

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
АСТРАХАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет социальных коммуникаций
Кафедра политологии и международных отношений

РЕФЕРАТ

по дисциплине: «Философия»

на тему: «Современные концепции и парадигмы коммуникационных
процессов в политических системах»

Выполнил:

аспирант 1 года обучения

кафедры политологии и международных отношений

Селиверстова Елена Геннадьевна

Проверил:

Астрахань 2022

Содержание

Введение

ГЛАВА I. ТЕОРИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ПОЛИТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

1.1. Понятие и существенные свойства политической коммуникации

1.2. Основные концепции исследования коммуникации в политической системе

ГЛАВА II. КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПОДХОД В ИССЛЕДОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ВЛАСТИ

2.1. Средства информационного обмена в политической системе

2.2. Политические коммуникации в избирательных кампаниях

Заключение

Список литературы

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность проблемы исследования: Политическую коммуникацию сегодня со всей очевидностью необходимо признать одним из важнейших аспектов легитимации власти, требующим соответствующего изучения, при этом, разумеется, избегая крайностей технологического детерминизма, поскольку, в конечном счете, именно социальные потребности предваряют и часто определяют судьбу технико-технологических инноваций.

Таким образом, изучение политической коммуникации, различных ее проявлений и последствий сталкивается с проблемами, которые не решаются в пределах общепризнанных политико-философских теорий, подходов и школ, и тем самым актуализирует задачу теоретико-методологического осмысления происходящих социально-политических изменений посредством формирования новой парадигмы изучения политики, адекватной состоянию общества и вызову времени.

Неотъемлемой составной частью политики являются массовые коммуникации. Политика в большей мере, чем другие виды общественной деятельности, нуждается в специальных средствах информационного обмена, в установлении и поддержании постоянных связей между ее субъектами. Это обусловлено самой природой политики как коллективной, сложно организованной целенаправленной деятельности, специализированной формы общения людей для реализации групповых целей и интересов, затрагивающих все общество.

Коллективный характер реализуемых в политике целей предполагает их обязательное осознание разделенными в пространстве членами коллектива (государства, нации, группы, партии и т.п.) и координацию деятельности людей и организаций. Все это обычно невозможно при непосредственном, контактном взаимодействии граждан и требует

использования специальных средств передачи информации, обеспечивающих единство воли, целостность и единую направленность действий множества людей.

Объектом данной работы является современная коммуникация и ее функционирование в политической системе

Предмет – изучение политических коммуникаций в избирательных кампаниях

Цель работы – выявить роль коммуникационных процессов в политических системах

Задачи:

1. Определить понятие теории политической коммуникации
2. Рассмотреть основные концепции исследования коммуникаций в политической системе
3. Выделить основные средства информационного обмена в политической системе

ГЛАВА I. ТЕОРИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ПОЛИТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

1.1. Понятие и сущностные свойства политической коммуникации

Политика, как и любая сфера человеческой деятельности, изначально содержит в себе коммуникационное начало, которое проявляется в конкретно-исторических формах взаимодействия, «общения» различных субъектов политики — индивидов, социальных групп и выражающих их интересы институтов по поводу установления, функционирования и изменения власти в обществе.

Политическая коммуникация - это процесс передачи политической информации, которая циркулирует между частями политической системы, между политической и общественной системами, а также это процесс обмена информацией между политическими структурами, общественными группами и индивидами.

Представители структурно-функционального подхода, рассматривающие политическую коммуникацию как одну из функций политической системы, характеризовали ее с точки зрения политической информации, ее мобильности, объема, направленности.

В коммуникативистике на сегодняшний день существует множество определений политической коммуникации. Наиболее широкое и общее определение политической коммуникации дает Р.-Ж. Шварценберг, понимая под ней процессы передачи политической информации как внутри политической системы, так и за ее пределами, то есть между политической и социальными системами. Л. Пай утверждает, что политическая коммуникация не ограничивается односторонним, прямым информационным воздействием элит на массы, а включает в себя самый разнообразный диапазон неформальных процессов передачи информации, тем самым он обращает внимание на важную роль неформальных источников передачи информации в политической коммуникации. Наконец, Л. Посикер сводит

политическую коммуникацию к вербальной коммуникации, определяя политическую коммуникацию как процесс циркуляции политических текстов внутри политической системы.

Как можно заметить, ни одно из приведенных определений не является универсальным, каждое из них делает упор лишь на одной из особенностей политической коммуникации, не фиксируя ее специфику в целом.

Для того чтобы дать такое универсальное определение, обозначим сущностные свойства политической коммуникации. Во-первых, политическая коммуникация является специализированной. Она существует внутри определенной сферы общественной жизни - политической системы общества, призвана обеспечивать ее функционирование и влиять на эту систему. Именно благодаря политической коммуникации осуществляется взаимодействие внутри политической системы, то есть между ее элементами, и вовне - между политической системой и обществом в целом. Наконец, ее содержание определяется как информационное взаимодействие «управляющих» и «управляемых». Между такими элементами политической системы, как элита, бюрократия и массы, происходит непрерывный информационный обмен, причем элиты всегда конструируют и передают «вниз» информацию, которая бы укрепляла их собственную легитимность.

По утверждению Г. Алмонда, такое управление общественным мнением в пользу правящей элиты необходимо для поддержания и усиления существующей политической системы и эффективного осуществления ею своих функций.

Во-вторых, политическая коммуникация - это массовая коммуникация. Она осуществляется с помощью средств массовой информации, включая печатные средства (пресса, книги, плакаты и т. д.), электронные средства (радио, телевидение и т. д.). Кроме того, политическая информация затрагивает интересы как отдельных общественных групп, так и всего общества в целом, что и придает ей публичный и социально значимый

характер. Наконец, политическая коммуникация направлена на массовую аудиторию, которая, с одной стороны, обладает определенной ценностной ориентацией, то есть коммуникация способна сплотить аудиторию вокруг общих ценностей и определенных политических взглядов; а, с другой стороны, массовая аудитория характеризуется социально-культурной неоднородностью, что требует изучения и учета ее ценностных предпочтений. Следует иметь в виду, что при характеристике целевой аудитории в политической коммуникации решающими становятся не столько содержательные аспекты, сколько такие формальные показатели, как степень ее избирательной активности и процентный состав от всего числа избирателей.

Итак, политическая коммуникация - это массовая коммуникация, осуществляемая в такой специфической сфере общества, как политика. Она представляет собой совокупность процессов информационного обмена, передачи политической информации, структурирующих политическую деятельность и придающих ей новое значение. Основным видом политических коммуникаций являются избирательные кампании. Коммуникативными технологиями, используемыми в политике, являются пропаганда, политическая реклама, политический РЯ и политический имиджмейкинг. Целью данного процесса является достижение определённого политического эффекта. Процесс коммуникации структурирует политическую деятельность, придавая ей новое значение.

1.2. Основные концепции исследования коммуникации в политической системе

Одним из классиков, чьи труды дали наиболее ощутимый импульс развития системного подхода и теории политической системы, является Т. Парсонс. В своих исследованиях он использовал выводы одного из первых разработчиков системного подхода Л.Берталанфи и основателя кибернетики Н. Винера.

Востребованность системного подхода Т. Парсонс связывал с необходимостью объяснения возможности сохранения упорядоченного состояния в системах, что противоречило тезису термодинамики о стремлении закрытых систем к росту энтропии (беспорядка). Решением этой проблемы стало введение понятия открытых систем, поддерживающих состояние сложного порядка благодаря отношениям обмена с внешней средой посредством входа и выхода. Парсонс является разработчиком модели «единичного акта», находящегося под влиянием «систем действия» - биологической, культурной, личностной и социальной. Эти системы действия, согласно Парсонсу, являются открытыми системами. Чтобы продолжать свое существование (поддерживать порядок), они должны удовлетворять четырем системным потребностям или функционально-необходимым условиям (пререквизитам): адаптации (приспособление к окружению), целеполагания (определение порядка достижения целей и мобилизация ресурсов системы в порядке их достижения), интеграции (поддержание единства и внутренней координации частей, пресечение отклонений) и латентности (состояние равновесия - поддержание образца). То есть, каждая система на более низком уровне представлена четырьмя подсистемами, образующимися для удовлетворения этих четырех потребностей.

В этой системной иерархии Парсонс выделяет политическую систему как подсистему целеполагания социальной системы. Последняя представляет

собой совокупность ролевых статусов и управляется нормами, определяющими, какие действия предпочтительны. (Социальная система выполняет функцию интеграции системы действия изначальной, базовой «живой системы»). Согласно его теории, политическая система включает в себя все формы принятия решений, стандартизации целей и мобилизации ресурсов на их достижение в рамках социальной системы.

Использованное Т. Парсонсом понятие открытой системы предполагает отсутствие четкой детерминированности ее границ. Такая система находится под влиянием своей окружающей среды и сама влияет на нее посредством «входа» и «выхода».

Механизм этих отношений был раскрыт крупным американским политологом 50-х - 60-х годов XX века Д. Истоном. Он рассматривал политическую систему как совокупность разнообразных, взаимосвязанных видов деятельности, которые влияют на принятие и исполнение решений. Функционирование системы он описывает как процесс взаимодействия трех ее элементов: «входа», «конверсии» и «выхода». На вход подаются различные (экономические, культурные и прочие) требования общественности или выражения солидарности и поддержки гражданами властей по различным вопросам.

Далее посредством переработки элитарными кругами этих требований в соответствии с определенными ценностями вырабатываются те или иные решения, которые передаются на «выход» системы, где они преобразуются в различные акты государственной политики (законы, указы, символы), предназначенные для ознакомления (в том числе адресного) общественного мнения или иных субъектов (других государств и т.д.) и для реализации.

Последний элемент системы «включает» механизм «обратной связи», обеспечивающий взаимодействие «выхода» и «входа» на основе учета властью влияния внешних обстоятельств (т.е. той или иной реакции общественности, степени удовлетворения ее требований и реализации постановлений). Наличие такого механизма, отражающего ценность

возвращаемой из общества во власть информации, обеспечивается самоконтроль и саморазвитие политической системы.

Последователь Д.Истона - Г. Алмонд (сторонник структурно функционального подхода) развивал несколько иной подход к рассмотрению политической системы. По его мнению, главным для нее является обеспечение легитимности принуждения, направленного на стабилизацию власти и общества. Алмонд утверждал, что политическая система состоит из взаимодействующих между собой ролей, структур (как институционализированных, так и неформальных) и подсистем и лежащей в их основе культуры.

Продолжая теорию Д.Истона, Г.Алмонд выделил детальный перечень функций политической системы. К ним относятся четыре функции «входа»: политическая социализация; привлечение граждан к участию; артикуляция их интересов; агрегирование интересов, и три функции «выхода»: разработка норм (законов); их применение; контроль за их соблюдением.

Развитием теории «входа», «конверсии» и «выхода» как главных элементов политической системы стала ее информационно-кибернетическая трактовка, разработанная К.Дойчем. К.Дойч исходил из того, что политическая система представляет собой организованную совокупность информационных связей, направленных в конечном счете на управление и целенаправленное регулирование политических объектов.

В интерпретации К.Дойча такая совокупность системных элементов показывала последовательную дифференциацию информационно-коммуникативных процессов в целях исполнения основополагающих функций государственной власти. Так, на первом этапе формируется блок данных, составляемый на основе использования разнообразных источников информирования институтов власти, сообщения которых жестко не привязаны к последующей формулировке целей государственной политики. Второй этап - переработка данных - включает в себя соотнесение полученных сообщений с доминирующими ценностями, нормами и

стереотипами государства, сложившейся ситуацией, предпочтениями правящих кругов, а также с уже имеющейся в управленческих органах «старой» информацией. Далее эта прошедшая селекцию информация становится основанием для принятия решений с целью урегулирования текущего положения системы и эти решения, в свою очередь, на заключительном этапе обеспечивают реализацию поставленных целей. Полученные результаты уже в качестве «новой» информации через механизмы обратной связи поступают на первый блок, выводя систему на следующий виток функционирования.

Современная научная мысль, синтезировав концепции как перечисленных, так и оставленных за рамками нашего внимания исследователей, характеризует политическую систему как реальный сложный механизм формирования и функционирования власти в обществе.

Основополагающими структурными компонентами политической системы при этом признаются: институциональный - раскрывающий наиболее характерные для данного общества способы артикуляции и агрегирования социальных интересов; тип формирования политических ассоциаций, партий, групп интересов; набор институтов, структур и организаций, участвующих в конкурентной борьбе за власть; особенности электоральной системы, государственного строя и т.д.; нормативный - характеризующий устоявшийся в обществе тип принятия решений, господствующие методы политического принуждения; формы государственного контроля за принятыми решениями; технологии контроля общественности за властью; особенности конституционной и судебной систем; принципы и нормы политической этики и т.д.; информационный - демонстрирующий принятый в обществе тип культурного языка; традиции, обычаи, символы, ритуалы, используемые для обеспечения политического процесса; особенности политической семантики, форм межличностного и межгруппового общения и т.д.

ГЛАВА II. КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПОДХОД В ИССЛЕДОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ВЛАСТИ

2.1. Средства информационного обмена в политической системе

Неотъемлемым компонентом информационной стадии современного общества является не только проникновение общения в социальные сферы общества и вокруг него, но и возникновение качественно новых коммуникативных структур, процессов, форм, а также возрастающая роль самого общения, особенно в политической сфере.

Политическое общение включает в себя политические и социальные атрибуты. Коммуникативный процесс активно выступает в качестве составляющих: постоянный прогресс, а также использование технических и электронных средств обмена, активное участие субъектов взаимной информации, в результате которых формируются действия с характерными чертами политического общения, представляющие собой «публичный» характер политики, проявляющийся в результате симбиоза трех компонентов: политического процесса, обмена информацией и коммуникации; субъекты и / или объекты политики активно выступают в качестве коммуникаторов и соответствующих получателей; взаимодействие в процессе борьбы за власть или ее использование; способность оказывать прямое или косвенное влияние на политическую сферу; наднациональный (глобальный) уровень общения.

В политической коммуникации выделяют также три уровня информационных потоков. Первый уровень обслуживает органы власти и управления (циркулирует в основном служебная информация). Второй уровень — образует информационную среду деятельности партий, профсоюзов, общественных движений (циркулируют программы, уставы и другая информация). Третий уровень обращается непосредственно к общественному мнению, массовому сознанию, политическому поведению.

Соответственно в политической науке выделяются три основных способа политической коммуникации, основанные на использовании различных средств: через СМИ - печатные и электронные; через организации, когда передаточным звеном служат политические партии, группы интересов и т.д.; через неформальные каналы с использованием личных связей.

Политика нуждается в специальных средствах информационного обмена для поддержания постоянной связи между ее субъектами. Это обусловлено самой природой политики как коллективной, сложно организованной целенаправленной деятельности, специализированной формы общения людей для реализации групповых целей и интересов, затрагивающих все общество. Коллективный характер реализуемых в политике целей предполагает их обязательное осознание разделенными в пространстве членами коллектива (государства, нации, партии и т.п.) и координацию деятельности людей и организаций. Все это обычно невозможно при непосредственном, контактном взаимодействии граждан и требует использования специальных средств передачи информации, обеспечивающих единство воли и направленность действий большого количества удаленных друг от друга людей.

Соответственно, поднимается вопрос об определении средств политической коммуникации, которые позволяют реализовать названные выше цели.

Обычно под средствами политической коммуникации (СПК) подразумевают определенные организации и институты, функционирующие в рамках социальной и политической систем, с помощью которых осуществляется обмен информацией. Некоторые исследователи относят к СПК также коммуникативные действия или ситуации, группы или отдельных индивидов, способствующих обмену информацией.

Р.-Ж. Шварценберг выделяет три основных способа политической коммуникации, основанные на использовании различных средств:

1. Коммуникация через средства массовой информации (СМИ) - печатные и электронные.
2. Коммуникация через организации, когда передаточным звеном служат политические партии, группы интересов и т. д.
3. Коммуникация через неформальные каналы с использованием личных связей.

Каждый из названных способов политической коммуникации имеет существенное значение для политической системы, однако между собой они не равнозначны. Рассмотрим каждый из них.

СМИ представляют собой учреждения, созданные для открытой, публичной передачи любых сведений любым лицам с помощью специального технического инструментария. К СМИ относятся пресса, массовые справочники, радио, телевидение, кино- и звукозапись, видеозапись. СМИ обладают различными возможностями и силой воздействия, которые зависят от способа их восприятия реципиентами.

Политическая коммуникация через организации предполагает, что передаточным звеном служат политические партии, государственный аппарат, различные группы интересов и т. д.

К неформальным СПК относят молву, слухи, сплетни, анекдоты, а также граффити. Эти источники влияют, прежде всего, на формирование негативной оценки деятельности политических лидеров и политических институтов. В основе мнения, обозначаемого терминами «молва», «слухи», «сплетни», как утверждает Б.Грушин, «всегда лежит большая или меньшая доза вымысла, домысла: сознательного, намеренного или неосознанного, случайного - это безразлично. Такой вымысел присутствует уже в момент зарождения слуха, так как лицо, первым сообщаящее сведение, порождающее слух, никогда не располагает всей полнотой точных, строго проверенных фактов относительно субъекта суждения».

В дальнейшем, по мере передачи сведения от одного лица к другому элементы вымысла усиливаются: сообщения дополняются новыми

подробностями, окрашиваются эмоционально - уже, как правило, людьми, не имеющими никаких истинных сведений о предмете разговора. Эта эмоциональная окраска информации является главной причиной ее привлекательности для восприятия широкой аудитории, делает ее незабываемой.

Помимо перечисленных выделяются также другие, особые средства политической коммуникации. К примеру, Ю.Хабермас и Н.Луман подчеркивали, что власть, с одной стороны, имеет социальную, коммуникативную природу, но с другой - сама есть источник и средство коммуникации. В качестве таких особых каналов политической коммуникации могут выступать денежная система, государственная символика, произведения искусства, некоторые другие явления.

В современной политической науке массовые средства политической коммуникации с одной стороны и групповые, межличностные (неформальные) с другой, - нередко противопоставляются друг другу с точки зрения их значимости для политической сферы. Массовые и «обычные» информационно-коммуникативные системы встроены в коммуникативную подсистему политической системы общества и служат сферой осуществления коммуникации.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что информационные и коммуникационные процессы в политической сфере в значительной степени представляют собой перевод, обмен и интерпретацию информации, которая несет очень определенную семантическую нагрузку, а также способна оказывать влияние (прямое или косвенный) на политических создателей.

2.2. Политические коммуникации в избирательных кампаниях

Общение в период кампании отличается от других областей политического общения, прежде всего тем, что его результаты поддаются абсолютно точному измерению.

В рамках довольно коммуникационных потоков существует набор и соотношение методологических, выразительных, технических и иных средств, определяющих нрав и форму организации обращения. Можно говорить о формах, сложившихся в телевизионном контексте, на радио; присутствующих на страницах периодических изданий, реализуемых посредством уличной коммуникации, доходящих до адресата с помощью почты и т.д. Однако грани каналов не всегда жестко определяют характер транслирующихся с их помощью обращений. В качестве параметров, изменение которых позволяет скорректировать ход проведения коммуникационной кампании в плане достижения намеченных целей, выделяются содержание сообщений, каналы коммуникации и образ коммуникатора.

Что же касается политической рекламы как одной из коммуникационных технологий развития общественных связей, то ее, по всей вероятности, следует рассматривать в качестве маркетинговой разновидности агитационно-пропагандистской деятельности.

Эта разновидность реализуется в условиях конкурентной коммуникационной среды и свободы индивидуального политического выбора граждан и представляет собой распространение сообщений о кандидате на выборную должность, избирательном объединении, избирательном блоке или ином политическом акторе, претендующем на власть, которое осуществляется от имени данного актора, как правило, на платной основе и имеет цель формировать или поддерживать интерес адресатов информационного воздействия к этому политическому актору, а

также побуждать, призывать их совершить определенные действия, чаще всего - проголосовать соответствующим образом на выборах.

Указанная цель, как правило, не решается посредством единичного рекламного обращения и обычно предполагает использование серии целенаправленных информационных воздействий, объединяемых в коммуникационную кампанию.

Традиционно политическая реклама использует различного рода полиграфическую продукцию, которая достаточно эффективна, благодаря оперативному доставлению ее избирателям, относительно недорога, по сравнению с затратами на покупку эфирного времени или газетной площади, и может распространяться несколькими способами, в частности, с помощью уличной расклейки, личной раздачи, почтовой рассылки. Одним из самых популярных и действенных типов печатной политической рекламы по праву считается политический плакат. Характерными отличительными особенностями плаката являются крупный формат, преобладание визуального ряда над вербальным, полноцветное исполнение обращения.

В настоящее время политический плакат продолжает оставаться одним из успешно применяемых типов обращения в политической рекламе. Плакаты могут быть различными по содержанию, формату, характеру подачи информации, ориентированными на различные электоральные группы. Плакатное представление лидера позволяет успешнее, по сравнению с другими вариантами, решать задачи привлечения внимания избирателей.

Так, скажем, в рамках уличного общения можно использовать листовки, буклеты, выпуски специальных газет и другие сообщения, которые можно распространять по прямой почте и распространять на встречах с избирателями. Для телевидения, как основных жанров, мы можем определенно упомянуть выступления политиков и телевизионные дебаты, рекламные ролики, видеоклипы, видеоролики.

Рекламные обращения имеет смысл различать также по типу взаимодействия с аудиторией, характеру общения, типу контакта -

непосредственного либо опосредованного. Обращения, непосредственно выходящие на аудиторию, не зависящие от фильтра СМИ, обладающие различной степенью индивидуализации общения, можно назвать контактными. К контактными формам целесообразно отнести:

- политические объявления, призывы, политические листовки, афиши, плакаты, буклеты, брошюры;

- почтовые отправления (для целей политической рекламы используются известные эпистолярные жанры - личные письма, открытки; будем, однако, учитывать, что с помощью почтовой рассылки можно доставлять избирателю практически любую печатную (в том числе сувенирную) рекламную продукцию);

- митинги и организованные встречи политиков с избирателями, индивидуальные контакты с избирателями (кампании “от двери к двери” и т.п.);

- сувенирную рекламу - наклейки, значки, календари;

- наружную рекламу - щиты, растяжки, видеоэкраны, бегущие строки, световые табло, объемные формы (воздушные шары, дирижабли и т.п.), рекламу на движущихся носителях.

Политическое общение в современном обществе функционирует с глобализацией и урбанизацией, а также с развитием политических процессов и практик, с широким использованием информационных технологий в повседневной и подлинной жизни и их возрастающей ролью. Сейчас общество находится на информационной стадии своего совершенствования. Практически во всех сферах человеческой деятельности внедряются информационно-коммуникационные технологии. Развитие политического пространства определяет важность информации и коммуникации.

В политической коммуникации преобладают вертикальные, нисходящие коммуникации. Это наиболее зримо наблюдается в процессе избирательных кампаний, таких достаточно распространенных

коммуникативных форм, как встречи политика с избирателями, телевизионные обращения, политические лозунги и т. д. Но в современном информационном обществе большое значение начинает приобретать горизонтальный уровень обмена потоками политической информации, сопряжение господствующего коммуникационного потока, инициируемого государством, с информационными потребностями и приоритетами гражданского общества, формирующимися на более широкой ценностной основе.

Развитие новых каналов передачи информации (электронной почты, телефакса, мобильных телефонов) позволяет индивидам не только общаться друг с другом, что способствует усилению межличностного взаимодействия, но и получать в зависимости от их желания или потребностей необходимую политическую информацию из какого-либо банка данных, что сильно ослабляет контроль правящей элиты за циркулирующей в обществе политической информацией.

Информационные технологии в рамках избирательных кампаний занимают центральное место, обновляя лицо общения и трансформируя социально-политические, экономические и культурные структуры общества. Это связано прежде всего со спецификой активного обмена информацией в обществе. С развитием Интернета и сетевых отношений многие исследователи отмечают, что традиционные механизмы обратной связи теряют свою эффективность.

Заключение

Политические коммуникации обладают большим потенциалом. Этот потенциал образуется благодаря раскрытию эволюции общественных коммуникационных систем на различных стадиях развития человеческой культуры.

В настоящее время начинается переход к мультимедийной коммуникационной системе. Этот переход представляет собой социально-культурную революцию, сущность которой состоит, во-первых, в переходе от индустриального способа производства к постиндустриальному, во-вторых, в переходе от книжной культуры к культуре мультимедийной (информационной). Последнее означает, что документная коммуникация на бумажных носителях отесняется на периферию, а господствующее положение в новой коммуникационной системе занимает безбумажная электронная коммуникация.

Политическую коммуникацию сегодня со всей очевидностью необходимо признать одним из важнейших аспектов легитимации власти, требующим соответствующего изучения. В основе идеальной модели политической коммуникации лежит равноправный обмен информацией, диалог между основными политическими группами общества - управляющими и управляемыми. Этот обмен, без которого невозможно общение, взаимодействие, взаимовлияние управляющих и управляемых, а, следовательно, и достижение политического согласия, не обязательно является одномоментным или последовательным, но протяженным во времени и в пространстве.

Таким образом, изучение политической коммуникации, различных ее проявлений и последствий сталкивается с проблемами, которые не решаются в пределах общепризнанных политико-философских теорий, подходов и школ, и тем самым актуализирует задачу теоретико-методологического осмысления происходящих социально-политических изменений посредством

формирования новой парадигмы изучения политики, адекватной состоянию общества и вызову времени.

Список литературы

1. Almond G.A. Comparative Political Systems //Jornal of Politics. 1956. P. 391 -409.
2. Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации: Монография. М., 2002.
3. Бакулев Г.П. Современные концепции и теории массовой коммуникации в контексте новых медиа. Автореф. дис. ... докт. филол. наук. М., 2003.
3. Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. - СПб., 2001.
4. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография. - М.: Прометей, 2004. - 328 с.
5. Лисовский С.Ф. Политическая реклама. - М., 2000.
6. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. - М.: "Ваклер", 2004. Шарков Ф.К. Основы теории коммуникации. - М.: Перспектива, 2002.
7. Позднякова, В. В. Понятие и сущность политической коммуникации / В. В. Позднякова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 35 (273). — С. 103-105.
8. Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Политические исследования. — 2002. — № 3. — С. 5–18.
9. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. СПб., 2002.