором рассказывается о практике взаимодействия лидера СССР с зарубежными журналистами в 1950–1960-х годах. Какие цели, на ваш взгляд, ставил Н. С. Хрущев, проявляя информационную активность в международном масштабе? Оцените эффективность этой информационной деятельности.

ГЛАВА III

Российские традиции в области исследования и преподавания политической коммуникации

Ключевые термины: российская политическая коммуникативистика; вестернизация и коммерциализация политико-коммуникационных и массово-информационных процессов; коммуникационные услуги в политическом консалтинге; журналистика, связи с общественностью и реклама в системе политико-властных отношений.

В результате изучения этой главы магистрант должен:

• **знать:**

- историю становления политической коммуникативистики в России как особой междисциплинарной отрасли научного знания;
- основные научно-образовательные центры, занимающиеся подготовкой кадров в сфере прикладных политических коммуникаций;
- традиции исследования политико-коммуникационной проблематики в отечественной теории журналистики;
- пионеров в области организации и проведения политических кампаний в России;
- проблемы и противоречия в определении статуса и дисциплинарной принадлежности политической коммуникативистики в России;

- профессиональные объединения российских политконсультантов, коммуникативистов, политологов и медиаисследователей;
- **уметь** самостоятельно подбирать и анализировать научную, научно-популярную и учебную литературу, посвященную теоретическим и прикладным аспектам политической коммуникации;
- **владеть** терминологией, которую использовали советские исследователи по теории журналистики для описания политико-коммуникативной проблематики.

3.1. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ПРЕДМЕТНОМ ПОЛЕ СОВЕТСКОЙ ТЕОРИИ ЖУРНАЛИСТИКИ

В 1950-х годах в США и Западной Европе поле коммуникативных исследований уже находилось на стадии институционализации и был накоплен довольно большой опыт проведения эмпирических исследований в области политической коммуникации (прежде всего политической пропаганды). В СССР понятие «коммуникация» тогда еще не получило широкого распространения. Однако в условиях либерализации политического режима и роста интереса обществоведов к проблемам государственного и политического устройства в 1960-х годах советское социогуманитарное знание оказалось под сильным влиянием общей теории систем и кибернетики. Главная кибернетическая идея — информационный обмен — стала основой для описания всей социальной системы советского общества и его политической сферы. Советские обществоведы уделяли особое внимание проблеме повышения политической активности личности, чему должно было способствовать «воспитание, а также самовоспитание широкой массы членов общества» (Сафаров 1975, с. 31). Результатом привлечения максимального числа граждан к управлению должно было стать совпадение субъекта и объекта управления, «момент... превращения пролетариата в субъект сознательного управления обществом» (там же, с. 31), то есть качество полити-

ческого участия в стране считалось критерием успешности практической реализации основной политической идеи коммунистического государства — построения бесклассового общества.

Еще одной важной практической задачей обществоведы считали осуществление действенного контроля на основных стадиях управленческого цикла (Шахназаров 1974, с. 193).

Основным институтом публичного социального контроля, регулятором социальных отношений и организатором, воспитателем и пропагандистом в системе советских политико-властных отношений являлась журналистика. Профессия журналиста была признана идеологической, а организация производства и распространения печати — делом государственной важности. Как отмечает исследователь Пешков, «большевики первыми в истории ввели газету и радио действительно в общенациональный государственный оборот посредством всеобщей подписки и электрификации всей страны» (Пешков [б.г.]), поэтому журналистскому образованию Советское государство уделяло очень много внимания.

Как известно, система журналистских учебных заведений различных уровней сформировалась в СССР уже к 1930-м годам, в системе высшего образования журналистика нашла свое место в середине 1940-х годов (Корконосенко 2004, с. 18). Уже в 1949 году при отделении журналистики на филологическом факультете Ленинградского университета была открыта аспирантура по специальности «журналистика».

На Западе (в частности, в США) журналистское образование носило практико-ориентированный характер, в исследованиях деятельности прессы также доминировали прагматические аспекты. В СССР существовала традиция концептуального осмысления роли и назначения прессы. Теория советско-партийной печати стала отражением взглядов на прессу К. Маркса, Ф. Энгельса и В. Ленина и обусловленной этими взглядами социальной практикой.

В начале 1960-х годов советские исследователи журналистики ощутили потребность привести теорию журналистики в соответствие с актуальной практикой, так как концептуальных основ

политического функционирования прессы рубежа XIX–XX веков было уже недостаточно для описания реалий второй половины XX века. Возникла потребность сконцентрироваться на теоретических вопросах. В ведущих центрах по подготовке журналистов стала происходить реорганизация. Так, в 1961 году отделение журналистики при филологическом факультете ЛГУ получило статус самостоятельного факультета с кафедрами истории русской журналистики и теории и практики партийно-советской печати.

В 1963 году на базе кафедры партийно-советской печати на факультете журналистики МГУ были созданы кафедры теории и практики партийно-советской печати и истории партийно-советской печати. В 1966 году при кафедре теории и практики партийно-советской печати создана социологическая группа, главной задачей которой стало проведение прикладных социологических исследований. В течение нескольких десятков лет ученые МГУ (В. М. Горюхов, П. С. Гуревич, Я. Н. Засурский, Е. П. Прохоров, Л. Г. Свитич, М. В. Шкондин и др.) и социологический центр занимались разработкой общей теории журналистики и изучением журналистской практики и стали лидирующим научным центром в СССР. Осмысление теоретических вопросов и освоение методологии прикладных исследований потребовали обращения к зарубежному опыту. Поэтому в 1960–1970-х годах появилось большое количество публикаций, с помощью которых в советский научный оборот была введена проблематика американской социологии массовой коммуникации (см.: Гуревич 1975, с. 208–232; Мансуров 1976, с. 113–134; Митина 1979, с. 159–180; Терин, Шихарев 1975, с. 208–232; Шерковин 1967 и др.). Также на русский язык были переведены труды зарубежных исследователей, предпринимавших попытки теоретического осмысления феномена журналистики в 1950-х годах. Так как по идеологическим соображениям было недопустимо непосредственное освоение чуждых советскому строю и враждебных коммунизму теорий, проблематика массовых коммуникаций и теории журналистики была представлена в форме критического анализа (см.: Современные буржуазные теории 1967; Буржуазные теории 1980). Для публикации основных трудов исследователей журналистики в МГУ в 1966 году была учреждена специальная серия «Журналистика» научного

журнала «Вестник Московского государственного университета» (в ЛГУ в научном журнале «Вестник ЛГУ» публикации по журналистике вошли в серию «Филология. Востоковедение. Журналистика», которая стала издаваться с 1946 года).

К концу 1970-х годов в структуре общей теории журналистики стало оформляться особое направление, рассматривающее политические аспекты деятельности прессы. Системно-кибернетическая методология описания политико-управленческих процессов применительно к журналистике стала развиваться в контексте проблемы «журналистика как институт социального контроля и регулятор социальных отношений» (см.: Журналистика в политической структуре 1975; Прохоров 1974; Сафаров 1975; Свитич 1977; Смирнов 1978 и др.).

Механизм участия прессы в социальном управлении описывался как двунаправленный поток информации:

- от субъекта к объекту управления: сообщая официальные документы и законы, разъясняя политику партии и государства, конкретные государственные и административные указания, решения, журналистика оказывает управляющее воздействие на общество и выступает в качестве канала прямой связи;

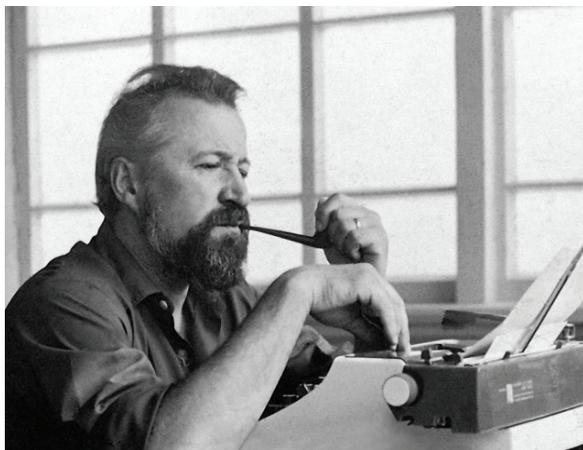
- от объекта управления к субъекту: журналистика предоставляет людям возможность выразить мнение по многим актуальным вопросам, тем самым используя шанс повлиять на государство, журналистика выступала в качестве канала обратной связи.

Эта схема носила универсальный характер и позволяла рассматривать журналистику в качестве канала прямой и обратной связи: «1) между обществом и его политической организацией; 2) между институтами политической организации общества; 3) между отдельным институтом как субъектом управления и его объектом; 4) внутри отдельного института» (Некоторые проблемы 1975, с. 37). Таким образом, политико-коммуникационная проблематика в Советском Союзе обрела свое место в структуре исследований по теории журналистики¹ (как мы помним, в США

¹ Для сравнения: в США политическая коммуникативистика стала теоретическим обоснованием исследования журналистских феноменов и с течением времени получила статус самостоятельной отрасли науки.

процесс протекал в противоположном направлении — политическая коммуникативистика стала теоретическим обоснованием исследования журналистских феноменов и с течением времени получила статус самостоятельной отрасли науки). Это вполне логично с учетом того, что в СССР не существовало института политического PR и политической рекламы.

Наряду с общей теорией журналистики и политической теорией активно развивалось социологическое изучение феномена общественного мнения. Это направление исследований связано в первую очередь с именем философа и социолога Б. А. Грушина, который преподавал на факультете журналистики МГУ (1967–1968, 1982–1989).



*Борис Андреевич Грушин (1929–2007),
доктор философских наук, профессор,
главный научный сотрудник Института философии РАН,
основатель Института общественного мнения
при газете «Комсомольская правда» (1960–1967),
автор первой в СССР докторской диссертации,
посвященной проблемам методологии исследования
общественного мнения (1967)*

В 1960–1970-х годах стали развиваться лингвистическое (см., например: Брудный 1972) и комплексное лингвопсихосоциологическое (синтез лингвистики, психологии и социологии в исследованиях массовой коммуникации) направления коммуникативных исследований², однако в плане влияния на научные представления об информационных связях между обществом и государством социологические и лингвопсихологические труды уступали работам теоретиков журналистики.

3.2. ЭПОХА КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ И ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ В РОССИИ

Ситуация в научном мире и в системе образования стала коренным образом меняться в конце 1980-х — начале 1990-х годов. Происходила системная трансформация государства и самой практики организации политической коммуникации.

Начало 1990-х годов было ознаменовано рядом важных политических событий. 15 марта 1990 года решением Съезда народных депутатов СССР в Конституцию страны были внесены поправки, в соответствии с которыми был учрежден пост Президента СССР. В тот же день избран первый президент СССР. В соответствии с Конституцией СССР следовало избрать его всеобщим голосованием, однако М. Горбачев, занимавший на тот момент высший государственный пост председателя Верховного Совета СССР, был избран в порядке исключения на заседании внеочередного III Съезда народных депутатов СССР.

² Ярким представителем лингвопсихологического направления стала талантливая ученица Бориса Грушина, участница первых проектов социологического изучения прессы и общественного мнения Тамара Моисеевна Дридзе, которая еще в 1969 году защитила кандидатскую диссертацию по теме «Некоторые семиотические аспекты психосоциологии языка. Влияние семиотического уровня аудитории и информативности текстовых материалов на информированность населения (в рамках изучения прессы)» и развивала лингвопсихологические идеи до самой своей смерти.

В марте 1991 года проведен референдум об учреждении президента РСФСР, а 12 июня того же года прошли выборы первого президента РСФСР — им стал Б. Ельцин.

В августе 1991 года состоялась попытка государственного переворота, вошедшая в историю страны как августовский путч. Результатом этой попытки стал запрет правящей на тот момент Коммунистической партии Советского Союза и Коммунистической партии РСФСР (ноябрь 1991 года). В декабре 1991 года Советский Союз прекратил свое существование. В сентябре — октябре 1993 года ликвидирована система Советов народных депутатов, которая составляла основу советской власти, в декабре прошел референдум, на котором была принята Конституция Российской Федерации. Новая Конституция провозгласила многопартийную систему, двухпалатный парламент и систему выборных органов на всех уровнях федеративного государственного устройства.

Многопартийность, уровневая структура государственной власти и реальная политическая конкуренция породили системную трансформацию политической коммуникации в стране. Основным фактором этой трансформации стал транзит западных технологий организации коммуникативного взаимодействия с массовыми аудиториями, то, что американские исследователи назвали американизацией политических и медийных процессов. В середине 1990-х годов Россия оказалась в числе стран, которые открыли для себя возможности профессиональной организации политической коммуникации. Масштабные избирательные кампании (думские выборы 1993 года и президентские выборы 1996 года) продемонстрировали всю силу и значимость профессионально организованной политической коммуникации.

В России развернулась интенсивная вестернизация всех социальных, в том числе и политико-коммуникационных и массово-информационных, процессов, американский опыт разработки и реализации политических кампаний оказался чрезвычайно востребованным. В новом информационном мире стало доминировать телевидение (в России медиасфера стала развиваться в соответствии с американской моделью, в которой лидирующие

позиции занимает телевидение, а самой эффективной и, соответственно, дорогой считается телевизионная реклама), технологии управления вниманием телезрителей стали основным ресурсом борьбы за власть. Поэтому на рубеже 1980–1990-х годов американские специалисты по выборам стали частыми гостями в России. Их труд щедро оплачивался российскими заказчиками. Однако очень скоро вполне реальную конкуренцию им стали составлять российские политтехнологи и политконсультанты. Поначалу так называли широкий круг специалистов, занимавшихся разработкой и практической реализацией политических, точнее избирательных, кампаний. К ним относили не только специалистов по разработке стратегии избирательной кампании, но и советников при кандидате или штабе кампании (политконсультантов), имиджмейкеров, юристов, специализирующиеся на выборах, райтеров или копирайтеров — специалистов по написанию политических рекламных и презентационных текстов, менеджеров избирательной кампании в целом и отдельных направлений и проектов, лидеров и постоянных участников агитационных групп и т.д. Это разнообразие коммуникационных услуг стало характерной особенностью собственно российского сегмента рынка политического PR — «„чистые“ пиармены и соответствующие технологии были представлены в основном в российских представительствах зарубежных PR-агентств или PR-отделах иностранных фирм и корпораций» (Теория и практика 2006).

Одной из первых фирм, специализирующихся на оказании политконсалтинговых услуг и проведении политических кампаний, стал Центр политического консультирования и профессиональное консалтинговое агентство «Никколо М» (ныне Агентство стратегических коммуникаций «Никколо М»). В презентационных материалах на официальном сайте агентство так оценивает значение своей деятельности: «С участия „Никколо М“ в кампании по выборам в Верховный Совет СССР — первым альтернативным выборам после 1917 года — началась история политконсалтинга в России. Менее чем за десятилетие компания стала признанным лидером в своей области. „Никколо М“ и ее сотрудники работали во всех общенациональных и множестве региональных избирательных

компаний, в том числе — президента Российской Федерации, депутатов Государственной думы, глав регионов и мэров городов. Компания вела проекты более чем в 70 российских регионах. В качестве консультантов руководители „Никколо М“ участвовали в ряде успешных предвыборных кампаний в странах ближнего (Белоруссия, Украина, Латвия, Грузия) и дальнего (Польша, Монголия, Никарагуа, Южная Корея, Венесуэла, Колумбия, США) зарубежья.

С начала 1990-х „Никколо М“ активно занимается PR-кампаниями и консультированием государственных органов и бизнес-структур в России и за рубежом, среди которых — органы власти всех уровней, финансово-промышленные группы, общенациональные объединения и союзы» (О компании [б.г.]).

Успех агентства в области профессиональной организации политических кампаний является заслугой его создателей — Игоря Евгеньевича Минтусова и Екатерины Владимировны Егоровой (Гантман), которые обладали и знаниями в области политической психологии и особенностей проведения информационных кампаний, и навыками изучения состояния массового сознания.



Игорь Минтусов (1958), председатель совета директоров агентства «Никколо М», президент Российской ассоциации политических консультантов

Игорь Минтусов окончил экономический факультет МГУ (1980), после чего десять лет проработал в разных исследовательских структурах. Являлся научным сотрудником Центрального экономико-математического института АН СССР, затем научным сотрудником Института экономики и прогнозирования научно-технического прогресса АН СССР, научным сотрудником Научно-исследовательского центра при Советской социологической ассоциации. В социологической ассоциации он занимался изучением общественного мнения и советских молодежных субкультурных движений.

Тогда в стране происходили важные изменения: пересматривались политические основы государства, была введена должность президента страны, состоялись первые выборы. Практическая организация политической коммуникации интересовала многих людей, имевших свое представление о принципах избирательной системы и правилах политической игры, в числе которых оказался и И. Минтусов.

Знакомство со сферой политической коммуникации И. Минтусов описывает так: «Я в консалтинговый бизнес пришел в конце 1980-х, изучая общественное мнение и „неформалов“. Мне было важно оказывать помощь тем политикам, чьи убеждения я разделял. Очень хотелось жить в стране, где правительство меня устраивает и политиков я выбираю как гражданин, а не как член КПСС» (Минтусов, Игорь Евгеньевич [б.г.]).

Игорь Минтусов участвовал в обеспечении информационных кампаний всех парламентских выборов в России с 1989 года. Также в его активе несколько знаковых предвыборных кампаний³, в ходе кампании по выборам президента РФ 1996 года он, как и Е. Егорова, работал личным консультантом Б. Ельцина. В компании «Никколо М» И. Минтусов обеспечивал разработку стратегии и практическую реализацию кампаний.

³ На первых президентских выборах в России в 1991 году И. Минтусов консультировал кандидата А. Тулеева. В дальнейшем он оказывал консультационные услуги и на президентских выборах за рубежом.



Екатерина Егорова, президент агентства «Никколо М», доктор политических наук, кандидат психологических наук

Екатерина Егорова (в девичестве Гантман) — дочь известного советского политолога, лауреата Государственной премии СССР, автора теории международных конфликтов В. И. Гантмана. Она окончила факультет психологии МГУ (1978), а затем аспирантуру Института психологии АН СССР, защитила диссертацию кандидата психологических наук по теме «Психологические исследования принятия внешнеполитических решений в международных кризисных ситуациях». В дальнейшем она сделала карьеру от младшего научного сотрудника до начальника департамента политической психологии Института США и Канады РАН. В 1993 году получила степень доктора политических наук, защитив диссертацию по теме «Личностный фактор во внешней политике США в 60–90-е годы».

Наличие базового образования в области психологии и многолетнее изучение проблем политического лидерства за рубежом и политической психологии позволили Е. Егоровой стать одним из самых влиятельных и востребованных политических консультантов 1990-х годов. В 1992 году Е. Егорова заняла пост председателя совета учредителей компании «Никколо М» и директора по психологии и политической рекламе.

Достойную конкуренцию столичным политтехнологам составила региональная компания Bakster Group (Екатеринбург, 1994). Ее учредители Дмитрий Гусев и Олег Матвейчев являются представи-

телями нового поколения профессионалов в области организации практических политических коммуникаций. В политконсалтинг они пришли из академической сферы, добились значительных успехов и в сфере коммуникационных услуг, и в политике.



Дмитрий Геннадьевич Гусев (1972), глава совета директоров консалтинговой компании Bakster Group, один из самых известных и влиятельных российских политтехнологов

Д. Гусев окончил философский факультет Уральского государственного университета (1994), получил второе высшее образование на факультете правоведения Уральской государственной юридической академии, окончил аспирантуру Института философии и права Уральского отделения РАН (без защиты диссертации, 1997). Являлся депутатом городской думы Екатеринбурга второго созыва. В начале 2010-х годов занимал пост заместителя начальника Департамента территориальных органов исполнительной власти мэрии Москвы. С середины 1990-х годов участвовал в многочисленных избирательных кампаниях федерального и регионального уровней в качестве консультанта.



Олег Анатольевич Матвейчев (1970), философ, политконсультант, директор консалтинговой компании Bakster Group. Входит в число самых известных и влиятельных российских политтехнологов и в сотню популярных блогеров «Живого журнала»

О. Матвейчев родился в Новокузнецке Кемеровской области. Окончил Уральский государственный университет (1993), поступил в аспирантуру Института философии и права Уральского отделения РАН, защитил диссертацию кандидата философских наук по философии политики и права Гегеля. В 1996 году стал научным сотрудником Института философии и права в Екатеринбурге. Тогда же молодой и амбициозный ученый «стал принимать активное участие в разноплановых публичных дискуссиях, в том числе на телевидении, в политических дебатах, предвыборных агитациях и т. д. Причем эта работа настолько его увлекла, что он занимался ею около 12 лет. За этот период ему удалось принять участие более чем в 200 проектах, включая выборы местных советов и президента, скупку акций. При этом работать общественному деятелю с пока еще небольшим жизненным опытом приходилось как на территории России, так и за ее пределами. В это же время имя философа и политолога становится востребованным среди представителей прессы и массмедиа. Его все чаще зовут на роль эксперта и комментатора. Например, за право пригласить специалиста в свою редакцию соперничали сразу четыре информационных издания: „Эксперт“; „Коммерсант-власть“; „Ведомости“ и „Профиль“» (Олег Матвейчев. Книги [б.г.]). К концу 1990-х годов О. Матвейчев стал значимой медийной фигурой не только регионального, но и федерального уровня. В 1999 году он продолжил свою профессиональную и научную карьеру в Москве.

Еще одной известной и влиятельной политконсалтинговой компанией стало агентство «Международный пресс-клуб» (год основания 1996), которое основал Александр Николаевич Чумиков. В настоящее время компания называется «Международный пресс-клуб. Чумиков ПР и консалтинг».



А. Н. Чумиков (1954), доктор политических наук, профессор, генеральный директор агентства «Международный пресс-клуб. Чумиков ПР и консалтинг»

А. Чумиков пришел в политконсалтинг из журналистики. Окончил факультет журналистики МГУ (1981), затем Московский государственный педагогический институт иностранных языков им. М. Тореза (ныне — Московский государственный лингвистический университет), аспирантуру Российской академии управления. Защитил диссертацию кандидата философских наук по теме «Социально-политический конфликт: особенности диагностики и управления».

Профессиональная журналистская карьера А. Чумикова началась с должности корреспондента газеты «Новые рубежи» Одинцовского района Московской области еще до поступления в университет. В 1970–1980-х годах А. Чумиков прошел путь от секретаря комитета ВЛКСМ первичной организации до заведующего идеологическим отделом Киевского райкома КПСС Москвы. В 1990–1991 годах работал главным редактором газеты «Точка зрения» и обозревателем газеты «Вечерний клуб».

В 1992 году Чумиков занялся карьерой в PR: руководил PR-службой АО «Сити», являлся директором программ Международного фонда политико-правовых исследований Interlegal и старшим научным сотрудником Центра конфликтологических исследований Института социологии РАН. На основе эмпирических данных, собранных в Центре конфликтологических исследований, А. Чумиков защитил докторскую диссертацию на тему «Конфликт в системе социально-политических процессов переходного периода» (1995). В 1996 году А. Чумиков занял должность профессора факультета государственного управления МГУ, стал генеральным директором коммуникационного агентства «Международный пресс-клуб». В настоящее время А. Чумиков является главным научным сотрудником Центра региональной социологии и конфликтологии Института социологии РАН.

Вот как описывает свою историю и миссию сам «Пресс-клуб»: «В 1996 году у руководителей ряда крупных российских организаций (Союз журналистов РФ, Торгово-промышленная палата РФ, Центр международной торговли, Центр экономических программ, издательский дом „Экономическая газета“) возникла идея создания структуры, которая могла бы содействовать лучшей коммуникации и пониманию между бизнесом, властью, общественностью.

В сентябре 1996 года осуществляется государственная регистрация закрытого акционерного общества „Международный пресс-клуб“ (МПК), генеральным директором которого становится доктор политических наук, профессор А. Чумиков.

Деятельность Международного пресс-клуба ведется по ряду базовых направлений: как одного из самых известных в Москве и России пресс-центров; как международного пресс-центра; пре-

стижного и влиятельного пресс-клуба; полезного для государственных руководителей и бизнесменов делового клуба и, разумеется, как PR-агентства, способного проводить полновесные кампании паблик рилейшнз.

Уже в первый год своей работы МПК приобретает серьезный авторитет. На праздновании 200 дней, а затем годовщины МПК (июнь и декабрь 1997 года) присутствуют председатель, лидеры крупнейших фракций и председатели комитетов Государственной Думы РФ; главы субъектов РФ, руководители Администрации Президента РФ, министры Правительства России, главные редакторы ведущих СМИ, лидеры бизнеса, общественные деятели, представители дипломатического корпуса» (О МПК [б.г.]).

Также несколько слов необходимо сказать и о заместителе генерального директора Международного пресс-клуба, докторе социологических наук, профессоре Михаиле Петровиче Бочарове.



М. П. Бочаров (1959), доктор социологических наук, PR-специалист, журналист

М. Бочаров пришел в политконсалтинг и PR из журналистики. Сначала он работал фотографом в филиале Центрального аэрогидродинамического института им. Н. Е. Жуковского, потом окончил факультет журналистики МГУ (1985). В 1980–1990-х годах являлся комсомольским активистом и дорос до должности заместителя заведующего отделом Москворецкого районного комитета КПСС. Окончил аспирантуру и защитил кандидатскую диссертацию по философии (1992). Поработал в журналистике (заместитель генерального директора Дирекции по Управлению РГТРК

«Останкино», руководитель информационно-аналитического отдела информационного агентства «ИМА-пресс» и исполнительный директор «СОЮЗ-ИНФО») и в рекламе (исполнительный директор по рекламе и маркетингу АО «Система „Телемаркет“»). М. Бочаров защитил диссертацию доктора социологических наук по теме «Социальные ценности в менеджменте: проблема выбора» (1998). С 1999 года по настоящее время работает профессором кафедры политического анализа факультета государственного управления МГУ и кафедры экономической журналистики и рекламы факультета журналистики МГУ. В начале 2000-х годов М. Бочаров стал заместителем генерального директора Международного пресс-клуба.

Сотрудничество с А. Чумиковым с соавторства при подготовке одного из первых учебных пособий по новой специальности «связи с общественностью». Книга «Связи с общественностью: теория и практика» (2000) к настоящему времени выдержала уже пятое издание. Международный пресс-клуб и его руководитель А. Чумиков были ориентированы в первую очередь на академическую среду. Кроме учебного пособия по PR, написанного в соавторстве с М. Бочаровым, А. Чумиков в 1990-х годах опубликовал ряд трудов, важных для становления связей с общественностью как академической сферы: «Управление конфликтами» (1995), «Ведение переговоров: стратегия, коммуникация, фасилитация, медиация» (1997), «Креативные технологии паблик рилейшнз» (1998) и др. В общей сложности А. Чумиковым, М. Бочаровым и начальником отдела спецпроектов, кандидатом исторических наук М. Тишковой подготовлено свыше 20 учебников, учебных пособий, специальных изданий по связям с общественностью, информационно-коммуникативному обеспечению проектной деятельности в различных отраслях (О МПК [б.г.]).

В 2001 году Международный пресс-клуб открыл специальный проект «PR-библиотека», которая со временем стала крупнейшей и открытой виртуальной базой данных и оригинальных работ по проблематике связей с общественностью. Существенную часть этой базы составляют работы, созданные сотрудниками Международного пресс-клуба и опубликованные самим агентством, а также периодические издания PR-профиля.

Издание книг по политконсалтингу, имиджмейкингу и связям с общественностью в политической сфере стало одним из

важных направлений деятельности первых консалтинговых агентств. Российские специалисты в сфере политических технологий и избирательных кампаний охотно делились накопленным опытом. Например, с начала 1990-х годов «Никколо М» публикует книги о политических технологиях, политической психологии и рекламе, стратегических коммуникациях, спичрайтинге, социологических и политологических исследованиях. Вышли в свет переводные издания серии «Мировой бестселлер в политическом консультировании», специальные проекты (например, ежегодный сборник статей о российских выборах «Электоральная Россия») и работы самих сотрудников компании. Например, бестселлерами политконсалтинга 1990-х годов стали труды:

- *Егорова-Гантман Е. В.* Политиками не рождаются: как стать и остаться эффективным политическим лидером. М., 1993.
- *Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков / Под ред. Е. В. Егоровой-Гантман. М., 1994.*
- *Как делать имидж политика / Под ред. Е. В. Егоровой-Гантман, И. Е. Минтусова. М., 1995.*
- *Егорова-Гантман Е. В.* Политический консультант в российских избирательных кампаниях. М., 1995.
- *Политическое консультирование / Отв. ред. Е. Егорова-Гантман, И. Минтусов. М., 1999.*

Не менее активно публиковались учредители Bakster Group, в первую очередь О. Матвейчев. С 1998 года он опубликовал более 100 научных работ, включая 12 монографий. Популярность произведений позволяет автору-политтехнологу позиционировать себя в качестве автора «книг, „культовых“ для политического консультирования» (Олег Матвейчев [б.г.]). Одним из самых известных трудов Матвейчева стала книга с эпатажным названием «Уши машут ослом. Современное социальное программирование» (2001, в соавторстве с Д. Гусевым, С. Чернаковым и Р. Хазеевым), выдержавшая несколько переизданий и многократно процитированная в Российском индексе научного цитирования.

Таким образом, экспорт западных технологий организации политического процесса и политических информационных кампаний сопровождался формированием профессионально-

го сообщества, специализирующегося на оказании широкого спектра коммуникационных услуг, связанных с политической сферой. Российские специалисты по организации практических политических коммуникаций стали создавать собственные профессиональные объединения. Например, Ассоциация центров политического консультирования (1995) ставила своей целью формирование единого регламентируемого рынка услуг политических консультантов, обмен опытом работы и оказание правовой защиты организаторов профессиональной политической коммуникации. Среди организаторов ассоциации — «Никколо М» и многие другие широко известные консалтинговые и исследовательские структуры. В 1999 году было открыто российское отделение Международной организации компаний — консультантов в сфере связей с общественностью (АКОС-Россия). Ее членом стал и Международный пресс-клуб.

Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) — первое профессиональное объединение российских специалистов по связям с общественностью, зарегистрированное в 1991 году в качестве некоммерческой общественной организации с правами юридического лица. Ее учредителями стали Союз журналистов СССР, Ассоциация работников рекламы, Журфонд РСФСР, Секретариат ООН (Нью-Йорк, департамент общественной информации), Торгово-промышленная палата РСФСР, Российская товарно-сырьевая биржа, Московская товарная биржа, Росвнешторг, Внешторгреклама, посольство СССР в США, Управление информации МИД СССР, МГИМО МИД СССР, Агентство экономических новостей, Институт социологии парламентаризма. В 1999 году по инициативе РАСО, при поддержке Центральной избирательной комиссии и Администрации Президента РФ была разработана хартия «Политконсультанты за честные выборы». Ее подписали большинство организаций, обслуживавших избирательную кампанию по выборам в Государственную Думу.

В 1990-х годах политконсалтинг стал самым востребованным направлением PR-деятельности, политтехнологи, их публикации и реализованные проекты оказались в сфере пристального внимания профессионального сообщества специалистов по связям

с общественностью. Так, работа Международного пресс-клуба и труды А. Чумикова удостоены национальной премии в области связей с общественностью «Серебряный лучник» (1997, 1998, 2000)⁴. Его коллега и соавтор М. Бочаров стал дипломантом «Серебряного лучника» (2001, 2004, 2009), Также победителем конкурса «Серебряный лучник» в номинации «Лучшая работа по теории PR» несколько раз становилась Е. Егорова-Гантман («Политическое консультирование и политическая реклама» (2000, в соавторстве с К. Плешаковым), «Игра в солдатики. Политическая психология президентов» (2004)).

Профессионально организованная политическая коммуникация стала частью российской реальности лишь в конце 1980-х — начале 1990-х годов. Первые российские специалисты в области политических информационных кампаний не имели профильного образования в области связей с общественностью. Однако во второй половине 1990-х годов ситуация стала кардинально меняться. Впервые специальность «связи с общественностью» появилась в государственном образовательном реестре еще в 1991 году. Подготовку PR-специалистов начал Московский государственный институт международных отношений: отделение связей с общественностью было создано при факультете международной информации (ныне факультет международной журналистики). Именно здесь были разработаны первые образовательные стандарты по связям с общественностью. Студенты МГИМО имели возможность прослушать профильные курсы, ориентированные на формирование профессиональных компетенций PR-специалистов в области информационной деятельности в мировом коммуникативном пространстве. Например, курс «Информационное обеспечение внешней политики» и сегодня читается на кафедре связей с общественностью⁵ МГИМО.

Позже соответствующие отделения и кафедры появляются и в других российских вузах. На факультете журналистики Санкт-

⁴ Была учреждена в 1997 году Торгово-промышленной палатой РФ совместно с Союзом журналистов России и РАСО.

⁵ Самостоятельная кафедра на факультете международной информации (международной журналистики) МГИМО была создана в 2001 году.

Петербургского государственного университета кафедра общественных связей и рекламы была создана в 1996 году. Прием на специальность «связи с общественностью» начался в 1997 году; в 2001 году появилась специализация по политическому PR, которую обеспечивала созданная в том же году кафедра теории коммуникации. Впоследствии факультет журналистики СПбГУ стал одним из ведущих российских образовательных и научных центров по связям с общественностью и принимал активное участие в разработке образовательных стандартов следующего уровня,

С 1996 до конца 2004 года политические коммуникации в России приобрели профессиональную основу и стали пользоваться спросом: помимо общенациональных во всех регионах РФ проходили выборы глав субъектов федерации, избирательные кампании длились от трех до шести месяцев, политтехнологи и политконсультанты всегда могли найти применение своему опыту и знаниям, их услуги пользовались большим спросом. Например, накануне общероссийских выборов 1999–2000 годов в России насчитывалось около двух десятков крупных организаций, которые вели предвыборные кампании по всей стране. В их штате на постоянной основе состояло до 100 специалистов, в среднем им платили \$1500 в месяц. Эти фирмы оказывали полный комплекс работ по проведению предвыборных кампаний. Стоимость полного информационного сопровождения выборов в 1999 году колебалась в пределах 100 000–1 100 000 долл. (0,2–2,0 долл. за избирателя в округе) (Тамарин [б.г.]).

В 2004 году произошли важные события, определившие новую конфигурацию рынка услуг в области политического консалтинга и политического PR в целом. Указом президента В. Путина губернаторские выборы с масштабными электоральными кампаниями были упразднены, так как несовершенство избирательной системы и эффективность избирательных технологий привели к снижению качества региональных политических элит и ослаблению власти в субъектах федерации. Вот как факт отмены губернаторских выборов описывали социологи ВЦИОМ: «...население подчас делало свой выбор, основываясь не на профессиональных качествах кандидатов, а под воздействием наработанных годами приемов полит-

технологов, что приводило к засилью ставленников определенных финансово-промышленных групп. Президент же... лучше знает потенциальных членов своей команды, имеет возможность их постоянно контролировать и при необходимости заменить, не дожидаясь окончания определенного срока работы» (Поликанов 2006, с. 52).

В условиях резкого снижения предложений на рынке коммуникационных услуг профессионалы в области организации политических кампаний были вынуждены искать новые возможности для применения своих знаний, в частности, получили развитие территориальный (страновой) брендинг⁶ и продвижение государственных и партийных проектов и программ.

Изменение конъюнктуры рынка отразилось и на структуре коммуникационных услуг, и на названиях организаций, специализировавшихся на политконсалтинге и избирательных кампаниях. Так, в 2002 году изменился состав учредителей и название международного пресс-клуба. А. Чумиков не только остается генеральным директором, но и становится владельцем контрольного пакета акций ЗАО «Международный пресс-клуб. Чумиков ПР и консалтинг» (председателем совета директоров становится В. Богданов, председатель Союза журналистов РФ). Постепенно спектр оказываемых услуг расширяется. К началу 2010-х годов агентство ведет работу по следующим направлениям:

- исследования;
- стратегический консалтинг и аналитические разработки;
- брендинг организаций, проектов продвижения территорий;
- технологии работы со СМИ и информацией;
- франчайзинг информационных структур и моделей;
- организация и PR-сопровождение специальных событий (юбилеев, конкурсов, форумов, церемоний, конференций и др.);
- образовательная деятельность в области связей с общественностью (О МПК [б.г.]).

⁶ Проблематика территориального брендинга стала актуализироваться и в научно-образовательной среде. Так, силами кафедры теории коммуникации факультета журналистики СПбГУ в 2008–2010 годах был реализован проект НИР по теме «Построение интегральной модели имиджа государства в мировом информационном пространстве».

В 2009 году Центр политического консультирования «Никколо М» был переименован в Агентство стратегических коммуникаций «Никколо М» с примерно таким же набором услуг, как и у «Международный пресс-клуб. Чумиков ПР и консалтинг».

В последние годы основными достижениями в области политического консультирования считаются не успешно проведенные избирательные кампании, а проекты, выполненные по заказу федеральных или региональных властей. Например, «Международный пресс-клуб. Чумиков ПР и консалтинг» на своем официальном сайте выделяет исследования и кампании, выполненные в ходе реализации государственных заказов, в отдельные рубрики. Среди заказчиков — Министерство РФ по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий, Министерство регионального развития РФ, Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям; Федеральная служба по труду и занятости, администрации и другие организации ряда российских регионов (Москвы, Волгоградской, Нижегородской, Омской и других областей).

Также большой популярностью пользуются аналитические работы с целью выявить эффективность деятельности политиков или государственных структур. Эту тенденцию можно увидеть по рейтингу российских политтехнологов, составлением которого с 2007 года занимается «Общая газета». В 2016 году лидером юбилейного, десятого, рейтинга стал председатель правления Фонда развития гражданского общества Константин Костин, координатор составления докладов и автор одного из самых известных индексов в сфере государственного управления и политической коммуникации в России «Рейтинга эффективности губернаторов» (Костин 2016). Сама исследовательская структура, которую представляет К. Костин, по итогам 2015 года была признана лидером рейтинга политологических и аналитических центров России за ключевые проекты «Рейтинг эффективности глав регионов», «Рейтинг кредитованности субъектов РФ» и «Рейтинг кандидатов в губернаторы, занявших вторые места по итогам единого дня голосования».

В топ-20 упомянутого выше рейтинга политтехнологов вошли Игорь Минтусов и Олег Матвейчев, пионеры российского полит-

консалтинга сохранили устойчивые позиции в сфере профессионального политического консалтинга и PR.

Таким образом, эпоха транзита в Россию западных технологий организации политических коммуникаций характеризуется важнейшими для практики политической коммуникации изменениями.

- изменилась сама система организации политической коммуникации: западные коммуникативные технологии пережили трансформацию с учетом российской специфики;
- появился пул профессионалов и структур, специализирующихся на организации и проведении политических кампаний или оказании консультационных услуг в политической сфере;
- сформировалась система вузовской подготовки специалистов, способных оказывать профессиональные коммуникационные и консультационные услуги в политической сфере⁷;
- в российском исследовательском дискурсе и образовательном процессе стали набирать популярность теоретические идеи западной коммуникативистики как науки о социальных коммуникациях.

3.3. СОВРЕМЕННАЯ РОССИЙСКАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАТИВИСТИКА: ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПАРАДИГМЫ И ПРОБЛЕМНО-ТЕМАТИЧЕСКОЕ НАПОЛНЕНИЕ

Как мы увидели в параграфе 2.3, в зарубежной науке политико-коммуникационная проблематика получила свое развитие в предметном поле общей теории коммуникации, в сфере медиаисследований, в недрах политической социологии, социологии общественного мнения и в политологии. Вспомним, что основ-

⁷ Многие пионеры российского политконсалтинга в начале 2010-х годов стали пробовать свои силы и в сфере вузовской подготовки профессионалов в области организации профессиональных политических коммуникаций. Например, в 2012–2013 годах И. Минтусов возглавил первую в России кафедру связей с общественностью в политике и государственном управлении, созданную в СПбГУ.

ными организаторами международного симпозиума «Транснациональные связи: вызовы и возможности для политической коммуникативистики» (2010) стали отдел политической коммуникации Международной коммуникативной ассоциации, Международная ассоциация политической науки, Международная ассоциация медиа и коммуникационных исследований, Европейская ассоциация преподавания и исследования коммуникации, «Международный коммуникативный журнал» и Всемирная ассоциация по изучению общественного мнения.

В России обретение политической коммуникативистикой собственного научного статуса происходило по особому сценарию. В перестроечное и постперестроечное время проблематика политической коммуникации продолжала развиваться внутри предметной области теории журналистики и социологии массовых коммуникаций (см.: Березин 1997; Бореев, Коваленко 1986; Буданцев 1986; 1995; Гончаров 1991, с. 55–60; Олешко 1996; Федякин 1988), при этом большинство исследователей массовой коммуникации в основном работали на факультетах или в отделениях журналистики. В середине 1990-х годов будущим журналистам предложили специальные учебные курсы, посвященные изучению тенденций развития мировой науки о коммуникациях. Традиция приобщения будущих журналистов к наиболее популярным идеям современной зарубежной коммуникативистики была заложена на факультете журналистики МГУ благодаря публикации книги американиста Лидии Михайловны Земляновой «Современная американская коммуникативистика. Теоретические концепции, проблемы, прогнозы» (1995). (Среди важнейших работ: Землянова 1999; 2004; 2010; 2012.)

Тогда же началось и обособление собственно коммуникативного исследовательского дискурса. Появились первые учебные пособия по социологии коммуникации и теории коммуникации. Появилось несколько учебных пособий по общей теории коммуникации: «Эволюция социальных коммуникаций» (1995) и «Введение в теорию социальной коммуникации» (1996) А.В. Соколова и «Социология коммуникации» В. П. Конецкой (1997).



Л. М. Землянова (1929–2014), доктор филологических наук, заслуженный научный сотрудник МГУ, автор серии работ, посвященных теоретическому осмыслению проблем и тенденций развития американской коммуникативистики

В конце 1990-х — начале 2000-х годов дисциплина под названием «Теория коммуникации» была включена в учебные планы журналистов, рекламистов и специалистов по связям с общественностью. Тогда же появилось большое количество учебных пособий и учебников для студентов гуманитарных специальностей (среди самых известных учебных пособий: Кашкин 2000; Основы теории 2003; Шарков 2001; 2002; Яковлев 2001).

Стали открываться соответствующие кафедры. В СПбГУ кафедра теории коммуникации появилась на факультете журналистики в 2001 году, родственная по проблематике кафедра — социологии культуры и коммуникации — на факультете социологии в 2002 году. На протяжении ряда лет этими двумя кафедрами были реализованы совместные научные проекты и мероприятия, итогом которых стала публикация серии сборников, посвященных актуальным проблемам теории коммуникации (Социальные коммуникации 2004; Новые идеи 2006; Новые идеи 2007).

Таким образом, можно говорить о появлении в середине 2000-х годов национальной школы общетеоретических коммуникатив-

ных исследований. Общая теория коммуникации вполне успешно развивалась в недрах учебно-образовательных учреждений, связанных с массово-коммуникативной деятельностью, политическая коммуникативистика осталась частным направлением коммуникативной науки. Сложилась парадоксальная ситуация, когда «преподавание политической коммуникативистики лучше поставлено на политологических кафедрах, нежели на кафедрах, связанных с общей теорией коммуникаций» (Лебедев 2012, с. 19). Так, в 2001–2010 годах в учебных планах журналистов, специалистов по рекламе и связям с общественностью были предусмотрены большие курсы по общей теории коммуникации⁸, но специальные учебные курсы⁹ и учебная литература по политической коммуникации практически отсутствовали. Среди множества учебников и учебных пособий по теории коммуникации, изданных к тому времени в России, с собственно политической коммуникативистикой были связаны только книги советского и украинского исследователя Георгия Георгиевича Почепцова. В отличие от практических руководств по организации и проведению избирательных кампаний или сугубо научных исследований (см.: Березкина 1999; Галумов 2004; Малаканова 1999 и др.), ориентированных на специализированное академическое сообщество, или учебных пособий, в которых связь с общетеоретическими аспектами политической коммуникации была весьма слабой, книги Почепцова в большей степени совмещали вопросы теории политической коммуникации и анализ актуальной практики. Особенности моделирования политической коммуникации и выявление закономерностей политико-коммуникационного процесса были описаны в первых учебниках по теории коммуникации (Почепцов 1996б; 1998в и др.), по связям

⁸ Теория коммуникации в России считается более важной дисциплиной для специалистов в области связей с общественностью и рекламы, чем для журналистов: объем учебных занятий по дисциплине у будущих журналистов в полтора раза меньше, чем у представителей других коммуникационных специальностей.

⁹ В 2001–2010 годах кафедра теории коммуникации готовила специалистов по связям с общественностью для политической сферы. В программу подготовки этих студентов входили курсы по политическому PR.

с общественностью (Почепцов 1996а; 1998а и др.), об информационных войнах и коммуникативных технологиях (Почепцов 1999б; 1999а; 2003 и др.), имиджмейкингу (Почепцов 1997б; 1997а; 1998б и др.). Однако при всем внимании к теоретическим аспектам политической коммуникации учебники и научные исследования Почепцова были ориентированы на решение практических задач в сфере организации эффективных политических коммуникаций, а значит, соответствовали потребностям рынка коммуникационных услуг.



Г. Г. Почепцов (1949), доктор филологических наук, профессор, заслуженный журналист Украины, президент Украинской ассоциации по связям с общественностью, специалист в области коммуникативных технологий и информационных войн

Отечественная теория журналистики продолжала развивать традиции исследования и преподавания основ политического функционирования прессы и даже вышла на качественно новый научный уровень. Свидетельством тому стал ряд важных факторов.

Во-первых, в начале 2000-х годов в России появились диссертационные советы по научной специальности 10.01.10 «журналистика», которые стали принимать к защите диссертации с присвоением ученых степеней кандидата и доктора по политическим наукам. Первый профильный совет был открыт на фа-

культете журналистики СПбГУ в 2001 году. Прежде диссертации защищались исключительно по филологическим наукам (по специальности 10.01.10 «Журналистика») либо по другим научным специальностям (чаще всего в диссертационных советах по политологии).

Во-вторых, налажена планомерная разработка целостной теории, охватывающей разные аспекты политического функционирования журналистики. Эту непростую задачу взял на себя исследовательский коллектив кафедры социологии журналистики (с 2005 года — теории журналистики) СПбГУ во главе с заведующим, профессором С. Г. Корконосенко. Обсуждению научной проблематики политической журналистики был посвящен методологический семинар, который кафедра проводила в рамках научного форума «Дни Петербургской философии» (2011–2012)¹⁰. Итогом работы семинара стала серия сборников научных трудов, посвященных политической журналистике как социальному феномену и объекту исследования (Журналистика и социология 2002; Журналистика в сфере политики 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012), а также коллективная монография «Журналистика в мире политики. Исследовательские подходы и практика участия» (2004), в которой научной общественности была представлена идея развития политологии журналистики как одной из социальных теорий журналистики¹¹.

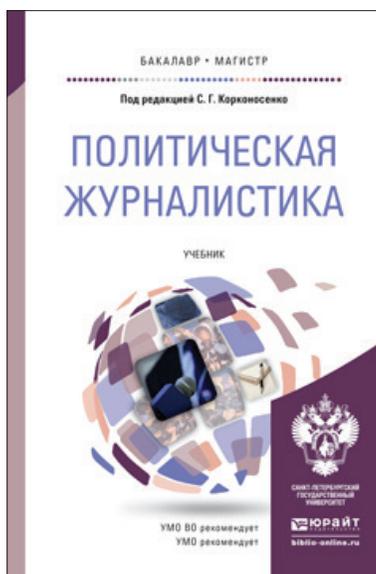
В начале 2000-х годов дисциплина «Политология журналистики» вошла в учебные планы подготовки журналистов в СПбГУ. Появилась специализация по политической журналистике на дневном и заочном отделениях, а в середине 2000-х годов кафедра проводит подготовку по магистерской программе «Политическая журналистика»¹².

¹⁰ В 2010 году форум, соорганизаторами которого выступают философский факультет СПбГУ и Философское научное общество, был переименован в «Дни философии в Петербурге».

¹¹ Подробнее о структуре теоретического знания о журналистике см.: Социология журналистики 2014, с. 30.

¹² Подготовка бакалавров по политической журналистике была открыта на факультете журналистики МГУ.

В 2010-х годах силами сотрудников кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ были реализованы важные для теории политической журналистики проект НИР «Политическая журналистика в современной России: комплексный подход» (2013–2014), учебник для вузов «Политическая журналистика» (с грифом Министерства образования и науки РФ) (Политическая журналистика 2015).



Учебник для бакалавров и магистрантов «Политическая журналистика»

Структура журналистского научного дискурса стала существенно меняться в конце 2000 — начале 2010-х годов. Тогда факультеты, отделения и кафедры журналистики в массовом порядке переименовывались в научно-образовательные центры по изучению журналистики и массовых коммуникаций, как мы увидели в параграфе 2.3, в США аналогичные трансформации происходили в 1980-х годах, а в Западной Европе — в 1990–2000-х

годах. Например, кафедра журналистики Челябинского государственного университета в 2011 году была преобразована в кафедру журналистики и медиаобразования. В Дальневосточном федеральном университете журналистика претерпела долгую эволюцию — от отделения на филфаке к самостоятельному факультету, подразделению Института массовых коммуникаций и к кафедре массовых коммуникаций.

Такой же сложный путь журналистика прошла и в Казанском государственном (ныне в Приволжском федеральном) университете. С 1962 года на историко-филологическом факультете существовало отделение журналистики. В 1992 году оно получило статус самостоятельного факультета, в 1994 году к нему присоединили кафедры социологии и психологии, возникло новое структурное подразделение — факультет журналистики, социологии и психологии. В 2003 года факультет получил новое название — факультет журналистики и социологии. В 2012 году на базе факультета был создан Институт массовых коммуникаций и социальных наук, который, в свою очередь, в 2014 году вошел в состав Института социально-философских наук и массовых коммуникаций.

В 2011 году реорганизация произошла и в СПбГУ. На базе факультета журналистики был создан Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций». Ведущая теоретическая кафедра института — кафедра теории журналистики — была переименована в кафедру теории журналистики и массовых коммуникаций. В марте 2012 года в структуре института появилась кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении, единственное на тот момент российское учебно-научное подразделение, готовящее кадры для PR-структур политических организаций и органов власти. В сферу ее научных интересов была включена политическая коммуникативистика в аспекте организации прикладных политических коммуникаций.

Свои позиции стали усиливать профессиональные сообщества исследователей массовой коммуникации. Так, в 2011 году была создана Национальная ассоциация исследователей масс-медиа,

декларируемой целью которой стало «объединение российского интеллектуального потенциала в области исследований СМИ, коммуникации и журналистики и создание площадки для продуктивного диалога» (О НАММИ [б.г.]).

Несмотря на сближение предметных полей, политическая теория прессы и политическая коммуникативистика по-прежнему существуют автономно. Политическая теория журналистики акцентирует свое внимание на аспектах, которые не интересуют коммуникативистов: жанры политической журналистики, производство и методика журналистского труда, личность журналиста, специализирующегося на политической проблематике. Политическая коммуникативистика занимается изучением закономерностей и особенностей функционирования и других видов практической политико-коммуникационной деятельности: политической пропаганды, политической рекламы и политического PR.

Принципиальным расхождением в научных интересах политической журналистики и политической коммуникативистики является то, что «номенклатура данной специальности [10.01.10 «Журналистика». — 3. X.] ограничивает исследовательскую проблематику исключительно медийными вопросами», что не позволяет науке о политической журналистике «расцениваться как адекватная замена политической коммуникативистики» (Лебедев 2012, с. 10).

В условиях очевидной размытости политико-коммуникационного научного дискурса концептуальное осмысление феномена политической коммуникации взяли на себя российские политологи. Проблемы теоретического обоснования политической коммуникативистики как особого направления политологических исследований одним из первых в России стал изучать московский политолог Михаил Николаевич Грачев. В своих работах (Грачев 1999; 2000; 2001; 2004; 2005 и др.) М. Грачев изложил оригинальное видение принципов теоретико-методологического анализа политической коммуникации.



М. Н. Грачев (1962), доктор политических наук, профессор, действительный член Академии политической науки¹³, профессор РГГУ и МГУ им. М. А. Шолохова

Вопросы определения дисциплинарной принадлежности и обретения политической коммуникативистикой научного и учебного статуса перед академическим сообществом поставил московский политолог Александр Иванович Соловьев. Статья (Соловьев 2002), в которой были высказаны идеи концептуального осмысления теоретических оснований политической коммуникации в России, стала самым цитируемым источником по данному научному направлению (206 цитирований в Российском индексе научного цитирования в конце

¹³ Академия политической науки — межрегиональная некоммерческая организация, учрежденная в 1996 году и зарегистрированная в 1999 году. Объединяет исследователей в области политической науки по всей России. Членами академии являются доктора наук. В исключительных случаях принимаются кандидаты науки, имеющие большой опыт преподавательской работы или большие достижения в области научных исследований или методологических разработок. Также членами организации могут стать практикующие политики и общественные деятели, активно содействующие развитию политологии.

2016 года). А. И. Соловьев стал редактором одного из первых в России учебных пособий по политической коммуникации (Политические коммуникации 2004) и фундаментального издания «Российская политическая наука» (2008), обобщающего итоги научного развития отечественной политологии за два столетия и в последние двадцать лет, а также автором монографии (Грачев 2004).



*А. И. Соловьев (1951), доктор политических наук,
вице-президент Академии политической науки,
почетный работник высшего профессионального образования РФ,
председатель редакционного совета РАПН¹⁴,
профессор МГУ им. М. Ломоносова и МГИМО (У) МИД РФ*

¹⁴ Российская ассоциация политической науки (РАПН) — общероссийская общественная организация, объединившая политологов по всей России (зарегистрирована в 1991 году, однако считает себя преемницей профессиональных сообществ отечественных политологов, существовавших в СССР с 1955 года). Один из соучредителей журналов «Полис» и «Политическая наука». А. И. Соловьев является одним из инициаторов возрождения традиции издания ежегодников РАПН при поддержке издательства «РОССПЭН».

В становление политической коммуникативистики в России сделала весомый вклад и Лидия Николаевна Тимофеева. Среди российских политологов, активно занимающихся разработкой проблем теории политической коммуникации, только у нее есть базовое журналистское образование (отделение журналистики Ростовского государственного университета, 1975; отделение молодежной печати Высшей комсомольской школы в Москве, 1978) и большой опыт работы в практической журналистике (17 лет).



Л. Н. Тимофеева (1952), доктор политических наук, профессор, председатель правления Российской ассоциации политической науки, вице-президент Академии политической науки, член президиума Международной ассоциации конфликтологов, профессор РАНХиГС

В конце 2000-х годов РАПН приступила к реализации масштабной исследовательской программы под названием «Субдисциплина». Проблемы, изучаемые в современной политологии, были поделены на тематические направления, разработка последних была поручена конкретным исследовательским коллективам РАПН во главе с руководителем — признанным специалистом в области политической науки. Результаты исследований в течение 2010–2011 годов были опубликованы в специальном разделе журнала «Полис» и продолжают публиковаться издательством «РОССПЭН» в виде сборников и монографий в серии «Библиотека РАПН».

В исследовательские коллективы были включены ученые из разных регионов России. Лидии Тимофеевой, которая долгое время занималась разработкой разных аспектов политической коммуникации (Тимофеева 2009) и даже руководила методологическим семинаром кафедры политологии и политического управления РАГС (ныне РАНХиГС) (см.: Политическая коммуникативистика 2008), было поручено руководство комитетом, занимавшимся политической коммуникативистикой. Итогом разработки политико-коммуникационной проблематики стал сборник научных трудов «Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика» (под ред. Л. Н. Тимофеевой, 2012).

Если резюмировать научные дискуссии о дисциплинарной принадлежности и научном статусе политической коммуникативистики, то можно увидеть вполне отчетливую тенденцию к обретению данной научной отрасли самостоятельного научного статуса в предметном поле политических исследований.

М. Грачев считает политическую коммуникативистику особым направлением в политологии, которое «использует широкую систему представлений и понятий, большей частью заимствованных из смежных дисциплин, главным образом из психологии и социологии коммуникации» (Грачев 2004, с. 79).

А. И. Соловьев, один из самых цитируемых в современной российской политологии исследователей, отмечает: «На фоне интенсивных исследований информационно-коммуникационных процессов все рельефнее видятся очертания политической коммуникативистики — науки, изучающей природу и строение информационно-политической сферы общественной жизни, характерные для нее механизмы и тенденции развития публичных и непубличных контактов, формы эволюции общения правящих кругов и гражданского общества. Как показывает опыт, эта *субдисциплина* [курсив наш. — З. Х.] развивается тем успешнее, чем более заметную роль играют политические коммуникации в репродукции механизмов государственного управления и социализации индивида, выстраивании новой системы представительства интересов граждан и, в конечном счете, в становлении

информационного общества и соответствующих структур властного регулирования в публичной сфере» (Соловьев 2004, с. 4). Субдисциплина понимается как часть научной отрасли политологии, специализирующаяся на изучении особых аспектов объекта науки (в данном случае — политической сферы) и использующая специфический методологический инструментарий.

Вопрос о принадлежности предметного поля политической коммуникативистики как субдисциплины к предметному полю именно политологии рассматривала в своих трудах и Л. Н. Тимофеева. В отличие от предыдущих исследователей, она придерживается определения «политической коммуникативистики как особой предметной области, отличной от исследования как информационно-коммуникационных составляющих политики, так и политики в информационно-коммуникативной сфере» (Тимофеева 2009, с. 41), то есть признает за данной отраслью науки право на автономный дисциплинарный статус.

Тем не менее статус и содержание теоретических исследований политической коммуникации в основном описываются так: «Российская политическая коммуникативистика переживает процесс институализации, формируются институциональные площадки научного дискурса, осуществляется подготовка научных кадров, происходит консолидация научного сообщества; институализация способствует закреплению за политической коммуникативистикой статуса субдисциплины в рамках политической науки» (Лебедев 2012, с. 10). Очевидно, что институциональными площадками научного дискурса политологи считают свои профессиональные объединения (АПН и РАПН), а также научно-образовательные центры по подготовке политологов, специализирующихся на политико-коммуникативной проблематике. Например, до недавнего времени в РАНХиГС реализовывалась магистерская программа «Политическое управление и связи с общественностью» для направления «Политология», для магистрантов, обучавшихся по этой программе, Л. Н. Тимофеева преподавала дисциплину «политическая коммуникативистика». В настоящее время связи с общественностью в РАНХиГС получили самостоятельный статус в виде бакалаврских и магистерских

программ по соответствующему направлению. Специальная магистерская программа «Политическая коммуникация» для направления «Политология» реализуется в Уральском федеральном университете, бакалавриат по направлению «Политология» (образовательная программа «Политическая коммуникативистика») открыт на факультете политологии МГУ.

Однако ни политологи, ни медиаисследователи пока не смогли обеспечить политической коммуникативистике высокую степень институционализации: «...ситуация с профессиональными гильдиями во многом отражает ситуацию в академической науке. Большинство организаций не имеют прямого отношения к политико-коммуникативной проблематике, но при этом обозначают ее как одну из затрагиваемых проблем, не желая специализироваться на ней непосредственно» (там же, с. 11).

Российская политическая коммуникативистика все еще находится в поисках своих концептуальных оснований и дисциплинарной принадлежности. Теоретические вопросы изучения политических коммуникаций наиболее полно рассматриваются в предметном поле политологии, теоретические основы организации прикладных политических коммуникаций — в предметном поле политической журналистики, связей с общественностью и политической рекламы. Массово-коммуникативный контекст политического процесса приобретает все бóльшую значимость, в предметном поле медиаисследований актуальным становится выделение проблемно-тематической специализации по политической коммуникации. Также есть потребность определить место политической коммуникации в структуре общей теории коммуникации. Показательным является отсутствие секции по политической коммуникации в структуре Российской коммуникативной ассоциации (2000), ведущего профессионального объединения исследователей и преподавателей коммуникации. Такая секция есть в структуре Международной коммуникативной ассоциации, и именно она задает тон в исследованиях по политической коммуникации.

Если говорить о проблемно-тематическом наполнении отечественной политической коммуникативистики, то в научном

дискуссе наиболее полно представлена классическая политологическая проблематика, во многом соответствующая актуальным вопросам зарубежной политической коммуникативистики. Отечественные исследователи специализируются на разработке отдельных аспектов теории политической коммуникации, что позволяет им претендовать на роль мировых лидеров в этом плане.

И. Лебедев выделяет следующие проблемно-тематические направления, перспективные для отечественной политической коммуникативистики: «Во-первых, российской политической коммуникативистике по силам внести значительный вклад в конституирование и развитие категориального аппарата коммуникативистики как таковой и способствовать его превращению в полноценную терминологическую систему. Другие направления, по которым российская политическая коммуникативистика может внести значительный вклад в общемировую, — концептуализация понятий политического рынка и рефлексия базового инструментария политического маркетинга, а также ретроспективный анализ инструментов немаркетинговой коммуникации, рефлексия политической роли СМИ и политической составляющей массовых коммуникаций, а также проблематики государственной информационной политики и вопросов обеспечения информационной безопасности. Анализ синтетических форм политических коммуникаций — смеховой и кризисной, а также проблематики информационного воздействия на процесс принятия политических решений со стороны конкретных групп интересов и рефлексия вопроса информационного лоббизма и ряда других политико-коммуникативных явлений также являются перспективным направлением для российской политической коммуникативистики» (там же, с. 22).

Отечественная политическая коммуникативистика накопила огромный запас научных знаний, которые она может явить мировому академическому сообществу. Конечно, круг перспективных проблем широк. В исследовательском поле теории журналистики и массовых коммуникаций находятся следующие проблемно-тематические направления:

- понятие политического рынка, инструментарий политического маркетинга и практика организации политических маркетинговых коммуникаций;
- инструментарий немаркетинговой коммуникации и практика организации пропагандистских кампаний;
- политическая журналистика в реализации политических целей;
- политические аспекты массовых коммуникаций;
- медиакоммуникации и гражданская активность.

Вопросы и задания

1. Как советская теория журналистики описывала роль журналистики в политической системе общества?
2. Какие кибернетические идеи и понятия укоренились в научном дискурсе отечественной теории журналистики?
3. Какие факторы способствовали коммерциализации и профессионализации политических коммуникаций в России?
4. Каковы, на ваш взгляд, перспективы отечественной отрасли политконсалтинга?
5. Какие научные парадигмы (исследовательские школы) образовали поле коммуникативных исследований в России?
6. Какую позицию вы занимаете в вопросе определения дисциплинарной принадлежности политической коммуникативистики?
7. Ознакомьтесь с паспортами научных специальностей 10.01.10 «Журналистика (политические науки)» и 23.00.02 «Политические институты, процессы и технологии», размещенными на официальном сайте Высшей аттестационной комиссии РФ: vac.ed.gov.ru (раздел «Нормативно-справочная литература»). Какие аспекты политико-коммуникационной проблематики, на ваш взгляд, сближают эти две научные отрасли?
8. Какие российские научно-образовательные центры занимаются подготовкой специалистов для сферы прикладных политических коммуникаций? Какие достижения позволяют научно-образовательным центрам, где изучают и преподают политическую коммуникацию, приобрести статус наиболее авторитетных?

9. Назовите профессиональные объединения российских политконсультантов, коммуникативистов, политологов и медиаисследователей.

10. Составьте список трудов, изданных Олегом Матвейчевым за последние десять лет (10–15 наименований), и проанализируйте, какие аспекты организации прикладных политических коммуникаций чаще всего рассматриваются в них.

11. Ознакомьтесь с эссе Г. Г. Почепцова «Постжурналистика: новые реалии XXI века» (см. приложение 3). Какие претензии к современной политической журналистике и связям с общественностью формулирует исследователь? С какими его высказываниями вы согласны, а с какими готовы поспорить?

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

Байтин М. И. Система политической организации социалистического общества и государство // 50 лет советской власти и актуальные проблемы правовой науки. Саратов, 1967.

Бельх А. К. Политическая организация общества и социалистическое управление. Л., 1967.

Березин В. М. Теория массовой коммуникации: Тексты лекций. М., 1997.

Березкина О. П. Политический имидж в современной политической культуре: Автореф. ... д-ра полит. наук. СПб., 1999.

Бизнес — общество — СМИ: связи и взаимодействия в современной России [б.г.]. URL: <http://edu.znate.ru/docs/index-28840593.html>.

Бобош Г. Система социалистической демократии и государственное управление в период развернутого строительства коммунизма // Вопросы политической организации общества в период развернутого строительства коммунизма. М., 1962.

Бовин А. Е. Политика // Философский энциклопедический словарь / Гл. редакция: Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев и др. М., 1983. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/3026/ПОЛИТИКА.

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

Брудный А.А. Коммуникация и семантика // Вопросы философии. 1972. № 4. С. 40–47.

Буданцев Ю. П. Системность в изучении массовых информационных процессов. М., 1986.

Буданцев Ю. П. Социология массовой коммуникации. М., 1995.

Буржуазные теории журналистики. Критический анализ / Под ред. Я. Н. Засурского. М., 1980.

Варианты тематического контроля по теме «Культура XX века» [б.г.] // URL: // <https://infourok.ru/varianti-tematicheskogo-kontrolya-po-teme-kultura-veka-264519.html>.

Галумов Э. А. Международный имидж современной России: политологический анализ: Автореф. ... дис. д-ра полит. наук. М., 2004.

Гончаров М. Ю. Риторика политической коммуникации // Массовая коммуникация в современном мире / Под ред. Ю. П. Буданцева. М., 1991. С. 55–60.

Грачев Г. В. Информационные технологии политической борьбы в российских условиях // Полис. 2000. № 3. С. 169–178.

Грачев М. Н. Информационное общество, политическая коммуникация и политическая кибернетика // Актуальные проблемы современной политической науки: Сб. науч. ст. / Под ред. Л. К. Зыбайлова. М., 2001. С. 14–29.

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

Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретико-методологический анализ: Дис. ... д-ра полит. наук. М., 2005.

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

Гуревич П. С. Массовая буржуазная пропаганда и злоключения американской социологической теории // Массовая культура — иллюзии и действительность. М., 1975. С. 208–232.

Дегтярев А. А. Основы политической теории. М., 1998.

Журналистика в мире политики: гуманистическое измерение: Матер. секц. заседания конф. «Дни Петербургской философии-2006» / Ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб., 2007.

Журналистика в мире политики: диалоги о свободе: Матер. секц. заседания конф. «Дни Петербургской философии-2009» / Ред.-сост.: И. Н. Блохин, С. Г. Корконосенко. СПб., 2010.

Журналистика в мире политики: модель для будущей России: Матер. секц. заседания Дней философии в Петербурге-2011 / Ред.-сост. И. Н. Блохин, С. Г. Корконосенко. СПб., 2012.

Журналистика в мире политики: ответственность перед будущим: Матер. секц. заседания конф. «Дни Петербургской философии-2008» / Ред.-сост. В. А. Сидоров. СПб., 2009.

Журналистика в мире политики: спрос на интеллект: Матер. секц. заседания конф. «Дни Петербургской философии-2007» / Ред.-сост.: В. А. Сидоров. СПб., 2008.

Журналистика в мире политики: ценностный раскол и согласие: Матер. секц. заседания Дней философии в Петербурге-2010 / Ред.-сост.: И. Н. Блохин, С. Г. Корконосенко. СПб., 2011.

Журналистика в политической структуре общества. Некоторые проблемы политической организации системы средств массовой информации и пропаганды / Под ред. Я. Засурского. М., 1975.

Журналистика в сфере политики: поиски назначения: Матер. секц. заседания конф. «Дни Петербургской философии-2005» / Ред.-сост. С. Г. Корконосенко, В. А. Сидоров. СПб., 2006

Журналистика и социология'2001. Политология журналистики: Матер. науч.-практ. семинара, 6 декабря 2001 г. / Ред.-сост.: С. Г. Корконосенко, И. Н. Блохин, В. А. Сидоров. СПб., 2002.

Завадье А. Липман // Философская энциклопедия. В 5 т. М., 1960–1970 // Академик. URL: // http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/6574/%D0%9B%D0%98%D0%9F%D0%9C%D0%90%D0%9D.

Землянова Л. М. Гуманитарная миссия современной глобализирующей коммуникативистики. М., 2010.

Землянова Л. М. Журналистика и коммуникативистика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке. М., 2012.

Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. М., 1999.

Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М., 2004.

Институт политический [б.г.] // Политический словарь. URL: http://gufo.me/content_pol/institut-politicheskij-1169.html#ixzz4MmtzLQrG.

История политических и правовых учений: Учебник для вузов / Под ред. О. Э. Лейста. М., 1999. URL: <http://www.bibliotekar.ru/istoria-politicheskikh-i-pravovyh-ucheniy-1/157.htm>.

Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. пос. Воронеж, 2000.

Коммуникация // Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб., 1998. <http://www.gramota.ru/slovari/dic/?word=%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F&all=x>.

Коммуникация // Новая философская энциклопедия: В 4 т. / Под ред. В. С. Степина. М., 2001. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/543/КОММУНИКАЦИЯ.

Коммуникация [б.г. (а)] // Социологический словарь. URL: <http://www.onlinedics.ru/slovar/soc/k/kommunikatsija.html>.

Коммуникация [б.г.(б)] // Этимологический словарь Фасмера. URL: // <http://fasmerbook.com/p299.htm>.

Коммуникация [б.г.] // Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. / Авт.-сост. В. И. Даль. 2-е изд. СПб., 1880–1882. Т. 2. С. 149.

Корконосенко С. Г. Основы журналистики. М., 2004.

Костин стал лидером рейтинга российских политтехнологов [2016] // Фонд развития гражданского общества. URL: <http://civilfund.ru/article/26617>.

Кравченко В. В. Общественные организации в системе социалистической демократии // Проблемы демократии в современном мире. М., 1967.

Кули Ч. Х. Общественная организация. Изучение углубленного разума // Тексты по истории социологии XIX–XX веков: Хрестоматия / Сост.: В. И. Добрянков, Л. П. Беленкова. М., 1994.

Лебедев С. В. Современная коммуникативистика в структуре российской политической науки: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. М., 2012.

Малаканова О. А. Имидж политического института как предмет социологического исследования: Автореф. ... дис. канд. соц. наук. Самара, 1999.

Мансуров В. А. Из истории социологии массовых коммуникаций в США // Из истории буржуазной социологии XIX–XX веков. М., 1976. С. 113–134.

Минтусов, Игорь Евгеньевич [б.г.] // Википедия. URL: goo.gl/WlNhB5.

Митина С. М. Критика буржуазной социологии массовых коммуникаций // Некоторые проблемы современной буржуазной социологии. Кн. 2. М., 1979. С. 159–180.

Некоторые проблемы политической организации системы средств массовой информации и пропаганды / Под ред. Я. Засурского. М., 1975.

Новые идеи в теории и практике социальных коммуникаций: Сб. науч. тр. / Отв. ред. Д. П. Гавра. СПб., 2006.

Новые идеи в теории и практике социальных коммуникаций: Сб. науч. тр. Вып. 2 / Отв. ред. Д. П. Гавра. СПб., 2007.

Нос А. И. Политическая коммуникация в современной России: Дис. ... канд. полит. наук. Ставрополь, 2004.

О компании [б.г.] // Никколо М. URL: <http://nikkolom.ru>.

О МПК [б.г.] // ЗАО «Международный пресс-клуб. Чумиков ПР и консалтинг». URL: // <http://www.pr-club.com/company/about>.

О НАММИ // Официальный сайт Национальной ассоциации исследователей масс-медиа. URL: nammi.ru.

Олег Матвейчев [б.г.] // Персональный сайт Олега Матвейчева. URL: <http://www.matveychev.ru/index.php>.

Олег Матвейчев. Книги. Биография и интересные факты из жизни // Fb.ru. Информационно-развлекательный сайт для копирайтеров. URL: <http://fb.ru/article/218015/oleg-matveychev-knigi-biografiya-i-interesnyie-faktyi-iz-jizni>.

Олешко В. Ф. Социожурналистика: Прагматическое моделирование технологий массово-коммуникационной деятельности. Екатеринбург, 1996.

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

Основы теории коммуникации: Учебник / Под ред. М. А. Василика. М., 2003.

Пешков И. В. Еще раз «Мышление и речь», или О предмете риторики [б.г.] // Plam.ru. URL: http://www.plam.ru/azikoved/myshlenie_i_rech/p11.php.

Поликанов Д. В. Выборность губернаторов // Политический словарь нашего времени. М., 2006.

Политическая журналистика: Учебник для бакалавриата и магистратуры / Под ред. С. Г. Корконосенко. М., 2015.

Политическая коммуникативистика: проблемы предметного позиционирования: Матер. методол. семинара. 27 июня 2008 г. / Под ред. Л. Н. Тимофеевой. М., 2008.

Политические институты // Академик. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1100054>.

Политические коммуникации: Учеб. пос. для студ. вузов / Под ред. А. И. Соловьева. М., 2004.

Почепцов Г. Г. Информационные войны. М.; Киев, 2000.

Почепцов Г. Г. Имидж и выборы. Киев, 1997а.

Почепцов Г. Г. Имидж: от фараона до президента. Киев, 1997б.

Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологии. М., 2003.

Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX века. Киев, 1999а.

Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз. Киев, 1996а.

Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз, или Как успешно управлять общественным мнением. М., 1998а.

Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер. Киев, 1998б.

Почепцов Г. Г. Психологические/информационные войны. М., 1999б.

Почепцов Г. Г. Теория и практика коммуникации. М., 1998в.

Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. Киев, 1996б.

Прохоров Е. П. Журналист, информация, управление // Филол. этюды. Журналистика. Вып. 2. Ростов н/Д., 1974.

Разин В. И. Политическая организация общества. М., 1967.

Российская политическая наука: В 5 т. / Под общ. ред. А. И. Соловьева. М., 2008.

Сафаров Р. А. Общественное мнение и государственное управление. М., 1975.

Свитич Л. Г. Журналист в системе социального управления // Мастерство журналиста / Под ред. В. М. Горохова, В. Д. Пельта. М., 1977.

Смирнов В. П. Советская демократия и печать. М., 1978.

Современные буржуазные теории журналистики: Сб. ст. / Под ред. Я. Н. Засурского. М., 1967.

Соловьев А. И. Введение // Политические коммуникации: Учеб. пос. для студ. вузов / Под ред. А. И. Соловьева. М., 2004. С. 4.

Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. 2002. № 3. С. 5–18.

Социальные коммуникации: новое в науке, образовании, технологиях: Сб. науч. тр. / Под ред. Д. П. Гавры. СПб., 2004.

Социология журналистики: Учебник для бакалавров / Под ред. С. Г. Корконосенко. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2014.

Суворов О. В. Липман // Новая философская энциклопедия: В 4 т. М., 2001 // Академик. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/6574/%D0%9B%D0%98%D0%9F%D0%9C%D0%90%D0%9D.

Тамарин С. Г. Российский рынок организаций, работающих в области политических технологий [б.г.] // Энциклопедия для маркетинга. URL: <http://www.marketing.spb.ru/read/article/a59.htm>.

Теория и практика связей с общественностью. Ч. I: Основы PR (Лукиева Е.Б.). Томск: Изд-во ТПУ, 2006. URL: <http://textb.net/55/10.html>.

Терин В., Шихарев П. Массовая коммуникация как объект социологического анализа // Массовая культура иллюзии и действительность. М., 1975. С. 208–232.

Тимофеева Л. Н. Политическая коммуникативистика: проблемы становления // Полис. 2009. № 5. С. 41–54.

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

Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации: Словарь-справочник. М., 2001.

Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации: Учебник. М., 2002.

Шахназаров Г. Х. Социалистическая демократия. Некоторые вопросы теории. 2-е изд., доп. М., 1974.

Шерковин Ю. А. Природа и функции массовой коммуникации // Вестник МГУ. 1967. Сер. 10. № 1.

Экономика и право. Словарь-справочник. М., 2004 // Академик. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_economic_law/1132/ПОЛИТИЧЕСКАЯ.

Яковлев И. П. Основы теории коммуникаций: Учеб. пос. СПб., 2001.

Almond G. Political Theory and Political Science // American Political Science Review. 1966. Vol. 60, N 4. P. 869–879.

Almond G. The Politics of the Developing Areas / Ed. J. S. Coleman. Princeton, 1960.

Bauman R. Russia, Trump and Manafort: A Test of the News [2016] // Realclearpolitics. URL: http://www.realclearpolitics.com/2016/08/06/russia_trump_and_manafort_a_test_of_the_news_388657.html.

Blumler J. G. Core Theories of Political Communication: Foundational and Freshly Minted // Communication Theory. Special Issue: 25 Years of Communication Theory: Looking Back and Looking Forward. 2015. Vol. 25, Iss. 4.

Braddock R. An extension of the "Lasswell formula" // Journal of Communication. 1958. Vol. 8, Iss. 2. P. 88–93.

Communications in modern society / Ed. W. Schramm. New York, 1948.

Deutsch K. W. The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control. New York, 1963.

Easton D. A The Political System. New York, 1953; 2nd ed. 1971; re-issued. Chicago, 1981.

Easton D. A. Framework for Political Analysis. Englewood. Cliffs, 1965a.

Easton D. A. Systems Analysis of Political Life. New York, 1965b.

Easton D. Regime and Discipline: Democracy and the Development of Political Science / Ed. J. Gunnell, M. Stein. Ann Arbor, 1995.

Garcia C. Rethinking Walter Lippmann's legacy in the history of public relations (2010) // http://www.prismjournal.org/fileadmin/Praxis/Files/Journal_Files/2010_general/Garcia.pdf.

Lasswell H. D. The structure and function of communication in society // The Communication of Ideas / Ed. L. Bryson. New York, 1948. P. 37–51.

Mass communications / Ed. W. Schramm. Urbana, 1949.

Mass Media and National Development: The Role of Information in the Developing Countries / Ed. W. Schramm. Stanford, 1964.

Research: Political Communication [s.a.] // Department of Communication at Stanford University. URL: <http://comm.stanford.edu/political>.

The Analysis of Political Structure / Ed. D. Easton. New York, 1990.

The Process and Effects of Mass Communication / Ed. W. Schramm. Urbana, 1954.

Varieties of Political Theory / Ed. D. Easton. Englewood Cliffs, 1966.

West R., Turner L. H. Introducing communication theory. Analysis and application. New York, 2007.

Wojcieszak M. Transnational Connections Symposium: Challenges and Opportunities for Political Communication Research // International Journal of Communication. 2012. Vol. 6. URL: file:///C:/Users/dell/Downloads/1115-6003-1-PB%20(1).pdf.

Феофан (Прокопович). Биографическая справка

«Феофан (Прокопович) — знаменитый проповедник и государственный деятель. Родился в 1681 г. в Киеве, в купеческой семье; образование получил в Киево-Могилянской академии; по окончании курса уехал в Рим, где, чтобы поступить в иезуитскую коллегию святого Афанасия, должен был перейти в католицизм. Прослушав в этой коллегии полный курс, Феофан приобрел громадную начитанность в сочинениях богословских и философских, а также в древнеклассической литературе и своими выдающимися дарованиями обратил на себя внимание папы, но не пожелал остаться в Риме и в 1704 г. возвратился в Киев. Здесь, снова обратившись в православие, он стал преподавать в академии сначала пиитику, потом риторику, философию и, наконец, богословие и по всем этим предметам составил руководства, очень замечательные для своего времени ясностью изложения и отсутствием схоластических приемов. Будучи преподавателем пиитики и удовлетворяя обычаю, требовавшему сочинения драматических представлений для школьников сцены, Феофан написал «трагедокомедию» «Владимир», в которой, изображая победу христианства над язычеством и осмеивая жрецов, как поборников суеверия и невежества, выступил горячим защитником просвещения и сторонником начатой уже Петром Великим решительной борьбы со старыми русскими предрассуд-

ками. Восторженным панегириком преобразовательных начинаний государя явился Феофан также и в своих проповедях, одна из них — по случаю Полтавской победы 1709 г. — была, по приказанию Петра, переведена на латинский язык самим автором. В 1711 г. Феофан был вызван в царский лагерь во время турецкого похода, а по возвращении оттуда сделан игуменом Братского монастыря и ректором академии. Продолжая свою преподавательскую деятельность, он издал ряд популярных рассуждений, диалогов и проповедей о различных богословских вопросах. Все эти сочинения отличаются живым и остроумным изложением и стремлением к критическому анализу. Феофан является заклятым противником всего католического в науке и жизни и поклонником новой европейской науки, созданной Бэконом и Декартом; он решительно выступает с резким, принципиальным отрицанием всякого авторитета духовенства как учительского сословия, требуя свободного критического отношения ко всем научным и жизненным вопросам и опровергая старую теорию о первенстве духовной власти над светской и вообще о первенстве духовенства над всеми прочими общественными классами. С такими взглядами на значение и положение духовенства в государстве Феофан, естественно, должен был сделаться сторонником сильной светской власти в ее стремлении к реформам церковным и государственным. Петр Великий, узнав образ мыслей Феофана и убедившись в его выдающихся способностях, в 1716 г. вызвал его в Петербург. Здесь Феофан сначала выступил в качестве проповедника-публициста, разъясняя действия правительства и доказывая необходимость преобразований, а также осмеивая и сатирически обличая ее противников. Из этих проповедей особенно замечательны „Слово о царском путешествии за границу“ и „Слово о власти и чести царской“ (1718), посвященное доказательству необходимости для России неограниченного самодержавия, причем проповедник особенно вооружался на „богословов“, полагавших, что власть духовная выше светской.

В 1718 г. Феофан сделан епископом псковским и с этого же времени становится главным помощником Петра Великого в делах духовного управления. Через его руки проходят, им составляются или, по крайней мере, редактируются все важнейшие законодательные акты по делам церкви; он пишет, по поручению царя, предисловия и толкования к

переводам иностранных книг, учебники, богословские и политические трактаты и прочее. Им составлен „Духовный регламент“ (1720), написаны предисловие к Морскому уставу (1719) и „Слово похвальное о флоте российском“, краткое руководство для проповедников, „Объявление“ о монашестве (1724), трактат о патриаршестве, „Первое учение отрокам“, рассуждения о браках с иноверцами, о крещении, о расколе, подробный комментарий к „Уставу о престолонаследии“ под заглавием „Правда воли монаршей во определении наследника державы своей“ и многое другое» (Феофан (Прокопович) [б.г.]).

Фрагмент книги «Язык мой — друг мой. От Хрущева до Горбачева» Виктора Михайловича Суходрева, личного переводчика лидеров СССР Н. Хрущева, Л. Брежнева и др.

«Первая моя по-настоящему сложная работа — телевизионное интервью Никиты Сергеевича Хрущева радиотелевизионной компании „Си-би-эс“. По тем временам чрезвычайно ответственное мероприятие. Так получилось, что я попал в кадр, потому что сидел в центре: слева от меня — Хрущев, справа — американцы. Моя задача состояла в том, чтобы переводить с английского на русский вопросы Хрущеву. А Олег Трояновский сидел у микрофона в проеме между двойными дверями кабинета и синхронно переводил ответы Хрущева американцам, которые слушали его через наушники. Таким образом, я делал менее сложную часть работы, но вместе с тем достаточно основательную.

Хрущев всегда придавал огромное значение средствам массовой информации зарубежных стран. Он до конца своих дней был глубоко убежден в том, что пролетариям всех стран действительно необходимо объединиться. А не объединяются они потому, что этому мешают происки империалистов и до простых людей, до пролетариев, не доходит слово правды. Он был обуреваем идеей донести это слово правды до трудящихся всех стран. И тогда-то они начнут наконец объединять-

ся. Он охотно давал интервью и часами, не жалея времени, беседовал с журналистами. Именно поэтому неизменно ставил условие, чтобы интервью публиковались полностью, без каких-либо сокращений.

Охотников до интервью с Хрущевым из самых читаемых, самых популярных газет и телекомпаний было очень много. И они вынужденно мирились с таким его подходом. Слово Никиты Сергеевича летело на Запад.

Для пользы дела он с легкостью давал обещания журналистам без промедления предоставить переводы полных текстов своих высказываний. Для меня же это означало, как правило, очередную бессонную ночь.

Помню интервью, которое состоялось у Хрущева с Уильямом Херстом-младшим, сыном владельца крупнейшей газетно-издательской империи США „Херст ньюспейперс“, легендарной личности, одного из королей средств массовой информации. Я впервые так долго работал — интервью длилось что-то около четырех часов. Хрущев сразу сказал: „Сколько нужно, столько я вам времени и уделю“. Херст и два других сопровождавших его журналиста не могли поверить собственному счастью. Но опять же, как всегда, было поставлено условие: публикация интервью полностью, без купюр. Надо сказать, что вопросы формулировались корректно, хотя и остро, и ни один из них не вывел Хрущева из себя. В меру своего понимания Никита Сергеевич на все вопросы давал исчерпывающие ответы. Считая, видимо, про себя, что он просто ведет курс ликбеза с этими „безграмотными капиталистами“.

Когда заранее заготовленные вопросы иссякли, журналисты стали выдумывать на ходу самые неожиданные. Помню один — об отношении коммунистов к религии. Вы, мол, коммунисты — атеисты, а как быть тогда со множеством людей во всех странах, которые верят в Бога? Хрущев пустился в рассуждения на эту тему:

„Вот читал я еще в юношеские годы один рассказ. Не помню, правда, чей. И там была изложена такая история. Шел путник по дороге. Его подкараулили разбойники. Двое. Напали на него и убили. Забрали все пожитки путника и ушли. Шли-шли, устали и решили сделать привал, а заодно и посмотреть, что в котомке убитого имеется. Нашли кусок сала. Один вытащил нож и начал это сало резать. Сейчас, дума-

ет, закусим. А второй и говорит: «Нельзя сегодня. Сегодня пятница — день постный». Вот вам и вся религия: человека зарезали, а мясное есть не стали — религия-де запрещает».

Он еще долго говорил о религии, вспоминал, сколько людей погибло во времена крестовых походов. И даже сказал такую фразу, которую я запомнил дословно: „Так что же, и мы должны воевать за один гроб, чтобы множеством гробов устлать мир?!“ У него часто проскальзывали подобные образные выражения.

Наконец показавшееся мне бесконечным интервью завершилось, и Хрущев пообещал передать его полный перевод Херсту. Тот, естественно, обрадовался. А я приступил к работе. Сидел всю ночь, расшифровывал свои записи. Потом в нашем Бюро переводов мы все коллективно переводили на английский текст. На беседе присутствовал тогдашний заведом печатки МИДа Леонид Ильичев. Когда он и Хрущев прочитали расшифрованный текст интервью, то они решили, что надо назвать имя автора рассказа, того самого, о путнике и двух разбойниках.

Хрущев не смог вспомнить ни фамилию автора, ни название рассказа. И тогда было дано задание Институту мировой литературы, Пушкинскому Дому в Ленинграде и, кажется, Союзу писателей по переданному Хрущевым сюжету найти рассказ. Двое суток работали наши институты. Известные литературоведы пытались найти его. И не нашли. Фамилия автора и само произведение остались неизвестны. В данном случае никаких „оргвыводов“ не последовало — период был еще „оттепельный“. Так никто и не узнал, что за рассказ читал в юности Хрущев. И уж, конечно, осталось тайной, читал ли он его вообще.

У НАС В ГОСТЯХ УОЛТЕР ЛИППМАН

Хрущев обычно отдыхал в Пицунде в августе. Любил это время года. Черное море, вековая сосновая роща, три новые дачи в этом раю — все радовало глаз, все располагало к хорошему отдыху. Но и здесь, можно сказать, покой ему только снился. Приглашал к себе журналистов, встречался с партийными руководителями разных республик и стран. Встречи эти у многих его гостей надолго остались в памяти.

Однажды мы вместе с заведующим отделом печати МИДа Михаилом Харламовым сопровождали к Хрущеву в Пицунду знаменитого

американского журналиста Уолтера Липпмана с супругой. К тому времени он был уже весьма пожилым человеком.

Самолетом мы прибыли в Адлер, ночевать предстояло в Сухуми. Те, кто бывал в тех местах, знают, что от Адлера до Сухуми путь немалый. Встречал нас в аэропорту Адлера первый секретарь обкома партии Абхазии М. Бгажба, по-кавказски очень хлебосольный, большой знаток и любитель застолий. Он сразу сообразил: человек приехал из Америки брать интервью у самого Хрущева, значит, надо его принять по высшему разряду.

Липпман был уникальной личностью. Не пойдя он в журналистику, из него мог бы получиться выдающийся политический деятель. К его словам в печати внимательно прислушивались многие серьезные люди, включая самого президента.

И вот едем мы из Адлера. Первая остановка — в Гагре. Заехали в ресторан „Гагрипш“. Там нас, оказывается, уже ждали первый секретарь горкома и другие руководители этого курортного города. И пошло-покатилось кавказское застолье. Липпман был смущен. Как он ни отказывался, хозяева не сбавляли напора, произносили такие слова, что проигнорировать очередной тост не было никакой возможности. Пили за Хрущева, пили за Липпмана, за его жену, родителей, за весь американский народ, за солнце, за море... отказаться не смог бы и менее вежливый гость. Липпман все пытался объяснить, что впереди у него серьезная работа, но его, конечно, никто не слушал.

Часа через два поехали дальше. Но по дороге в Сухуми почему-то остановились в красивейшем ущелье, где расположен ресторан „Эшера“. Кто бывал там, видел пацху (плетеный домик), где прямо на углях готовится мамалыга, к потолку подвешено копченое мясо молодого барашка, а из больших глиняных кувшинов наливают ароматное вино „Изабелла“. Мягкое, как правило, молодое вино бьет в голову не меньше старого. К тому же наливают его в глиняные конусообразные бокалы, которые не поставишь на стол до тех пор, пока содержимое не будет выпито. Бедный Липпман. Мне было его искренно жаль. Но он держался молодцом.

В Сухуми нас поселили в центральной гостинице. И тут же сказали Липпману, чтобы он отдохнул часа три, а потом — легкий ужин в ресторане „Амра“, который находится на пирсе, прямо в море. Липпман

уже вяло отнекивался. Только попросил, чтобы ужин был очень легкий. Его заверили, что так и будет. И вот через три часа мы появились в ресторане, где собралась уже вся власть Абхазии. И стол, конечно же, был накрыт по полной программе. Мало того, добавился еще и ансамбль песни и танца. Начался концерт. И снова тосты, снова вино...

В какой-то момент я всерьез испугался за патриарха американской журналистики — выдержит ли его организм — и сказал первому секретарю, что завтра у нас неблизкая дорога в Пицунду, а затем продолжительный разговор с Хрущевым. Лишь после этого Липпмана оставили в покое. Но наутро опять все сначала. Стол снова ломился от яств. Тут уж Липпман не выдержал, запротестовал.

С грехом пополам мы выбрались оттуда и уехали в Пицунду.

Липпман довольно быстро оправился от безудержного гостеприимства, встреча с Хрущевым состоялась.

Хрущев вел себя как радушный хозяин, чувствовалось, что он основательно подготовился к беседе, понимал, какого калибра журналист к нему пожаловал. Липпман, само собой, не обманул этих ожиданий. В детали вдаваться не буду — текст интервью тогда полностью опубликовали в нашей печати. Замечу лишь, что разговор был на редкость серьезным и, я бы сказал, всеобъемлющим, глобальным. Липпман остался доволен и уже с юмором вспоминал о гастрономических излишествах прошедших суток. Хрущев же весело реагировал на рассказ Липпмана о его злключениях на гостеприимной кавказской земле и, улыбаясь, разводил руками: что поделаешь, такие люди, такие здесь обычаи!

ДРЮ ПИРСОН

А через год я сопровождал в Пицунду другого известного американского журналиста, Дрю Пирсона.

В то время я был вынужден уходить в отпуск тогда, когда уезжал в отпуск Хрущев, — обычно в августе. При этом мне следовало оставлять точные координаты своего местонахождения. С легкой руки Уолтера Липпмана я сблизился с первым секретарем обкома Бгажбой и, пользуясь его приглашением, несколько лет подряд отдыхал в Сухуми. Мы с женой жили в пансионате. Ходили на так называемый обкомовский пляж. Благоустроенный, чистый, всегда безлюдный. Известно,

что те, кто живут у моря, в нем почти не купаются, и мы на пляже часто бывали одни.

И вот в один прекрасный день — это было в самом конце нашего отпуска — прямо на пляже появился посыльный и сообщил, что мне надо срочно позвонить по спецсвязи в Москву Юрию Жукову, тогдашнему председателю Госкомитета по культурным связям с зарубежными странами. Я быстро собрался, поехал в местный КГБ (именно оттуда был гонец) и позвонил. Жуков сказал, что Никита Сергеевич согласился дать интервью Дрю Пирсону и последний через день-два вылетает в Пицунду, а мне нужно к его приезду быть там.

Я, разумеется, принял указание к исполнению, но смущало одно обстоятельство: как оставить жену в одиночестве в этих южных краях, известных своими темпераментными мужчинами? Я поделился опасениями с Жуковым, и мне показалось, что тот правильно понял меня. Он велел перезвонить через полчаса. Что я и сделал. Жуков сообщил, что по моему поводу у него состоялся „очень важный“ разговор с Пицундой. И Хрущев дал команду явиться мне к нему вместе с женой.

В назначенный день и час у подъезда стояла машина, и мы отправились в аэропорт, где благополучно встретили Пирсона, а затем прямоком укатили в Пицунду, так что история с Липшманом не повторилась.

Хрущев предложил Пирсону переночевать в одной из своих трех дач. В центральной, с бассейном, жил сам Хрущев, в другой — его помощники, а третью предоставили Дрю Пирсону с супругой. Мы с женой поселились там же.

Дрю Пирсон после беседы с Хрущевым сразу сел за пишущую машинку и стал выстукивать текст. Хрущев, как обычно, выказал желание ознакомиться с текстом интервью. Утром Дрю Пирсон вручил мне его, и я поспешил с ним на дачу, где жили помощники Хрущева — Лебедев, Трояновский и другие. Там, прямо с листа, я продиктовал стенографисткам перевод. Хрущев несколько раз звонил с центральной дачи, торопил меня. Когда текст был готов, помощники кое-что в нем начали править, прояснять высказывания Хрущева по некоторым международным вопросам. Звонки с главной дачи не прекращались. Я сказал:

— Вам-то хорошо, вы сидите и правите, а я должен буду сейчас явиться пред светлы очи. И на меня падет гнев за задержку.

Тем не менее все, что нужно, было исправлено, странички перепечатаны набело. Я схватил текст и помчался на главную дачу.

Хрущев и приехавший к нему Микоян сидели в столовой, пили чай.

Никита Сергеевич, покачив головой, сказал:

— Ну что же так долго-то, Суходрев? Я-то думал, ты украинец, а оказался турок!

Я понял его интонацию. Наверняка он имел в виду эдакого медлительного, сонного басурманина. А почему украинец — рассказ впереди.

Я отвечаю:

— Хотел кое-что уточнить у помощников.

— А-а, значит, еще и помощнички приложили руку? Ну, не могут без этого! — бурчал он, читая интервью. Но тем не менее проделанной работой остался доволен.

Затем с текстом, в который были внесены хрущевские поправки, я отправился к Пирсону. Американский журналист принял их без возражений.

Вечером Пирсон отбыл в хорошем настроении, о чем я и доложил Хрущеву, а сам по его предложению остался еще на одну ночь.

ХРУЩЕВ В ОСАДЕ

Я уже говорил, что Хрущев часто встречался с журналистами, любил с ними беседовать. При каких-то острых или, по его мнению, враждебных вопросах мог вспылить, повысить голос. Активно жестикулировал, грозил кулаком. На вопросы, казавшиеся ему доброжелательными, отвечал спокойно, иногда со свойственным ему народным юмором. Все его визиты за рубеж обязательно завершались проведением большой пресс-конференции, на которую съезжались корреспонденты из многих стран. Если их вопросы ему нравились, то нередко ответы на них превращались в многословные лекции. Вещал о близком воцарении коммунизма, предрекал, что мы „догоним и перегоним Америку“ и тому подобное.

Вспоминается поездка Хрущева в США в 1960 году, проходившая на фоне резкого обострения советско-американских отношений в связи с разведывательным полетом американского самолета-шпиона „U-2“ над нашей территорией. Самолет нам удалось сбить над Свердлов-

ском, а его пилот Пауэрс предстал перед судом. Разгорелся грандиозный скандал. Президент Эйзенхауэр, который знал лишь в общих чертах о программе разведывательных полетов, взял всю вину на себя и заверил, что больше таких полетов не будет. Однако предстоящий визит Эйзенхауэра в СССР был отменен. Кстати, с нашей стороны были потрачены гигантские средства на организацию его приема — на берегу Байкала выстроили большой особняк, подвели дороги к нему, коммуникации и так далее.

Эйзенхауэр не приехал, а Хрущев решил отправиться в Нью-Йорк, на сессию Генеральной Ассамблеи ООН, разумеется, желая „в логове врага“ высказать всю правду о нашей стране и, конечно же, о том, что он думает о коварстве США и человека, которого еще год назад называл „май френд“.

Американские власти, учитывая резкое ухудшение отношений и полагая, что Хрущев будет использовать любую возможность для публичной критики американского руководства, неофициально, я бы сказал, намекали руководителям и владельцам основных средств массовой информации не делать Хрущеву паблисити: не предоставлять ему трибуны для выступлений, не брать у него интервью, освещать его пребывание в стране только в общих чертах.

Это чувствовалось: журналисты не рвались к нему, а всего год назад от них отбоя не было, газеты и телекомпании словно забыли, кто он такой. Хрущев оказался как бы взаперти. Жил он в здании нашего постпредства при ООН, довольно старом особняке в сердце Манхэттена, на Парк-авеню. Но выйти погулять было нельзя по соображениям безопасности. Хрущев метался по комнатам, как тигр в клетке.

Однако журналисты все-таки хотели задать свои вопросы Хрущеву и стали появляться у входа в особняк, за полицейскими барьерами, вооруженные блокнотами и фотокамерами, ожидая его выхода из дома.

Как-то Хрущев томился в большом зале, который использовался для обедов и приемов, и увидел через застекленную дверь, ведущую на балкон, этих журналистов. Он подошел к двери и спросил, нельзя ли ему хоть на балкон выйти — воздухом подышать. Охрана без особого энтузиазма разрешила.

Открыли дверь, и Хрущев вышел на балкон. Я, естественно, был рядом с ним.

Журналисты оживились. Объективы моментально нацелились на него. Посыпались вопросы. Хрущев повеселел. Наконец-то появилась аудитория. Он с огромным воодушевлением начал отвечать на вопросы журналистов. Стоя на балконе, вещал, распаяясь все сильнее и сильнее. Прохожие с большим интересом наблюдали за этой необычной сценой. На улице, как обычно, сновали автомобили. Помню, проезжавшие мимо на машинах выкрикивали „Бу-у!“, что у американцев означает неодобрение. Никита Сергеевич улыбался, грозил им кулаком и отвечал таким же „буканьем“. В общем, началось представление вполне в стиле Хрущева.

Микрофонов в тот день не было, но на следующий журналисты вооружились микрофонами на длинных шестах. Хрущев, нимало не смущаясь, что его не понимают, говорил очень громко, то же самое приходилось делать мне. В буквальном смысле кричать, чтобы перекрыть шум улицы. Хрущеву это понравилось. И потом каждый раз, когда у него выпадала свободная минута, он, обращаясь ко мне, говорил: „А ну-ка, пойдем, подышим воздухом, если это здесь, в Нью-Йорке, можно назвать воздухом. Заодно и поболтаем с ребятами“. Для Никиты Сергеевича балкон стал своеобразной отдушиной в его „заочении“.

Все-таки одно интервью, и очень значительное, ему дать удалось.

О ВРЕДЕ РЕКЛАМНЫХ ПАУЗ

В те годы в Америке был очень популярен тележурналист и продюсер Дэвид Саскайнд. В США тогда телевизионных каналов было мало, кажется около девяти. И работали они не круглосуточно, как сейчас, а где-то до часу ночи. Так вот, Дэвид Саскайнд вел на канале „Си-би-эс“ еженедельную передачу (говоря современным языком, ток-шоу) под названием „Без конца“, в ту пору одну из самых рейтинговых на американском телевидении. Она всегда стояла в программе последней и могла длиться ровно столько, на сколько хватало собеседника, практически хоть до утра.

Дэвид Саскайнд брал интервью у крупных политиков, кандидатов в президенты, стриптизерш и полицейских. Короче, это были самые разные люди, которые представляли интерес для зрителей. Саскайнд, несмотря на отношение американских властей к высокому гостю из

Москвы, решил пригласить Никиту Сергеевича в студию. Хрущев, конечно, охотно согласился. Информационный вакуум сильно раздражал его.

В назначенный день мы вместе с членами пресс-группы, куда вошли Ильичев, Аджубей, Сатюков, Жуков, отправились в студию. Легкий грим, микрофончики на лацканы — и интервью началось.

Студия, по нашим сегодняшним меркам, выглядела скромно. Не было какого-то яркого интерьера, рисунков на стенах, мигающих огоньков и так далее. Действующие лица держались официально. Талантливый Дэвид Саскайнд, симпатичный, с длинными вьющимися волосами, голубоглазый, не был специалистом по международным делам. Обычно он вел беседу в непринужденной манере, не пользуясь какими-либо шпаргалками. В этот же раз я сразу обратил внимание на то, что перед Саскайндом лежит стопка карточек с вопросами. Его сотрудники, видимо, провели предварительную работу: вопросы, подготовленные ими, были очень серьезными, заковыристыми.

С первых же минут беседы проявилась одна неискоренимая черта Хрущева — многословие. Чуть ли не на каждый вопрос он отвечал целой лекцией, с большим количеством примеров, с подробностями, ссылками на историю и на классиков марксизма-ленинизма. Разговор получался не в стиле американской телевизионной беседы — диалога с короткими ответами на короткие вопросы. Ночному зрителю, думаю, было довольно скучно. Дэвид Саскайнд как мог пытался вклиниться в этот поток слов, но безуспешно. Хрущев его сразу же прерывал: „Молодой человек, вы послушайте, послушайте, что я вам скажу, и тогда вы поймете...“ — и продолжал дальше.

Периодически Саскайнд извинялся: „Мы должны сделать паузу для рекламы“. Хрущева заранее предупредили на этот счет, тем не менее он нервничал. Во время очередной такой паузы в студию вошел Аджубей и сказал Хрущеву, что, оказывается, сейчас передают не обычную рекламу — автомобилей, лифчиков или губной помады, а рекламу, связанную с организацией, ежегодно проводящей Неделю поработанных наций. В скобках замечу, что этими „поработанными нациями“ американцы считали, помимо прочих, наших восточноевропейских союзников, а также прибалтийские и другие республики, входящие в СССР. Услышав это, Хрущев помрачнел. Я почувствовал,

что он внутренне закипает. И понял — будет взрыв. В том, что в вопросах Саскайнда он найдет к чему придаться, сомнений у меня не возникало. Тем более что у Саскайнда уже начал истощаться запас заранее подготовленных вопросов на карточках и ему приходилось на ходу придумывать новые.

Очень скоро возможность для взрыва представилась. В ответ на какой-то вопрос Хрущев стал долго и нудно излагать совершенно очевидные истины о приверженности Советского Союза миру, разоблачать политику Соединенных Штатов. И тут Саскайнд, продолжая свои попытки оживить диалог, спросил буквально следующее: „Когда вы все это говорите, вы не считаете, что лаете на луну?“ — „Лаять на луну“ — известное английское идиоматическое выражение. В русском варианте — „ломиться в открытую дверь“. Шел живой эфир. У меня не было ни секунды для того, чтобы вспомнить какой-то более-менее удобоваримый русский эквивалент. И я перевел дословно. Правда, добавил — „как у нас говорят“, тем самым давая понять Хрущеву, что „лаять на луну“ — идиома. Но тот уже взорвался и набросился на Саскайнда, как тигр на добычу. Никита Сергеевич повысил голос, в нем появились знакомые мне резкие интонации. Стал говорить, что он — глава правительства великой державы, а не собака, которая „приехала сюда лаять“, что он прибыл по серьезному поводу, что он представляет великий народ и что он не потерпит, чтобы его оскорбляли перед американскими зрителями. Досталось и бедному Саскайнду: „Вам вообще кто-то тут из профессиональных антисоветчиков подsunул провокационные вопросы. А вы, вместо того чтобы слушать меня, пытаетесь обвинить в том, что я, как собака, приехал сюда лаять. И вообще, молодой человек, выкиньте вы весь этот мусор из своей головы“.

Это был типичный Хрущев. Самораспалющийся.

Все-таки Саскайнду удалось вставить новый вопрос и успокоить гостя. Хрущев моментально остыл и сказал: „Ну вот это другое дело. Это я вам сейчас объясню...“

И передача уже в нормальном тоне начала подходить к концу.

Вот и конец. Все поднялись. Я с облегчением стал отцеплять микрофон от лацкана. Саскайнд, прощаясь со зрителями, выразил надежду, что наши страны непременно найдут общий язык.

И вдруг Хрущев вновь сел на свое место и заговорил. После завершающей фразы ведущего опять начал читать лекцию.

Я понял, что это будет продолжаться долго, и поспешно прикрепил микрофончик.

Он говорил еще около часа. На самые разные темы. Повторяясь, не замечая отчаяния Саскайнда.

В наших газетах беседа заняла всю первую полосу. Плотным шрифтом.

Это был Хрущев, который, соскучившись по прессе, рвался в бой, искренно стремился раскрыть глаза американцам на нашу страну и на самих себя.

Впоследствии газетчики, обсуждая между собой тот взрыв в эфире, утверждали, что это я своим буквальным переводом спровоцировал его. Но так могли говорить только люди, не знающие всей подоплеки: во всем виновата была реклама организации, проводящей Неделю поработанных наций. Такой оплеухи Никита Сергеевич снести не мог. И взорвался. Впрочем, мог бы зацепиться и за что-нибудь другое. Дэвид Саскайнд своими вопросами давал ему такую возможность. Однако не его вопросы и не мой буквальный перевод вывели Хрущева из себя.

Как я уже отмечал, ток-шоу „Без конца“ Дэвида Саскайнда имело очень высокий рейтинг. И потому его охотно спонсировали, причем деньги давали самые крупные компании. В рекламных целях, естественно. А в данном случае, учитывая ту неприязнь, которую инициировал по отношению к Хрущеву официальный Вашингтон, фактически все эти компании сняли с эфира свои рекламные ролики — автомобилей, косметики и прочего. Но так как передача все равно должна была кем-то финансироваться — телевидение иначе и не может работать, кстати, и у нас сегодня то же самое, — телекомпания, а не лично Дэвид, была вынуждена принять услуги спонсоров, согласившихся оказать поддержку передаче в тот момент. И вот одним из таких спонсоров выступила организация, ежегодно проводившая акции в рамках Недели поработанных наций. Поэтому конкретно Саскайнда никак нельзя было винить, он не являлся хозяином телекомпании и сам не волен был распоряжаться рекламными вставками.

Хотя, должен сказать, к самому Саскайнду, когда передача уже закончилась, Хрущев лично зла не имел и остался вполне дружелюбен.

На следующий год Саскайнд мне позвонил, и с той поры мы с ним не переставали быть по-настоящему добрыми друзьями, до самой его смерти в 80-х годах. Когда я приезжал в Нью-Йорк, мы обязательно встречались, он приглашал меня к себе. Из года в год я наблюдал, как растет его дочь Саманта, привозил ей в национальных одеяниях народов советских республик кукол, которые, даже будучи взрослой, она хранила как самый дорогой сувенир. В начале 90-х, когда я работал в Нью-Йорке, мы с женой были гостями на свадьбе дочери Дэвида.

А вот завершающий штрих к этой истории: каждый год, получая очередную куклу, маленькая Саманта приносила ее в школу, и учительница тут же поручала ей подготовить коротенькую „лекцию“ о тех странах (читай: „советских республиках“), где люди носят такие одежды.

ЛОРД ТОМПСОН НА ЦЕЛИНЕ

Последнее большое интервью Хрущев дал западному журналисту в августе 1964 года, незадолго до того, как покинул пост первого секретаря ЦК КПСС.

Среди многочисленных просьб об интервью, накапливавшихся в отделе печати МИДа и в секретариате самого Хрущева, была просьба и от лорда Томпсона, владельца старейшей английской газеты „Таймс“.

В 1964 году исполнялось десять лет с начала освоения целинных и залежных земель в Северном Казахстане. Никита Сергеевич, собираясь на целину, которая, как известно, была его любимым детищем, решил пригласить туда и Томпсона, чтобы дать там ему интервью, так сказать, на фоне поспевающего богатого урожая.

Томпсон по профессии не был журналистом, и хотя, разумеется, сам мог составить вопросы, он все же прихватил с собой одного из пишущих газетчиков, для того чтобы затем тот подготовил текст интервью. С нашей стороны Томпсона сопровождали Алексей Аджубей, главный редактор „Правды“ Павел Сатюков и заведомо печати МИДа Михаил Харламов.

После довольно долгого перелета мы приземлились в Целинограде. А оттуда по железной дороге поехали к месту условленной встречи с

Хрущевым, который совершал поездку по Целиноградской области на специальном поезде.

На станцию мы прибыли к ночи. Ждать долго не пришлось: в назначенное время подошел небольшой, из шести вагонов, поезд, и мы пересели в него. Окна в вагонах были темными — пассажиры спали.

Утром нас разбудили и сообщили, что весь день Хрущев вместе с нами будет разъезжать по полям, а потом мы все вернемся в поезд и тогда Никита Сергеевич даст интервью лорду Томпсону.

Вскоре поезд остановился. Как мне показалось, прямо посреди поля. Это был переезд: железнодорожное полотно пересекала грунтовая дорога. Из последнего, товарного, вагона выкатилась большая открытая „Чайка“, которая возглавила выстроенную колонну машин. Появился Хрущев. С ним был Кунаев, другие казахские руководители. У переезда, как это водится, Хрущеву поднесли хлеб-соль, а дети подарили цветы. Одна девочка сказала: „Здравствуйте, Никита Сергеевич. А нам тоже десять“. Это были дети, родившиеся в первый год освоения целины. Конечно, Хрущев растрогался.

Поздоровавшись, Хрущев предложил лорду Томпсону и мне сесть в его „Чайку“. Сам сел впереди, а мы сзади.

В течение многих часов мы колесили по дорогам поднятой целины. Зрелище впечатляющее. Вокруг не было видно ни деревень, ни лесов, а только, будто океан, расстились сплошные поля пшеницы. До самого края, до горизонта, в любую сторону, куда ни посмотри. По пути в нашу машину подсаживался директор совхоза, на территории которого мы оказывались. Этого директора сменял другой, затем следующий. Так и следовали — от совхоза к совхозу, от директора к директору. Все снималось на киноплёнку, а журналисты собирали информацию.

Хрущев частенько просил остановиться. Выходил, лущил на ладони пару колосков, расспрашивал очередного директора, попадавших на пути бригадиров, давал какие-то указания. Он был уверен, что хорошо разбирается в вопросах сельского хозяйства.

Лорду Томпсону было тогда под семьдесят. Типичный британский интеллигент, в чисто английском деловом темном костюме-тройке в полоску, в роговых очках с невероятно толстыми стеклами, он казал-

ся инопланетянином в этой абсолютно чуждой ему среде. Особенно когда Хрущев приглашал его выйти из машины и помять в руках колоски.

Это был период, когда Хрущев взялся за севообороты — с помощью своих „специалистов“ повел наступление на пары. Доказывал, что не нужно давать земле отдыхать. И поначалу, когда стали действовать по новому методу, кое-где урожай вроде бы действительно вырос. Хрущев пребывал в отличном настроении. Сияя от удовольствия, он то и дело оборачивался к Томпсону и рассказывал ему об этом.

На границе очередного совхоза к машине Хрущева подошла высокого роста женщина лет пятидесяти. Фамилия ее была Гуревич. Как выяснилось, она, выпускница Ленинградского сельскохозяйственного института, уже десять лет работала на целине, возглавляла один из крупнейших совхозов, где под ее началом трудились чуть ли не десять тысяч мужиков. Хрущев очень обрадовался, когда услышал все это. Тут же обратился ко мне: „Ты перевел лорду, какие у нас есть женщины?“ Вот, дескать, какая — десять тысяч мужиков в кулаке держит! И при этом один из лучших директоров по всем показателям.

Гуревич села в нашу машину, и мы продолжили путь. Она рассказывала о достижениях своего совхоза, без запинки сыпала цифрами. Хрущев улыбался. Горделиво поглядывал на гостя, которому я переводил. Все шло замечательно. Ну что еще может убедить капиталиста-газетчика? Все — и урожай хороший, и с животноводством в порядке, и люди живут все лучше и лучше, и даже равноправие женщин налицо! Едем дальше. И вдруг Хрущев становится мрачнее тучи. Кончилось одно поле — началось другое. И на нем ни колоска пшеницы. Одна трава. Тут даже у меня сердце екнуло. Уж совсем я не специалист, а чувствую — пары...

Хрущев дал команду остановить машину. Обратился к Гуревич:

— А это что такое?

Та отвечает:

— Пары, Никита Сергеевич.

Хрущев помрачнел еще больше:

— Какие пары? Вы что, не читаете решений, которые мы принимаем?

Гуревич все так же спокойно отвечает:

— Никита Сергеевич, я из года в год первое место держу по всему району.

Но разве его возьмешь таким аргументом?

— Так если бы у вас не было этих паров, то урожай бы еще возрос, — напирал он.

— А мы считаем, что нам пары нужны, — ничуть не тушуясь перед первым лицом государства, отвечала Гуревич.

Поездка Хрущева должна была завершиться в Целинограде большим совещанием в новом Дворце целинников.

— Ну ладно, — мрачно заключил Хрущев, — на совещании поговорим и об этом.

Я почувствовал, что его тон не предвещает ничего хорошего для Гуревич. А та была по-прежнему совершенно спокойна. Она знала, что за ней — огромный урожай зерна, первенство в районе по всем показателям, и отстаивала свою правоту. Томпсон, которому я переводил этот диалог, с большим интересом слушал.

Наконец злополучное поле под парами проехали. Снова океан пшеницы, снова бескрайние золотые поля. Хрущев опять повеселел.

Подъехали к полевому стану. Там раскинули огромный шатер, под которым уже были накрыты столы. Запомнилось, что во время застолья Кунаев представил в качестве свидетельства дружбы народов блюдо, придуманное на целине, — бешбармак из конины и свинины. Вот, мол, казахи стали есть свинину, а русские — конину.

Хрущев не очень долго побыл за столом, поспешил в обратный путь — к поезду. Там, в вагоне, Томпсон взял у него интервью и пообещал, что к утру уже в готовом виде представит его Хрущеву.

Я сказал Никите Сергеевичу, что вряд ли успею до начала совещания перевести текст на русский в письменном виде. Он ответил: „Ничего, ты же сможешь перевести его мне устно“. На том и порешили.

Томпсон, поблагодарив Хрущева, ушел к себе в купе. А мне Никита Сергеевич предложил остаться. Остался и председатель Комитета по заготовкам сельскохозяйственных продуктов, не помню сейчас его фамилию. Хрущев стал довольно сердито говорить о парах, которые ему удалось обнаружить на землях Гуревич. И надо отдать должное председателю комитета: он начал не то чтобы спорить, но вежливо

возражать Хрущеву, оправдывая Гуревич. По сути дела, он защищал пары, оперируя убедительными доводами в пользу того, что с использованием паров урожай в среднегодовом измерении будет стабильнее и выше. Приводил примеры из практики Канады и Америки. Хрущев сначала возражал. Тоже в доказательство приводил факты. Потом ему стало их не хватать. И кончилось тем (к тому времени это уже было характерно для Хрущева), что он хлопнул ладонью по столу и резко сказал:

— Ну все. Хватит разговоров. Будет так, как мы решили!

Сказал как отрезал.

К вечеру мы были в Целинограде. Там нас поместили в один из обкомовских гостевых домиков. Томпсон и его журналист работали всю ночь и к утру подготовили текст. Взяв его, я поехал в особняк, где ночевал Хрущев. Он завтракал в одиночестве. Усадил меня напротив себя, предложил составить ему компанию. Сидим, едим, разговариваем. Он спрашивает:

— Ну а как тебе-то целина?

В самых восторженных тонах, совершенно искренно, я высказал свои впечатления. Упомянул директора совхоза Гуревич. Вот, мол, какие женщины у нас, Никита Сергеевич, — вроде бы из Ленинграда, а смотрите, как она здесь освоилась, командует, действительно мужиков в руках держит. Хрущев вздохнул:

— Да, все верно... Но ты понимаешь — неграмотная. Просто неграмотная. Отсталый человек.

Он сказал это с сожалением, даже с болью. Чувствовалось, что он на самом деле считает Гуревич отсталой и неграмотной, не способной поспеть за его новациями.

Потом я перевел ему текст интервью. Он его одобрил. Мы попрощались, и я уехал.

Был конец лета 1964 года. Хрущев выглядел крепким, бодрым и очень энергичным. И кто бы мог подумать, что через каких-нибудь два месяца его „верные“ соратники напишут в официальном сообщении о Пленуме ЦК, что этот человек освобожден от всех занимаемых должностей в связи с преклонным возрастом и ухудшением состояния здоровья (Суходрев 2008).

Георгий Почепцов

Постжурналистика: новые реалии XXI века¹

Мы сетуем на журналистику, не понимая, что она давно другая. Наша идеалистическая модель уже не соответствует реальности. Уже давно действуют другие факторы. Более того, если сравнить их вес, то финансовые или политические факторы окажутся важнее, чем факторы чисто информационные. Следовательно, именно они формируют информационную повестку дня. Пример последнего скандала вокруг канала ТВИ демонстрирует именно это.

Концепция постдемократии Крауча акцентирует: сейчас власть перешла от национальных правительств к транснациональным корпорациям... Это случилось, потому что появились успешные модели управления демократией, управление избирательным процессом, что в результате сняло возможные варианты неожиданных изменений.

Современные выборы, как пример такого управления (особенно в западном варианте), ориентируются на небольшой процент тех, кого можно перетянуть на свою сторону, таким образом, избирательная кампания по ее лозунгам, обещаниям, фактам рассчитана не на избирателей, а только на небольшую группу. Нет равного доступа, нет

¹ Статья перепечатана с сайта: Пси-фактор. URL: <http://psyfactor.org/autors/pocheptsov.htm>.



предвыборного обсуждения проблем. И это речь идет не о нас, а о западном опыте.

Крауч строит аналогию... с постиндустриальным обществом. Оно не есть неиндустриальное общество, как сначала кажется, там есть все индустриальные механизмы. Постдемократическое общество тоже использует институты демократии, но они становятся для него формальностью. Энергия и инновационное движение переходят из широкой демократической арены к узким группам политико-экономической элиты. Крауч считает, что именно к такой модели и происходит движение. Даже старые четкие социо-экономические классы размылись, что тоже облегчает управление ими. Считается, что эта концепция... представляет новую модель развития, которая позволяет анализировать мир после холодной войны.

Эти процессы мы видим повсюду, они формируют жизнь всех стран. И они не могли обойти журналистику. Журналистика тоже находится под давлением новых факторов. Их десятки, перечислим только несколько:

- Тенденция к исчезновению газет в плане уменьшения числа читателей.
- На сегодня экономически невыгодной оказалась даже модель «газета плюс сайт».
- Отсутствие связи с практиками и практикой в системе подготовки журналистов.

- Рост журналистики граждан («Твиттер» и другие социальные медиа).
- Рост влияния общества на власть, даже военные теперь не могут побеждать в войнах, если их рассказы тоже не побеждают.
- Дети и студенты не способны понимать сложные тексты. Кино, например, Голливуда делается под зрителя-тинейджера.
- Приоритет женской аудитории как перед телевизором, так и у рекламодателей...
- Телевидение превосходит Интернет...
- Давление визуальности, которая не очень хорошо, по сравнению с вербальными каналами, может перекодироваться в знания.
- Давление развлекательности.

Относительно последнего пункта Washington Post в мае 2013 года даже опубликовала статью, в которой выдвигает и защищает многообразие путей донесения информации. И статья эта называется «В защиту журналистики развлечений»... То есть происходит переход от случайности к норме.

Все это может объяснить нам то состояние журналистики, которое так всех удивляет. Газеты, подающие себя как национальные и качественные, имеют минимальные тиражи. Модель желтой прессы полностью подчинила себе телевидение. Люди смотрят его по несколько часов в день, а потом удивляются, мол, как я мог это смотреть. Все это можно обозначить как информационную или виртуальную загрязненность, которая аналогична ядерной. И потребуются годы, чтобы выйти из этого состояния, если это вообще возможно.

В целом перед нами предстает новый тип информационного пространства. Исчезли смыслы. Остались анекдоты. Одно из объяснений такой ситуации — неадекватность элиты, не способной формулировать смыслы. Элита, став одномерной, так как только финансовое состояние двигает ее, не способна вести страну вперед. В этом плане коллективные цели конфликтуют с целями индивидуальными.

Даже трехсторонняя комиссия, которую так любят все конспирологи, взялась за изучение трансформаций, которые претерпевает мир. Все началось с книги 1975 г. (среди авторов которой был и Хантингтон), называвшейся «Кризис демократии». В 2000 г. завершилось еще одно исследование трехсторонней комиссии (Putnam 2000). Его диа-

гнозом стало постоянное увеличение требований, которые невозможно выполнить. Сегодня продолжается падение легитимности власти, уровня общественного доверия во всем мире.

Колумбийской университет начинает свой анализ тенденций фразой, что американская журналистика не избежит трансформаций... Они начинают с разбора пяти базовых представлений, среди которых есть и такие: «Качественная журналистика всегда требует поддержки» или «Есть много возможностей делать хорошую работу новыми путями».

В этом анализе есть интересные слова: «Порождение идей, алгоритмов, формирования движений, введение инноваций в практику — все требует оригинальности мысли. Журналисты должны провоцировать изменения, начинать эксперименты и подталкивать действия». То есть от журналистов требуют целей, которые не способна выполнить постжурналистика.

Ученые Кардиффского университета установили, что 60–80% статей (в зависимости от газеты) даже в качественных британских изданиях не принадлежат журналистам этих изданий (см.: Journalism and Democasy [s.a.]; Lewis 2008). Это результат работы информационных и пиар-агентств. Такую ситуацию объясняют увеличением нагрузки на каждого журналиста, так что он не способен охватить такое количество материалов. Но если это так, то перед нами совершенно другая модель информирования населения, которая только мимикрирует под старую модель журналистики и журналистов.

Дэвис приводит два парадоксальных результата этого исследования качественной английской прессы:

- Только 12% материалов полностью строились на фактах, изученных журналистами, о происхождении 8% они не могли точно сказать, 80% были полностью или частично сконструированы из материалов информационных и пиар-агентств.
- Когда исследователи пытались узнать, проверялись ли эти факты, они нашли подтверждение только в 12% материалов.

Вчера журналист был автором, чьи статьи читали все. Сегодня не только вся активность сдвинулась в сферу политической журналистики, остальное никого не интересует, но и сам журналист не является больше автором, он стал ретранслятором. У него нет настоящих собственных мыслей для обсуждения.

Такая же традиция складывается и в других коммуникативных профессиях. Спичрайтер оформляет текст, который ему дают. У него нет своих мыслей. В то же время спичрайтер Обамы по международным отношениям сидит и работает в Совете нацбезопасности. Поэтому у него могут возникать собственные мысли, ведь он является специалистом.

Журналист не обладает арсеналом анализа. Поэтому его мысли банальны. Он выигрывает только за счет какого-то источника, который может поделиться с ним информацией. Журналиста никто не учил анализировать ни события, ни информацию. Журналистское образование не имеет никакого курса, который бы развивал ум студента, давал ему необходимый для анализа инструментарий. Интуитивные догадки может порождать и читатель, от журналиста мы ждем качественно другой информации.

Поле, которое создает постжурналистика, не способно выполнять функции модернизации страны, не способно порождать новую элиту.

Постжурналистика — это фиксатор прошлого, тогда как журналистика формировала будущее.

В мире, перенасыщенном информацией, выигрыш приносит... качественная информация. Джобс сказал, что контент является королем. Каждый бренд имеет свою историю... И ее еще надо уметь рассказывать.

Ландау (ее сайт — privacyink.org) предложила... различать секреты и тайны (mysteries). В 1979 г. иранская революция произошла неожиданно для США, потому что разведка искала секреты, которые защищало шахское правительство, а не занималась тайной того, что именно происходило в группах, приближенных к аятолле Хомейни. Секреты являются частью большей картины. А относительно тайны вы не знаете, какая она, какой вопрос поставить, где ее искать. После окончания холодной войны разведки перешли от поиска секретов к тайнам.

Исламская революция стала неожиданной, так как имела корни в мечетях и домах, а не во дворцах. Призывы к свержению правительства не передавались телеканалами, а были на аудиокассетах речей аятоллы Хомейни. Исследователи выделяют два типа технологий: технологии, которые давали доступ к информации за пределами Ирана, и

технологии, которые давали возможность распространять локальную информацию.

Штази в ГДР знало все, но пропустило падение страны. С появлением движения «Оккупируй Уолл-стрит» внезапно распространилась информация, что 23% американцев испытывают симпатию к радикальным протестам. То есть чиновники не представляли себе масштабов ситуации. И вывод: наличие информации не означает, что у вас ее достаточно или вы знаете, что с ней делать.

Все это ведет нас к тому, что следует пересмотреть подход к информации, которым оперируют и журналисты, и государственные служащие. Все они заняты поиском тех же секретов, а на самом деле система управления требует заниматься тайнами, в том числе трендами, тенденциями, нишами. Лучшие образцы журналистики раз объединяют факт и тенденцию, поэтому они поднимаются над фактом.

Коллинз построил новый тип теории о взаимодействии людей ... Ритуалы он рассматривает как механизмы усиления эмоциональности. В работе он вообще употребляет термин «эмоциональная энергия». Ритуалы обязательно реализуются в физическом присутствии массы людей.

Коллинз так описывает свой подход: это модель мотиваций, которая ведет людей от ситуации к ситуации, и таким образом их эмоциональная энергия и культурный капитал взаимодействуют с каждым человеком, который им встречается. Ритуалы дают ценности (или забирают их).

Когда объект или идея поддержаны ритуалом, они работают на усиление идентичности... членов группы. Социологи фиксируют, что люди вступают в различные движения, не имея четких представлений о взглядах этих групп. Разные ценности привязаны к символам группового членства, они исчезают вне поддержки ритуалов. С точки зрения Коллинза, время, необходимое для такой «подзарядки», — неделя. Как пример он вспоминает церковные ритуалы. Харизматический лидер — тот, который заряжается энергией толпы, когда попадает в поле ее внимания.

Великобритания, например, чувствует себя достаточно равной страной, потому разрушены механизмы, которые создавали барьеры между классами. То же можно сказать о России после 1917 года.

И каждая мини-революция (1991 г. или «оранжевая революция») как раз разрушает эти классовые или квази-классовые ограничения.

Журналистика в чем-то напоминает тот же механизм, только без физического присутствия всех вместе, когда проявления реакции соседей подталкивают к выработке единого «мышления». Это информационные ритуалы, которые создают коллективные идентичности. Чем больше были советские тиражи газет, тем лучше строилась новая идентичность «советского народа». Американский аналитик Гобл говорит... о России не только как о региональной силе, но и о том, что самоидентификация россиян является самой слабой в Евразии, что та же самоидентификация армян или украинцев сильнее. И это может объяснить нам ожесточенные дискуссии вокруг 9 мая или требование создать единый учебник истории.

Отсутствие нормальных тиражей газет не только делает информационную сферу убыточной, но и не работает на создание этой идентичности. Реальных тиражей никто не знает, но заявленные намного больше, чем есть на самом деле, это связано с тем, что рекламодатели не хотят выбрасывать свои деньги на ветер...

Мы уделяем много внимания информации о политике или экономике, но реально наше влияние на эти процессы является нулевым. Поэтому это внимание является искусственным и даже опасным. Особенно потому, что новости, как считается сегодня, плохо влияют на наше здоровье... Имеется в виду сам тип новостей, которые нам подают СМИ.

Сегодня называют две новые техники влияния на население: социальные сети и техники изменения поведения... Первыми этот инструмент взяли на вооружение не только политтехнологи, рекламщики, но и государственные служащие, британские и французские, которые быстро применили идеи «подталкивания» Талера... Сазерленд с Огилви подчеркивает, что будущая революция будет психологической, а не технологической... Кстати, Британская гильдия спичрайтеров назвала его лучшим бизнес-спикером 2013 года.

Сам Сазерленд называет себя не ученым, а импресарио бихевиористской науки. Он приводит... такой пример, назвав его кнопкой по цене в 300 миллионов. Люди не любят регистрироваться, раскрывая свою персональную информацию, когда что-то покупают в Интере-

те. Но все это до того, как человек сделал покупку. Поэтому они заменили кнопку перехода «Зарегистрируйтесь» на «Далее». И после этого люди стали регистрироваться, потому 90% интернет-покупателей готовы на это. Такое изменение увеличило продажи на 300 миллионов долларов. Сазерленд выпустил книгу (ее сайт www.thewikiman.co.uk), в которой рассказывает, что люди редко делают то, во что верят, они делают то, что им удобно, а потом раскаиваются.

Сегодня активный поиск нового продолжается скорее не в журналистике, а в смежных сферах, например в той же рекламе. Журналистика сворачивает свой статус лидера всего нового, который был у нее даже во времена СССР. И во времена застоя страна могла обсуждать те или иные статьи известных журналистов, которые сразу попадали в центр внимания.

Постжурналистика выполняет скорее служебные, а не самостоятельные функции. Она активно развлекает, когда это касается телевидения. А газета вообще перешла к перепечатке фактов, по которым нет возможности установить картину мира. Это аварии, столкновения в нашей жизни, или торнадо, или перестрелка в школе в жизни других.

Если идут изменения в сторону постжурналистики, то не надо критиковать журналистику за это. Это что-то похожее на пример, который глава ФОМ Ослон привел Путину, и тот ему не обрадовался. Когда рушится семья, муж не говорит жене: «Ты мне не нравишься». Он говорит: «Что ты сегодня сварила? Это же есть невозможно».

Многие наши упреки в сторону журналистов связаны с тем, что реально они работают не столько в журналистике, сколько в постжурналистике. В журналистике доминировали принципы информационного порядка, в постжурналистике — принципы коммерческого, финансового толка. Изменив все, невозможно было оставить в тех же функциях журналиста.

Учебное издание

Залина Федоровна Хубецова

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ.
ТЕОРИЯ, ОБРАЗОВАНИЕ, ОПЫТ

Учебное пособие
В 2 частях

Часть 1. Исследование и преподавание политической коммуникации

Редактор *О. С. Капполь*
Макет и оформление обложки: *П. Ч. Хан*
Верстка: *Е. П. Смирнова*

Подписано в печать 26.04.2017. Формат 60x84/16.
Гарнитура CharterITC. Печ. л. 9.
Тираж 30 экз. Заказ 114.

Отдел допечатной подготовки
Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета
199034, Санкт-Петербург, 1-я линия В.О., д. 26.