

Секция «Государственная политика России: проблемы и направления развития»
**Особенности использования коммуникационных технологий в современных
политических кампаниях**

Седлецкая Маргарита Вадимовна

Студент (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
политологии, Москва, Россия

E-mail: sedletskaya@mail.ru

Политическое пространство характеризуется множеством коммуникационных взаимодействий, при этом их участники имеют свои собственные позиции, ресурсы, статусы и интересы, а также особые механизмы получения и восприятия информации, способности к установлению коммуникационных контактов. Этим обусловлено существование большого количества технологий политической коммуникации, при этом в зависимости от режима власти и рассмотрения тех или иных политических обстоятельств (проведения выборов, урегулирование конфликтов) меняется набор используемых для их реализации методов и технико-ресурсных компонентов.

Ключевой особенностью технологий формирования имиджа является ориентация на базовые характеристики политических объектов. В этом их специфика. Для поддержания репутации и минимизации деформаций имиджа используются различные методы и приемы, оперировать которыми наиболее результативно по схеме трех направлений работ PR-технологий («промоушн», информационно-исследовательское направление, консультативное направление). Дискредитационные технологии главным образом отличает балансирование на грани законности. Добавим к этому моральный выбор, что также осложняет использование данных технологий, однако не избавляет от возможных атак со стороны конкурентов. Использование дискредитационных технологий напрямую связано с уровнем общественного сознания людей, чем сильнее граждане дезориентированы в происходящем, тем легче с помощью прямого обмана повлиять на них.

Технологии мобилизации масс отличаются активным использованием суггестивных методов воздействия, во многом они пересекаются с манипулятивными методами пропагандистских технологий.

Специфика коммуникационного взаимодействия между государственными институтами заключается в соотношении формальных и неформальных каналов коммуникации. От такого, насколько, в конечном счете, будет искажена проходящая по параллельным каналам информация, зависит эффективность политического управления.

Коммуникационное взаимодействие между государством (государственными органами) и гражданами (институтами гражданского общества) отличается, прежде всего, ориентацией на выстраивание обратной связи. Лишь в современном обществе мы можем говорить о реальных механизмах коммуникационного взаимодействия государства и граждан (благодаря техническим возможностям). Однако на практике и сегодня в большинстве случаев коммуникации являются однонаправленными, когда «ответ» лишь симулируется. Актуальной остается проблема формирования институционального механизма осуществления коммуникаций между гражданским обществом и государством.

Каждая коммуникационная технология имеет свои специфичные черты и особенности, однако отдельные ее методы и приемы могут быть задействованы в рамках других технологий. Подобные возможности позволяют синтезировать различные методы, приемы и технико-ресурсные компоненты коммуникационных технологий в зависимости от целей и ресурсов политической кампании. Наибольшим количеством специфичных особенностей обладают агитационные и пропагандистские коммуникационные технологии.

PR-коммуникации задают схему эффективной организации работы, которая с успехом может применяться в самых разных политических кампаниях.

Практический опыт применения коммуникационных технологий доказывает, что определение целей политической кампании лежит за пределами сферы технологий, одни и те же технологии могут быть использованы в различных процессах с одинаковой эффективностью.

Коммуникационные технологии во многом ориентированы на особенности восприятия информации человеком. Практический опыт продемонстрировал, что наибольшего эффекта достигают коммуникационные технологии, воздействующие с помощью информации, которая укладывается в смысловые рамки субъективных представлений человека.

Коммуникационные технологии в современной политической практике применимы для достижения самых разных политических задач. Различные технологии не являются взаимоисключающими, также как и отдельные компоненты технологий. В зависимости от конкретных политических обстоятельств может меняться набор методов, приемов и инструментов коммуникационной технологии. Отбор наиболее действенных компонентов коммуникационных технологий открывает широкие возможности для работы с массовым сознанием.

Специалисты в области политических коммуникаций адаптируют классические технологии к условиям современной информационной среды, требующей оперативно реагировать на различные политические явления и тенденции, использовать новые каналы коммуникации (с учетом задач кампании и целевой аудитории), учитывать современные разработки в области социальной психологии, социологии массовой коммуникации.

Источники и литература

- 1) Андреев В. И. Конфликтология: искусство спора, ведения переговоров, разрешения конфликтов. – М.: Народное образование, 2005.
- 2) Анохин М.Г., Павлютенкова М.Ю. Авангардные информационные технологии PR: возможности и перспективы. // Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ.ред. В.С. Комаровского. – М.: Изд-во РАГС, 2001
- 3) Бодрийяр Ж. Система вещей. – М.: Рудомино, 1995.
- 4) Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR. М.: Фаир-пресс, 2001.
- 5) Быков И.А. «Электронная демократия» vs «электронное правительство»: концептуальное противостояние? // Политэкс: Политическая экспертиза: Альманах. Вып. 3. - СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2005.
- 6) Василик М.А. Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации// Актуальные проблемы теории коммуникации. Сборник научных трудов. - СПб. - Изд-во СПбГПУ, 2004.
- 7) Василик М.А. Основы теории коммуникации: Учебник / Под ред. проф. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2005.
- 8) Вершинин М. С. Электронная демократия: российские перспективы // Технологии информационного общества — Интернет и современное общество: труды V Всероссийской объединенной конференции. СПб., 20–23 ноября 2001 г. СПб.: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 2001.

- 9) Володенков С.В. Организация и проведение работ в рамках полевого направления современной избирательной кампании // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2009, № 2.
- 10) Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. М., КНОРУС, 2010.
- 11) Грачев М.Н. К вопросу об определении понятий «политическая коммуникация» и «политическая информация» // Вестн. Российского университета дружбы народов. Серия Политология. 2003. №4.
- 12) Грачев М.Н. Политика: коммуникационное измерение. – Тула: Издательство Тульского государственного педагогического университета им. Л. Н. Толстого, 2011.
- 13) Дзялошинский И. М. Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты / Науч. ред.: М. А. Пильгун. М. : Издательство АПК и ППРО, 2012.
- 14) Конечкая В.П. Социология коммуникаций. Учебник. - М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997.
- 15) Маклюэн, М. Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего Текст. / М. Маклюэн. — М.: Академический проект, 2005.
- 16) Маркузе Г. Одномерный человек. М.: «Ref-book», 1994.
- 17) Пугачев В. П., Соловьев А. И. . Введение в политологию: Учебник для студентов вузов 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010.
- 18) Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. М., 2002.
- 19) Черных А.И. Мир современных медиа. Изд. Дом «Территория будущего», М., 2007.
- 20) Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология. / Роже-Жерар Шварценберг. / [Пер. с фр.] – В 3 ч. – Ч.1 – М. : Б.и., 1992.
- 21) Lasswell, H.D. The structure and function of communication in society // The Communication of Ideas; in L. Bryson (ed.). – N.Y.: Harper and Brothers, 1948.
- 22) Masuda I. The Information Society as Post-Industrial Society. Washington: World Future Society, 1981.