
ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ

ВЫПУСК 3(79), 2022

Научный журнал

Журнал «Вопросы политологии» включен
в Перечень рецензируемых научных изданий
ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ
по политическим наукам, в которых должны быть опубликованы
основные научные результаты на соискание ученой степени кандидата
наук, на соискание ученой степени доктора наук

Журнал включен в Перечень научных изданий
рекомендованных ВАК Республики Узбекистан
для публикации основных научных результатов диссертаций
по политическим и философским наукам

МОСКВА, 2022

ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ

Научный журнал

ISSN 2225–8922

**ЖУРНАЛ ВКЛЮЧЕН
В ПЕРЕЧЕНЬ ВАК РФ**

Председатель Редакционного Совета – ПЛАТОНОВ В.М.,

к.ю.н., заведующий кафедрой политического анализа и управления РУДН,

Председатель Московской городской Думы (1994–2014 гг.)

Редакционный Совет

АВАЗОВ
Камиль Халиевич

д.ф. (PhD) по полит. наукам, Региональный центр переподготовки и повышения квалификации работников народного образования Сурхандарьинской области (Узбекистан, г. Ташкент)

АСТАЦАТУРОВА
Майя Арташевская
БЛОХИН
Владимир Владимирович
БОЖАНОВ
Владимир Александрович
ВАНКОВСКА
Биляна

д.п.н., профессор, Пятигорский государственный университет

(Россия, г. Пятигорск)
д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)

д.и.н., профессор, Белорусский Национальный технический университет (Белоруссия, г. Минск)
профессор политологии и международных отношений факультета философии Университета Святых Кирилла и Мефодия (Македония, г. Скопье)
д.п.н., профессор, ИСПИ ФНИСЦ РАН, РГГУ (Россия, г. Москва)

ВЕЛИКАЯ
Наталья Михайловна
ГОНЧАРОВ
Пётр Константинович
ГРАЧЁВ
Михаил Николаевич
ДЭМБЭРЭЛ К.

д.с.н., профессор, Российский университет транспорта (МИИТ)

(Россия, г. Москва)
д.п.н., профессор, РГГУ (Россия, г. Москва)

доктор (PhD), Институт международных отношений АН Монголии (Монголия, г. Улан-Батор)

д.п.н., профессор, Дипломатическая академия МИД РФ (Россия, г. Москва)

д.ф.н., профессор, МПГУ (Россия, г. Москва)

ЖИЛЬЦОВ
Сергей Сергеевич
КАРАДЖЕ
Татьяна Васильевна
КАССАЕ НЫГУСИЕ
В. МИКАЭЛЬ
КОВАЛЕНКО
Валерий Иванович
КОМЛЕВА
Валентина Вячеславовна
КРИВОКАПИЧ
Борис

д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)

д.ф.н., профессор, МГУ им. М.В. Ломоносова (Россия, г. Москва)

д.с.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)

д.ю.н., Унион—Никола Тесла университет (Сербия, г. Белград)

д.п.н., профессор, главный редактор журнала (Россия, г. Москва)

д.и.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)

д.с.н., профессор, МГИМО МИД России (Россия, г. Москва)

д.и.н., профессор, МАИ (Россия, г. Москва)

МЕДВЕДЕВ
Николай Павлович
МИХАЙЛОВ
Вячеслав Александрович
НАЗАРОВА
Елена Александровна
НАЗАРОВ
Александр Данилович
НАСИМОВА
Гульнара Орденбаевна
НИСНЕВИЧ
Юлий Анатольевич
ОРЛОВ
Игорь Борисович
ПАХРУТДИНОВ
Шукритдин Ильясович

д.п.н., профессор, Казахский Национальный университет им. Аль-Фараби (Казахстан, г. Алматы)

д.п.н., профессор, НИУ «Высшая школа экономики» (Россия, г. Москва)

д.и.н., профессор, НИУ «Высшая школа экономики» (Россия, г. Москва)

д.п.н., профессор, Институт переподготовки и повышения квалификации руководителей и специалистов системы народного образования имени А. Авлони (Узбекистан, г. Ташкент)

д.и.н., д.п.н., профессор, Финансовый университет при Правительстве РФ (Россия, г. Москва)

д.п.н., профессор, РГГУ (Россия, г. Москва)

ПЛЯЙС
Яков Андреевич
ПРЯХИН
Владимир Федорович
ПУСЬКО
Виталий Станиславович
РУБАН
Лариса Семёновна

д.ф.н., профессор, ВА РВСН им. Петра Великого (Россия, г. Москва)

д.с.н., профессор, отдел исследования проблем международного сотрудничества Института социально-политических исследований ФНИСЦ РАН (Россия, г. Москва)

д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)

СЛИЗОВСКИЙ
Дмитрий Егорович
СЫЗДЫКОВА
Жибек Сапарбековна
ХОПЕРСКАЯ
Лариса Львовна
ШАРКОВ
Феликс Изосимович
ЯН ФУЛИНЬ

д.и.н., профессор, ИСАА МГУ им. М.В. Ломоносова (Россия, г. Москва)

д.п.н., профессор, Киргизско-Российский славянский университет (Киргизия, г. Бишкек)

д.с.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)

проректор Хэйлунцзянского института иностранных языков (КНР, г. Харбин)

Редакционная коллегия

Главный редактор – МЕДВЕДЕВ Н.П., д.п.н., профессор

Абрамова О.Д. (д.п.н.)

Насимова Г.О. (д.п.н.)

Кетцян Г.В. (к.п.н. – зам. гл. редактора)

Шкурина С.С. (к.п.н. – ответ. редактор)

УЧРЕЖДЕН

ООО «Издательство
«Наука сегодня»

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой
по надзору в сфере массовых
коммуникаций, связи и охраны
культурного наследия

Per. № ПИ № ФС77–46176
от 12 августа 2011 г.

Журнал издается ежемесячно

Журнал включен в базу РИНЦ
(Российский индекс
научного цитирования)

Включен в каталог
Ulrich's Periodicals Directory

Пятилетний
импакт-фактор журнала: 0,376

Адрес редакции:
115598, г. Москва, ул. Загорьевская,
д. 10, корп. 4, цокольный этаж,
помещение I, комната 7-1, офис 4
Тел.: (910) 463-53-42

Интернет-ресурс:
www.voprospolitolog.ru
E-mail: voprospolitolog@yandex.ru

Мнение авторов может
не совпадать с мнением редакции.
При перепечатке ссылка
на журнал обязательна.

Научные статьи, публикуемые
в журнале подлежат обязательному
рецензированию.

Ответственный редактор
Шкурина С.С.

Перевод
Чернышова Е.В.

Компьютерная верстка
Анциферова А.С.

Подписано в печать 25.03.2022

Формат 60×84/8. Объем 24,3.

Печать офсетная.

Тираж – 1000 экз.

(1-й завод – 500 экз.)

Заказ № 000.

Отпечатано в типографии
ООО «Белый ветер»

115054, г. Москва, ул. Щипок, 28

Тел.: (495) 651-84-56

ISSN 2225-8922 (print)

12 выпусков в год и

4 выпуска в год переводной (англ.) версии

Языки: русский, английский

<http://voprosplitolog>

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ

Включен в каталог периодических изданий Ульрих

(Ulrich's Periodicals Directory: <http://www.ulrichsweb.com>)

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ

Российской научной электронной библиотеки, Electronic Journals Library Cyberleninka

Подписной индекс издания в каталоге агентства Роспечать 70035

Цели и тематика

Журнал ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ – периодическое международное рецензируемое научное издание в области политических исследований. Журнал является международным как по составу редакционного совета и редколлегии, так и по авторам и тематике публикаций.

Научный журнал издается с 2011 года в издательстве «Наука сегодня». С 2016 года издается переводная (англ.) версия журнала. С момента своего создания, журнал ориентировался на высокие научные и этические стандарты и сегодня является одним из ведущих политологических журналов России.

Цель журнала – способствовать научному обмену и сотрудничеству между российскими и зарубежными политологами.

Журнал предназначен для публикации результатов фундаментальных и прикладных научных исследований. Тематическая направленность журнала отражается в следующих постоянных рубриках: «История и философия политики», «Политические институты, процессы и технологии», «Политическая регионалистика и этнополитика», «Политическая культура и идеологии», «Политические проблемы международных отношений и глобализации».

Формат публикаций: научные статьи, обзорные научные материалы, материалы круглых столов, научные рецензии, научные сообщения, посвященные исследовательским проблемам в сфере политики и политологии.

В своей деятельности редакционный совет и редколлегия журнала руководствуется принципами, определяемыми ВАК России для научных журналов, в том числе: наличие института рецензирования для экспертной оценки качества научных статей; информационная открытость издания; наличие и соблюдение правил и этических стандартов представления рукописей авторами.

Целевой аудиторией журнала являются российские и зарубежные специалисты-политологи, а также аспиранты и магистры, обучающиеся по направлениям политология, государственное и муниципальное управление и международные отношения.

Журнал строго придерживается международных стандартов публикационной этики, обозначенных в документе COPE (Committee on Publication Ethics) <http://publicationethics.org>

Полные сведения о журнале и его редакционной политике, требования о подготовке и публикации статей, архив (выпуски с 2011 года) и дополнительная информация размещена на сайте: <http://voprosplitolog.ru>

Электронный адрес: voprosplitolog@yandex.ru

ISSN 2225-8922 (print)

12 issues a year plus

4 issues a year of the translated (eng.) version

Languages: Russian and English

<http://voprosplitolog>

Included in the list of peer-reviewed scientific publications of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation

Included in the Ulrich's Periodicals Directory

Materials of the journal are placed on the RSCI platform of the Russian scientific electronic library – Electronic Journals Library Cyberleninka

Subscription index of the journal in the Rospechat Agency catalogue is: 70035

Objectives and themes

Academic journal “Political Science Issues” is an international peer-reviewed scientific periodical in the field of political studies. The journal has an international character because of the composition of its Editorial Board, its editors, its contributing authors and topics of its publications.

The scientific journal is published since 2011 at the “Publishing House “Science Today”. Translated (eng.) version of the journal is published since 2016. Since its inception, the journal was guided by high scientific and ethical standards and today it is one of the leading political science journals in Russia.

The purpose of the journal is to promote scientific exchange and cooperation between Russian and foreign political scientists.

The journal is intended for the publication of the results of fundamental and applied scientific research. Thematic focus of the journal is reflected in the following permanent headings: “History and philosophy of politics,” “Political institutions, processes and technologies,” “Political regionalism and ethno-politics,” “Political culture and ideologies,” “Political problems of international relations and globalization.”

Format of publications: scientific articles, reviews, scientific materials, materials of round tables, scientific reviews, scientific reports devoted to research problems in the field of politics and political science.

The Editorial Board and the editors of the journal in their activities are guided by the principles defined by VAK of Russia for scientific journals, including: presence of the institute of peer review for the expert quality assessment of scientific articles; information openness of the publications; availability and compliance with the rules and ethical standards for the submission of manuscripts by the authors.

The target audience of the journal is Russian and foreign specialists-political scientists, as well as graduate students and masters in the fields of political science, state and municipal management and international relations.

The journal strictly adheres to the international publishing standards and publication ethics identified in the COPE (Committee on Publication Ethics) document. <http://publicationethics.org>.

Full details of the journal and its editorial policy, requirements to the preparation and publication of articles, archive (issues since 2011) and additional information are available on the website: <http://voprosplitolog.ru>

E-mail address: voprosplitolog@yandex.ru

ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ ПОЛИТИКИ

- Яновский О.С.** Язык, интенции и интерпретация
в методологической программе исследований интеллектуальной
истории политической мысли Квентина Скиннера 642
- Лазебник А.Г.** Траектории политических трансформаций:
подход к изучению политической динамики..... 649

ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

- Рубан Л.С.** Кто мы и как нам не потерять себя
в современном мире? (Проблемы социокультурной
эволюции современного российского общества)..... 655

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

- Егоров К.Ю.** Теоретико-правовые и политические основы
формирования федеративного государства 664
- Меньшиков П.В., Явуз Шефика М.С.** Политическая
коммуникация в гиперреальной действительности..... 675
- Валитова А.Т.** Фейковые новости
как политико-дискурсивный феномен современной эпохи 684

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ОТРАСЛЕВЫЕ ПОЛИТИКИ

- Равочкин Н.Н.** Трансформация практик
политического управления в реалиях цифровизации (часть 1)..... 692
- Тушков А.А., Соколова Д.П.** Стартап – как новая движущая
сила социально-экономического развития Республики Корея 702

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ

- Дубровина О.В., Дубина А.Ш., Рожкова Л.В.** Реформирование
и развитие ООН в эпоху постбиполярности 709
- Карпович О.Г., Шангараев Р.Н.** Отношения США
и Европы после вывода американских войск из Афганистана..... 717
- Койбаев Б.Г., Наджарян А.Б.** Роль неправительственных организаций
в развитии гражданского общества в Республике Армения 723
- Авазов К.Х.** Социально-психологические аспекты
формирования угрозоустойчивого общества 733
- Ван Цзюньтао, Ван Минцзюнь.** Отношение
крупнейших стран мира к AUKUS..... 740
- Емельянов А.И., Зуева П.А.** Германия и США. Ретроспектива
и будущий характер двустороннего сотрудничества 747

Комаревцева Н.С., Гайфутдинов Р.И. Россия и Турция в контексте нового тюркского мира	761
Смирнов А.Н. «Коронавирусная геополитика» стран вишеградского взаимодействия.....	773
Сюн Лэпин. Языковое образование как инструмент «мягкой силы» Китая и России	786
Ковалевская Н.В., Орлов К.В. Проблема милитаризации космоса как одна из глобальных проблем человечества.....	796
Борцов Д.В. Развитие экономической дипломатии в Российской Империи.....	804
Бахадади Абдул Фарук, Касеми Мохаммад Ариф. Политическое развитие Афганистана после 2001 г.	816
Иванченко М.А. Партийно-политические системы России и Аргентины в начале XIX века	829
Мокрова Е.М. О деятельности Interstate Oil & Gas Compact Commission (Нефтегазовой комиссии штатов) США	837
Танимов Ш.М. Духовные и нравственные механизмы борьбы с миссионерствами в виртуальном мире	846
Алимов А.В. Русская национальная идея	855
Мусиева Д.М., Мануйлова Ю.В. Стратегическая конкуренция США против России и Китая на примере украинского и тайваньского вопросов	865
Чэнь Цзони. «Пояс и путь» в контексте современной китайской геостратегии.....	871
Цымбал И.А. Влияние современного международного контекста на восприятие российскими гражданами зарубежных стран	884
Чжан Чэньи. Политическое взаимодействие Индии и Китая в условиях расширения влияния Индии.....	891
Чэнь Ханьчжи. Анализ механизма формирования внешней политики России в контексте политических элит (на примере украинского вопроса: китайский взгляд)	900
Власов А.В. Оценка потенциала БРИКС на современной политической арене	909
Новикова К.А. Анализ хронологии социальных протестов в ЕС в период с 2005-2020 годы.....	916
Цой С.В. Военно-политические факторы как препятствие на пути интеграции КНДР и Республики Корея	929
Пунгчинггам Катима. Экономическое сотрудничество между Таиландом и Россией: новые возможности и вызовы.....	935

СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА

Проценко А.Л. К вопросу о классификации авторитарных режимов в современном мире.....	947
--	-----

<i>Соктеева А.Б.</i> Проблемы реализации международных антикоррупционных стандартов в Российской Федерации	954
<i>Галанина Д.С.</i> Усовершенствование технологических возможностей международного наблюдения	961
НАШИ АВТОРЫ	966
ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСЕЙ	975
РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ	977

кандидат исторических наук, доцент,
заведующий кафедрой медийной политики и связей с общественно-
стью факультета международной журналистики МГИМО МИД России,
Россия, г. Москва

ЯВУЗ ШЕФИКА МЕЛИСА САБАХАТТИНОВНА

ассистент кафедры медийной политики и связей
с общественностью МГИМО МИД России,
Россия, г. Москва

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ГИПЕРРЕАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Со второй половины XX века изучением политической коммуникации занимались специалисты разных отраслей: социологи, политологи, психологи, философы и PR-специалисты. В основе выстраивания коммуникации лежат механизмы, направленные на формирование системы идеологических ценностей и поведенческих моделей людей. В современном гиперреальном мире в условиях изменившегося восприятия общественностью информационных сообщений возникли новые факторы, которые необходимо учитывать при разработке стратегии политической коммуникации. Во внимание следует брать возросшие объемы информации, результаты цифровой революции, а также новые коммуникационные тренды, порожденные Новыми медиа.

Ключевые слова: политическая коммуникация, манипуляция, асимметричная коммуникация, информационное общество, каналы коммуникации, цифровая трансформация, информационный шум, симулякры.

Введение. Политическая коммуникация как эффективный инструмент управления общественным сознанием, и неотъемлемая часть социально-экономической сферы стала основным предметом исследований во второй половине XX века. На этот период приходится начало демократизации обществ, вызвавшее необходимость регулирования политических и социальных процессов с учетом интересов государственных структур и массовых тенденций. Социологи, психологи, «отцы основатели» PR и политологи направили все силы на изучение способов, методов и моделей выстраивания коммуникации между органами государственной власти и общественными группами в мирное и военное время. Причина столь пристального внима-

ния к коммуникационной составляющей политической системы заключалась в следующем:

- Во-первых, именно посредством коммуникации происходит реализация ключевых политических целей: получение и удержание власти. Американский социолог и политолог Карл Дойч утверждал, что потоки информации, координирующие поведение людей, являются инструментом в руках правительств, преследующих набор целей.

- Во-вторых, коммуникационные месседжи представляют собой механизм управления массовым сознанием и контроля над ним. Основатель изучения пропаганды Гарольд Лассуэл и один из крупнейших PR-специалистов Эдвард Бернейс анализировали и проверяли на практике методы манипулятивного воздействия на подсознательные чувства аудитории с целью формирования, регулирования и в дальнейшем эксплуатации идеологических ценностей людей и их поведенческих моделей.

- В-третьих, информационная пелена, создаваемая правительством, упрощает политическую картину до такого уровня, что среднестатистический человек может без особых усилий разобраться в сложной общественной действительности. Упрощение необходимо для создания иллюзии интерактивности и открытости политических систем в то время, как Уолтер Липпман верно отмечал невозможность качественного участия общественности в государственных делах, ввиду ее недостаточной компетентности [5].

В условиях современного информационного общества необходимость развития и изучения политической коммуникации совершенно очевидна. Новая стадия эволюции общества, связанная с эффектом наложения достижений в информационно-коммуникационной сфере в результате четвертой промышленной революции с воздействием пандемии коронавируса и обусловленными ею вынужденным уходом большей части человечества в цифровой онлайн формат локдаунов, привела к многократному увеличению количества как информационных сообщений, преимущественно в цифровом формате, так и каналов распространения коммуникационных месседжей. Помимо этого, важным условием, которое следует учитывать при выстраивании долгосрочной политической коммуникационной стратегии, является цифровая трансформация, затронувшая все сферы жизнедеятельности человека, и оказавшая значительное влияние на восприятие информации современными людьми.

Проблемы, которые будут рассмотрены в данной работе, вызваны тремя факторами становления информационного общества: переизбытком информации, новыми каналами коммуникации и цифровизацией политических и социальных процессов. За основу анализа взят современный российский опыт выстраивания политической коммуникации. Для дальнейшей эффективной, направленной на достижение конкретных политических целей и социально-ориентированной коммуникации потребуются не только присталь-

ное внимание к трем «движущим силам» современности, но и качественный анализ отношения общественности к этим трансформациям.

Вызовы современной гиперреальности. В попытках дать исчерпывающее определение термину «информационное общество», приходится обращаться к трудам ученых, социологов и экономистов 50-х и 70-х годов [1]. Несмотря на то, что явление описывает современную реальность, именно во второй половине прошлого века повсеместно изучались и анализировались перспективы развития общества информации и услуг. На глобальном уровне отличительные черты, возможности и вызовы информационного общества впервые были обсуждены в рамках Всемирной встречи на высшем уровне в Женеве в 2003 году. Согласно принятой Декларации, это общество, в котором «каждый мог бы создавать информацию и знания, иметь к ним доступ, пользоваться и обмениваться ими, с тем чтобы дать отдельным лицам, общинам и народам возможность в полной мере реализовать свой потенциал» [3]. «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации», подписанная в 2008 году, включает интеграцию интеллектуальных факторов в экономику, развитие социально-политической и культурной сфер жизни общества, а также «совершенствование системы государственного управления на основе использования информационных и телекоммуникационных технологий» [6]. В обоих случаях подчеркивается и выносится на первый план идея свободного производства и обмена информацией.

Эксплозия информационных сообщений является скорее недостатком, чем преимуществом для специалистов, разрабатывающих стратегии политической коммуникации. Во-первых, в условиях нескончаемого информационного шума, исходящего из разных источников, органам государственной власти становится сложнее контролировать информационное поле и прибегать к приему «Agenda-setting». В рамках данной теории политические институты через средства массовой информации получают возможность влиять на картину мира среднестатистического человека непосредственно самым выбором количества, частоты, последовательности и содержания транслируемого контента. Данный прием активно практикуется в России: политическая повестка дня формируется в рамках новостных и развлекательных программ на телеканалах Первый и Россия. Проблема заключается в ограниченном поле влияния и отсутствии комплексного поведенческого и мировоззренческого анализа молодой аудитории и используемых ей информационных платформ.

Во-вторых, даже найдя способ отстроиться от неконтролируемого потока информации, необходимо учитывать такой фактор как «infobesity epidemic». Это понятие отражает реакцию аудитории на непрерывно поступающую информацию, а именно состояние «ожирения» в результате перенасыщения информационными сообщениями разного характера. С одной стороны, у по-

требителей примитивного бессвязного контента размывается восприятие, отключается критическое мышление и пропадает способность фокусироваться на одной теме, что дает возможность специалистам в сфере политической коммуникации интегрировать в больших количествах простой контент в информационные потоки и прибегать к различным манипулятивным приемам в сети и в СМИ. С другой стороны, есть большая вероятность того, что продуманный набор политических месседжей просто растворится в информационном шуме. В-третьих, несмотря на рассеянное внимание аудитории и тяжелое восприятие сложных сообщений, в последнее время в обществе ощущается недоверие к той картине мира, которую преподносят политические источники. Причина может скрываться во всеобщей иллюзорности происходящего. Согласно концепции интеллектуального гуру постмодернизма Жана Бодрийяра, «мы живем в мире симулякров», в котором медийная картинка и эмоциональная составляющая важнее смыслового качества информации [2]. Интерактивность, создаваемая при помощи различных коммуникационных и медийных техник, открытости и регулярного снабжения информацией, на деле представляет собой инсценировку коммуникации и симуляцию желания отправителя сообщения делиться «смыслами». В психологии при панических атаках врачи советуют сконцентрироваться на дыхании, сжимать и разжимать ладони, чтобы снова вернуться к реальности. Вопрос: какое действие поможет поверить в реальность происходящего в условиях современной гиперреальности?

Эффект симуляции действительности усиливается за счет развития новых каналов коммуникации, а именно Новых медиа. Согласно классическим понятиям «polity», «pollitics» и «policy», лежащим в основе политической коммуникации, медийные средства рассматриваются как неотъемлемые элементы коммуникационной политики. Разница между понятиями заключается лишь в характеристике объема и направления влияния. Осваивание и изучение актуальных инструментов передачи сообщения является неременным условием выстраивания качественной политической коммуникации. Исходя из формулы Маршалла Маклюэна «Media is the message», медиа и есть сообщение; рамка, в которой существует эпоха; отличительная черта временного периода, которая «в одном месседже» способна передать следующим поколениям информацию об особенностях и уровнях развития современного общества и экономики. Это ключ к пониманию той формы реальности, которая сложилась на данный момент, а значит – первый советник по вопросам формулирования и транслирования политических сообщений. New media, в свою очередь, подразумевают активное участие аудитории в создании и распространении контента через цифровые устройства. Таким образом, информационные политические сообщения, транслируемые преимущественно через традиционные СМИ, должны не просто дублироваться в Новых медиа, а полностью интегрироваться в сетевую реальность.

И информационный бум, и новые каналы коммуникации напрямую связаны с цифровой трансформацией. Технологизация расширила возможности пользователей и создала условия, при которых информация и ее высшая форма – знания – становятся достоянием общественности и главным фактором производства, благодаря разветвленной системе цифровых каналов. Тем не менее, вопреки распространенному мнению о «чудодейственной силе» технологий, цифровая сеть породила неравенство в доступе к информации и ее распределении. Усиленная политика государства, направленная на достижение национальной цели «Цифровая трансформация» в рамках указа «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» подразумевает крупное вложение средств в данную отрасль [7]. Тем не менее, учитывая уже существующее неравенство в других сферах в разных регионах страны, усиленное финансирование цифровой инфраструктуры спровоцирует еще больший дисбаланс на межрегиональном уровне из-за высокого технологического барьера, который будет крайне сложно преодолеть, пользуясь лишь местными ресурсами. В дальнейшем, если правительство установит далекие от реальности КРП и проведет недостаточно качественное исследование, подтверждающее полноценный коллективный переход к «Цифровому государству», то государство лишится большого процента лояльной аудитории. В таком случае, электронная демократия, подразумевающая выработку политических решений на основе регулярного цифрового взаимодействия с большинством граждан страны, сыграет плохую шутку с представителями государственных органов и подорвет доверие к действиям властей. К тому же, важно учитывать принципиальную разницу между электронной демократией и электронным правительством, и, соответственно, устанавливать разные критерии оценивания результата, не проводя между ними параллели. Другими словами, использование государством единой базы данных и технологий аналитики Big data, а также предоставление населению оперативного доступа к услугам не равносильно прямому (благодаря цифровым технологиям) участию граждан в управлении делами государства.

Пути адаптации политической коммуникации к «новой реальности». Три столпа, на которых держалась политическая коммуникация – пропаганда, манипуляция и асимметричность, – сохранили свои позиции и в условиях информационного общества, и формате жизни в «новой обыденности». Отличие политической коммуникации сегодня от техник ее реализации в постиндустриальном обществе заключается в значительной модификации манипулятивных приемов, в замене пропагандистских практик прямого психологического воздействия на массовые аудитории более этическими, таргетируемыми по целому набору критериев оценки конкретных реальных и виртуальных целевых аудиторий PR-технологиями. Такая коммуникация в идеале должна быть основана исключительно на двусто-

ронней симметричной модели коммуникации – диалоге власти с народом/обществом/электоратом и учете при формировании и осуществлении политического курса его интересов и устремлений, настроений, предпочтений, жизненных, моральных, мировоззренческих идеалов и устремлений, как и бытовых насущных потребностей. Такая модель политической коммуникации, безусловно, желанна и стремиться к ней необходимо. Однако на обозримую перспективу во всех промышленно развитых странах современного мира имеет место и будет иметь место относительно длительное время конвергентная модель политической коммуникации, сочетающая в себе все известные модели коммуникационного взаимодействия власти и общества в многообразии их постоянно меняющейся конфигурации применения. Государственная информационная политика современного государства была, есть, и будет управленческой по своей сути функцией государственной системы власти по управлению общественным сознанием. Такое управление общественным сознанием как на общенациональном уровне, так и в контексте закрытых сообществ в социальных сетях или узко таргетированных целевых аудиторий не может не включать в себя хорошо известные специалистам политического PR техники сокрытия асимметричности коммуникации посредством нарастающей интерактивности, в основе которой остаются известные приемы т.н. корректирующей или позитивной пропаганды.

Ключевая проблема, которая вероятнее всего может создать помеху в процессе выстраивания политической коммуникации, это недостаточно высокий уровень доверия общественности к словам и к действиям властей. В таком случае, возникает ряд вопросов: готово ли общество узнать всю правду и выбрать «красную таблетку». Принять на себя ответственность за полученные знания? Разобраться в том, что является истиной в гиперреальном мире?

Согласно результатам исследования, проведенного аналитическим агентством Research Me: «Среди россиян, которые никогда не вели блоги профессионально – 80% высказали желание бросить основную работу, чтобы стать блогером» [4]. В опросе приняли участие более 5 тыс. респондентов по всей России в возрасте от 16 до 55 лет. Это свидетельствует о том, что люди сознательно готовы полностью отказаться от реальной картины мира, поскольку блогерство и социальные сети подразумевают создание некоего привлекательного образа, не лишённого миссии и смысла, с одной стороны, но очень оторванного от реальности, с другой.

Основываясь на этом, можно рассмотреть следующие варианты. Во-первых, учитывая большой интерес общественности к ведению блогов, необходимо создать комфортные условия для профессионального развития данной сферы и «взять под правительственное крыло» заинтересованных лиц, предложив взаимовыгодное сотрудничество. Блогеры – это люди, вдохновленные своим делом, имеющие определенную миссию и стремящиеся

поделиться со своей аудиторией значимой информацией, которую они так или иначе пропустили через призму личного восприятия. Транслирование сложных политических сообщений через «выращенных» блогеров будет гарантировать более лояльное и вдумчивое восприятие «препарированной» информации аудиторией спикера. Согласно концепции «двухступенчатого потока информации», коммуникация становится более доверительной, когда информация из первоисточника подвергается обработке лидером общественного мнения, а затем в упрощенной форме потребляется лояльными пользователями.

Во-вторых, несмотря на целый ряд различий между маркетинговой и политической коммуникациями, когда дело касается привлечения внимания «потребителей контента», за советами следует обращаться к коммерческому сектору. Одним из ключевых механизмов создания прочной связи с аудиторией в бизнесе сегодня считается поиск потребительского инсайта – внутренней мотивации потребителя, истинных желаний. Именно инсайт помогает сделать бренд более близким потребителю. По аналогии с этим, можно проанализировать возможность и результативность поиска «политического инсайта». В таком случае, общественность будет заинтересована в получении информации от государственных институтов, потому что она будет отвечать их внутренним потребностям.

Рассмотрим на конкретном примере. Если провести качественное исследование цифрового рынка услуг в настоящее время, то образовательные услуги будут занимать лидерские позиции. Блогеры, инфлюенсеры, профессионалы из разных сфер жизнедеятельности общества создают целые блоки образовательных программ и специализированных площадок. Таким образом, одним из трендов последних лет можно считать онлайн самообразование. Вероятнее всего, причина скрывается именно в перенасыщении информацией и отсутствии структурированности знаний, что создает у потребителей контента ощущение растерянности и низкого уровня специализации узкой направленности. Это и является потребительским инсайтом, который можно использовать при разработке блоков программы политической коммуникации. Как вариант, можно рассмотреть разработку простых и полезных видеороликов, подкастов и публикаций в формате сторителлинга, раскрывающих суть ключевых политических процессов, международных вопросов, юридических тонкостей и т.д. Главное правило – полная интеграция и соответствие тому формату подачи информации, который приоритизируют Новые медиа. Сегодня этот формат можно описать одним словом Infotainment (information + entertainment). Идея заключается в преподнесении серьезных событий в непринужденной и упрощенной форме. Симбиоз информации и развлечения может стать главным инструментом завоевания доверия и лояльности масс.

Последним, но не менее важным является непрерывное улучшение процессов посредством проведения регулярных исследований промежуточных результатов. В менеджменте данный подход носит название «Цикл Шухарта-Деминга». При условии, что правительство нацелено на завоевание внимания общественности, подобные механизмы из сферы менеджмента будут неотъемлемой частью стратегии политической коммуникации. Помимо исследования эффективности конкретных действий, следует уделить большое внимание всестороннему анализу аудитории и отдельных групп общественности, а также регулярно модифицирующихся каналов коммуникации и разрабатываемого контента. Изучение Полом Лазарсфельдом в конце 60-ых годов радио (самого популярного СМИ), радиопрограмм, структуры аудитории радио, а также предпочтений радиослушателей сказалось наилучшим образом на результатах избирательной программы Франклина Рузвельта и многих других политических деятелях. В настоящее время численность популярных каналов коммуникации увеличилась в несколько раз, а вкусы и предпочтения аудитории стали более разносторонними. Исходя из этого, следует воспользоваться всевозможными прорывными технологическими достижениями для детального анализа больших объемов данных, поскольку 50% успеха зависит от выбора правильного канала и формулирования полезного и простого сообщения.

Заключение. В заключение следует отметить, что в гиперреальном мире существует множество факторов, которые могут как обесценить, так и укрепить политическую коммуникацию. Иллюзорность политической реальности обостряется из-за увеличения информационных потоков, роста числа Новых медиа и стремительного развития цифровых технологий. При этом, классические инструменты влияния на общественное сознание укрепляются в практике политической коммуникации. Главное, быть готовыми действовать в условиях непрерывно изменяющейся действительности и отвечать потребностям целевой аудитории, с учетом непрерывного движения по пути к достижению общенациональных и политических целей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. *Алексеева И.Ю.* Информационное общество. Москва: Институт философии РАН // https://iphras.ru/page46589323.htm#_ftn11.
2. *Бодрийяр Ж.* В тени молчаливого большинства, или Конец социального. Екатеринбург, 2000.
3. Декларация принципов: Построение информационного общества – глобальная задача в новом тысячелетии. Всемирная встреча на высшем уровне по вопросам информационного общества (г. Женева, 2003 г.) // https://www.itu.int/net/wsis/outcome/booklet/declaration_Bru.html.
4. Исследование: большинство россиян хотят бросить работу и стать блогерами // ТАСС // <https://tass.ru/obschestvo/12158237>.

5. Липпман У. Общественное мнение. Москва: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.

6. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации от 7 февраля 2008 г. // Российская газета. Федеральный выпуск № 4591 от 16 февраля 2008 г.

7. Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» // <http://kremlin.ru/events/president/news/63728>.

P.V. MENSNIKOV

*Ph.D. in History, Associate Professor,
Head of the Department of Media Policy and Public
Relations of the Faculty of International Journalism,
Moscow State Institute of International Relations,
MGIMO University, Moscow, Russia*

YAVUZ SHEFIKA MELISA SABAHAATTINOVNA

*Assistant, Department of Media Policy and
Public Relations of the Faculty of International Journalism,
Moscow State Institute of International Relations,
MGIMO University, Moscow, Russia*

POLITICAL COMMUNICATION IN HYPERREAL WORLD

Since the second half of the 20th century, political communication has been studied by specialists from various fields: sociologists, political scientists, psychologists, philosophers, and PR specialists. At the core of communication lie mechanisms aimed at the forming a system of ideological values and behavioral models of society. In the modern hyperreal world, in the face of modified public perception of communication, new factors need to be taken into account when developing a political communication strategy. One should pay attention to the increase in the volume of information, results of the digital revolution, as well as new communication trends generated by New Media.

Key words: *political communication, manipulation, asymmetric communication, knowledge-value society, communication channels, digital transformation, infobesity, simulacre.*