

На правах рукописи

Ушанов Павел Витальевич



**Коммуникационные стратегии современной российской
власти: бинарность и конвергентность структурных
элементов**

Специальность 10.01.10 – журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

Диссертации на соискание ученой степени
доктора филологических наук

Воронеж - 2016

Работа выполнена в ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса».

Официальные оппоненты:	Богуславская Вера Васильевна , доктор филологических наук, профессор, ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет»; заведующий кафедрой русского языка, литературы и журналистики;
	Гринберг Татьяна Эдуардовна , доктор филологических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова», доцент кафедры рекламы и связей с общественностью;
	Степанов Валентин Николаевич , доктор филологических наук, профессор, ООВО «Международная академия бизнеса и новых технологий», заведующий кафедрой массовых коммуникаций.
Ведущая организация	ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет».

Защита диссертации состоится 26 апреля 2016 года в 12.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.038.18 в Воронежском государственном университете по адресу: 394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, к. 119.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Воронежского государственного университета и на сайте www.science.vsu.ru.

Автореферат разослан 25 января 2016 г.

Ученый секретарь

диссертационного совета

Щукина Любовь Сергеевна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. С момента обретения государственного суверенитета все «несущие конструкции» Российской Федерации – политическая система, общество, право, экономика и т.д. – определяются исследователями как конструкции переходного типа. На протяжении двух десятилетий новейшей российской истории процесс выработки наиболее эффективных форм и методов социально-политического устройства протекает противоречиво и болезненно. До сих пор российское общество является объектом борьбы представителей разных направлений политического сознания, идеологических доктрин. Поэтому в периоды обострения этого противостояния средства массовой информации обретают особую значимость, что приводит к борьбе за ведущие информационные ресурсы страны.

Последние два столетия характеризуются активным включением в политическую жизнь широких масс. В России, при всей специфике национального политического процесса, политическая жизнь в целом соответствовала этой тенденции, особенно на рубеже XX – XXI вв. За это время сначала кристаллизовалась, а потом выделилась в отдельную отрасль профессиональной деятельности и научного изучения политическая технология как область, обслуживающая деятельность акторов политики.

Интерес к политическим технологиям подогревается их практической значимостью – повышением политической эффективности групп, партий, организаций, конкретных лиц участвующих в борьбе за власть, однако необходимо учитывать, что в практической политике происходит, как правило, тактическая отработка внедрения различных вариантов воздействия на общественное мнение. Таким образом, политические технологии (наряду с системной работой комплекса ИМК) являются частью коммуникационной стратегии, которая функционально ориентирована на то, чтобы определять параметры политического процесса. В России традиционно самым влиятельным политическим институтом является государственная власть,

которая склонна собственные интересы отождествлять с национальными. Изучение сущности коммуникационных стратегий российской власти на рубеже XX–XXI вв., когда был сломлен партийно-советский строй и начался процесс создания новой государственно-политической системы, представляется нам актуальным потому, что позволяет описать конструкцию политической целесообразности, в рамках которой развивалась политическая коммуникация в России в анализируемый исторический период.

Методологическая основа и методы исследования. Сложность исследуемой темы, ее междисциплинарный характер определили обращение автора к системной методологии, раскрытой в трудах Л. фон Берталанфи¹, Г. Хакена², Н. Лумана³. Этот подход позволяет рассматривать логику трансформаций коммуникационных стратегий российской власти как часть процесса преобразования всей системы общественно-экономического и политического устройства России в конкретно-историческом контексте. В соответствии с системной методологией трансформация рассматривается как комплекс процессов, каждый из которых, при общем векторе движения, обладает индивидуальными, присущими только ему характеристиками.

Применение системного подхода в диссертации определено и тем, что он, при уточнении индивидуальных свойств и характеристик исследуемых процессов, подразумевает использование и других научных методов:

- на принцип историзма, который позволяет выявить те факторы социально-экономических процессов, которые реально влияют на исследуемые процессы, выявить и оценить важность факторов, обуславливающих развитие и современное функционирование составляющих явления, наметить тенденции этого развития;

- на принцип детерминизма, на основе которого прослеживаются взаимосвязи, взаимовлияния и взаимозависимости функционирования

¹ Берталанфи, Л. фон. Общая теория систем – обзор проблем и результатов // Системные исследования: Ежегодник. М., 1969. С. 30 - 54.

² Хакен, Г. Информация и самоорганизация: Макроскопический подход к сложным явлениям. М., 1991.

³ Луман Н. Невероятные коммуникации. Проблемы теоретической социологии. СПб., 2000.

субъектов коммуникационной деятельности в рамках коммуникационного потока, определяющие динамику и результаты исследуемых процессов.

В исследовании использованы методы эмпирического исследования - наблюдение, экспертный опрос, контент-анализ, которые способствуют всестороннему изучению самих процессов, выявлению их основных движущих сил и тенденций, уяснению противоречий и поиску путей их решения. В работе применяется редкий метод составления синхронистической таблицы, который позволил нам выполнить эмпирическое обобщение большого объема данных.

Эмпирической основой работы являются:

- тексты правовых актов СССР, РСФСР и Российской Федерации, документы Совета Министров СССР, ЦК КПСС, другие официальные материалы, связанные с исследуемой темой;
- материалы сайтов Президента РФ и Правительства РФ, его министерств;
- материалы сайтов политических партий РФ;
- публикации в советской и российской периодике: «Правда», «Советская Россия», «Известия», «Комсомольская правда», «Аргументы и факты», «Независимая газета», «Российская газета», «Коммерсантъ», «Ведомости», «Московский комсомолец», «Московские новости», «Литературная газета», «Новая газета», «Сегодня», «Метро», «Тихоокеанский комсомолец», «Огонек», «Новый мир», «Знамя», «Нева», «Дружба народов», «Молодая гвардия», «Юность», «Журналист», «Итоги», «Коммерсантъ-власть», «Профиль», других СМИ;
- аудио- и видеоматериалы программ российского радио и телевидения;
- публикации в специализированных научных изданиях: «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика», «Медиаскоп», «Меди@льманах», «Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика», «Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика»,

«Вестник Уральского отделения РАН. Наука. Общество. Человек», «Вопросы журналистики», «Полис»;

- результаты социологических опросов Фонда «Общественное мнение», Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Аналитического центра Юрия Левады;
- художественные произведения литературы и кинематографа;
- тексты официальных выступлений политических лидеров, государственных деятелей СССР, России, мемуарная литература, а также стенограммы научных конференций, семинаров, в которых обсуждались темы и проблемы, укладываемые в канву настоящего исследования.

Степень научной разработанности темы. Учитывая то, что выбранная диссертационная тема находится на стыке нескольких научных дисциплин, автор обратился к широкому кругу источников, научных работ.

Общее представление о характере и результатах политического процесса в России, трансформации российского общества сформировано трудами ряда исследователей. Обращение к национальному политическому и историческому контексту ориентировало нас на труды, в которых проводится идея преемственности различных этапов российской политической истории от Московского царства до Российской Федерации. Это работы: М.С. Агурского, Э.А. Азроянца, А.В. Бузгалина, Л.Н. Гумилева, А.П. Зиновьева, М.В. Ильина, Б.А. Исаева, Г.И. Козырева, А.С. Панарина, Л.И. Селезнева, Л.В. Сморгунова, Т.Т. Тимофеева, Н.С. Трубецкого, А.М. Эткинды⁴.

⁴ Агурский М. Идеология национал-большевизма. Париж, 1980; Азроянц Э.А. Глобализация: Катастрофа или путь к развитию? М., 2002; Бузгалин А.В. Ренессанс социализма (курс лекций, прочитанных в Молодежном университете современного социализма). М., 2003; Гумилев Л. В поисках вымышленного царства. М., 2002; Гумилев Л.Н. Древняя Русь и Великая Степь. М., 1992; Гумилев Л.Н. Этногенез и биосфера Земли. Л., 1989; Зиновьев А.П. Политология. М., 2001; Ильин М.В. Ритмы и масштабы перемен: о понятиях «процесс», «изменение» и «развитие» в политологии // Полис. 1993. № 2. С. 57 - 58; Исаев Б.А. Зарождение, становление и функционирование партийной системы современной России. СПб., 1997; Козырев Г.И. Введение в политологию. М., 2003; Панарин А.С. Стратегическая нестабильность в XXI веке. М., 2003; Панарин А.С. Философия политики. М., 1996; Селезнев Л.И. Политические системы современности: сравнительный анализ. СПб., 1995; Сморгунов Л.В. Современная сравнительная политология. М., 2002; Тимофеев Т.Т. Глобализация. Конфликт или диалог цивилизаций? М., 2002; Трубецкой Н.С. Наследие Чингисхана (взгляд на русскую историю не с Запада, а с Востока) // Вестник

Выделив в качестве одного из главных сюжетов отечественной политической истории перипетии длительного и сложного процесса формирования либерализма как альтернативной идеологии, внедрение ее постулатов в авторитарные по своей сути структуры российской власти и распространение этой формы политического сознания в обществе, мы обратились к исследованиям идеологических систем в России, прежде всего, либерализма и консерватизма. Наиболее ценными в рамках темы данного исследования были работы следующих отечественных ученых: В.З. Арушакова, А.Н. Боханова, А.В. Бузгалина, К.С. Гаджиева, А.В. Гоголевского, В.А. Гусева, А.И. Деникина, А.Г. Дугина, В.В. Зеньковского, Б.Г. Капустина, А.С. Карцова, Л.Д. Козырева, А.И. Колганова, Л.П. Костыря, В.В. Леоновича, Н.О. Лосского, Г. Моро, Э.А. Попова, П.Ю. Рахшмира, А.И. Родионова, А.Д. Степанского, Л.А. Тихомирова, Б.Н. Чечерина⁵.

Московского университета. Филология. 1991. № 4 (Серия 9). С. 33 - 78; Эткинд А. Хлысты. Секты, литература и революция. М., 1998.

⁵ Арушанов В.З. Либерализм и социалистическая идеология в России: опыт развития и взаимодействия с точки зрения политической культурологии // Вестник МГУ. 2000. Серия 12, №6. С. 5-16; Боханов А.Н. Русская идея. От Владимира Святого до наших дней. М., 2005; Бузгалин А.В. Ренессанс социализма (курс лекций, прочитанных в Молодежном университете современного социализма). М., 2003; Бузгалин А.В., Колганов А.И. Глобальный капитал. М., 2004; Гаджиев К.С. Консерватизм: современные интерпретации. Научно-аналитический обзор. М., 1990; Гоголевский А.В. Очерки истории русского либерализма XIX в. и начала XX в. СПб., 1996; Гусев В.А. Русский консерватизм: основные направления и этапы развития. Тверь, 2001; Деникин А.И. Консерватизм и либерализм в социально-философской мысли России XIX века: становление методологии. М., 2000; Дугин А. Консервативная Революция. М., 1994; Дугин А. Мистерии Евразии. М., 1996; Дугин А. Основы геополитики. М., 2000; Зеньковский В.В. История русской философии. Л., 1991; Капустин Б.Г. Либеральное сознание в России // Общественные науки и современность. 1994. № 4. С. 39 - 75; Капустин Б.Г. Либеральные ценности в сознании россиян // Полис. 1994. № 1, 2. С. 89 - 90; Карцов А.С. Правовая идеология русского консерватизма. М., 1999; Козырев Г.И. Введение в политологию. М., 2003; Костыря Л.П. Консерватизм в России на рубеже XVIII–XIX веков: дис. ... канд. истор. наук. М., 2000; Леонович В.В. История либерализма в России, 1762–1914. М., 1995; Лосский Н.О. История русской философии. М., 1991; Моро Г. К вопросу о становлении консервативной идеологии в России. Сайт Межрегионального движения «Единство». [Электронный ресурс] – URL.: http://www.edin.ru/user/index.cfm?open=658%2C624&tpc_id=624&msg_id=2; Моро Г. Что такое консерватизм? Сайт Межрегионального движения «Единство». Библиотека консерватизма. [Электронный ресурс] – URL.: www.edin.ru/page504/index.html; Попов Э.А. Русский консерватизм: идеология и социально-политическая практика. Ростов н/Д., 2005; Рахшмир П.Ю. Консерватизм в современном мире // Всеобщая история: дискуссии, новые подходы. М., 1989. С. 200 - 201; Рахшмир П.Ю. Эволюция консерватизма в новое и новейшее время // Новая и новейшая история. 1990. № 4. С. 48 - 62; Родионов А.И. Децентрализм в истории развития российской государственности XX в.: дис. ... д-ра истор. наук. М., 1996; Степанский А.Д. Либеральная интеллигенция в либеральном движении России на рубеже XIX–XX веков. Исторические записки. М., 1983; Тихомиров Л.А. Монархическая государственность. СПб., 1992; Чичерин Б.Н. История политических учений. СПб., 2006; Чичерин Б.Н. Курс государственной науки. М., 2005.

Понимание природы политических решений, повлиявших на развитие массовой коммуникации в России, сформировано работами таких исследователей как: Е.Т. Гайдар, М.Я. Геллер, С.Ю. Глазьев, В.И. Жуков, В.Д. Зорькин, Б.А. Исаев, А.Н. Олейник, Л.И. Селезнев, Л.В. Сморгунова, Г.А. Явлинский⁶.

Журналистика, являясь социальным институтом, с 1985 г. включилась в процесс трансформации, как и любой другой институт, действуя в рамках закономерностей, выявленных институциональной теорией. Это привело к изменению ее организационно-правовой и экономической базы, функциональных приоритетов, языка, жанровой системы. Изменениям, произошедшим в этой области знания, посвящено большое количество научных статей, диссертаций, монографий, имеющих важную теоретическую значимость для данной работы. Среди них можно выделить труды: Е.В. Вартановой, А.А. Грабельникова, С.М. Гуревича, В.А. Евстафьева, Б.И. Есина, Я.Н. Засурского, И.И. Засурского, В.Л. Иваницкого, Е.А. Корнилова, И.В. Кузнецова, С.А. Муратова, Л.Г. Свитич, Л.Я. Солганика, А.А. Тертычного, В.В. Тулупова, М.В. Шкондина, М.И. Шостак⁷.

⁶ Гайдар Е.Т. Государство и эволюция. М., 1995; Гайдар Е.Т. Дни поражений и побед. М., 1996; Геллер М.Я. Горбачев: победа гласности, поражение перестройки. М., 1997; Глазьев С.Ю. Экономика и политика: эпизоды борьбы. М., 1994. Жуков В.И. Реформы в России. 1985–1995 гг. М., 1997; Зорькин В. Россия и ее Конституция // Журнал российского права. 2003. № 11. С. 3 - 9; Исаев Б.А. Зарождение, становление и функционирование партийной системы современной России. СПб. 1997; Олейник А.Н. «Жизнь по понятиям»: институциональный анализ повседневной жизни «российского простого человека» // Политические исследования. 2001. № 2. С. 40 - 51; Селезнев Л.И. Политические системы современности: сравнительный анализ. СПб., 1995; Сморгунова В.Ю. Гносеологические проблемы политической философии. СПб., 1997; Явлинский Г. Экономика России: наследство и возможности. М., 1995.

⁷ Вартанова Е.Л. Теория СМИ: Актуальные вопросы. М., 2009; Грабельников А.А. Российская журналистика на рубеже тысячелетий. М., 2000; Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. М., 2001; Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. М., 2004; Евстафьев В.А., Пасютина В.Э. История российской рекламы. 1991–2000. М., 2002; Есин Б.И., Кузнецов И.В. Триста лет отечественной журналистики (1702–2002). М., 2002; Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика. 1990–2007. М., 2007; Засурский Я.Н. Журналистика переходного периода: современные концепции и практика. М., 1997; Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. М., 1999; Иваницкий В.Л. Модернизация журналистики: методологический этюд. М., 2010; Корнилов Е.А. Журналистика на рубеже тысячелетий. Ростов н/Д, 1999; Муратов С. ТВ – эволюция нетерпимости (история и конфликты этических представлений). М., 2001; Свитич Л.Г. Журнализм в системе глобальных креативных процессов: дис. ... в форме науч. докл. на соиск. учен. степ. д-ра филол. наук. М., 2002; Солганик Г.Я. О закономерностях развития языка газеты XX века // Вестн. Моск. ун-та. Серия № 10. Журналистика. 2002. № 2. С. 39–54; Тертычный А.А. Аналитическая журналистика. М., 1998; Тертычный А.А. Расследовательская журналистика. М., 2002; Тулупов В.В. Региональная пресса: характер трансформации в переходный период // Вестн. Моск. ун-та. Серия № 10. Журналистика. 2003. № 2. С. 32–43; Шкондин М.В. Газетно-журнальная типология в условиях становления коммуникативной системы информационного общества // Вестн. Моск.

Рассматривая в рамках данной работы политические технологии в качестве отрасли современной политики, где наиболее широко применяется массовая коммуникация, мы обратились к исследованиям, осмысляющим коммуникационную сущность данного феномена. Это труды: О.П. Березкиной, Т.Э. Гринберг, Е.Г. Дьяковой, В.А. Евстафьева, Е.В. Егоровой, И.И. Засурского, О.А. Матвейчева, Е.Э. Пасютиной, Г.Г. Почепцова, А.Д. Трахтенберга, В.В. Ученовой, А.Н. Чумикова, М.А. Шишкиной, С. А. Шомовой.⁸

Изучая технологии внедрения в общественное сознание идей, концепций, фактов и мнений, мы обратили внимание на взаимопроникновение тем и сюжетов журналистики и направлений художественной коммуникации. Разбирая их технологическое взаимодействие, мы обратились к работам, которые осмысляют социально-коммуникативное значение литературы. Это труды М.М. Бахтина, О.В. Богдановой, А.Н. Воробьевой, Т.Т. Давыдовой, М.Ю. Звягиной, Ю.М. Лотмана, И.К. Сушилиной, Ю.Н. Тынянова⁹. Нами изучены исследования,

ун-та. Сер. № 10. Журналистика. 2003. № 2. С. 27–28; Шостак М.И. Журналист и его произведение / М.И. Шостак. М., 1998.

⁸ Березкина, О.П. Политический имидж в современной политической культуре: дис. д-ра. полит. наук. СПб., 1999; Гринберг Т.Э. Политическая реклама: портрет лидера. М., 1998; Гринберг Т.Э. Политическая реклама и политический PR в избирательных кампаниях постсоветской России / Паблик рилейшнз и реклама в системе коммуникаций. М., 2004. С. 5 - 28; Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург, 1999; Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. «... И все подумали хором»: средства массовой информации и проблема установления повестки дня. Екатеринбург, 1999; Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация: модели влияния. Как устанавливается повестка дня? Екатеринбург, 2001; Евстафьев В.А., Пасютина Е.Э. История российской рекламы. 1991–2000. М., 2002; Егорова Е.В. Политическое консультирование. М., 1999; 2002; Егорова Е.В. Игры в солдатики. Политическая психология президентов. М., 2003; Засурский И.И. СМИ и власть: Россия девяностых // Средства массовой информации постсоветской России. М., 2002, С. 68–111; Матвейчев О.А. Что такое политический консалтинг. Проблемы манипуляции. М., 1999; Матвейчев О.А., Гусев Д.Г., Хазеев Р.Р., Чернаков С.Ю. Уши машут ослом. Современное социальное программирование. Екатеринбург, 2002; Почепцов Г.Г. Информационно-психологическая война. М., 1999; Почепцов Г.Г. Информационные войны. М., 2001; Почепцов Г.Г. Психологические войны. М., 2002; Ученова В.В. Реклама и массовая культура. Служанка или госпожа? М., 2008; Бочаров М., Чумиков А. Актуальные связи с общественностью. Сфера, генезис, области применения, структуры. М., 2009; Шишкина М.А. Публичные коммуникации в истории цивилизации, СПб., 2005; Шомова С.А. От древней мистерии к обрядам и тайнам современного PR (к вопросу о театрализованных формах политической коммуникации) // Меди@льманах. 2015. № 3, С. 12 - 21; Шомова С.А. Политическая коммуникация: социокультурные тенденции и механизмы: дис. ... д-ра. полит. наук. М., 2004.

⁹ Бахтин М.М. Проблемы творчества Достоевского. Киев, 1994; Богданова О.В. Постмодернизм и современный литературный процесс: дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 2003; Воробьева А.Н. Русская антиутопия XX – начала XXI веков в контексте мировой антиутопии: дис. ... д-ра филол. наук. Самара,

посвященные анализу массовой культуры и конкретных художественных объектов, как в литературе, так и в кинематографе: А.З. Акопова, Н.А. Барабаш, С.В. Богатыревой, Е.В. Васильевой, О.Ю. Ворониной, А.М. Зверева, О.П. Зиборовой, О.В. Жариновой, А.Л. Латыниной, Д.Г. Мельникова, И.Б. Родянской, З.Н. Серовой, С.И. Тиминой, Н.А. Хренова, М.А. Черняк, А.Г. Чикисова¹⁰.

Перечисленные выше труды сформировали современный целостный научный взгляд на результаты трансформаций в исследуемых нами системах России: политической, социальной, коммуникационной, и стали фундаментом для представленной к защите диссертационной работы. Опора на результаты проведенных ранее исследований позволила нам получить целостную научно обоснованную картину использования российской властью коммуникационных стратегий в хронологических рамках исследования, выявить проблемы и противоречия, остававшиеся до этого момента вне поля зрения исследовательского сообщества. Под влиянием указанных работ сформировалась проблематика диссертации, ее гипотеза, цель и задачи.

2009; Давыдова Т.Т., Сушила И.К. Современный литературный процесс в России. М., 2007; Звягина М.Ю. Трансформация жанров в русской прозе конца XX века: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2002; Лотман Ю.М. Культура и взрыв. М., 1992; Лотман Ю.М. Беседы о русской культуре. Быт и традиции русского дворянства (XVIII – начало XIX века). СПб., 1994; Тынянов Ю.Н. Поэтика. История литературы. Кино. М., 1977.

¹⁰ Акопов А.З. Телесериал начала XXI века в контексте традиций отечественной кинодраматургии: дис. ... канд. искусствоведения. М., 2011; Барабаш Н.А. Телевидение и театр: игры постмодернизма. М., 2003; Богатырева С.В. Россия и Кавказ в литературе и публицистике XX – начала XXI веков: дис. ... канд. филол. наук. Майкоп, 2008; Васильев В.Е., Тимина С.И., Воронина О.Ю. Современная русская литература (1990-е гг. – начало XXI в.). М., 2005; Зверев А. Что такое «массовая литература»? // Лики массовой литературы США. М., 1991. С. 33 - 34; Зиборова О. Художественная составляющая как фактор конкурентоспособности российского фильма // Вестник ВГИК. 2010. № 5. С. 30 - 51; Жаринова О.В. Поэтико-философский аспект произведений Виктора Пелевина «Омон Ра» и «Generation «П»»: дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2004; Латынина А. Сверхчеловек или, нелюдь? // Новый мир. 2006. № 4. С. 135 - 142; Латынина А. Сказки о России // Новый мир. 2007. № 2. С. 176 - 183; Мельников Н.Г. Массовая литература // Русская словесность. М., 1998. № 5; Роднянская И. Пророки конца эона. Инволюционные модели культуры как актуальный симптом // Вопросы литературы. 2010. № 1. С. 5 - 57; Серова З.Н. Пути трансформации романной формы в отечественной прозе рубежа XX–XXI веков: дис. канд. ... филол. наук. Казань, 2011; Хренов Н. Кино. Реабилитация архетипической реальности. М., 2006; Черняк М.А. Феномен массовой литературы XX века. СПб., 2005; Чикисов А.Г. Телевизионное вещание. Формирование зрительского восприятия: дис. ... канд. искусствоведения. М., 2007.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования является коммуникационное обеспечение политических процессов, оказавших влияние на трансформацию политической системы России. Предметом исследования стали политические технологии российской власти, которые она использовала для реализации своих коммуникационных стратегий в конкретные временные периоды.

Гипотеза исследования. Одной из актуальных проблем отечественной истории является необходимость регулярного проведения реформ с целью обеспечения конкурентоспособности страны на международной арене. Цивилизационное европейское влияние на общественно-политическую жизнь России выразилось в формировании движения, представители которого ориентировались на либеральную форму политического сознания. Перипетии длительного и сложного процесса формирования либерализма как альтернативной идеологии составляют один из главных сюжетов отечественной политической истории, потому что рано или поздно должны были состояться реформы с целью внедрить либеральную экономическую модель и подкрепить ее либеральной политической системой. В этом процессе выделяются две тенденции. Во-первых, это двойственное отношение к либерализму со стороны власти. С одной стороны, она не склонна проводить политические реформы либерального толка, поскольку это ведет к ограничению ее авторитаризма, а с другой – просто вынуждена активизировать общественную инициативу, поскольку от этого зависит конкурентоспособность государства. Во-вторых, значительная часть интеллектуалов, которые в нашей стране традиционно рассматриваются в качестве ядра либерального сознания, считают либерализм чуждой западной идеологией, порой даже антироссийской. Итак, эволюция либерализма в России и СССР проходила на фоне доминирования противоположных ей в своем мировоззренческом фундаменте идеологических систем.

В 1985 г. началась инициированная властью либерализация, и современный период российской истории стоит рассматривать в качестве ее

очередного этапа. Внедрение в общественное сознание элементов либеральной доктрины являлось сложнейшей коммуникационной задачей, успешное выполнение которой могла обеспечить только грамотная коммуникационная стратегия. С этого момента начинается процесс усложнения системы коммуникаций в стране, связанный с тем, что в коммуникационные процессы стали активно включаться новые акторы, развиваться старые, и появляться новые каналы массовой коммуникации. Формируется относительно новое для российской политики направление – коммуникационный менеджмент. Несмотря на появление конкуренции, власть на протяжении всего рассматриваемого периода являлась главным субъектом политической коммуникации в стране, тщательно следя за сохранением своего доминирования. В 1996 г., в ходе предвыборной кампании на пост президента России, окончательно формируется идея несменяемости (преемственности) президентской власти. С этого момента все политические технологии российской власти в той или иной степени направлены на достижение этой цели.

Литературоцентричность российской культуры предопределила ориентацию политтехнологов на востребованные массовой аудиторией темы, сюжеты и образы, внедряемые в общество объектами художественной коммуникации, которые так же активно участвовали, и продолжают участвовать в формировании информационного тренда, как и СМИ. Это нашло отражение в своеобразии национального коммуникационного менеджмента в исследуемый период. Синхронизация документально-рационального и художественно-эмоционального информационных потоков начинает проявляться уже в период перестройки, поэтому анализ коммуникационных стратегий продуктивен с учетом фактора их взаимодействия и взаимовлияния.

С начала 1990-х гг. на политическую жизнь в России большое влияние оказывает такое явление как медиатизация, что подвигло самую сильную ветвь власти – исполнительную – на установление эффективного контроля

над деятельностью СМИ, прежде всего телевидения, ставшего основным каналом трансляции на аудиторию не только журналистского, но и художественного контента. Эволюция цифровых технологий к 2012 г. вновь заставила российскую власть вести конкурентную борьбу в информационном поле. Перед ней встала задача выработки коммуникационной стратегии как минимум до 2018 г. с учетом новой коммуникационной ситуации, когда прежний высокий уровень контроля над информационными потоками стал труднодостижимой задачей.

Целью работы является последовательное доказательство заявленной гипотезы на основе системного изучения коммуникационных стратегий современной российской власти.

Для достижения цели исследования определены следующие исследовательские **задачи**:

1. Изучить процесс внедрения идеологии либерализма в охранительную по своей сути систему государственной российской, советской власти в качестве одного из главных сюжетов отечественной истории;
2. Исследовать специфику политики как объекта медийного и художественного осмысления;
3. Установить и описать структурные элементы массовой коммуникации в период перестройки в ракурсе процесса трансформации системы советских СМИ;
4. Проанализировать проблему эффективного управления коммуникациями в рамках стремительно развивающегося политического процесса на примере гласности как коммуникационной стратегии и политической технологии;
5. Выявить и описать особенности трансформации политической системы России в 1990-х гг. в медиаполитическую;
6. Изучить информационную войну в качестве коммуникационной стратегии;

7. Проанализировать роль массовой коммуникации в формировании параметров общественного запроса на нового лидера государства на рубеже XX–XXI вв.;
8. Установить и описать коммуникационную сущность политических технологий российской власти на фоне возрастания политических и коммуникационных рисков (2011–2012 гг.);
9. Рассмотреть коммуникационные продукты эволюции цифровых технологий в качестве ядра новых политических технологий.
10. Выявить технологии доминирования власти в информационном поле РФ на фоне возрастания политических и коммуникационных рисков в 2010-х гг.

Научная новизна исследования. Научная новизна диссертационной работы заключается в следующем:

1. Впервые коммуникационные стратегии современной российской власти за столь продолжительный период анализируются системно, как продукты политико-идеологической целесообразности;
2. Рассматриваются механизмы взаимовлияния политических и коммуникационных систем. Обосновывается, что такое взаимодействие является обязательным условием эффективного функционирования коммуникационных стратегий и иллюстрируется с помощью синхронистической таблицы;
3. Доказывается, что конвергенция информационно-коммуникативных практик в общественно-политическую тематику в современных условиях внутрисистемного взаимодействия журналистики, PR, рекламы, при подключении комплекса художественной коммуникации способны значительно повышать эффективность политических технологий;
4. Введено в научный оборот положение о коммуникационной бинарности, что является развитием общей теории бинарности Р. Якобсона;
5. На основе положения о коммуникационной бинарности предложен метод схематического моделирования, который позволяет раскрывать и

графически фиксировать коммуникационную сущность политических технологий;

6. В научный оборот введен ряд новых терминов.

Теоретическая значимость диссертационной работы определяется развитием современного подхода к журналистике как отрасли, в рамках которой активно проявляется конвергентность, что способствует эффективному внедрению продуктов массовой коммуникации в глубинные структуры политической жизни общества, вследствие чего возрастает интенсивность политических процессов, а также совершенствуются рычаги управления ими. В результате действия этих процессов на уровне компонентов системы массовой коммуникации общественно-политическая тематика приобретает ощутимую мультиформатность своего медийного отражения. Таким образом, теоретически значимым является описание практики управления информационными потоками и их теоретическое обобщение.

Практическая значимость исследования заключается в том, что его основные выводы и материалы могут быть рекомендованы для использования при дальнейшей разработке общей теории журналистики и теории массовой коммуникации. Они являются значимыми как для учебного процесса, так и для профессиональной деятельности – результаты диссертационной работы могут использоваться инструментально для раскрытия коммуникационной модели конкретной политической технологии любого уровня.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Цивилизационное европейское влияние на Россию выразилось в том, что с начала XVIII в. своей главной целью российская власть считала построение мощного в военно-политическом плане государства и выделяла промышленную модернизацию в качестве ключевого условия строительства сверхдержавы. Когда российская власть обнаруживала свою военно-

политическую неконкурентоспособность, она была вынуждена инициировать экономические реформы, которые ставили вопрос об изменении социально-политических и идеологических основ государства. Таким образом, перипетии длительного и сложного процесса формирования либерализма как альтернативной идеологии составляют один из главных сюжетов отечественной политической истории, потому что рано или поздно должны были состояться реформы с целью подвести под либеральную экономическую модель либеральную политическую систему. Каждый реформаторский период в России и СССР характеризуется расширением информационного поля, появлением новых каналов и форм коммуникационной работы. Заметно повышалась общественная значимость журналистики и изменялась коммуникационная роль СМИ.

2. Начавшаяся в 1985 г. политика либерализации государства, вошедшая в историю как перестройка, открыла новый период отечественной истории. Запуская политику реформ, реформаторское крыло КПСС столкнулось со сложной коммуникационной задачей – увязать положения либеральной идеологической доктрины с социалистическими ценностями советского общества. Решить ее была призвана новая информационная политика – гласность. Гласность стоит рассматривать в качестве полноценной политической технологии, которая характеризуется конвергенцией и абсолютной синхронностью медийных и художественных процессов, что объясняет, почему так стремительно менялась коммуникационная ситуация в период перестройки.
3. Рассматривая гласность как политическую технологию, мы обратили внимание на феномен, который мы обозначили как «коммуникационную бинарность». Его сущность заключается в двойственном характере информационного потока: документально-рациональном, который транслировали СМИ, и художественно-эмоциональном, свойственном объектам культуры. Одновременно они оказались объединены и идеологически, и тематически. Бинарность, как структуралистская

концепция, опирается на идею, что структура бинарных оппозиций является одной из характеристик человеческого разума. Выделенные нами бинарные оппозиции в изучаемый период функционируют преимущественно параллельно, но в определенных временных рамках, при условии быстрой политизации общества, происходит их слияние в общий информационно-тематический поток. Это проявляется и как стихийный, и как управляемый процесс. В эти периоды функционирование бинарных оппозиций характеризуется высокой степенью взаимовлияния в освещении актуальных тем политической жизни. Так достигается высокий уровень эффективности при внедрении в общественное мнение новых идеологем, а также программ решения актуальных политических проблем.

4. Эффективность коммуникационной бинарности объясняется конвергентностью ее структурных элементов. Однако, функционируя в рамках единого информационно-тематического потока, бинарные оппозиции не создают новое качество, продолжая опираться на традиционные характерные для них творческие, технологические принципы и методы. При спаде уровня политизации в обществе, что является следствием снижения для масс актуальности текущей политической повестки дня, документально-рациональный и художественно-эмоциональный коммуникационные потоки возвращаются в состояние параллельного функционирования. Такие периоды характеризуются как политически стабильные.
5. Рассматривая феномен гласности, мы обратили внимание на то, что с середины 1989 г. начинает стремительно падать управляемость коммуникациями со стороны государственной власти. Как результат, гласность перестала вписываться в рамки коммуникационной стратегии, которая кристаллизовалась на XXVII съезде КПСС – «социализм с человеческим лицом» – и начала работать против нее. Рассматривая гласность как феномен журналистики, его главное значение мы видим в обеспечении эволюции: от имитации свободы слова к реализации ее как одной из главных либеральных ценностей.

6. После прекращения существования СССР политико-идеологическую ситуацию в РФ можно охарактеризовать как «ситуацию чистого листа». Главной ее характеристикой являлось отсутствие официальной государственной идеологической доктрины и, соответственно, коммуникационной стратегии. Этот период отличается высокой степенью политизации СМИ, а также продолжением уже сложившейся в период перестройки традиции политизации (а в крайних проявлениях – ангажированности) художественной коммуникации.
7. Результатом внутривластного конфликта между ветвями власти РФ стало доминирование в общественно-политической жизни России института президента, а верховная власть в стране стала ассоциироваться именно с этой фигурой. С этого момента главной логикой функционирования власти стала несменяемость (преемственность) президента, что востребовало соответствующую коммуникационную стратегию – информационную войну, которую мы определяем как целенаправленную атаку на сознание противника и комплексную защиту своего сознания. Поскольку сужение социальной базы поддержки президента Б. Ельцина создавало серьезные риски сохранения им власти, российское общество в целом стало объектом воздействия агрессивных манипулятивных технологий. Власть стимулирует медиатизацию и виртуализацию политической жизни, чтобы, погрузив общество в мир искусственных страстей, минимизировать потери от объективного восприятия новой российской социально-политической реальности и, в итоге, заместить рациональное восприятие жизни эмоциональным.
8. Отсутствие в такой коммуникационной стратегии как информационная война позитивной программы ограничивало эффективность ее использования. После президентских выборов 1996 г. политические группировки из властной элиты стали активно искать идеологическую платформу для нового политического курса, которая была выделена из консерватизма. Поддерживающая его коммуникационная стратегия

кристаллизовалась в начале 2000-х гг., но опиралась на сформированные общественные ожидания последних лет «России Ельцина».

9. Технология коммуникационной бинарности на первый взгляд практически не проявляла себя в течение 1990-х гг., поскольку не было политической силы, способной синхронизировать в рамках конкретной цели медийный и художественный коммуникационные потоки. Тем не менее, к концу 1990-х гг. происходит смена главных героев объектов художественной коммуникации: «честные чекисты» пришли на смену «криминальным талантам», поскольку этого требовали аудиторские ожидания массового читателя и зрителя. Мы считаем, что это было проявлением стихийной коммуникационной бинарности, когда аудитория, а не политтехнологи, управляет идейно-тематическим наполнением журналистских и художественных произведений. В результате произошла конвергенция рационально-документального и художественно-эмоционального коммуникационных потоков, что является обязательным условием эффективности этой технологии.
10. Коммуникационная стратегия 2000-х гг. была выстроена вокруг следующих идеологем: «диктатура закона», «вертикаль власти», «суверенная демократия», и была призвана продвигать «законность» и «стабильность» в качестве главных ценностей политического курса. После победы партии «Единая Россия» на выборах в Государственную думу в 2003 г. власть изменяет приоритеты 1990-х гг.: от сохранения статуса она начинает стремиться к безусловному доминированию на политическом поле. Медиатизированность политического процесса в стране направила усилия власти на установление контроля над основными медиа-ресурсами страны, в первую очередь над телевидением.
11. Усиление роли государства в коммуникационном процессе привело к прекращению функционирования коммуникационной бинарности как технологии. Развал коммуникационной бинарности стал следствием попытки ее упростить, или даже заменить только одним информационно-

эстетическим пространством – телевидением. Такой подход стал следствием эффективного использования этого ресурса в рамках информационно-предвыборных войн 1996 г. и 1999 г. Телевидение показало себя прекрасно управляемым каналом коммуникации с высоким манипулятивным потенциалом. Опираясь на хорошие результаты его использования в тактических целях, в нулевых годах телевидение стало функционировать в качестве стратегического информационного ресурса власти, что серьезно сузило возможности влиять на общественное мнение.

12. Главное достижение 8-летнего президентства В. Путина – лояльность его политическому курсу – к концу уже первого десятилетия XXI в. эволюционировало сперва в сторону нелояльности, а потом и к активному протесту. Это является иллюстрацией ограниченности манипулятивного ресурса СМИ в рамках сложившейся в России медиаполитической системы. Грубой ошибкой коммуникационного менеджмента власти в нулевые годы стало игнорирование технологического прогресса в области коммуникационного производства. Власть сделала ставку на контроль медийного поля, в то время как информационное пространство постоянно расширялось, и контролировать его оказалось уже в принципе невозможно.
13. Предвыборная кампания президентских выборов 2012 г. показала, что коммуникационная стратегия на 2010-е гг., сформулированная властью в середине 2000-х гг., исчерпала свой ресурс. В условиях возрастания политических и коммуникационных рисков перед властью встала задача не позднее 2015 г. выстроить новую коммуникационную стратегию, которая была бы в состоянии обеспечить несменяемость президентской власти в результате выборов 2018 г.
14. «Украинский кризис» сыграл ключевую роль в корректировании идеологической начинки коммуникационной стратегии российской власти, поскольку создал не только мощнейший информационный повод, но и затронул фундаментальные основы мироощущения граждан РФ как народа, то есть - исторической общности. Это позволило специалистам в области

массовой коммуникации выделить идеологемы, на основе которых была сформулирована концепция новой коммуникационной стратегии.

Апробация исследования.

1. Результаты докладывались: на ежегодных Международных научно-практических конференциях на факультете журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова (2000 – 2014 гг.); на Всероссийской научно-практической конференции на факультете журналистики ВГУ (2015 г.); на региональных научно-практических конференциях на факультете журналистики ДВГУ (1998 – 2012 гг.);
2. Положения и выводы диссертации апробированы во время преподавания лекционных курсов: «Современное российское общество как объект политической коммуникации», «Власть и пресса: причины и уроки конфликтов», «Политическая реклама и PR», «Теория и практика массовой информации», «Журналистское расследование»;
3. Содержание диссертации отражено в 3 монографиях, 5 учебных пособиях, 38 статьях в научной периодике (15 опубликовано в журналах из рекомендованного списка ВАК).

Структура работы. Диссертационное исследование состоит из введения, четырех исследовательских глав, заключения и библиографического списка.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы диссертации; определяется выбор объекта и предмета исследования, его теоретическая и эмпирическая основа; формируются гипотеза, цели, задачи, положения, выносимые на защиту; характеризуются научная новизна исследования, его теоретическая и практическая значимость, методологическая база; рассматриваются теоретические положения, которые сформировали современный целостный научный взгляд на результаты трансформаций в исследуемых нами системах России: политической, социальной,

коммуникационной, и стали фундаментом для представленной к защите диссертационной работы.

Первая глава – **«Коммуникационная стратегия и политические технологии периода перестройки»** - посвящена изучению коммуникационных задач, которые поставила перед руководством СССР инициированная ими политика либерализации; анализу структурных элементов использованных ею политических технологий и описание ее бинарных характеристик; оценке качества коммуникационного менеджмента.

Исследуя наполнение коммуникационной стратегии власти этого периода, основное внимание мы сосредоточили на таком коммуникационном феномене как гласность. Под **гласностью в узком смысле** мы понимаем информационную политику, инициированную руководством ЦК КПСС для поддержки реформ и борьбы с оппонентами внутри политбюро. Если остановиться на такой трактовке гласности, останется непонятно, почему в короткий временной промежуток чуждая социализму идеология либерализма настолько укрепились в общественном сознании, что не только повлияла на политические ориентиры, но и включила граждан в политический процесс в качестве его акторов. Для этого нам и потребовалось рассмотреть **гласность в широком смысле** – в качестве коммуникационного фронта, системно работающего с обществом с целью изменения его политического сознания. Такой подход в интерпретации гласности объясняет, чем были вызваны провалы в информационной политике КПСС.

Рассматривая структуру коммуникационных потоков в рамках гласности, мы выделили явление, которое обозначили как **«коммуникационную бинарность»**. Его сущность заключается в двойственном характере информационного потока: документально-рациональном, который транслировали СМИ, и художественно-эмоциональном, свойственном объектам культуры. Одновременно они

оказались объединены и идеологически, и тематически. Бинаризм, как структуралистская концепция, опирается на идею, что структура бинарных оппозиций является одной из характеристик человеческого разума, и имеет тысячелетнюю историю. Ее элементы присутствовали как в религиозном мировоззрении древних, так и в философски выстроенных картинах мира. Современные исследователи используют дихотомическую (бинарную) теорию Р.Якобсона, основные положения которой мы применили, описывая механизмы «коммуникационной бинарности». Мы пришли к выводу, что этот коммуникационный феномен не предвидели сторонники М.С. Горбачева, запуская политику гласности.

Представленная в данной работе синхроническая таблица иллюстрирует количественный аспект развития коммуникационной бинарности в рамках политики гласности. Опираясь на это эмпирическое обобщение, мы провели анализ качественных изменений, которые стали результатом конвергенции документального и художественного информационных потоков. На основе полученных результатов мы можем рассматривать гласность в качестве полноценной политической технологии, ориентированной на управление процессами в условиях динамичного изменения политической системы. Как политическая технология гласность характеризуется инструментальным использованием СМИ для быстрого изменения информационной повестки дня. Это позволяет использовать массовую коммуникацию в качестве вектора развития политического процесса и инструмента подавления политических оппонентов. На наш взгляд, «коммуникационная бинарность» является ключом к пониманию коммуникационной составляющей политических технологий в современной России, и позволяет оценивать их эффективность.

Во второй главе – **«Информационная война» как коммуникационная стратегия власти «России Ельцина»** - исследуется комплекс причин, обусловивших выбор окружением президента РФ Б.Н. Ельцина агрессивных манипулятивных технологий; анализируется специфика коммуникационного

менеджмента в период стремительной трансформации системы СМИ.

Политико-идеологический итог перестройки характеризуется нами как **«ситуация чистого листа»**. Главной ее характеристикой являлось отсутствие официальной государственной идеологической доктрины. В области идеологии российская власть в первой половине 1990-х гг. действовала парадоксально: с одной стороны, она стремилась внедрить принципы либерализма, а с другой – разрушала систему ценностей, которую два столетия российские интеллектуалы выстраивали вокруг гуманизма, ставшего ко времени этих реформ и центральной идеей отечественного либерализма. Самой пострадавшей социальной группой оказалась интеллигенция, которая традиционно была опорой и питательной средой национального либерального движения.

Дискредитировав либерализм, российская власть не смогла выдвинуть новые популярные идеологемы, которые стали бы каркасом эффективной коммуникационной стратегии. Вооруженный конфликт в Москве в октябре 1993 г. показал, что сохранение президентской власти рассматривается Б.Н. Ельциным и его окружением в качестве безусловной ценности, и для удержания своего статуса новая российская элита готова на крайне агрессивные действия. **Информационная война как коммуникационная стратегия была выбрана властью для удержания своих позиций в условиях отсутствия массовой общественно-политической поддержки курса Б.Н. Ельцина, и для обеспечения перевыборов президента на второй срок в 1996 г.** Только комплекс мер: продуманная PR-кампания и ее удачное воплощение; неограниченные административные, финансовые и информационно-пропагандистские ресурсы; отсечение от них основных конкурентов – позволили Б.Н. Ельцину из безнадежного аутсайдера за 4 месяца превратиться в фаворита и победителя. Предвыборная кампания дала толчок к окончательной медиатизации политики, поскольку широкие возможности СМИ при манипулировании общественным мнением были продемонстрированы с большим размахом. С этого момента процесс

создания медиа-империй пошел стремительными темпами, и их возможности были опробованы во время предвыборной кампании в Государственную думу в 1999 г. Мы считаем, что медиатизация политики в России в середине 1990-х гг., имело для российской власти значение важного ресурса сохранения своих позиций. Создание информационного фона грядущей победы на выборах стало более значимой задачей, чем достижение этой победы в результате реальной работы с избирателями. Это заставило правящую элиту куда более внимательно относиться к проблеме управления коммуникациями и даже сделать одним из главных направлений своей внутренней политики. Управлять политическим процессом в виртуальном пространстве на порядок проще, чем в реальности. Следующим логическим шагом в этом процессе стало «прикладное моделирование политики», которое включало в себя внедрение в общественную полемику якобы актуальных тем, создание коалиций политических союзников и противников, стимулирование политических скандалов и интриг. Распространяются принципы создания художественных образов на документальную реальность. Это потребовало от СМИ активного генерирования ярких характеров, как героев, так и злодеев.

Президентские выборы 1996 г. для победившей правящей элиты показали, что общественные надежды как ресурс сохранения власти был вычерпан ею до дна. Еще в конце перестройки широкая общественная поддержка либеральным реформам строилась на очередной программе «светлого будущего», которую предложили взамен нереализованной программы строительства коммунизма. В 1996 г. в антикоммунизм как часть доктрины российского либерализма первой половины 1990-х гг. были сделаны громадные информационные инвестиции, которые сумели выстроить (по крайней мере, в медийном пространстве в виде иллюзии) очередной антикоммунистический фронт. В третий раз (с 1991 г.) во время президентской предвыборной кампании 2000 г. проделать это уже было невозможно, поэтому перед властью встала задача разработки новой

идеологической доктрины, которая бы отличалась от ее официальной идеологии первой половины 1990-х гг., но вместе с тем позволяла дистанцироваться от коммунистов.

Сегодня эту задачу можно с позиции политического маркетинга обозначить как **ребрендинг власти**: при сохранении общих параметров политического режима и власти изменить те внешние ее элементы, которые отвечают за **имидж**. Как нам представляется, с этого момента проблема позитивного имиджа для российской власти стал если не главным, то очень важным.

В третьей главе – **«Роль массовой культуры в формировании каркаса коммуникационной стратегии власти «России Путина»** - раскрывается значение транслируемых на общество по каналам СМИ типизированных образов для формирования стержня политической системы постельценской России - нового президента; описываются механизмы, которые позволили спроецировать на реального человека художественный образ героя, с которым связывались в конце 1990-х гг. надежды значительной части российского общества на реализацию программы строительства «светлого будущего».

Историко-политический и историко-культурологический обзор периода российской истории с начала 1990-х гг. вплоть до наших дней (шестого президентского срока) показывает тесную взаимосвязь политических и культурных процессов. Это можно сформулировать следующим образом: в определенный исторический момент происходит активная политизация общественного сознания. В этот период, который может охватывать несколько десятилетий, политика пропитывает все сферы человеческой деятельности, в том числе и художественной. Для того чтобы у писателя, режиссера, поэта и т.д., поначалу далекого от политики, возникло желание создать произведение, в котором отразились бы реальные политические события, он должен сам политизироваться.

Чтобы появилось художественное произведение, а не научный политологический труд: должна произойти эстетизация политики, то есть главной героиней художественного повествования должна стать сама политика. Можно сказать, что в момент создания художественного произведения о политике комплекс реальных политических идей трансформируется в художественную эмоционально-образную систему. Происходит перекодировка политического мышления в эстетическое, в ходе которой политические события, явления, факты и акторы преобразуются в условную действительность, существующую по своим особым, в том числе и жанровым, законам.

Социологические исследования второй половины 1990-х гг. показали, что героя-дельца теневого предпринимательства, вызывавшего симпатии и сочувствие читателей романов конца 1980-х гг., потеснили «чекисты», народная любовь к которым связывается с упованием на власть или властную структуру. Данные настроения чутко уловили и журналисты, и творцы объектов массовой культуры. Мы считаем, что это было стихийное проявление коммуникационной бинарности: аудитория подтолкнула авторов к созданию журналистских и художественных произведений, повествующих о героических буднях борцов с криминалитетом. В результате произошла синхронизация рационально-документального и художественно-эмоционального коммуникационных потоков. Это дает нам возможность утверждать, что общество к 2000 гг. в целом было готово видеть на высших руководящих постах России выходцев из спецслужб.

Накопление продуктивных эстетических качеств политической литературы в первой половине 1990-х гг. подкреплялось феноменом, который мы можем обозначить как **«эффект нанизывания»**. Он был характерен для политического климата предыдущего короткого, но важного по своему содержанию периода российской истории – перестройки. «Эффект нанизывания», на наш взгляд, возникает в информационном поле, и суть его заключается в том, что уже введенная в рамки общественной

дискуссии тематика актуализируется с учетом содержания новой повестки дня. Составляя самую общую картину результата политического процесса в России на рубеже XX в. и XXI в., мы отмечаем взаимосвязь тенденций, которые развивались в политике, идеологии, СМИ и художественном творчестве. На наш взгляд, внедрение в общественное сознание идей, которые стали фундаментом политического режима 2000-х гг. («России Путина»), было проведено в рамках следующей коммуникационной цепочки:

1. Тяжелые социальные последствия экономических реформ начала 1990-х гг. поставили к 1996 г. на политическую и информационную повестку дня вопрос выработки новой идеологии, которая отражала бы лозунг «Возрождения России»;
2. Причудливый сплав либеральных, авторитарных и националистических идей был представлен российскому обществу в одеждах консерватизма;
3. Центральным понятием этой доктрины оказался «сильный консервативный характер», носитель которого должен стать следующим президентом России. Можно сказать, что политический процесс в России в 90-е годы – это перманентный конфликт «сильных характеров», то есть претендентов на пост президента;
4. Политика как конфликтная среда активно описывалась и осмыслялась СМИ. Персонафикация политики (вокруг «сильных характеров») во второй половине 1990-х гг. была воспринята журналистикой с энтузиазмом, поскольку питала ее яркими сюжетами, персонажами, что, в свою очередь, создавало иллюзию влиятельности и авторитетности СМИ у субъектов политического процесса.
5. Таким образом, пресса проложила столбовую дорогу для создателей художественных произведений, которые разрабатывали свои сюжетные линии на основе транслируемых прессой сюжетов.

Быстрая замена идеологических и политических ориентиров у значительной части российского общества во второй половине 1990-х гг., заставляет нас обратить внимание на коммуникационную технологию, столь успешно решившую эту задачу. На наш взгляд, ее можно описать, применив положение о коммуникационной бинарности. Если во время перестройки положения либеральной идеологии внедрялись в советское общество в рамках управляемого коммуникационного процесса (который, впрочем, в 1990 г. вышел из-под контроля), то российская версия консерватизма распространялась во многом стихийно. На наш взгляд, только к 1999 г. стали появляться признаки управляемости, когда на всех федеральных каналах стали появиться сериалы о подвигах сотрудников правоохранительных органов. Премьера телесериала «Убойная сила» в марте 2000 года, на наш взгляд, являлась одним из элементов предвыборной президентской кампании В.В. Путина.

Это позволяет нам сделать вывод, что эффективность коммуникационной бинарности как информационной стратегии напрямую не связана с контролем над пространством СМИ и художественной коммуникации. Ее эффективность закладывается аудиторными ожиданиями, которые часто еще и не сформулированы и присутствуют в общественном сознании в качестве ощущений. Рыночные механизмы заставляют СМИ и создателей художественных произведений угадывать эти ожидания аудитории, и как только им удастся нащупать востребованный сюжет, он начинает активно разрабатываться уже в рамках конкурентной борьбы за читателя, зрителя, слушателя.

В четвертой главе – **«Обеспечение высокого рейтинга президента как коммуникационная сверхзадача власти «России Путина»** - изучается политическая и художественная коммуникации в 2000-х гг. в условиях изменения параметров коммуникационной работы власти: от безусловного доминирования в информационном поле до структуризации политических и коммуникационных рисков; выделяются политические и

информационные вызовы, которые повлияли на формирование новой коммуникационной стратегии на избирательный цикл 2016 - 2018 гг.

Одним из итогов первого президентского срока В.В. Путина стало изменение состава собственников ведущих СМИ страны, и в первую очередь телевидения. На наш взгляд, тогда была задана траектория очередной трансформации системы СМИ (этот процесс продолжается в настоящий момент), в рамках которой уместно деление на «старые» и «новые». В данном случае речь идет не о типах и каналах массовой информации, а о времени начала функционирования – до и после 2000 г. «Старые» СМИ оказались втянутыми в процесс смены собственников, в результате чего произошло изменение вектора редакционной политики в сторону поддержки государственной политики. «Новые» СМИ работают в рамках классического либерального толкования свободы слова, давая куда более широкий спектр новостей, и, как правило, критически относятся к деятельности власти. К середине 2000-х гг. медийное поле в России опять оказалось расколотым, и размежевание опять прошло по линии конкурирующих форм политического сознания: консерватизма, либерализма и социализма. В политической жизни России сложилась парадоксальная ситуация: президент В.В. Путин и партия «Единая Россия» имели широкую общественную поддержку, но одновременно проводимый политический и экономический курсы критиковались с позиции основных укоренившихся в стране идеологических доктрин.

Третий президент РФ Д.А. Медведев не снял фундаментальные проблемы политического режима в области идеологии. Несмотря на пролиберальную риторику и имидж прогрессиста Д.А. Медведев не был принят либералами, которые отказывали ему в политической самостоятельности. В свою очередь, консервативные и прокоммунистически настроенные политики заявляли, что Д.А. Медведев «показал истинное лицо режима», которое по своей сути прозападное и антисоциальное. Обмен должностями на новый «политический сезон» В.В. Путина и Д.А.

Медведева, который был озвучен на XII съезде «Единой России» 24 сентября 2011 г., вопреки прогнозам, все-таки всколыхнул гражданское общество, которое посчитало себя обманутым. На наш взгляд, именно эту дату стоит рассматривать в качестве отправной точки оформления протестного движения, символом которого стала Болотная площадь в Москве.

Подводя итоги функционирования коммуникационной бинарности в 2000-х гг., мы пришли к следующим основным выводам:

- данная технология уже к середине 2000-х гг. стремительно деградировала, так как из нее выпали элементы, формирующие художественно-эмоциональную картину политического процесса в России;

- произошел идейно-содержательный раскол коммуникационного поля, который усугубляется в условиях отсутствия внятных идейных установок у властной элиты «России Путина»;

- взятый под контроль российской властью к середине 2000-х гг. коммуникационный комплекс показал, что он в состоянии решать текущие информационно-пропагандистские задачи, но уже не в силах формировать позитивные общественные ожидания на долгосрочную перспективу, поскольку для правящей элиты настало время отчитываться о реализации программы строительства «светлого будущего», озвученной в 1999–2001 гг.

Это объясняет, почему избрание В.В. Путина на пост президента России в 2012 г. стало, в сравнении с выборами 2004 г., сложной коммуникационной задачей, которая, впрочем, была успешно решена. «Технология победы» предвыборного штаба кандидата в президенты России В.В. Путина описана нами с помощью положения о коммуникационной бинарности и метода схематического моделирования. Этот опыт показал, что данная технология может применяться для достижения конкретной политической цели в условиях дефицита времени.

Применяя положение о коммуникационной бинарности к общей тенденции развития политической коммуникации в современной России (после президентских выборов 2012 г.), сделан вывод о наличии признаков

зарождения стихийного варианта этой технологии, в рамках которой опять будут подняты вопросы конца 1990-х гг.:

- Какой должна быть национальная идея в XXI веке?
- Какой будет политическая программа «светлого будущего»?
- Какая политическая сила в состоянии ее реализовать?

Предложенные властью ответы на эти вопросы, в случае восприятия обществом, имеют потенциал стать несущей конструкцией новой коммуникационной стратегии. Российской власти стоит учитывать, что за прошедшие 15 лет трансформировалась медийная структура, которая обеспечивала успешное функционирование политических технологий в 2000-х гг. Новым коммуникационным феноменом стали блоги, которые начинают претендовать на то, чтобы в ближайшем будущем быть инструментом управления коммуникационной бинарностью, поскольку блоги заметно упрощают технологию создания и трансляции разнообразного информационного продукта, осуществлять ее конвергенцию на мультимедийной, позволяют сегментировать аудиторию по ее идеологическим, политически, информационным, эстетическим предпочтениям.

На становление политической русскоязычной блогосферы (что можно рассматривать и как первый этап ее развития) большое влияние оказал фактор конкуренции за внимание аудитории в пространстве Интернет между властью и оппозицией. Хронологическая рамка первого этапа развития русскоязычной блогосферы: 2005 г. – начало 2012 г. Он характеризуется увеличением количества блогов, что привело к качественному изменению политической коммуникации – появлению в ее рамках нового феномена. В рамках первого этапа мы выделяем следующие «точки роста» отечественной блогосферы:

2006 г. – экстенсивное развитие. Вдохновленные зарубежным опытом российские политики (прежде всего оппозиционные) регистрируют

авторские блоги и начинают системную работу на этой коммуникационной площадке. Условно этот процесс можно назвать «первой волной».

2008 г. – симметричный ответ власти. Необходимость для представителя власти вести блог активно продвигает новый президент РФ Д.Медведев. Поднимается «вторая волна» экстенсивного развития блогосферы. Пользу от этого процесса извлекла и оппозиция. Ведь произошла легимитизация блогосферы, и, соответственно, транслируемая ею информация стала рассматриваться столь же значимой, как и материалы СМИ.

2010 г. – профессионализация процесса работы с контентом блогов. Принципы эффективности блогов были довольно оперативно выделены специалистами, поэтому имитирование коммуникационной деятельности на этой площадке быстро заменила реальная работа, которую от имени формального автора блога стали вести профессиональные группы, порой достаточно многочисленные.

Изучая публикационную активность политического сегмента русскоязычной блогосферы в 2000-х гг. мы обратили внимание на технологию внедрения транслируемых в блогах фактов, идей, мнений и т.д. в пространство СМИ, которую можно описать с помощью так называемого «эффекта просачивания». Его автор - американский социолог Ч.Кадушин - заметил, что идеи, обоснованные интеллектуалами в таком типе периодики как «журналы мнений» (издаваемыми «мозговыми центрами» - фондами, ассоциациями, институтами и т.д. для элит), можно через определенное время обнаружить в публичных СМИ. Проведя исследование, Ч.Кадушин обнаружил, что до 40% аудитории «журналов мнений» составляют редактора, члены редколлегий, ведущие журналисты самых разных, в том числе и весьма влиятельных, СМИ. Похожий эффект мы наблюдаем сегодня в российских реалиях, но функцию «журналов мнений» выполняют блоги, что подтверждается исследованием Института развития прессы в 2009 г.

Изучая современное состояние политической коммуникации в РФ, мы сделали вывод, что перед правящей политической элитой стоит задача выработки новой коммуникационной стратегии – программы «светлого будущего», которую бы восприняло общество. Сформулированная в начале 2000-х годов на тот момент российской новой властью стратегия к концу десятилетия себя исчерпала. Предложенная программа стремительного роста социально-экономических показателей («удвоение ВВП» - 2003 г., «приоритетные национальные проекты» - 2005 г., «план Путина» - 2007 г.) по ряду причин не смогла стать локомотивом новой коммуникационной стратегии, и сегодня эта тема если и возникает в медийном пространстве, то, чаще всего, как дискуссионная проблематика.

Таким образом, очень важная часть национального информационного пространства – программа «светлого будущего», сегодня не заполнена. Интенсивность процесса ее формулирования, как со стороны власти, так и со стороны разных групп оппозиции, уже можно отслеживать в блогосфере. Высокий градус полемики в рамках этой темы показывает, насколько высока сегодня конкуренция между противостоящими друг другу политически и идеологически группами. Здесь стоит отметить, что именно через блоги прослеживается отсутствие единого мнения на стратегию развития даже в системе «мозговых центров» власти.

В 2014 г. русскоязычная блогосфера окончательно вошла в правовое поле РФ после внесения поправок к закону «Об информации», которые вступили в силу 1 августа 2014 г. Данные поправки фактически приравнивают блоги, которые имеют более трех тысяч читателей в сутки, к СМИ, и обязывают их регистрироваться в специальном реестре Роскомнадзора. Развитие ситуации вокруг русскоязычной блогосферы, сделала актуальной проблему - определить ее место в медиаландшафте современной России, и дать ей общую характеристику как вида СМИ. Если мы исходим из того, что интерес у аудитории вызывает, прежде всего, уникальный информационный продукт, то блогер способен: создавать

мнение, суждение, проводить экспертизу новостей и аналитики. В системе традиционных СМИ эти задачи характерны для немассовых журналов по интересам. Поэтому мы предполагаем, что для интернет-аудитории блоги ориентированы, преимущественно, на задачи этого типа периодики: генерировать для заинтересованной аудитории дополнительный аналитический продукт. Исходя из сложившейся традиции «разделения труда» в системе СМИ, мы предполагаем, что в условиях цифровой эволюции информационного производства, блоги заняли нишу, в которой до недавнего времени присутствовали исключительно немассовые журналы по интересам.

На основании проведенной работы, мы можем дать следующую характеристику блогосфере как виду СМИ:

- На настоящий момент ядро аудитории блогов составляют порядка 2,5 мил. человек, то есть около 2% от всей аудитории СМИ. Количественно аудитория блогов приближается (или уже сопоставима) с аудиториями немассовых журналов;

- Блоги используются в качестве одного из источников информации 18% процентами аудитории СМИ. Это все 12% аудитории, которые используют от 4 до 7 источников, а так же часть аудитории в 17%, которая пользуется тремя источниками;

- Блогосфера заняла нишу, в которой до недавнего времени присутствовали исключительно немассовые журналы по интересам;

- Под термином «текущий номер» применительно к блогу стоит понимать не только авторский текст, но и включенные в него гиперссылки, а так же комментарии;

- Качество ядра аудитории блогосферы сопоставима с аудиторией качественной прессы: солидный социальный статус, высокая степень включенности в политические и социально-экономические процессы, склонность к рефлексии, доверие к источнику информации;

- Влиятельность блогосферы как канала СМИ выше, чем количество ее аудитории;

- Блогосфера – самый политически ангажированный вид СМИ в России;

- Общие коммуникативные характеристики сети Интернет значительно усиливают возможности блогов как вида СМИ реализовывать организаторскую функцию;

- Потенциально блогосфера является самым демассифицированным видом СМИ.

Рассматривая трансформацию системы массовой коммуникации в РФ в 2010-х гг., мы отметили, что в целом она усложняет национальную медиаполитическую систему. Как мы предполагаем, совпадение по времени следующих факторов: ухудшение экономического положения районной прессы, политическая целесообразность и изменение избирательного законодательства – сделали возможным начало третьего этапа оформления медиаполитической системы в РФ – включения в нее районных СМИ.

Рассмотрев значимые трансформации в практике массовой коммуникации РФ в первой половине 2010-х гг., мы выявили, что усложнение системы обслуживающих ее информационных каналов не подорвало доминирующего положения государственной власти в информационных процессах страны. В течение достаточно короткого времени она значительно усилила свою конкурентоспособность на новых коммуникационных площадках, возникших в рамках цифровой эволюции информационного производства, и сохранила лидирующие позиции в традиционных медиа. Доминирование в информационном поле страны закрепилось в качестве обязательного условия реализации российской властью своей коммуникационной стратегии, поэтому она готова инвестировать в контроль над информационным комплексом РФ серьезные средства, привлекая для работы сильных специалистов. В целом пока не подтвердилась оформившаяся к концу 2000-х гг. гипотеза о грядущей

политико-идеологической дифференциации российского общества по аудиторным предпочтениям к конкретному каналу массовой информации. Такие термины как: «партия Интернет», «партия телевидения» - используются как публицистические образы, а не как определение стабильных политико-идеологических организаций.

Рассматривая содержание коммуникационной стратегии российской власти в текущий период, которая должна обеспечить успешное для нее прохождение избирательного цикла 2016 – 2018 гг., мы выделяем в качестве ключевого фактора «украинский кризис». Как мы предполагаем, события в Украинской республике в 2014 г. если не полностью изменили целевые стратегические установки коммуникационного обеспечения внутренней политики, то в значительной степени их скорректировали под влиянием стремительно меняющейся политической информационной повестки исторического момента.

Протестное движение 2011 – 2012 гг. стало для российской власти сигналом, что третий президентский срок В.В. Путина пройдет в условиях политических рисков, поэтому разработанная, как мы предполагаем, в середине 2000-х гг. коммуникационная стратегия стала малоэффективной, поскольку заметная часть российского общества ориентировалась на другую политическую повестку дня. Соответственно, необходимо было провести коррекцию идеологического сегмента коммуникационной стратегии. Как мы уже подчеркивали выше, в обновленном варианте она должна была начать проявлять себя не позже 2015 г., чтобы взять под управление структурно сложное информационное поле в РФ, и обеспечить для власти ее политическое и коммуникационное доминирование в рамках избирательных кампаний 2016 г. и 2018 г. «Украинский кризис» сыграл ключевую роль в корректировании идеологической начинки коммуникационной стратегии российской власти. Мы даже склонны предполагать, что он значительно упростил задачу, поскольку создал не только мощнейший информационный повод, но и затронул фундаментальные основы мироощущения граждан РФ

как народа, то есть - исторической общности. Это позволило специалистам в области массовой коммуникации выделить идеологемы, на основе которых была сформулирована концепция новой коммуникационной стратегии. Перед тем, как описать идеологемы, напомним, что они всегда являются эмоционально окрашенными, поэтому легко внедряются и хорошо понимаются аудиториями. Итак, к идеологемам новой коммуникационной стратегии российской власти, которая реализуется с середины 2014 г. мы относим:

- Защита «Русского мира»;
- Страдать за правду;
- Победа за нами.

В своей совокупности выделенные идеологемы ориентированы на формирование активной позиции граждан РФ по отношению к «украинскому кризису». Вероятно, в своем замысле, выделенная идеологическая начинка должна была разделить россиян по критерию их оценки позиции российской власти по данной проблеме.

Выделенное нами сокращение жизненного цикла коммуникационной стратегии российской власти, как мы предполагаем, стало результатом объективных коммуникационных процессов в современном мире, которые разворачиваются во все более стремительном темпе. Так же увеличение срока пребывания на посту президента РФ до 6 лет будет ориентировать разработчиков стратегий на более короткие временные промежутки – два-три года, чтобы она не теряла свою актуальность. При планировании и реализации наверняка будет использоваться политико-идеологическая и тематическая преемственность, однако следует ожидать введение новых идеологем (лозунгов), которые бы не только отвечали требованиям текущего информационного момента, но и способствовали генерированию нужных эмоций. В целом же будет использоваться принцип внеидеологичности, который позволяет российской власти обладать большими вариативными

возможностями при планировании и реализации коммуникационных стратегий.

Каждая глава диссертационного исследования завершается выводами по поставленным в ней проблемам, а в **Заключении** формулируются основные выводы по результатам проведенной работы. Они доказывают выдвинутую гипотезу, основная идея которой сводится к положению о том, что коммуникационные стратегии и политические технологии в России являются эффективными при условии, если на этапе их разработки учитывается бинарность и конвергентность ее структурных элементов.

Доказано, что в период перестройки в истории страны характеризуется внедрением в массовое сознание российского общества элементов идеологии либерализма с помощью коммуникационной стратегии, которая структурно состояла из бинарных оппозиций, что позволяло воздействовать как на рациональный, так и эмоциональный уровни восприятия информации. Это привело к результатам, которые не планировали «архитекторы» реформ, так как политический и коммуникационный процессы к 1990 г. вышли из-под контроля, что привело к краху СССР и КПСС.

Использованный в данной работе метод синхронизированного тематико-временного сопоставления политического и информационных процессов оказался плодотворным при разборе коммуникационных стратегий власти 1990-х гг. На основании полученных результатов сделан вывод о том, что медиатизация и виртуализация политической жизни в этот период потребовалась российской власти для того, чтобы, окунув общество в мир искусственных страстей, минимизировать потери от объективного восприятия новой российской социально-политической реальности и, в итоге, заместить рациональное восприятие жизни эмоциональным. Российская власть использовала стратегию «внутренней информационной войны» с целью поместить российское общество в состояние перманентного эмоционального перегруза.

Доказано, что в конце 1990-х гг. в общественно-политическом информационном поле РФ произошла конвергенция рационально-документального и художественно-эмоционального коммуникационных потоков, но не как управляемый, а стихийный процесс, в рамках которого тематико-идеологический вектор задавался не политической группой, а ожиданиями массовой аудитории. Как результат, в пространстве СМИ и объектах художественной коммуникации были сформулированы основные идеологемы российской власти на 2000-е гг., которые стали каркасом новой коммуникационной стратегии, ориентированной на поддержание высокого рейтинга президента РФ В.В. Путина.

Доказано, что в 2000-х гг. коммуникационная стратегия российской власти была ориентирована на достижение формально высоких показателей своего рейтинга, которые демонстрировали результаты выборов, с использованием, в том числе, и манипулятивных технологий. В этот период происходит упрощение коммуникационной стратегии как системы, и из нее выпадают элементы, формирующие художественно-эмоциональную картину политического процесса в России. К концу 2000-х гг., на фоне отсутствия внятных идейных установок у властной элиты «России Путина», углубляется идейно-содержательный раскол информационного поля. Возвращение В.В. Путина на пост президента России в 2012 г. стало сложной коммуникационной задачей, так как выработанная в начале 2000-х гг. коммуникационная стратегия исчерпала свой ресурс.

Описанная в работе модель «технологии победы» предвыборного штаба кандидата в президенты России В.В. Путина в 2012 г. показала, что конвергенция бинарных оппозиций информационного потока как технологический прием может применяться для достижения политической цели в условиях дефицита времени. Обладая важным ресурсом – способностью задавать политическую повестку текущего момента, она в состоянии органично вводить в коммуникационный поток не только новые,

но и уже ранее созданные информационные объекты, как журналистские, так и художественные.

Изучая коммуникационные стратегии российской власти в период с 2010 г. по 2015 г. мы выделили сокращение ее жизненного цикла. Сделан вывод, что это стало результатом объективных коммуникационных процессов в современном мире, которые разворачиваются во все более стремительном темпе. Поэтому увеличение срока пребывания на посту президента РФ до 6 лет будет ориентировать разработчиков стратегий на более короткие временные промежутки – два-три года, чтобы она не теряла свою актуальность. Сделан вывод о том, что «украинский кризис» сыграл ключевую роль в корректировании идеологической начинки коммуникационной стратегии российской власти, поскольку создал не только мощнейший информационный повод, но и затронул фундаментальные основы мироощущения граждан РФ как народа, то есть - исторической общности. Это позволило специалистам в области массовой коммуникации выделить идеологемы, на основе которых была сформулирована концепция новой коммуникационной стратегии до 2018 г. В своей совокупности они ориентированы на формирование активной позиции граждан РФ по отношению к «украинскому кризису». Вероятно, в своем замысле, выделенная идеологическая начинка должна была разделить россиян по критерию их оценки позиции российской власти по данной проблеме.

Представленные в диссертации результаты дают возможность обновить теоретико-методологические подходы к изучению политических коммуникационных стратегий.

Научные публикации автора.

Основные положения диссертации и полученные научные результаты содержатся в перечисленных ниже работах, совпадающих по проблематике с темой исследования. Общее число публикаций автора по заявленной теме – 53. Из них: статьи в ведущих рецензируемых научных журналах

определенных ВАК РФ – 15; монографии – 3; учебные пособия – 5 (1 в соавторстве); статьи в научных журналах и сборниках, тезисы конференций – 30 (2 в соавторстве).

Статьи в рецензируемых научных журналах определенных ВАК РФ:

1. Ушанов П.В. «Технология победы» на выборах президента России-2012: коммуникационная сущность // Меди@льманах. 2012, №3. - С. 18-26.
2. Ушанов П.В. Специфика проявления коммуникационной бинарности в политическом пространстве современной России (1985 – 2012) // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2012, №4. - С. 30-36.
3. Ушанов П.В. Раскол национального информационного поля как продукт упрощения коммуникационной стратегии власти // В мире научных открытий. 2013, №11.5. - С. 179 – 187.
4. Ушанов П.В. «Протестное движение» как продукт идейно-содержательного раскола информационного поля в России // Меди@льманах. 2013, №6. - С. 20-27.
5. Ушанов П.В. Потенциал телевизионного сериала как элемента политической коммуникации // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2014, №3, Ч.2. - С. 194-196.
6. Ушанов П.В. Специфика генезиса русскоязычной блогосферы // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2014, №1. - С. 123-128.
7. Ушанов П.В. Фотография в рамках предвыборной кампании: проблема жанровой типологизации // Меди@льманах. 2014, №3. - С. 30 – 36.
8. Ушанов П.В. Идеологическая инверсия как политический ресурс власти «России Путина» // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2014, №9, Ч.1. - С. 185-188.

9. Ушанов П.В. Президент как главная политическая фигура страны в российском остросюжетном романе // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015, №2, Ч.1. - С. 188 -192.
10. Ушанов П.В. Русскоязычная блогосфера в национальной системе СМИ // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2015, №1. - С. 143-145.
11. Ушанов П. В. Система медийной политической коммуникации в РФ: к структуризации блогов // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015, №5, Ч.2. - С. 194 -198.
12. Ушанов П. В. Гласность как политическая технология: характеристика структурных элементов // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015, №7, Ч.2. - С. 179 -183.
13. Ушанов П. В. Политические инвестиции как фактор трансформации системы районных СМИ // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2015, №3. - С. 165-169.
14. Ушанов П. В. Характеристика третьего этапа оформления медиаполитической системы в РФ // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015, №9, Ч.1. - С. 177 -181.
15. Ушанов П. В. Русскоязычная блогосфера: поиск аудиторной ниши в национальном информационном поле // Меди@льманах. 2015, №4. - С. 30 – 36.

Монографии

16. Ушанов П.В. Гласность как политическая технология. Владивосток: Издательский дом ДВФУ, 2012. - 120 с.
17. Ушанов П.В. Коммуникационные стратегии российской власти (1985 – 2012 гг.). Современное российское общество как объект политической

коммуникации. Saarbrücken: Lambert Academic Publishing, 2012. - 416 с.

18. Ушанов П.В. «Россия Ельцина», «Россия Путина»: коммуникационные стратегии власти. Владивосток: Морской государственный университет, 2014. - 157с.;

Учебные пособия

19. Ушанов П.В. Журналистское расследование. Политико-идеологический аспект. Владивосток: ДВГУ, 2005. - 88 с.

20. Ушанов П.В. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations. М.: Флинта, 2009. - 80 с.

21. Ушанов П.В. Политико-идеологические дискуссии в России в конце XX – начале XXI вв. и трансформация системы СМИ. Владивосток: ДВГУ, 2009. - 120 с.;

22. Ушанов П.В., Ознобихина Н.А. Россия на рубеже тысячелетий. Новый разлом. Владивосток: ДВФУ, 2011. - 232 с.

23. Ушанов П.В. Реклама в телевизионной программе. М.: Флинта, 2012. 50 с.

Статьи на иностранном языке:

24. Pavel V. Ushanov Binarizm of Structural Elements of Communication Strategy as a Factor in Winning Russian Presidential Election in 2012 // World of Media-2012, М.: 2013. - P. 232 – 243.

Статьи в научных сборниках и журналах, тезисы научных конференций

25. Ушанов П. В. Традиции и методы расследования политической коррупции в журналистике России и США // Вопросы журналистики. Владивосток, ДВГУ. Вып. 5. 1998. - С. 24-25.

26. Ушанов П. В. Проблемы использования российскими СМИ жанра расследования // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Журналистика в 1999 году». М.: МГУ. 2000. Часть IV. - С. 14-15.

27. Ушанов П. В. Власть и СМИ в борьбе с политической коррупцией // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «СМИ в современном мире». СПб.: СПбГУ. 2000. - С. 104-105.

28. Ушанов П. В. Теория и методология деятельности «макрекеров» («разгребателей грязи») // Вопросы журналистики. Владивосток, ДВГУ. Вып. 6. 2000. - С. 28-30.
29. Ушанов П. В. Зависимость «разоблачительной журналистики» от активности политической борьбы в обществе // Вопросы журналистики. Вып. 7. Владивосток: ДВГУ. 2001. - С. 13 – 17.
30. Ушанов П. В. Расследование как тип журналистского произведения в либеральной журналистики России в конце XX века // Вопросы журналистики. Вып. 8. Владивосток: ДВГУ. 2002. - С. 35-37.
31. Ушанов П. В. Либеральные реформы в России в конце XX века: путь от радикализма к консерватизму // Молодой международник. Вып. 3. Владивосток: ДВГУ, 2002. С. 138-142.
32. Ушанов П. В. Эволюция темы политической коррупции в газетах «Комсомольская правда» и «Известия» в 90-х годах // Вопросы журналистики. Вып. 9. Владивосток: ДВГУ, 2002. - С. 39-47.
33. Ушанов П. В. Ежедневная пресса России и либерализм // Вопросы журналистики. Вып. 3. Владивосток: ДВГУ. 2002. - С. 30-39.
34. Ушанов П. В. Политические причины появления темы коррупции и журналистского расследования в либеральной прессе России в период «перестройки» // Гуманитарные исследования. № 6. Уссурийск: УГПИ, 2003. - С. 225-228.
35. Ушанов П. В. Либеральная пресса в «битвах» за депутатские мандаты // Вопросы журналистики. Вып. 10. Владивосток: ДВГУ. 2004. - С. 33-45.
36. Ушанов П.В. Журналистское расследование: много шума из-за чего? (Заметки по поводу одной профессиональной дискуссии) // Вопросы журналистики. Вып. 11. Владивосток: ДВГУ. 2005. - С.23 – 29.
37. Ушанов П.В. Почему пресса России три дня обсуждали «Кризис либерализма»? // Вопросы журналистики. Вып. 12. Владивосток: ДВГУ. 2006. - С. 27 – 31.
38. Ушанов П.В. Работа с источниками информации как проблема современной

- политической журналистики // Вопросы журналистики. Вып. 13. Владивосток: ДВГУ. 2007. - С. 8 – 17.
39. Ушанов П.В. Интернет как среда информационного самообеспечения // Вопросы журналистики. Вып. 11. Владивосток: ДВГУ. 2008. - С. 24 – 33.
40. Ушанов П.В., Воловик В.В. Проблемы создания и функционирования районной прессы // Вопросы журналистики. Вып. 15. Владивосток: ДВГУ. 2009. - С. 11 – 21.
41. Ушанов П.В. Основные правила работы с большими аудиториями // Вопросы журналистики. Вып. 15. Владивосток: ДВГУ. 2009. - С. 27 – 37.
42. Ушанов П.В., Воловик В.В. Перспективы медиа-холдингов в современной российской системе СМИ // Вопросы журналистики. Вып. 16. Владивосток: ДВФУ. 2010. - С. 22 – 28.
43. Ушанов П.В., Родионова Е.В. Государственный PR и культурные ценности: конфликт целевых установок СМИ // Вопросы журналистики. Вып. 16. Владивосток: ДВФУ. 2010. - С. 69 – 74.
44. Ушанов П.В. Коммуникационная бинарность как один из феноменов гласности: специфика структурных элементов // Вопросы журналистики. Вып. 17. Владивосток: ДВФУ. 2012. - С. 257 – 265.
45. Ушанов П.В. Эволюция использования фотографии в сфере PR-деятельности в рамках углубления процесса визуализации контента // Вопросы журналистики. Вып. 17. Владивосток: ДВФУ. 2012. - С. 246 – 257.
46. Ушанов П.В. Блоги как зона информационных рисков российской власти и ядро новой политической технологии // Бизнес. Общество. Власть. М.: ВШЭ. 2013, №14. - С. 8 – 14.
47. Ушанов П.В. Роль массовой культуры в формировании идейно-политического каркаса власти на рубеже 1990-х – 2000-х гг. / Культура, искусство и социально-культурная деятельность в XXI веке. / Науч. ред. Г. В. Алексеева, Г. Н. Домбраускене. Владивосток: Мор. гос. ун-т, 2013. - С. 19 – 27.

48. Ушанов П.В. Схематическое моделирование как метод изучения региональных политических технологий / Коммуникация в современном мире. Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 10-11 мая 2013 г., Воронеж, под ред. В. В. Тулупова, Ч. 1. - С. 60-62.
49. Ушанов П.В. Региональные предвыборные кампании как фактор сегментации фотографии в системе предвыборного консалтинга / Материалы международной научно-практической конференции «Журналистика в 2013 году: регионы в российском медиапространстве». М.: МГУ. 7 – 9 февраля 2014. - С. 258 -259.
50. Ушанов П.В. Характеристика первого этапа развития русскоязычной блогосферы / Коммуникация в современном мире. Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 16-17 мая 2014 г., Воронеж, под ред. В. В. Тулупова, Ч. 2. - С. 163-164.
51. Ушанов П. В. Специфика изучения коммуникативности русскоязычной блогосферы / Теоретические и прикладные аспекты современной науки: сборник научных трудов по материалам II Международной научно - практической конференции 31 августа 2014 г.: в 2 частях. Часть II / Под общ. ред. М. Г. Петровой. Белгород: ИП Петрова М. Г., 2014. - С. 114 – 116.
52. Ушанов П. В. Блоги и «журналы мнений»: общая коммуникационная специфика / Материалы международной научно-практической конференции «Журналистика в 2014 году: СМИ как фактор общественного диалога». М.: МГУ. 7 – 9 февраля 2015. - С. 253 -254.
53. Ушанов П. В. Изменение избирательного законодательства в РФ как фактор активизации политических инвестиций в районные СМИ / Коммуникация в современном мире. Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 15 - 16 мая 2015 г., Воронеж, под ред. В. В. Тулупова, Ч. 2. - С. 35-36.

Автореферат

Ушанов Павел Витальевич

Коммуникационные стратегии современной российской власти: бинарность
и конвергентность структурных элементов

В авторской редакции

Подписано в печать 2016. Формат 60x84/16

Бумага писчая. Печать офсетная. Усл. печ. л. 1,5

Тираж 120 экз. Заказ

Отпечатано на множительном участке Издательства ВГУЭС

690014, Владивосток, ул. Гоголя 41