



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**Основная образовательная программа магистратуры по направлению подготовки  
39.04.01 «Социология»  
Профиль «Социология политики и международных отношений»**

Выпускная квалификационная работа

**РОЛЬ ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ В ФОРМИРОВАНИИ  
ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ВЫБОРОВ В ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ  
СОБРАНИЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА)**

Выполнил: Евтушенко Георгий Николаевич

Научный руководитель:

доктор политических наук, профессор, Милецкий Владимир Петрович

Санкт-Петербург

2017

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

Generating Table of Contents for Word Import ...

## **ВВЕДЕНИЕ**

Согласно федеральному закону РФ от 02.10.2012г. N157-ФЗ «О внесении изменений в федеральный закон «О политических партиях» и федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан РФ»», единый день голосования назначается на второе воскресенье сентября за исключением лет на которые назначены выборы президента или Государственной думы. Для 2014 года единым днём голосования стало 14 сентября — день выборов в региональные и местные органы власти. Затем, единый день голосования состоялся 18 сентября 2016 года. Политические силы переживают изменения социально-политических особенностей российской действительности.

Единому дню голосования присуща собственная специфика проводимых избирательных кампаний, а значит, подлежат изменению и правила предвыборной агитации. Поскольку эффективность политических коммуникаций, способных формировать общественное мнение возрастает, растут и их перспективы. Определяющей здесь будет связь, возникающая между политическими силами и общественной системой в изменившихся условиях, но не одна лишь политическая борьба. Иначе говоря, мы предполагаем, что проблема роли политических коммуникаций в формировании общественного мнения должна рассматриваться в фокусе социально-политического анализа и призмы социологической науки, чем всецело с позиций работы политических технологий.

Определить термин «Общественное мнение» пытались давно. Среди предтеч определения следует рассматривать древнегреческих философов – Протагора, Сократа и Аристотеля. Для Ренессанса и Нового времени – нужными авторами станут Т. Мор, Н. Макиавелли и Ж.Ж. Руссо.

Позже, работы Г. Тарда и Г. Лебона ознаменовали собой начало теоретическому рассмотрению общественного мнения в социологии. Здесь следует упомянуть и У. Липпмана. Формулировка подобных теорий заинтересовала исследователей, как итог – за короткий срок проведены сразу несколько эмпирических исследований, из которых: проект Дж. Гэллапа, исследования А. Кроссли и Э. Роупера. Их успех, а кроме того, разработка техник

манипуляции над общественным мнением послужили фундаментом для построения более продвинутых теорий общественного мнения такими авторами как: П. Бурдьё, Ю. Хабермас и Э. Ноэль-Нойман.

Среди российских исследователей, следует отметить Б.А. Грушина, А.И. Уледова, М.К. Горшкова, Д.П. Гавру и др.

С позиций нашего исследования интересен процесс формирования общественного мнения и тех последствий к которым он может привести. Социологическое измерение роли политических взаимодействий, трансформации общественного мнения, а также связей, зарождающихся между индивидом и коммуникатором в процессе таких взаимодействий, равно как и структурные компоненты общественной системы, участвующие во взаимодействии – это представляется нам актуальным.

Мы обратимся к работам из области политической коммуникативистики, авторам: Г. Ласуэллу, П. Лазарфельду, Дж. Гербнеру, а также Д. Шоу и М. Маккобсу. Не оставим без внимания и представителей кибернетики и системной теории: Д. Истона, Г. Алмонда, Н. Винера и К. Дойча.

Для российской политической коммуникативистики важны работы М.Г. Анохина, Р.Ф. Матвеева, О.Ф Шаброва и др. отечественных исследователей.

Политические коммуникации вынуждены изучаться в условиях междисциплинарности. Согласно Р. Крейгу, она способна не только разделять дисциплины, но и становиться площадкой для взаимного обсуждения. Для этого важно устанавливать общие системы координат и формировать общий научный дискурс. Классические теории политической коммуникативистики исключают друг друга, при этом, подход Р. Крейга нельзя называть самостоятельным инструментом исследования.

Изучение процесса формирования общественного мнения станет сочетать в себе все обозначенные выше проблемы. Это и невозможность формулировки универсального определения для понятия общественного мнения, и фрагментарность классических теорий политической коммуникативистики, и, наконец, недостаточность междисциплинарного изучения политических

коммуникаций, предложенного Р. Крейгом. Такая проблематика обусловила выбор цели, задач, а также объекта и предмета настоящего исследования.

**Объектом** исследования выступают политические коммуникации как фактор формирования общественного мнения избирателей на выборах в современном обществе.

**Предметом исследования** выступают особенности воздействия политических коммуникаций на формирование общественного мнения российских избирателей на выборах в сентябре 2016 г.

**Целью** нашего исследования является изучение и выявление роли политических коммуникаций в процессе формирования общественного мнения на примере выборов в Законодательное Собрание Санкт-Петербурга в сентябре 2016 г.

Для достижения поставленной цели в исследовании разработаны методика и инструменты изучения политических коммуникаций, формирующих общественное мнение.

Реализация цели предусматривает решение следующих исследовательских **задач**:

- рассмотрение теоретико-методологические основ изучения общественного мнения и политических коммуникаций.
- разработку аналитической модели для применения её в рамках анализа исследуемых политических коммуникаций
- проведение политико-социологического анализа роли политических коммуникаций в формировании общественного мнения российских избирателей в рамках предвыборных кампаний на примере выборов в Законодательное Собрание Санкт-Петербурга в сентябре 2016 г., включая эмпирическое исследование.

В качестве **основной гипотезы** исследования сформулировано предположение о том, что результаты голосований зависят от качества и интенсивности политических коммуникаций, с помощью которых осуществляется формирование общественного мнения избирателей.

**Теоретико-методологической базой исследования** стали основные положения политической коммуникативистики (П. Лазарфельд, Дж. Гербнер, У. Липпман), а также разработки в области моделирования политических коммуникаций (Г. Ласуэлл, К.Шеннон). Наконец, определяющим для всего исследования стал междисциплинарный подход Р. Крейга.

**Эмпирическую базу** работы составили следующие материалы проведенных автором эмпирических исследований:

1. Контент-анализ агитационных материалов кандидатов;
2. Контент-анализа Интернет-ресурсов – сообществ «Вконтакте»: «ПРОСТО ВЫБОРЫ», «Наблюдатели Санкт-Петербурга»; и сетевых ресурсов: Интернет – издания «ЗАКС.ру», «Сайт Санкт-Петербургской избирательной Комиссии»; Фонтанка.ру, проект «Наблюдатели Петербурга»; Интернет-проект «Голос»,

Кроме того, были изучены материалы деятельности форума общественных наблюдателей 3 и 4 декабря 2016 г. и доклад общественной организации «Наблюдатели Петербурга», включая результаты работы с электоральной статистикой.

**При проведении исследования были использованы следующие методы эмпирической социологии:**

- 1) Неформализованное интервью;
- 2) Контент-анализ видео и печатных агитационных материалов;
- 3) Контент-анализ Интернет-ресурсов;
- 4) QCA – Качественный сравнительный анализ;
- 5) Моделирование;
- 6) Составление концептуальных таблиц;

Доклад об использовании метода Качественного сравнительного анализа для анализа политических коммуникаций в предвыборных кампаниях был предложен на Международной научной конференции «Российское социологическое сообщество: история, современность, место в мировой науке (к 100-летию Русского социологического общества имени М.М. Ковалевского)».

**Структура исследования.** ВКР состоит из введения, двух глав, заключения и приложений.

**Основные результаты проведенного исследования, выносимые на защиту,** заключаются в следующем:

1. Политические коммуникации смогли сформировать общественное мнение для выборов в Законодательное собрание Санкт-Петербурга в 2016 году. Качественный сравнительный анализ позволил установить возможную причину результативности «Партии власти». Это её «опыт взаимодействия». Фактически, агитационно-пропагандистская кампания партии «Единая Россия» шла не только непрерывно и долгие годы, но и при интенсивном использовании политических коммуникаций, с помощью которых осуществлялось формирование общественного мнения избирателей, что и подтвердили результаты выборов.

2. Статистические аномалии при подсчёте результатов волеизъявления избирателей говорят, главным образом, о некомпетентности работников избирательных комиссий. В то же время, нельзя говорить о массовых фальсификациях как решающем факторе, обеспечившим исход выборов в Государственную Думу РФ и Законодательное собрание Санкт-Петербурга.

3. Прошедшие в России осенью 2016 г. выборы показали, что стратегия и тактика Центральной Избирательной Комиссии были изменены, что нашло отражение в развитии института общественных наблюдателей. Данным обстоятельством обусловлено повышение легитимности демократических процедур и рост их популярности.

4. Электоральные политические коммуникации могут быть изучены при помощи инструментов компьютерного анализа. Мы применили технику QСАчм (Качественный сравнительный анализ для чётких множеств), при помощи ПО Tosmana.



# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИЗУЧЕНИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ И ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ

## 1.1. Существенные параметры общественного мнения

Общественное мнение — тот вид социальных явлений, научное понимание которого является трудной задачей. Для понимания общественного мнения как социального института, а также рассмотрения его роли в политическом процессе, следует обратиться к истории изучения этого явления со времен античности. В диалогах Платона встречаем следующую полемику: Протагор высказывается о «публичном мнении» как о мнении большинства, а Сократ - как о «мнении мудрых»<sup>1</sup>. Платон, как и Сократ в его диалогах, считал носителями общественного мнения лишь особую касту людей – аристократов<sup>2</sup>.

Аристотель считает, что и из мнения народа можно получить разумные точки зрения<sup>3</sup>.

Однако в своих поздних трудах он сужает круг тех, кто допускается к власти, устанавливая границу между малоимущими и теми, кто управляет государством.

Само понятие «общественное мнение» вводится Джоном Солсбери в своём труде «Политократик», в оригинале «*publica opinio*»<sup>4</sup>. Понятие общественного мнения исследуется и раскрывается философией Нового времени и эпохи Просвещения. Особенно в трудах Т. Мора, Т. Гоббса, Н. Макиавелли и Ж.-Ж. Руссо. Как пишет Т. Мор «общественное мнение выражает мнения и желания народа, которые должны быть приняты во внимание правительством»<sup>5</sup>. Н. Макиавелли в своем труде «Государь» пишет про важность общественного мнения – поскольку «Мнение большинства, за спиной которого стоит

---

<sup>1</sup> См.: Анникова В.А. Общественное мнение как фактор формирования массового политического сознания // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2007 №4. С. 53-65.

<sup>2</sup> См.: Касьянов В.В. Нечипуренко В.Н. Социология права. Ростов и/Д: Феникс, 2001. С. 403.

<sup>3</sup> См.: Аристотель. Политика М.: АСТ, 2002. С. 105.

<sup>4</sup> См.: The Statesman's Book of John of Salisbury. New York, 1963, P. 39.

<sup>5</sup> См.: Мор Т. Утопия. М.: Наука, 1978. С.98

государство»<sup>6</sup> не может быть оспорено какой-либо немногочисленной группой людей. Другой позиции придерживается Т. Гоббс, считая, что само по себе мнение, высказанное большим числом людей — ещё не есть истина. У Ж.-Ж. Руссо в труде «Общественный договор» необходимость в том, чтобы считаться с общественным мнением подкреплена тем, что благодаря этому возможно найти решения конфликтов между государством и обществом<sup>7</sup>.

Г. Гегель полагал возможным, чтобы истина содержалась в общественно мнении. При этом возникновение общественного мнения он объяснял демократической возможностью граждан к спору, возможностью выражать мнение путем дискуссии. Как и И. Кант, он различал знание в науке (Истинное знание) и в общественном мнении.

«Общественное мнение» в современном понимании впервые встречается у Г. Тарда в работе «Общественное мнение и толпа». Оно определяется как «мнение группы людей, которое основывается на отрицании или принятии подаваемой информации»<sup>8</sup>.

Затем, в 1922 У. Липпман в своей книге «Общественное мнение» разделяет термин на две сущности: «общественное мнение» и «Общественное мнение», где первая представляет собой картины, сложившиеся в умах людей, их представления о своих желаниях и окружении, тогда как вторая является представлениями, согласно которым группы людей осуществляют некоторые действия<sup>9</sup>.

В 30-ых годах под руководством Дж. Гэллапа, А. Кроссли, Э. Роупера и Х. Кэнтрила – начинают проводиться эмпирические исследовательские проекты в изучении общественного мнения. В это время термину присуще «прикладное значение совокупности индивидуальных мнений»<sup>10</sup>. Как следствие этого,

<sup>6</sup> См.: Макиавелли Н. Государь. М.: Планета, 1990. С.53.

<sup>7</sup> См.: Руссо Ж.Ж. Об общественном договоре // Трактаты. М.: Наука, 1969. С. 117.

<sup>8</sup> См.: Тард Г. Общественное мнение и толпа. М.: Изд-во «КСП+», 1999.

<sup>9</sup> См.: Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. С. 55-60.

<sup>10</sup> См.: Докторов Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США. История зарождения. Судьбы творцов. М.: Центр социального прогнозирования. 2008. – С. 557

возникают новые «манипулятивные» и «отвергающие» концепции определения понятия общественного мнения.

П. Бурдьё приходит к выводу: «общественного мнения не существует» как и П. Шампань: «это не общественное мнение, но новое социальное пространство, состоящее из продавцов опросов, политологов, политтехнологов и журналистов»<sup>11</sup>.

Определения для категории «общественное мнение» различаются. Они могут фиксировать его субъект или объект, определять его роль в решении общественных проблем, распространенность и интенсивность воздействия. С точки зрения эмпирики, общественное мнение – это «отношение, оценочные суждения или практические действия социальных общностей, в которых выражается их ответная реакция на различные факты, события или явления общественной жизни»<sup>12</sup>.

Это относится и к российской исследовательской практике. Как правило, при рассмотрении общественного мнения уделяют больше внимания его разным существенным сторонам. Так как обращение к этой категории происходило из разных сфер: философии, психологии, политологии, и, наконец, социологии – существует также и междисциплинарность. В отечественной научной школе есть следующие направления в трактовке общественного мнения:

1. Психологические определения, рассматривающие общественное мнение как явление психического состояния масс. К принадлежащим этому направлению можно причислять: Н.С. Мансурова<sup>13</sup>, Б.Д. Парыгина<sup>14</sup> и др. Недостатком данного подхода можно считать рассмотрение общественного мнения, как феномена, способного лишь воспроизводить явления действительности в общественной психологии.

2. Этические трактовки, характеризующие его как одно из проявлений морали общества. Представителями этого направления можно считать Д.А.

---

<sup>11</sup> См.: Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. М.: Sociologos, 1997. С. 77.

<sup>12</sup> Грушин Б.А. Мнения о мире и мир мнений: Проблемы методологии исследования общественного мнения. С.90.

<sup>13</sup> См.: Мансуров Н.С. Общественное мнение и его роль в жизни общества. М.:Изд-во МГУКИ, 2000.

<sup>14</sup> См.: Парыгин Б.Д. Социальная психология как наука. М.: Знание, 1965.

Потапейко<sup>15</sup> и Д.И. Чеснокова<sup>16</sup>. Однако неверно было бы предполагать, что общественное мнение находится в сфере одной лишь нравственности.

3. Реляционистские интерпретации находят общественное мнение в сформировавшемся отношении членов общества к существующим элементам социальной действительности. Поскольку действительность воспринимается индивидом опосредованно, сквозь сознание, то это отношение всегда субъективно. Б.А. Грушин понимает общественное мнение как «состояние массового сознания, заключающее в себе отношение (скрытое или явное) различных людей к событиям и фактам социальной действительности»<sup>17</sup>. А.И. Уледов также подмечает эту особенность, определяя общественное мнение как «оценочное суждение больших общностей людей по общезначимым вопросам социальной жизни, затрагивающим их общие интересы»<sup>18</sup>.

В социологическом сообществе общественное мнение принято обозначать как «специфическое проявление массового сознания, сложное духовное образование, заключающее в себе выраженное в форме определенных суждений, идей, представлений, вербальных и невербальных оценок, отношение социальных групп, отдельных общностей к актуальным событиям...»<sup>19</sup>.

Исчерпывающего определения понятия «общественное мнение», как считает большинство исследователей - нет. С развитием знаний в разных областях гуманитарных наук, понятие общественного мнения как феномена различалось вплоть до скептицизма относительно существования этого явления в тех или иных формах, поскольку субъективное мнение полагалось производным от спекуляций и различных манипуляций.

Г. Тард в труде «Общественное мнение и толпа» первым задал развитие в социологическом русле. Он выводит общественное мнение, как продукт

---

<sup>15</sup> См.: Потапейко Д.А. Правосознание как особое общественное явление. Мн.: Харвест, 1970. С. 111.

<sup>16</sup> См.: Чесноков Д.И. Исторический материализм. М.: Мысль, 1965.

<sup>17</sup> Философия: Энциклопедический словарь / Под ред. А. А. Ивина. — Москва: Гардарики, 2004. С. 205.

<sup>18</sup> Уледов А.И. Актуальные проблемы социальной психологии. М.: Мысль, 1981. С.96.

<sup>19</sup> Социологическая энциклопедия. М.: Мысль, 2003. Т. 1.

«публики» - социальной общности при капиталистической системе. В формировании феномена «Общественности», Г. Тард усматривает социальные основания общественного мнения. Сама «Общественность» - результат трансформации общественных отношений. Кроме того, Г. Тард скептически рассматривает традиционные движения «толпы». В своей работе Г. Тард исследует связь изменений общественного мнения с развитием периодической печати. По мнению автора, до развития прессы не могло быть определенного общественного мнения, а было множество стихийных и отдельных мнений, которые не образовывали единства. Таким образом Г. Тард делает вывод, что пресса способствует становлению общественного мнения, его унификации. Значимую роль автор подмечал у журналистов, которые стоят во главе общественного мнения. Общественность действует с помощью прессы, «демонстрируя себя с ее помощью, навязывая себя государственным деятелям, которые становятся ее исполнителями. Это и называют силой общественного мнения»<sup>20</sup>. Отсюда у человека и возникает потребность быть частью общества, и чем значительней общественное мнение, тем это желание сильнее и непреодолимее<sup>21</sup>.

В ходе развития теории «массового общества» Г. Лебон, для исследования общества, использовал идею господства толпы, что было вызвано урбанизацией и развитием средств массовых коммуникаций. Автор считал, что толпа самостоятельна, но человек в ней утрачивает самостоятельность, индивидуальность. Становясь частью толпы, он способен на любые, даже самые необдуманные поступки<sup>22</sup>. В своей мысли Г. Лебон достаточно точно смог предсказать влияние толп в обществах XX века, а кроме того, сформулировал специальные методы воздействия на мнение толпы.

Позднее У. Липпман устанавливает зависимость процесса восприятия человека от эмоционально окрашенных стереотипов - «предвзятых мнений». В

---

<sup>20</sup> Богомолова Н.Н. Массовая коммуникация и общение. М.: Знание, 1988. С. 172.

<sup>21</sup> См.: Clark T. Gabriel Tarde on Communication and Social Influence. Selected papers (ch. 17, «Opinion and Conservation»). Chicago, London, 1969. P. 318.

<sup>22</sup> См.: Лебон Г. Психология народов и масс. С1 16: Изд-во «Макет», 1995.

зависимости от них формируются конкретные представления и знания людей об окружающем мире, и на основе этого уже возникает общественное мнение. По У. Липпману, вначале индивид получает субъективное представление о мире, а затем обращается к самому миру. При наличии информации о событии и факте без непосредственного наблюдения в сознании человека возникают упрощенные образы, стереотипы – стандартизированные представления о мире. Знания эти поверхностны – а потому, не имеют дела с сутью, то есть не точны и могут быть вовсе ложными. Как подмечает У. Липпман, основанием для формирования объективного общественного мнения следует считать гражданские свободы, но даже они не могут гарантировать его существование, в силу сложности и комплексности социальной среды<sup>23</sup>. Таким образом, согласно концепции, У. Липпмана, во-первых, рядовые граждане обладают недостаточной информацией, а потому некомпетентны для участия в дискуссиях на политическую проблематику. Во-вторых, стереотипы в мышлении не дают в полной мере воспринимать мир политики тем, кто к нему не принадлежит. И, наконец, журналисты могут и не предоставить гражданам информации, необходимой в условиях демократии<sup>24</sup>.

Ю. Хабермас — следующий, кто дал развитие этой идеи. «Публичная сфера» – понятие введенное автором – «та область общественной жизни, где формируется общественное мнение». Основными характеристиками этой сферы Ю. Хабермас полагает: равенство доступа; осмысленность обсуждения; и, наконец, отсутствие неравенства рангов и статусов. Тем не менее, как и у всякого «франкфуртца», идиотипическая модель «публичной сферы» Ю. Хабермаса не существует, и, более того, не может существовать в действительности. По его мнению, в западной демократии, элита контролирует общественное мнение<sup>25</sup>. СМИ выступает как средство выражения своих мнений для элиты. В результате

---

<sup>23</sup> См.: Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.

<sup>24</sup> Нозль-Нойман О. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.: Мысль, 1996. С. 102.

<sup>25</sup> См.: Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия // Вестник Московского университета. Серия 7: Философия. 1993. №4. С. 43–56.

чего сами СМИ вместо того, чтобы создавать пространство для рациональных и критических дискуссий, лишь манипулируют общественным мнением<sup>26</sup>.

По Э. Ноэль-Нойман «вынуждающая беречь свое имя и всеми силами избегать изоляции, социальная природа человека распространяет на всех людей воздействие конформизма, которое называют общественным мнением»<sup>27</sup>. Э. Ноэль-Нойман вводит понятие «спираль молчания» - ситуацию, складывающуюся тогда, когда индивиды скрывают свое мнение, опасаясь изоляции. Если в обществе есть мнение, разделяемое большинством, но при этом со стороны СМИ озвучивается другая позиция, то последняя является доминирующей, так как индивиды «молчат», считая, что его мнение не разделяется большинством. «Говорящие» позицию, которую по факту разделяет меньшинство, а на деле большинство, ощущают поддержку и начинают высказывать свою позицию с большей силой. «Молчащим» еще сложнее преодолеть страх изоляции, отсюда и название - «спираль молчания».

Начало отечественному направлению изучения общественного мнения можно искать в работах В.М. Хвостова, рассматривающего вопрос субъекта общественного мнения – «государство, как и всякое человеческое общество, держится исключительно на психической связи между его членами и ни одно государство не может ослабить эту связь без риска для своего собственного существования»<sup>28</sup>. Согласно концепции В.М. Хвостова, игнорирование общественного мнения - опасно для государства. Изучение общественного мнения продолжается в марксистских трудах Г.В. Плеханова<sup>29</sup>, С. Коробейникова<sup>30</sup> и В. Кузьмичева<sup>31</sup>. Общественное мнение представляется им некоторым состоянием

---

26 См.: Там же. С. 56-63

27 См.: Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.: Мысль, 1996. С. 102.

28 См.: Хвостов В.М. Общественное мнение и политические партии. М.: Сытин, 1906. С. 10.

29 См.: Плеханов Г.В. История русской общественной мысли. М.: ЦКЖД Гудок, 1925.

30 См.: Коробейников В.С. Возрастание роли и значения общественного мнения в жизни социалистического общества. М.: Знание, 1979.

31 См.: Кузьмичев В. Организация общественного мнения. М.: ЦКЖД Гудок, 1929.

массового сознания, которое включает в себе скрытое или явное отношение к социальной действительности. Его продуктом является точка зрения на проблемы и вопросы, интересующие общество. Индивиды в обществе детерминированы общественным мнением через стандартизированные шаблоны поведения.

Согласно А.К. Уледову, общественное мнение состоит из однотипных элементов. Поэтому оно и является действительно доминирующим мнением, при этом до некоторой степени нивелируя различные проявления индивидуальности<sup>32</sup>. Возражая этому, Б.А. Грушин полагает, что общественное мнение – это настолько сложно по структуре явление, что оно не может быть сведено лишь к одному мнению. Хотя и можно говорить о доминирующем мнении, существуют и другие точки зрения. Поэтому, общественное мнение - это совокупность мнений по проблеме или вопросу среди различных социальных групп<sup>33</sup>. М.К. Горшков сформулировал динамическую концепцию общественного мнения. Отказываясь от статичного понимания, М.К. Горшков утверждал о том, что общественное мнение - не статичное, а подвижное образование, состояние которого зависит от социально-политических, экономических и пр. факторов. В подтверждение этому заметим, что определенные периоды какая-то точка зрения может разделяться меньшинством, затем она может перерасти во мнение большинства<sup>34</sup>. Д.П. Гавра видит в общественном мнении всеобщую, однородную, и ценностно-заинтересованную деятельность социальных субъектов. «Уникальный социальный институт, который способен находить своё отражение во всех сферах жизни общества»<sup>35</sup>.

В соответствии со всем вышесказанным, в нашем исследовании, общественное мнение мы будем определять в качестве состояния массового сознания, которое включает в себе отношение людей к явлениям, существующим

---

<sup>32</sup> См.: Уледов А.И. Общественное мнение советского общества. М.: Соцэкгиз, 1963.

<sup>33</sup> Грушин Б.А. Мнения о мире и мир мнений: Проблемы методологии исследования общественного мнения

<sup>34</sup> См.: Горшков М.К. Общественное мнение: история и современность. М.: Политиздат, 1988.

<sup>35</sup> См.: Гавра Д.П. Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт / Д. Гавра. СПб.: ИСЭГ РАН, 1995. С. 22-25.



в социальной действительности, а также практическую деятельность этих людей, которая так или иначе связана с этим отношением.

Тогда каким образом формируется общественное мнение в современных условиях? В контексте нашего исследования, отдельный интерес представляет концепция Дж. Цаллера, изложенная в его работе «Происхождение и природа общественного мнения»<sup>36</sup>. Целью данной работы можно считать построение модели формирования общественного мнения с точки зрения выделения основополагающих факторов и закономерностей его образования. Поскольку формирование общественного мнения – процесс комплексный, заключающий в себе специфику и отличительные черты того общества, в рамках которого этот процесс происходит, то особое внимание мы будем выделять логике построения авторской модели Дж. Цаллера, основным её элементам и связи между ними. Прежде всего, Дж. Цаллер указывает на две позиции в рассмотрении общественного мнения. С одной стороны, мы должны обращаться к «тому, как граждане узнают о вещах, которые по большей части находятся за пределами их непосредственного опыта», с другой - как эта информация превращается во мнение. Модель Дж. Цаллера способна нам в этом помочь. Пусть выводы, которые мы можем сделать из её положений приблизительны, и, по большей части, принадлежат области когнитивной психологии – сам автор отмечает, что это никак не умаляет их истинности, равно как и правдоподобия описания процесса формирования общественного мнения.

Модель Дж. Цаллера состоит из четырех обобщающих аксиом, которые затрагивают механизм получения информации, а также процесс получения общественного мнения из этой информации. Дж. Цаллер формулирует следующие аксиомы: восприятия, сопротивления, доступности и реакции. Отдельно рассмотрим каждую из них.

1. Аксиома восприятия гласит о том, что чем большим уровнем когнитивной вовлеченности будет обладать индивид, тем более

---

<sup>36</sup> См.: Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения / Пер. с англ. А. А. Петровой. Науч. ред. перевода И. Н. Тартаковская. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.

вероятным будет успешный исход политической коммуникации. Индивид будет воспринимать и понимать политические сообщения.

2. Аксиома сопротивления подразумевает склонность индивидов критически оценивать<sup>37</sup> суждения, не коррелирующие с их политическими предрасположенностями. Однако об этом положении можно говорить лишь тогда, когда они владеют информацией, способной связать новое суждение и их политические предрасположенности. Другими словами, чем сильнее внимание индивида к политическим вопросам, тем большим будет шанс критического осмысления полученного сообщения.
3. Аксиома доступности объясняет эффект забывания суждений и идей, используемых в получаемых сообщениях. Согласно ей, чем ближе во временном измерении упоминаемое событие, или информация о нём, тем более легким будет обращение к нему в сознании индивида. Так событие, к которому не обращались долгое время, часто будет оказываться недоступным. Причем идеи и суждения часто оказываются связанными – обращение к одним некоторым образом затрагивают другие, а те, в свою очередь, затрагивают все новые и новые элементы. Главный вопрос в этом механизме звучит следующим образом: в чем заключается сущность данной связи?
4. Аксиома реакции видит мнение индивидов результатом выбора из нескольких доступных в данный момент вариантов. Важно, что индивиду доступны лишь те суждения, что на данный момент находятся в его «операторе суждений» - части сознания, которая обновляет доступную им информацию.

Разумеется, такая модель достаточно проста, однако, по мнению Дж. Цаллера «сложносоставные конструкции не способны приносить пользу в рамках

---

<sup>37</sup> Дж. Цаллер говорит о «критике», как об отношении сопротивления суждению, противоречащему политическим предпочтениям индивида, однако, на наш взгляд, справедливым будет и более общее понимание критики, как анализа, оценки или суждения о некоторой информации. – *Прим. авт.*

анализа общественного мнения»<sup>38</sup>. Опираясь на эту модель можно создать собственную. Сперва следует определить составные элементы нашей модели. Механизм появления общественного мнения состоит из двух моментов: с одной стороны, процессы воздействия на общественное мнение включают в себе коммуникативные элементы, взаимодействие; с другой – данное взаимодействие будет находиться в области политической сферы. Таким образом, для построения модели, описывающей процесс формирования общественного мнения, нам, прежде всего, следует обратиться к понятию политической коммуникации, как категории, осуществляющей связь в нашей модели.

### **Основные выводы для первой части первой главы:**

В качестве вывод перечислим особо существенные моменты. Есть множество способов рассмотрения понятия общественного мнения. С точки зрения большинства исследователей, не существует одного и единого определения понятия «общественное мнение». Более того, в процессе развития знания гуманитарного, понимание общественного мнения, как феномена различалось: субъективное мнение признавалось объектом спекуляции, воздействия и различных манипуляций, что даже позволило ставить под сомнение его существование в некоторых формах.

Однако, в нашем исследовании, общественное мнение мы будем определять в качестве состояния массового сознания, которое включает в себе отношение людей к явлениям, существующим социальной действительности, а также практическую деятельность этих людей, которая так или иначе связана с этим отношением.

Наконец, интересующий нас процесс формирования общественного мнения был отражен в модели Дж. Цаллера – упрощенной модели, которая может быть дополнена положениями, находящимися в области социально-политического анализа коммуникативных процессов в сфере политики.

---

<sup>38</sup> См.: Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения / Пер. с англ. А. А. Петровой. Науч. ред. перевода И. Н. Тартаковская. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.

## **1.2. Политические коммуникации как объект социологического анализа**

Политика, согласно М.Веберу – это «стремление к участию во власти или к оказанию влияния на распределение власти, будь то между государствами, будь то внутри государства между группами людей, которые оно в себе заключает»<sup>39</sup>. В настоящее время, коммуникативная сфера властных отношений находится в области интересов социально-политической науки, наравне с политической деятельностью и политическими возможностями людей<sup>40</sup>.

Что есть коммуникация в политической сфере? Пожалуй, прежде чем ответить на этот вопрос, следует сказать, что коммуникативистика – это сфера междисциплинарного научного поиска. На интегративный характер науки о коммуникациях указывали Э. Барноу, Д. Гербнер, и У. Шрамм в «Международной энциклопедии коммуникаций», вышедшей в США в 1989 году. Ранее, в 1972 г. Р. в своем труде «Исследование социальных коммуникаций» Бадд и Б. Рубен представили всю широту теорий коммуникаций, состоящую из 24 дисциплин – от антропологии до зоологии<sup>41</sup>. Позднее, в 1982 г. С. Литлджон расширил взгляд на традиции, формирующие теорию коммуникации, добавляя различные исследовательские области, такие как социология, математика, техника и др.<sup>42</sup>.

Обозначим дисциплины, обращенные к феномену коммуникации, так социология изучает социальное взаимодействие субъектов, социальную обусловленность норм, стереотипов общения и поведения, проблемы формирования общественного мнения и др.; логика находит формы мышления, способы ведения диалога; кибернетика формулирует законы эффективного управления информацией внутри систем; лингвистика исследует вербальную коммуникацию, законы словоупотребления, нормы устной и письменной речи;

---

<sup>39</sup> Вебер М. Избранные произведения. – М. : Прогресс, 1990. – С. 646.

<sup>40</sup> См.: Грачёв М. Н. Актуальные проблемы политической науки : коллективная монография / М. Н. Грачёв, В. Ю. Юхнин. – М. : Экономическая демократия, 1996. – С. 9.

<sup>41</sup> Budd R.W., Ruben B.D. (Eds). Approaches to human communication. Rochelle Park. NJ: Nayden, 1972.

<sup>42</sup> Littlejohn S.W. An overview of contributions to human communication theory from other disciplines // Human communication theory: Comparative essays. New York, 1982.

семиотика – наука о коммуникативных системах, о знаках, используемых в общении; журналистика изучает управление каналами массовых коммуникаций; психология рассматривает психофизиологические особенности общения, факторы, способствующие, и, наоборот, затрудняющие процесс межличностной и массовой коммуникации; технические дисциплины открывают механизмы хранения, обработки и передачи информации в коммуникативном процессе; Основная сложность состоит в том, что учение о политических коммуникациях, подобно самой коммуникативистике, находится на пересечении множества наук.

Начиная с работы Г. Лассуэлла, которая была посвящена научному рассмотрению пропаганды, производившейся во время Первой мировой войны<sup>43</sup>, исследования коммуникации в области политики разделились на два направления. Первое из них связано с конструированием микроуровневых когнитивных конструкций, позволяющих рассматривать технологии в области политических коммуникаций на межиндивидуальном уровне. Такие конструкции способны раскрывать характер информационного воздействия на индивида и выявить эволюцию его политических установок, убеждений. Второе направление связано с построением макроуровневых моделей, исследующих политические коммуникации с точки зрения системности. Такие модели определяют направленность информационного влияния и процесса взаимодействия политических субъектов.

Важно, что микроуровневые теории политических коммуникаций базируются на ценностном и метафизическом представлении о политической власти, предполагающем большое число субъектов власти, которые, конкурируя, приходят к согласию. В то же время макроуровневые модели руководствуются представлением власти в качестве конфликта между стороной, обладающей монополией на власть, и другими сторонами, лишенными этой власти<sup>44</sup>.

Обратимся к теоретико-методологическим разработкам в области микроуровневых теорий политической коммуникации. Исследования

---

<sup>43</sup> Lasswell H. Propaganda Technique in the World War. – London: Kegan Paul, Trench, Trubner & Co., 1927. – 233 p.

<sup>44</sup> См.: Дьякова Е.Г. Массовая коммуникация и власть. – Екатеринбург, 2002.

политической коммуникации изначально основывались на концептах процессов массовой коммуникации, именуемых «теорией магической пули» и «теорией подкожной иглы». Эти концепции возникли, с одной стороны, во время массового распространения кинематографа, в котором виделась сила магического воздействия в сознание зрителей и подчинение их идеям и образам, с другой – на основе работ Г.Лассуэла о пропаганде.

Основы концепции исходили из предположения о совершенстве воздействия пропаганды аудиторию, при котором “волшебная пуля” информации всегда находит свою «мишень» (индивида), кроме того, она является еще и системой стимулов, подчиняющей общественный организм. Эти теории представляли интерес еще и с позиции возможностей повлиять на избирателей посредством пропагандистского воздействия через СМИ. Существуют и иные мнения, согласно которым перечисленные теории нельзя считать научными, поскольку они могут представляться лишь результатом болезненной реакции массового сознания, пораженного мыслью о безграничной власти радиовещания<sup>45</sup>.

Иным было мнение П. Лазарсфельда, Х. Годэ и Б. Берельсона, попытавшихся сформулировать механизм электоральной активности членов общества, отразив факторы, влияющие на решение граждан<sup>46</sup>. После обработки данных, полученных в рамках выборов президента в США, ученые сформулировали двухступенчатую модель коммуникации, позднее ставшую общепризнанной в изучении политических коммуникаций. Такая модель, рассматривает воздействие на индивида, осуществляющееся микрогруппами – «лидерами общественного мнения» – индивидами, пользующимися авторитетом в своих группах. Они передают информацию, полученную из СМИ, своей аудитории, истолковывая её, исходя из своих убеждений. Все те же исследования способствовали формулировке «теорий минимальных эффектов» в условиях массовых коммуникаций, согласно которым роль СМИ в предопределении

---

<sup>45</sup> См.: Chaffee S.H., Hochheimer J.L. The Beginning of Political Communication Research in the United States: Origins of the “Limited Effects” Model. // The Media Revolution in America & in Western Europe. – Norwood, 1987; Sconce J. Haunted Media: Electronci Presence from Telegraphy to Television. – Durham; London, 2000.

<sup>46</sup> См.: Lazarsfeld P.F., Berelson B., Gaudet H. The peoples’ choice: How the vote makes up his mind in a presidential campaign. – N.Y., 1948

политического поведения индивидов уступала другим факторам. Такими факторами считались членство в политической организации или группе. Сторонники подобных концепций аргументировали свои выводы утверждениями о малой эффективности обезличенных сообщений, адресованных неограниченной аудитории. Такие сообщения не могут быть связаны с потребностями каждого индивида.

Как ответ “теориям минимальных эффектов” рядом исследователей были сформулированы концепции, видящие результаты воздействия СМИ в политическом поведении аудитории. Сейчас мы говорим о концепции «когнитивного диссонанса», предложенной Л. Фестингером и «теории полезности и удовлетворения потребностей», выдвинутой Э. Кацем. Согласно Л. Фестингеру, индивиды ощущают «когнитивный диссонанс», если их собственные идеалы оказываются под ударом чужеродных ценностей и норм. Чтобы избежать диссонанса, индивид отсеивает информацию, которая не согласуется с его ценностными основаниями. Важно отметить, что, несмотря на частичное опровержение этой теории в дальнейшем исследованиями У. Уэйсса<sup>47</sup>, идею селективности внимания избирателей можно продолжать считать актуальной<sup>48</sup>.

В основе «теории полезности и удовлетворения потребностей», предложенной Э. Кацем, находится идея, что СМИ не способны играть определяющую роль для желаний аудитории, но должны соответствовать им. Поскольку члены общества отбирают информацию, не уделяя достаточного внимания тем сообщениям, которые не вызывают их интерес – полноценно воспринимаются лишь сообщения, необходимые или полезные для данного индивида<sup>49</sup>.

---

<sup>47</sup> Weiss W. Effects of the Mass Media of Communication. // The Handbook of Social Psychology. – 2nd ed. – Vol. V. / Eds: G. Lindzey, E. Aronson. – Reading, MA, 1969

<sup>48</sup> Graber D. Processing the News: How People Tame the Information Tide. – Lanham, Md., 1993.

<sup>49</sup> Katz E., Blumler J. G., Gurevitch M. Utilization of mass communication by the individual // The Uses of Mass Communications. / Eds: Blumler J. G., Katz E. – Beverly Hills, CA, 1974; Katz E., Lazarsfeld P.F. Personal Influence. – Glencoe, 1955.

В дальнейшем, идеи «теории полезности и удовлетворения потребностей» были развернуты в сборнике статей К. Розенгрена, Л. Уэннера и Ф. Палмгрена<sup>50</sup>. Исследователи сфокусировали свое внимание на анализе стратегий коммуникации, которые были использованы при проведении национальных и региональных избирательных кампаний. Целью этих стратегий являлось создание «медиа-реальности» в сознании индивида. В первую очередь, данные воззрения происходили из идей У. Липпмана, полагающего, что «Псевдоокружение» - упрощенное отражение реально существующего мира – предопределяет поведение людей в повседневности<sup>51</sup>, и, в свою очередь, может быть сформировано под влиянием информационного воздействия. Данные позиции стали основанием для построения «гипотезы культивации» Дж. Гербнера и концепции установления «повестки дня».

Дж. Гербнер разрабатывал «гипотезу культивации» как попытку объяснить механизм информационного воздействия СМИ на аудиторию. Данная концепция изучает связь просмотра передач телевизионного вещания и ценностных установок и норм телезрителей<sup>52</sup>. Согласно «гипотезе культивации» Дж. Гербнера, СМИ способны подменять реальный мир своей аудитории - символическим. В качестве примера, обратимся к проведению электоральных политических коммуникаций. С позиций «гипотезы культивации», первостепенной задачей является анализ частоты и содержания сообщений, которые так или иначе затрагивают процесс формирования символических образов кандидатов<sup>53</sup>.

Идеи концепции «установления повестки дня» были впервые предложены Д. Шоу и М. Маккомбсом<sup>54</sup>. Согласно концепции, СМИ, посредством воздействия

---

<sup>50</sup> Media Gratifications Research: Current Perspectives. / Eds.: Rosengren K.E., Wenner L.A., P. Palmgreen. – Beverly Hills, CA, 1985.

<sup>51</sup> Lippman W. Public Opinion. / With a new introduction by Michael Curtis. – New Brunswick, N.J., 1997.

<sup>52</sup> Брайант, Дж, Томпсон, С. Основы воздействия СМИ. : Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильяме", 2004. С. 120.

<sup>53</sup> Gerbner G. Mass media and human communication theory // Sociology of Mass Communications. / Ed.: McQuail D. – Harmondsworth, 1972; Gerbner G. Toward a General Model of Communication. // Audio-Visual Communication Review. – Vol. 4. – 1956.

<sup>54</sup> Shaw D.L., McCombs M.E. The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press. – St. Paul, MN, 1977



на аудиторию, воздействуют на восприятие поступающей им информации. Так, события, часто освещаемые в СМИ, будут носить характер наиболее значимых. Причем воздействие будет влиять не столько на образы кандидатов, но все больше на весь комплекс знаний аудитории, задействованный в процессе принятия электорального решения. Таким образом, сосредоточение внимания на конкретных аспектах события, СМИ формируют векторы приоритетов для аудитории. В этом случае, главной проблемой станет следующее: какова роль информационного воздействия в процессах изменения и формирования знаний и приоритетов аудитории? Ответ на этот вопрос мог бы позволить исследователям рассмотреть все дальнейшие события в контексте предшествующих сообщений<sup>55</sup>.

К числу макроуровневых теорий политической коммуникации мы можем отнести: системную – Д.Истон; структурно-функциональную – Г. Алмонд, Дж. Коулман; и институциональную – Дж. Мангейм и Р. Рич. Кибернетического подход – работы Н. Винера и К. Дойча – подарили научному сообществу представление о политической системе как о комплексе коммуникативных потоков. Основоположник кибернетической науки Н. Винер, сформулировал также некие базовые представления и закономерностях информации, применимые и к политике. К. Дойч продолжил развитие идей Н. Винера, но уже полностью сконцентрировал свое внимание на политических коммуникативных процессах.

Политическая кибернетика, в рамках которой проводил свои исследования К. Дойч делала своим объектом процесс коммуникации и координации деятельности людей, которые реализуется в согласии с кибернетическими схемами саморегулирования. Этим объектом была сама политика. Поскольку политика похожа на кибернетическую схему, которая способна функционировать лишь при существовании потоков информации внутри неё, политическое управление обеспечивается процессами производства и обмена политически-значимой информацией. К. Дойч представляет её в виде информационной модели, состоящей из следующих факторов: качество поступающей информации; механизмы системы, трансформации информации; ответы системы на импульсы

---

<sup>55</sup> См.: Iyengar Sh. Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues. – Chicago, 1991.

извне<sup>56</sup>. Наконец, политика для К. Дойча представляется совокупностью вопросов, которые связаны с управлением, функционированием системы, которые всецело зависят от качества потока политической информации. Важно отметить, что механизмы власти формируются дейтократией – информационной элитой<sup>57</sup>.

Для политической кибернетики, концепция, выдвинутая Д. Истоном<sup>58</sup>, стала первой моделью, описывающей механизм коммуникативного процесса в политической системе общества. Сущность системности как подхода в изучении политики заключается в понимании её в качестве цельного и саморегулирующегося организма, который постоянно взаимодействует с элементами внешней среды. В этой модели политическая система описывается как взаимодействие трех элементов политической системы: «входа», «конверсии» и «выхода». Существует «входная» информация двух типов – информация, содержащая требования, и информация, содержащая поддержку. Политическая элита в согласии с некоторыми сложившимися ценностями трансформирует входную информацию в политической деятельности государства, предназначенной для принятия её всеми остальными политическими акторами, а в последствии, государственная политика будет реализована именно ими. «Выход» информации содержит обратную связь, которая в данной модели становится гарантией развития системы, являющегося следствием осуществляемого самоконтроля<sup>59</sup>. До тех пор, пока решения будут соответствовать воле большинства, в обществе будут преобладать процессы, поддерживающие стабильность политической системы. Решения, не

---

<sup>56</sup> Подорова-Аникина, О.Н. Коми региональное измерение социодинамики политических коммуникаций современной России: монография / О. Н. Подорова-Аникина, В. П. Милецкий. – Ухта: УГТУ, 2013. С. 21.

<sup>57</sup> Deutsch K.W. The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control. – London, Free Press of Glencoe, 1963. – 316 p.

<sup>58</sup> Easton D. A Framework for Political Analysis. – Chicago: University of Chicago Press, 1979. P. 112.

<sup>59</sup> Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2000. С. 230.

соответствующие мнению большинства, станут причиной для «стресса» политической системы<sup>60</sup>.

Структурно-функциональный анализ видит политику в качестве целостного, сложносоставного механизма, каждый отдельно взятый элемент которого обладает назначением, и собственными функциями, предназначенными для удовлетворения потребностей этой системы. Так, для Г. Алмонда политический процесс – это совокупность структурных компонентов, необходимых для включения и приспособления членов общества к общественной системе посредством легитимного принуждения<sup>61</sup>. Первостепенной задачей для политической системы является – согласно Г. Алмонду – обеспечение легитимности этого принуждения. Позднее, совместно с Дж. Коулманом он интегрирует в системно-кибернетический анализ ряд терминов, присущих политической и правовой наукам. Благодаря этому, были выделены следующие функции, выполняющиеся на «входе» политической системы: политическая социализация, формирование и выражение интересов, политическая коммуникация, – и на «выходе»: разработка и легитимация законодательных норм, а также контроль за их исполнением<sup>62</sup>. Структурный функционализм способствовал осознанию существующих функций политической системы. Сторонники этого подхода склонны выделять в политике информационную коммуникативную подсистему, устанавливающую связи между элементами внутри неё. Такими элементами можно считать все каналы перехода информации от политической элиты и СМИ<sup>63</sup>.

Представители институционального подхода – Дж. Мангейм и Р. Рич – были склонны воспринимать политический процесс как множество событий,

---

<sup>60</sup> Грачев М.Н., Трахтенберг А.Д. Микро- и макроуровневые теории политической коммуникации // Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика. Под ред. Л.Н. Тимофеевой. М.: РАПН; РОС-СПЭН, 2012. С. 75.

<sup>61</sup> Подорова-Аникина, О.Н. Коми региональное измерение социодинамики политических коммуникаций современной России: монография / О. Н. Подорова-Аникина, В. П. Милецкий. – Ухта: УГТУ, 2013.

<sup>62</sup> Almond G., Coleman J. The Politics of The Development Areas. – Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1960. – xii, 591 p.

<sup>63</sup> Подорова-Аникина, О.Н. Коми региональное измерение социодинамики политических коммуникаций современной России: монография / О. Н. Подорова-Аникина, В. П. Милецкий. – Ухта: УГТУ, 2013. С. 22.

задающих необходимую деятельность государственных институтов. Этот процесс непосредственно связан с трансформациями властных институтов, в рамках институционального подхода – основных субъектов взаимодействия<sup>64</sup>.

Со временем, макроуровневые концепции все больше стали совмещать элементы системно-кибернетического и структурно-функционального подходов, что сделало изучение политической деятельности анализом сложноорганизованной системы, элементы которой выделяются на основании различия функциональных и сущностных характеристик, которые, в свою очередь, определяют позицию элемента в структуре системы. Подобный разрез присутствует в исследованиях политических коммуникаций М.Г. Анохина<sup>65</sup>, Р.Ф. Матвеева<sup>66</sup>, О.Ф. Шаброва<sup>67</sup> и многих других отечественных исследователей.

Обращаясь непосредственно к понятию политической коммуникации, отметим, что политические коммуникации служат системообразующим звеном современной политической сферы. Они призваны обеспечивать взаимодействие всех субъектов политики и выполнение ими своих функций. Очевидно, что коммуникации в политической сфере, имеют отличную от всех остальных видов коммуникации специфику. Поскольку коммуникация (лат. *communicatio* от *communico* – связываю, общаюсь) – это «акт общения или связь между двумя и более индивидами, основанная на взаимопонимании; передача информации от человека к человеку»<sup>68</sup> посредством речи, жестов, символов, то политические коммуникации представляют собой процессы создания, отправления, получения и

---

<sup>64</sup> Политический процесс: основные аспекты и способы анализа. Под ред. Е. Ю. Мелешкиной. М., изд-во "Весь мир", 2001. С. 5.

<sup>65</sup> Анохин М.Г. Политические системы: адаптация, динамика, устойчивость (Теоретико-прикладной анализ). – М.: Агентство "Информарт", 1996. – 305 с.

<sup>66</sup> Матвеев Р.Ф. Теоретическая и практическая политология. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 1993. – 239 с.

<sup>67</sup> Шабров О.Ф. Политическое управление: проблема стабильности и развития. – М.: Интеллект, 1997. – 200 с.

<sup>68</sup> Категории политической науки / А. Ю. Мельвиль [и др.]. – М.: Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД РФ, «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2002. – С. 35.

обработки сообщений, оказывающих существенное воздействие на властные отношения в обществе<sup>69</sup>.

Политическая коммуникация есть особый случай социальной коммуникации. Она представляется информационным влиянием акторов политической сферы, с одной стороны, друг на друга, а с другой – на оставшиеся элементы, по поводу властных и управленческих отношений в обществе. Кроме того, политическая коммуникация является «необходимым свойством политической деятельности, без которого последняя не может существовать»<sup>70</sup>. Согласно А. И. Соловьёву, понятие «политическая коммуникация» говорит не об универсальном, а об уникальном типе коммуникативного процесса, «которому присущи собственные источники информационных контактов, особый тип организации социальных взаимоотношений, специфические функциональные нагрузки в рамках общества, своя морфология, многократно опосредованный стиль общения макросоциальных групп и ряд других свойств»<sup>71</sup>.

Критериями, которые могут позволить нам отличать политические коммуникации являются: акторы коммуникационного процесса, цель их взаимодействия, тематика коммуникативного сообщения, а также контекст и условия среды совершения коммуникации. Информационно-коммуникативные усилия государства; политические кампании информирование общественности; процессы, в результате проведения которых осуществляется выражение, измерение, распространение общественного мнения, управления им; неформальная политическая коммуникация и политическая социализация – все эти явления охватываются политическими коммуникациями<sup>72</sup>.

---

<sup>69</sup> Подорова-Аникина, О.Н. Коми региональное измерение социодинамики политических коммуникаций современной России [Текст]: монография / О. Н. Подорова-Аникина, В. П. Милецкий. – Ухта: УГТУ, 2013. С. 32.

<sup>70</sup> См.: Грачёв М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. – М.: Прометей, 2004. – С. 63-64.

<sup>71</sup> Соловьёв А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. – 2002. – №3. – С. 5.

<sup>72</sup> Подорова-Аникина, О.Н. Коми региональное измерение социодинамики политических коммуникаций современной России [Текст]: монография / О. Н. Подорова-Аникина, В. П. Милецкий. – Ухта: УГТУ, 2013. С. 35.

Как мы видим, политические коммуникации рассматриваются с помощью многих подходов, а потому существует и множество теоретико-методологических концепций. Любая из них предлагает собственные способы представления и изучения коммуникативной сферы жизни индивидов и общества. Лишь в ходе обсуждения, когда одни концепции одновременно дополняют и опровергают друг друга, может родиться некий «теоретический метадискурс», способный соответствовать тому, что существует в обществе<sup>73</sup>.

Эту идею первым обозначил Р. Крейг, предлагая рассматривать теорию коммуникации как «диалогически-диалектическую дисциплинарную матрицу – систему допущений, понимаемых всеми сходным образом, но при этом постоянно оспариваемых»<sup>74</sup>.

Р. Крейг определяет семь традиций теории коммуникации: риторическую, семиотическую, феноменологическую, кибернетическую, критическую, социокультурную и социопсихологическую. Традиции рассматриваются с типичными для них пониманием коммуникации. Мы можем также найти точки соприкосновения между традициями, и обозначить их<sup>75</sup> (См.: Рис. 1).

---

<sup>73</sup> Тимофеева, Л. Н. Политическая коммуникативистика: проблемы становления [Текст] / Л. Н. Тимофеева // Полис. – 2009. – №5. – С. 50.

<sup>74</sup> Василькова В.В. Коммуникация и образование. Сборник статей. — Под ред. С.И. Дудника. — СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2004. — С.69-88

<sup>75</sup> Крейг, Р. Т. Теория коммуникации как область знания [Текст] / Р.Т. Крейг // Компаративистика III. Альманах сравнительных социогуманитарных исследований; под ред. Л. А. Вербицкой, В. В. Васильковой, В. В. Козловского, Н. Г. Скворцова. – СПб.: Социологическое общество им. М. М. Ковалевского, 2003. – С. 72.



Рис. 1 Теоретико-методологические аспекты анализа политических коммуникаций

Риторическая традиция видит в политической коммуникации практическое искусство дискурса в политике. Такой способ теоретического анализа актуален, если необходимо объяснить важность участия конкретного актора в коммуникации. Проблема коммуникации в риторической традиции - это способность акторов разрешать социальные трудности посредством убеждения слушателей. Здесь важны механизмы функционирования риторики, которые влияют на коммуникацию, будь человек производителем, или потребителем информации. Данная теория способна предоставить ценный лексический инструментарий, с помощью которого можно концептуализировать влияние эмоциональных призывов, которыми наполнена политическая реклама<sup>76</sup>.

Семиотическая традиция рассматривает коммуникацию как межсубъектное взаимодействие, происходящее в разнообразии знаков. Семиотический компонент изучает использование знаковых систем в качестве посредника между сторонами. Для семиотической традиции проблемы коммуникации — это проблемы передачи значений, существование непонимания между субъектами, которое может быть

<sup>76</sup> Крейг, Р. Т. Теория коммуникации как область знания [Текст] / Р.Т. Крейг // Компаративистика III. Альманах сравнительных социогуманитарных исследований; под ред. Л. А. Вербицкой, В. В. Васильковой, В. В. Козловского, Н. Г. Скворцова. – СПб.: Социологическое общество им. М. М. Ковалевского, 2003. С. 93-94.

преодолено посредством общих знаковых систем. Важно, что коды и средства коммуникации имеют собственные знаковые свойства (код оформляет содержание, и средство само становится сообщением)<sup>77</sup>. Семиотический подход позволяет детально описать отдельные элементы коммуникативного взаимодействия. Пристальное внимание семиотической традиции приковано к процессам конструирования сообщения, и его интерпретации. Этот подход также рассматривает вопросы шума, сбоев в коммуникации; косвенную передачу значения сообщения.

В феноменологической традиции основное внимание изучения коммуникации фиксируется на диалоге и способе его организации. Для феноменологического аспекта проблемы коммуникации возникают из необходимости постоянно поддерживать коммуникацию между людьми. В этой связи, проблемы отдаления населения от государственных вопросов можно рассматривать как несовпадение кода и целей. Феноменология подвергает сомнению надежность методов, используемых для достижения целей коммуникации. Она проблематизирует всевозможные разграничения, такие как, например, различие между умом и телом, фактами и ценностями, словами и вещами. В каком-то смысле, феноменологическая традиция больше остальных нуждается в общей системе отсчета.

Кибернетическая традиция утверждает, что коммуникации – это процесс хранения, передачи и обработки информации. Проблемы коммуникации возникают из нарушений в потоке информации. Причиной тому могут являться: шум, информационные перегрузки или несоответствие структуры и функций информации. Решение проблем коммуникации происходит посредством технологий обработки информации и соответствующих методов системного анализа и архитектуры, управления и вмешательства. Кибернетика оспаривает понятия линейного соотношения причины и следствия и стремится отразить то, насколько процессы коммуникации могут быть разнообразными. Кибернетическая традиция рассматривает проблемы технологического контроля, сложности и

---

<sup>77</sup> Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека [Текст] / Г. М. Маклюэн; пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. С. 6-14.



непредсказуемости процессов обратной связи. Этот аспект для политической коммуникативистики – один из способов объяснения процесса информатизации<sup>78</sup>.

Социопсихологическая традиция видит коммуникацию в процессах выражения, взаимного влияния индивидов, который способен вызывать различные когнитивные, эмоциональные и поведенческие эффекты. Эта традиция считает, что коммуникация делится на: межличностную, групповую и массовую. Осуществляться она будет с помощью технических средств, однако во всех случаях она использует элементы-посредники – связующие звенья между индивидами - установки, эмоциональные состояния, личностные особенности, неосознаваемые конфликты и др. Эти психологические элементы модифицируются в процессе социального взаимодействия, включающее в себя воздействующие эффекты медиа технологий и межличностного влияния. Анализ коммуникации, представленный социопсихологическим подходом, способен объяснять причины и следствия социального поведения и формирует практики с целью получения возможности управления ими. Исследователи стараются понять при каких условиях взаимодействие изменяет характер поведения отправителя и суждения получателя<sup>79</sup>. Проблемы коммуникации в социопсихологической традиции – это ситуации, которые позволяют осуществлять эффективное воздействие на причины поведения для получения контролируемых результатов.

Для социокультурной традиции коммуникации – это символический процесс, производящий, а также воспроизводящий социокультурные модели. Эта традиция объясняет то, как создается общественный порядок, формы взаимодействия людей в социуме. Социокультурный взгляд на проблемы политических коммуникаций полезен, когда основополагающими факторами взаимодействия становятся культура и её элементы. Проблемами коммуникации в социокультурной традиции выступают разрывы в пространстве (социокультурное разнообразие и относительность) и во времени (социокультурные изменения),

---

<sup>78</sup> Подорова-Аникина, О.Н. Коми региональное измерение социодинамики политических коммуникаций современной России [Текст]: монография / О. Н. Подорова-Аникина, В. П. Милецкий. – Ухта: УГТУ, 2013. С. 45

<sup>79</sup> Burgoon J. K. Interpersonal deception theory: Reflections on the nature of theory building and the theoretical status of interpersonal deception theory [Text] // Communication Theory // J. K. Burgoon, Buller D. B. – 1996. – №6. P. 316-317

способные негативно влиять на эффективность взаимодействия. Социокультурный аспект затрагивает проблемы, связанные с развитием технологий, изменением традиционного социального порядка, урбанизацией и массовизацией общества, бюрократической рационализацией. Подобные трансформации требуют творческого создания новых значений и новых средств коммуникации<sup>80</sup>.

Критическая традиция обращает внимание на присутствующую в каждом акте коммуникации несовершенство. Линейная коммуникация, лишенная обратной связи, является незавершенной. Основная проблема коммуникации вызвана материальными и идеологическими силами, которые препятствуют возникновению дискурсивной рефлексии. Критический аспект объясняет, как социальная несправедливость может поддерживаться идеологическими установками и как справедливость может быть восстановлена коммуникативными практиками, которые делают возможной критическую рефлексия. Критическая традиция теории коммуникации подтверждает, что рефлексивный дискурс и сама теория коммуникации играют важную роль в повседневном понимании и в практике коммуникации<sup>81</sup>.

Особый вклад в развитие взглядов на коммуникативный процесс в политике внес метод моделирования. Модель – не просто техническое понятие или приём в исследовании, но гносеологическая категория, подобная понятиям опыта, гипотезы, образа<sup>82</sup>. В.А. Штофф определяет модель, как «мысленно представляемую или материально реализуемую систему, которая отражает или воспроизводит объект исследования и способна замещать его так, что её изучение даёт новую информацию об этом объекте<sup>83</sup>.

---

<sup>80</sup> Крейг, Р. Т. Теория коммуникации как область знания [Текст] / Р.Т. Крейг // Компаративистика III. Альманах сравнительных социогуманитарных исследований; под ред. Л. А. Вербицкой, В. В. Васильковой, В. В. Козловского, Н. Г. Скворцова. – СПб.: Социологическое общество им. М. М. Ковалевского, 2003. С. 104-105

<sup>81</sup> Там же. С. 107-109.

<sup>82</sup> См.: Штофф В. А. Моделирование и философия. – М.; Л.: Наука, 1966. – С. 36.

<sup>83</sup> См.: Там же. – С. 19.

Отметим, что в результате изменения информационно-коммуникативных каналов, для более глубокого изучения процесса коммуникации в сфере политики недостаточно одного теоретического определения термина «коммуникация». Поскольку мы сталкиваемся с необходимостью анализа новых отдельных составляющих коммуникативного взаимодействия, нам следует использовать метод моделирования, как способный воспроизвести характеристики различных объектов, максимально упрощая их, что, в свою очередь, даёт нам больше возможностей для анализа.

Нагляднее всего коммуникации в области политики могут быть представлены в виде упрощенных схем, отражающих разнообразие этих процессов – их форм и способов организации. С помощью схем, мы можем исследовать политические коммуникационные процессы как совокупность предмета, субъектов, средств и способов осуществления, целей и задач коммуникации.

Поскольку существует множественность существующих форм, специфик и сфер коммуникативных процессов, постольку существует и большое число моделей коммуникаций. Г.Г. Почепцов представляет наиболее подробное описание моделей коммуникации<sup>84</sup>:

- Социологические и психологические модели (двухступенчатая модель коммуникации и др.);
- Семиотические модели (модель Р. Якобсона, модель Ю. Лотмана, модель У. Эко);
- Семиотические модели рекламы;
- Модели психотерапевтической коммуникации (нейролингвистическое программирование, психоанализ, модель З. Фрейда и др.);
- Модели мифологической коммуникации (модель К. Леви-Стросса, модель Р. Барта, модель К.Г. Юнга);
- Модели аргументирующей коммуникации;
- Модели пропагандистской коммуникации;

---

<sup>84</sup> См.: Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. – М. : «Рефл-бук», 2001. – С. 44-45.

- Прикладные модели коммуникации (математическая, кибернетическая, социально-психологическая, модель контент-анализа, конфликтологическая, разведывательная);
- Модели коммуникации в иных областях гуманитарного знания (марксистская, литературная, театральная, герменевтическая, фольклорная, культурологическая, прагматическая, нарративная, социологическая, философская, игровая и др.).

Как уже говорилось ранее, в зависимости от сферы коммуникативного взаимодействия, модели коммуникации иначе структурировать элементы и устанавливать связь между ними. Нас же будут интересовать социально-политические модели коммуникации.

Начало исследований в области политической коммуникации было положено в статье Г. Лассуэлла «Структура и функция коммуникации в обществе», где была сформулированная логическая схема: «Наиболее подходящий способ описания коммуникационного акта состоит в том, чтобы ответить на следующие вопросы: Кто? Что сообщает? По какому каналу? Кому? С каким результатом?»<sup>85</sup>. В дальнейшем, формула Г.Ласуэлла применялась для контент-анализа сообщений, изучения средств коммуникации, аудитории и результатов осуществленного взаимодействия. Однако данная модель применима при описании пропагандистски акций. Представим её в виде схемы (См.: Рис. 2).



Рис. 2 – Модель коммуникации Г. Лассуэлла

По Г.Ласуэлли коммуникативная система состоит из: источника коммуникации, сообщения, передаваемого по каналу коммуникации, получателя и

<sup>85</sup> Лассуэлл Г. Структура и функции коммуникации в обществе // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2000. — С. 131-138.

эффекта коммуникации. Очевидно, что пусть схема и несёт некоторую практическую пользу, но является серьезным упрощением. Со временем, модель Г.Ласуэлла была трансформирована и доработана. По мнению Р.Брэдока, процесс политической коммуникации должен включать в себя еще два элемента: обстоятельства и цель сообщения<sup>86</sup>. Дополним нашу схему этими элементами (См.: Рис. 3).

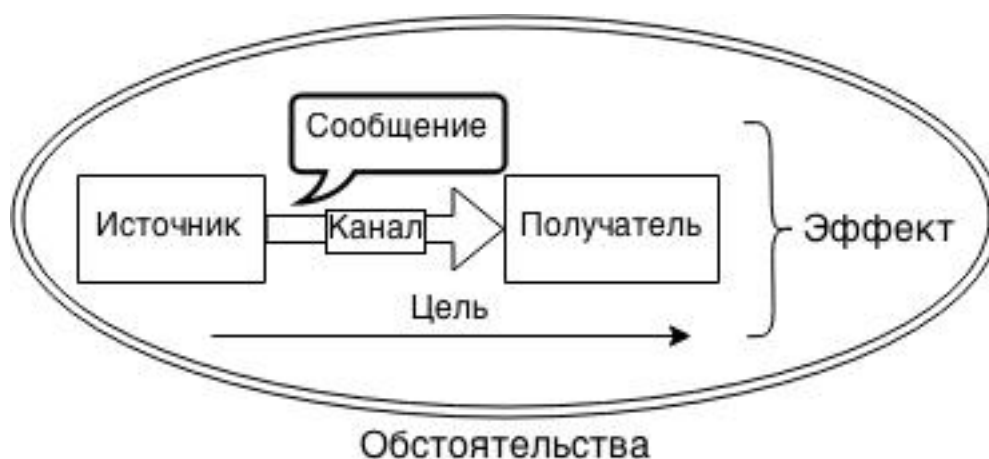


Рис. 3 – Дополненная Р.Брэдоком модель Г.Ласуэлла

Разработка ранних моделей коммуникативных процессов также связана с линейной моделью коммуникации К.Шеннона и У.Уивера, разработанной для представления процесса передачи информации по различным каналам связи. Модель Шеннона–Уивера можно отразить следующей схемой (См.: Рис. 4).

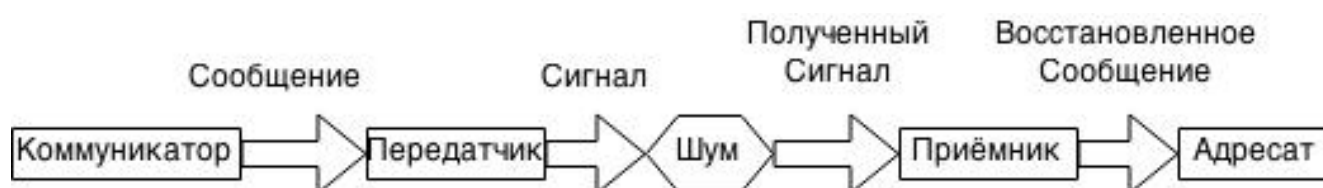


Рис. 4 – Модель коммуникации Шеннона – Уивера

Согласно модели Шеннона-Уивера<sup>87</sup>, коммуникатор создает сообщение, которое передается через передатчика, становясь сигналом. Сигнал передается к приёмнику по каналу связи. Приёмник восстанавливает сообщение, а затем

<sup>86</sup> См.: Braddock R. An extension of the «Lasswell Formula» // Journal of Communication. – Vol. 8. – 1958. – Pp. 88-93.

<sup>87</sup> См.: Shannon K. The Mathematical Theory of Communication / K. Shannon, W. Weaver. – Urbana: University of Illinois Press, 1949. – Pp. 3-5.

доставляет его адресату. Важная категория, присутствующая на схеме, но не упомянутая нами в описании – это шум. Именно благодаря математической модели К.Шеннона и У.Уивера в науку было введено понятие шума, в дальнейшем связанное с понятием энтропии.

Для коммуникативной теории энтропия выражается в искажении сообщений. В политической коммуникации, обладающей элементами социальной коммуникации, можно найти человеческие факторы искажения восприятия коммуникативного сообщения. Тем самым, модель Шеннона-Уивера демонстрирует возможность достижения результатов, отличных от задуманных коммуникатором. Ведь сообщение, созданное коммуникатором, и сообщение, восстановленное для адресата под воздействием энтропии, будут иметь различное содержание.

Однако ни одна из вышеупомянутых моделей не рассматривает обратную связь, что было сначала отмечено У. Шраммом – «фактически это приводит к ошибочным представлениям о том, что коммуникационный процесс где-то начинается и где-то заканчивается. В действительности он бесконечен. Каждый из нас является распределительным центром по управлению и переадресации огромного, бесконечного информационного потока...»<sup>88</sup>, а затем и отражено М. Дефлёром в 1970 году. Коммуникация, согласно М. Дефлёру, трактуется как «результат достижения соответствия между исходным и конечным значениями»<sup>89</sup>. Обозначим вышесказанное в модели (См.: Рис. 5).

---

<sup>88</sup> См.: Schramm W. How Communication Works. // Process and Effects of Mass Communication. / Ed.: W. Schramm. – Urbana: University of Illinois Press, 1954. P. 58.

<sup>89</sup> См.: DeFleur M. Theories of Mass Communication. – New York : D. McKay, 1966. – Pp. 90-91.



Рис. 5 – Модель коммуникации М. Дефлёра

Как мы видим, М. Дефлёр, используя идеи К. Шеннона, У. Уивера, и У. Шрамма, преодолевает линейность существующих однонаправленных моделей коммуникации. Однако сохраняется некоторое неравенство между инициатором коммуникации и подвластным, управляемым адресатом.

В соответствии с этим предлагал рассматривать коммуникативный аспект отношения управляющих и управляемых Ж.-М. Коттрэ<sup>90</sup>, согласно ему существуют: во-первых, отношения идентичности, когда управляющие и управляемые идентичны; во-вторых, отношения включения, когда существует взаимное влияние управляющих и управляемых, вызванное не равным доступом к политическому пространству; наконец, в-третьих, отношения пересечения, вызванные трансформацией политического пространства, когда управляющие осуществляют формальную коммуникацию, опосредованную процедурами выборов, посредством СМИ, а также в рамках деятельности политических организаций.

Однако А.И. Соловьев говорит об ошибочности рассмотрения политических коммуникаций как взаимодействия элит и других политических образований<sup>91</sup>. М.Н. Грачев поддерживает эту точку зрения, приходя к выводу, что в рамках демократического общества, большую роль играют горизонтальные

<sup>90</sup> См.: Cotteret J.-M. Gouvernants et gouvernes: La communication politique. – Paris : Presses universitaires de France, 1973. – Pp. 7-13.

<sup>91</sup> Соловьев А.И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации. // Полис. – 2002. – № 3. – С. 5–18.

обмены политической информации – взаимодействие государства и гражданского общества<sup>92</sup>.

Горизонтальные коммуникативные каналы, осуществляющие коммуникационное взаимодействие, и при этом не устанавливающее контроль отправителя над адресатом были также воссозданы методом моделирования. Четыре модели такого взаимодействия были предложены Й. Бордвиком и Б. ван Кааом<sup>93</sup>.

Первая модель – Модель вещания (См.: Рис. 6) – описывает коммуникацию, проявляющуюся через одновременное распространение информации из центра – к аудитории, находящейся на периферии. В данном случае описывается однонаправленная линейная коммуникация, почти всегда лишенная самой возможности обратной связи. Примером такой коммуникации можно считать лекции, или обращения лиц через СМИ. Важно, что обстоятельства коммуникации задаются только отправителем, тогда как получатель лишь принимает сигнал.

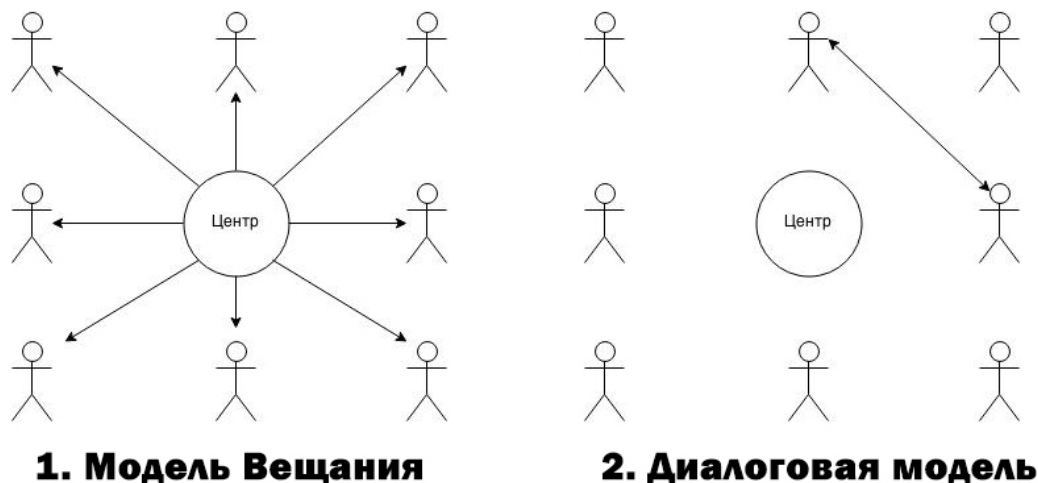


Рис. 6 – Модель вещания и диалоговая модель коммуникации Й. Бордвика и Б. ван Каама

Вторая модель – Диалоговая модель (См.: Рис. 6) – описывает ситуацию, в которой индивиды общаются между собой, не прибегая к помощи центра или

<sup>92</sup> Грачёв М. Н. Политическая коммуникация // Вестник Российского университета дружбы народов. – Серия : Политология. – 1999. – №1. – С. 33.

<sup>93</sup> Bordewijk J.L., Kaam B. van. Towards a classification of new teleinformation services. // Intermedia. – Vol. 14. – № 1. – 1986. – P. 16–21.



посредников, самостоятельно выбирая обстоятельства и тему коммуникации. Говоря о горизонтальном информационном обмене, мы, чаще всего, будем говорить именно об этой модели коммуникации. Не исключается участие дополнительных участников до того момента, пока все участники (за исключением лидера или центра) не утрачивают самостоятельность, что делает нашу модель – моделью вещания.



Рис. 7 – Консультационная и регистрационная модели коммуникации Й. Бордвика и Б. ван Каама.

Третья – Консультационная модель (См.: Рис. 7) – описывает коммуникацию, в рамках которой происходит обращение – запрос от участника к центру, в процессе которого участник получает нужную ему информацию в тех обстоятельствах, которые задаёт он сам.

Наконец, четвертая – регистрационная модель (См.: Рис. 7) – описывает обратную ситуацию, когда центр запрашивает информацию из периферии. В некотором смысле, мы можем говорить о модифицированной модели вещания, но обладающей принудительной обратной связью.

Й. Бордвик и Б. ван Каам избрали критериями для своего сравнения моделей контроль за хранением информации, а также выбор времени и предмета коммуникации. Представив это в виде таблицы, мы приходим к следующим выводам (См.: Таб. 1).

	<b>Информацию хранит центр</b>	<b>Информацию хранит индивид</b>
<b>Обстоятельства определяет центр</b>	Вещание	Регистрация
<b>Обстоятельства определяет индивид</b>	Консультация	Диалог

Таб. 1 – Таблица сравнения моделей коммуникации Й. Бордвика и Б. ван Каама.

Поскольку современные технологии делают возможными обмены большими объемами информации, то и возможности для осуществления коммуникативных процессов возрастают. Именно это обстоятельство лежит в основе диалоговой и консультационной моделей Й. Бордвика и Б. ван Каама – ведь осуществление коммуникации становится в этих условиях менее затратным, в то время как эффективность новых форм обмена информацией не вызывает каких-либо сомнений. Альтернативные виды движения информации, описанные авторами, позволяют осуществлять коммуникативное взаимодействие в области политики на качественно другом уровне. Модели Й. Бордвика и Б. ван Каама сосредотачивают свое внимание, с одной стороны, на обратной связи, а с другой – на равенстве участников взаимодействия.

### **Основные выводы для второй части первой главы:**

Подводя итог вышесказанному, заключаем, что политические коммуникации представляют собой процессы создания, отправления, получения и обработки сообщений, оказывающих существенное воздействие на властные отношения в обществе.

Научное осмысление этих процессов происходит как в социально-политической науке, так и в рамках множества других дисциплин – по этой причине мы можем говорить о междисциплинарности изучения политических коммуникаций. В этой связи уместным представляется обращение к матрице анализа политической коммуникации, предложенной Р. Крейгом.

Кроме того, метод моделирования позволяет более детально рассмотреть политические коммуникации, как процесс – его предмет, субъектов, средства и способы осуществления, цели и задачи взаимодействия. Помимо существующих линейных, однонаправленных моделей, существуют также и альтернативные виды движения информации, описанные Й. Бордвиком и Б. ван Каапом. Модели, созданные авторами, позволяют рассматривать коммуникативное взаимодействие в области политики, сосредотачиваясь при этом, с одной стороны, на обратной связи, а с другой – на равенстве участников взаимодействия, что в свою очередь, вызвано изменением современного политико-коммуникативного пространства.

## **ГЛАВА 2. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОЛИ ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ВЫБОРОВ В ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ СОБРАНИЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА)**

### **2.1. Основные подходы к изучению процесса формирования общественного мнения**

Общественное мнение можно считать некоторым состоянием массового сознания, которое включает в себе отношение людей к явлениям, существующим в социальной действительности. В то же время, мы можем находить общественное мнение непосредственно в деятельности этих людей, которая, в свою очередь, является следствием этого отношения. Концепции изучения общественного мнения, в большинстве своем, помимо попыток определения этой категории, считают своей целью и обозначение возможных механизмов его формирования. Так, процесс образования общественного мнения связывается с деятельностью различных акторов, будь то мнение большинства, воля государства, или решение элит. Однако никогда изучение общественного мнения не будет так нуждаться в инструменте анализа механизмов его формирования, как в вопросах, связанных с политикой и различными политическими взаимодействиями. Аутопоэзис, возникающий в результате соприкосновения этих двух элементов, вызванный – на наш взгляд – демократическими тенденциями развития современных обществ, определяет в качестве одного из главных вопросов проблему связи между ними.

Дж. Цаллер видел в формировании общественного мнения влияние определенных «аксиом», относящихся к процессам получения и обработки поступающей информации. Тем не менее, сам автор называл свою концепцию «обобщающей и максимально простой» – поскольку, согласно Дж. Цаллеру – «сложносоставные конструкции не способны приносить пользу в рамках анализа общественного мнения»<sup>94</sup>. Как результат чрезмерного упрощения – автором была проигнорирован сам процесс взаимодействия между элементами, представляющийся нам важной. Некая связь, существующая между элементами.

---

<sup>94</sup> См.: Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения / Пер. с англ. А. А. Петровой. Науч. ред. перевода И. Н. Тартаковская. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.

Нам представляется очевидным, что связью между этими элементами являются именно политические коммуникации, как процессы создания, отправления, получения и обработки сообщений, оказывающие существенное воздействие на властные отношения в обществе.

Политическая коммуникативистика как область научного поиска на протяжении всего своего пути сталкивалась с затруднениями в попытках всестороннего и исчерпывающего анализа такого многозначного феномена как коммуникации в области политики. Причиной тому была комплексность самого понятия коммуникации – его выраженная междисциплинарность, а значит и невозможность использования единых онтологических и гносеологических оснований изучения. Пытаясь решить эту проблему, Р. Крейг предлагает свою междисциплинарную матрицу, которая – по мысли автора – должна служить «единицами координатами, в рамках которых способно проводиться обсуждение всех традиций, а также сделает коммуникативистику площадкой для рассмотрения значения теоретической и образовательной деятельности в данной области знания»<sup>95</sup>. Однако данная концепция является скорее направляющим вектором, принадлежащим методологии науки, чем инструментом, способным быть примененным непосредственно в анализе коммуникативных процессов в области политики. Так, мы осознаем необходимость создания собственной методики, которая, с одной стороны, удовлетворяла бы условия изучения политических коммуникаций в условиях междисциплинарности, и, с другой – сочетала бы в себе наработки частных, классических микро- и макро-уровневых теорий политической коммуникативистики.

Методом, в рамках которого мы станем разрабатывать первую часть этой методики, станет моделирование – исследование политической коммуникации, определяющей её характеристики и механизм функционирования на основе построенной нами модели. Опосредованное изучение политической коммуникации на модели может позволить нам получить новое знание о предмете

---

<sup>95</sup> Крейг Р. Т. Теория коммуникации как область знания [Текст] / Р.Т. Крейг // Компаративистика III. Альманах сравнительных социогуманитарных исследований; под ред. Л. А. Вербицкой, В. В. Васильковой, В. В. Козловского, Н. Г. Скворцова. – СПб.: Социологическое общество им. М. М. Ковалевского, 2003 С. – С. 74

исследования – роли политической коммуникации в формировании общественного мнения. Что касается второй её части, то главной целью для нас могло бы стать проведение факторного анализа, который смог бы указать нам на существование неких причинно-следственных связей между элементами, задействованными в процессе формирования общественного мнения – что, по сути, и является целью исследования – однако, данный метод оказывается неприменим, если мы станем принимать во внимание некоторые условия.

Во-первых, это проблемы переменных. Для проведения факторного анализа, все переменные должны быть количественными – это нас не устраивает, поскольку, принимая во внимание лишь количественные показатели, мы отказываемся от рекомендаций изучения политических коммуникаций в условиях междисциплинарности, предложенных Р. Крейгом. Во-вторых, это проблема выборки. Факторный анализ предполагает существование выборки определенного размера – как минимум, в два раза большей, чем количество переменных. Мы не могли гарантировать выполнения такого условия, когда подходили к конструированию модели. Кроме того, факторный анализ требует однородности выборки, а это, опять же, если обращаться к Р. Крейгу – нарушение одной из рекомендаций. Факторный анализ представляется нам безусловно полезным методом, призванным описывать изучаемый объект компактно и в то же время исчерпывающе, однако нами был избран более гибкий метод, сочетающий в себе качественные и количественные типы анализа – Качественный сравнительный анализ – особый исследовательский подход, и в то же время – аналитический метод, основывающийся на положениях теории множеств и алгебры логики Дж. Буля.

Как уже было сказано ранее, в непосредственной связи с особенностями объекта и предмета исследования, первая часть методики заключалась в совмещении рекомендаций о междисциплинарном изучении коммуникаций, предложенных Р. Крейгом, и основных положений микро- и макро-уровневных коммуникаций в политической коммуникативистике. Свою аналитическую модель мы построили на основании моделей Г. Ласуэлла, К. Шеннона, У. Уивера, М. Дефлёра, и Р. Брэдока. Суть нашей разработки наиболее близка первой из

перечисленных моделей, поскольку та задумывалась как инструмент анализа пропаганды. Мы руководствовались той же целью – создать инструмент анализа политической коммуникации, формирующей общественное мнение (далее – формирующие политические коммуникации). Однако пропаганда и политическая коммуникация – понятия не различные, и по этой причине, нам следует определить понятие пропаганды.

Социологический словарь предлагает три определения: во-первых, пропаганда – это «система деятельности, направленной на распространение знаний, художественных ценностей и др. информации с целью формирования определенных взглядов, представлений, эмоциональных состояний, оказания влияния на соц. поведение людей»; во-вторых, - это «распространение в массах идеологии и политики определенных классов, партий, государств»; и третья – последняя формулировка определяет пропаганду как «средство манипуляции массовым сознанием»<sup>96</sup>. Наиболее интересным с нашей точки зрения будет третье определение, но вернемся к этому чуть позже. Согласно Г. Г Почепцову, пропаганда является лишь одной из форм политической коммуникации, выступая наравне с политическим PR и политической рекламой<sup>97</sup>. Как следствие, формирующая политическая коммуникация будет понятием как минимум, более широким, чем пропаганда. Понимание пропаганды как «средства манипуляции» – вот почему мы разделяем понятие пропаганды и формирующей политической коммуникации. Манипуляция – это акт целенаправленный, в то время как лишь некоторые из подходов в политической коммуникативистике видят осмысленную цель, которая должна достигаться посредством коммуникации. С точки зрения структурно-функционального подхода, в коммуникативной модели будет присутствовать цель, но определяться она будет не коммуникатором, а структурными элементами. Схожее мы увидим и для представителей кибернетического подхода – концепции К. Дойча и Д. Истона вообще не предполагают рассмотрения такого элемента как «цель коммуникации».

---

<sup>96</sup> Социологический энциклопедический словарь / Под. ред. Г.В. Осипов. - М.: Изд-во НОРМА, 2000.

<sup>97</sup> См.: Почепцов Г. Г. Информационные войны. С. 10.

Феноменологическая традиция отрицает манипуляцию, постулируя главенство «диалога» и искренности в коммуникативном акте. При этом, мы можем рассматривать традицию в рамках нашего исследования, поскольку политические коммуникации содержат в себе еще и повседневное общение индивидов.

В ранних теориях политической коммуниктивистики пропаганда представлялась единственной формой формирующей политической коммуникации. Видя возможности для установления всемогущества средств массовой информации, общественность – а за ним и научное сообщество, ощутило собственную уязвимость, а потому исследовательский поиск отвернулся от рядовых граждан как не только внушаемых, так и способных воздействовать на общественное мнение собственными повседневными коммуникативными практиками. Однако, чем более детально явление рассматривалось, тем более очевидным становился факт, что, не смотря на разнообразные способы воздействовать на аудиторию, прямая манипуляция со стороны отдельного человека посредством СМИ невозможна. Тогда взгляд исследователей обратился на государство, а затем и на элиты.

Находить формирующие политические коммуникации во взаимодействии акторов стал институциональный подход в политической коммуниктивистике, видя все коммуникационные взаимодействия в области политики следствием трансформации политических институтов. Помимо того, феноменологическая, социопсихологическая и социокультурная традиция рассматривают коммуникативные акты как диалог, взаимовлияние и поддержание гомеостаза социальной системы – не исключением станут и коммуникации в области политики. Таким образом, формирующие политические коммуникации могут включать в себе пропаганду, однако, наряду с ней, роль в формировании общественного мнения усматривается и в непрерывных коммуникативных процессах, существующих в повседневном взаимодействии индивидов.



## 2.2. Политические коммуникации как фактор формирования общественного мнения избирателей

Определив формирующую политическую коммуникацию, приступим к описанию предлагаемой нами аналитической модели. По своей сути, первая часть нашей методики заключалась в создании некоего алгоритма для проведения анализа формирующей политической коммуникации. С одной стороны, мы нуждались в определении общих «координат» для всевозможных аналитических процедур – в прямом согласии с идеей Р. Крейга об «общих координатах» в изучении коммуникативных процессов. С другой, нам казалось необходимым учесть все известные особенности политических коммуникаций, определенные нами в первой главе настоящего исследования. Такими общими координатами стала модель-схема, полученная путём синтеза разработок Г. Ласуэлла, К. Шеннона, У. Уивера, М. Дефлёра, и Р. Брэдока. Когда мы ранее говорили о возможностях моделирования в контексте нашего исследования, нами была отмечена их преемственность.

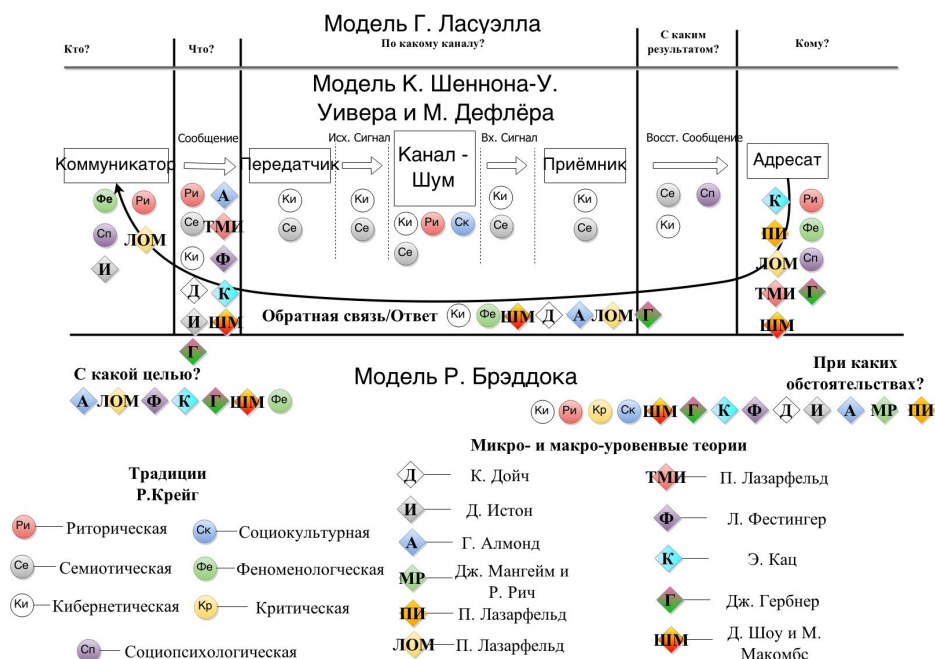


Рис. 8 – Модель анализа политических коммуникаций, формирующих общественное мнение с обозначенными подходами и концепциями её изучения

Для нас синтезированная из множества концепций модель (См. Рис. 8) является своего рода координатами для проведения анализа. Она обладает

следующими элементами: «Коммуникатор»; «Сообщение»; «Передатчик»; «Исходящий сигнал»; объединенные «Канал связи» и «Шум» внутри него; «Входящий сигнал»; «приёмник»; «Восстановленное сообщение»; «Адресат»; «Ответ» адресата, или «Обратная связь»; «Цель» коммуникации; и, последний элемент, «Обстоятельства» коммуникативного акта.

Возвращаясь к теме преемственности, мы можем видеть, что похожей структурой обладала и модель Г. Ласуэлла, дополненная Р. Брэддоком. С той лишь разницей, что К. Шеннон и У. Уивер уделяют особое внимание изучению канала коммуникации. Следуя этой же логике, нами был выделен фокус каждого из подходов политической коммуникативистики, а также традиций изучения коммуникаций, определенных Р. Крейгом.

В качестве отображенных подходов выступали: Кибернетический подход К. Дойча и Д. Истона; Структурно-функциональный подход Г. Алмонда; Институциональный подход Дж. Мангейма и Р. Рича; ранние концепции «магической пули» и «подкожной иглы», рассмотренные П. Лазарфельдом; теоретические положения «Лидеров общественного мнения» и «Теории минимальных эффектов», предложенные П. Лазарфельдом; концепция «Когнитивного диссонанса» Л. Фестингера; «Теория удовлетворения потребностей» Э. Каца; «Гипотеза культивации» Дж. Гербнера; и концепция «Установления повестки дня» Д. Шоу и М. Макобса. Кроме того, были обозначены уже упомянутые традиции изучения коммуникаций, предложенные Р. Крейгом: риторическая; семиотическая; феноменологическая; кибернетическая; социопсихологическая; социокультурная; и критическая.

Как результат, нами были определены основные критерии изучения элементов политической коммуникации, с точки зрения каждой из традиции или подхода (См.: Прил. 1). Кроме того, нами были определена и проблематика изучения, на основании которой мы смогли выделить факторы-критерии, претендующие на отражение процесса формирования общественного мнения. Как уже было показано ранее (См.: Рис. 8.), каждому элементу из синтезированной модели политической коммуникации соответствует целый ряд традиций и подходов, рассматривающих его в рамках своего исследовательского интереса.

Соответственно этому интересу, традиции и подходы предлагают особенности процесса политической коммуникации. Например, кажется очевидным, что кибернетическая традиция будет видеть своим главным фокусом – канал и шум внутри него. К слову, концепции К. Дойча и Д. Истона, рассматривают сам процесс политической коммуникации как «черный ящик», акцентируя своё внимание на обстоятельствах и последствиях осуществленного воздействия. Феноменологическая же традиция будет изучать, главным образом, коммуникатора и адресата, а также феномен обратной связи (с точки зрения диалогичности), и коммуникативные цели.

Мы также увидим, что такими специфическими элементами в модели как «передатчик», «исх. сигнал», «канал передачи и шум», «входящий сигнал», и «приёмник» - занимаются целые традиции, в то время как отдельные теории и подходы останавливаются на более привычных социально-политическим исследованиям элементам. В первую очередь, это связано с принадлежностью синтезированной модели кибернетическому направлению научных исследований, но, в то же время, мы видим и другие традиции, что говорит, опять же, о междисциплинарности исследований, а потому мы считаем справедливым предположение, что вышеупомянутые элементы, так или иначе, получат должное внимание в целом ряде предстоящих исследований.

**Согласно первому пункту** нашей модели, представленной в виде таблицы (См. Прил. 1. П.1), элемент «коммуникатор» обладает следующими особенностями:

- Кибернетический подход Д. Истона видит Политическую элиту как «трансформирующую информацию». Так основными факторами изучения «коммуникатора» следует видеть принадлежность к элитам;
- П. Лазарфельд в своей концепции «Лидеров общественного мнения», полагает, что для максимального эффекта политические коммуникации, формирующие общественное мнение, должны быть ориентированы на «Лидеров общественного мнения», а потому, изучая «коммуникатора» мы должны обратиться к возможности его принадлежности к «лидерам общественного мнения»;

- Риторическая традиция предполагает рассмотрение коммуникации в области политики как практическое искусство ведения беседы. Соответственно, значимыми для нас будут риторические особенности коммуникатора;

- Социопсихологическая традиция считает любой коммуникативный акт – взаимовлиянием, а потому фокусом исследования станут личность, эмоции, и восприятие;

- Феноменологическая традиция рассматривает политические коммуникации с точки зрения диалогичности – а потому мы будем говорить об опыте другого – в нашем случае, особенности опыта коммуникатора и адресата.

**Второй пункт** нашей модели, представленной в виде таблицы (См. Прил. 1. П.2), элемент «сообщение» обладает следующими особенностями:

- «Гипотеза культивации» Дж. Гербнера предполагает, что потребности аудитории могут быть сформированы коммуникатором. Так, частота и содержание сообщений, а также предыдущее формирование образа кандидатов и обстоятельств коммуникации будут непосредственно отражаться на результатах политической коммуникации;

- П. Лазарфельда в своей «Теории минимальных эффектов» заключает, что в силу обезличенности сообщений, роль СМИ в предопределении политического поведения индивидов уступает другим факторам, а потому если сообщение обезлично, коммуникация не может быть эффективной;

- «Теория удовлетворения потребностей» Э. Каца говорит о том, что СМИ не способны играть определяющую роль для желаний аудитории, но должны соответствовать им, а значит и нас будет интересовать насколько содержание сообщений, а также сама политическая коммуникация соответствует потребностям аудитории;

- Кибернетическая традиция видит в коммуникации процесс передачи и обработки информации. Соответственно, нас будут интересовать технические характеристики сообщения, а также правила конструирования сообщения;

- Кибернетический подход Д. Истона содержит в себе идею, что информация, содержащаяся в сообщении должна соответствовать воле большинства

- Основная мысль кибернетического подхода К. Дойча заключается в том, что политическая система является сетью коммуникаций и информационных потоков. Коммуникация, в данном случае, есть процесс передачи информации и дальнейшей ее обработки. Таким образом, интересующими нас факторами будут являться язык и символами, тогда как причиной возникновения сообщения будет являться наличие внешнего источника.

- Положения теории «когнитивного диссонанса» Л. Фестингера состоит в том, что индивиды ощущают «когнитивный диссонанс» только в том случае, когда их собственные идеалы оказываются под ударом чужеродных ценностей и норм. Отсюда следует, что интересным для нас представляется соответствие содержания сообщения ценностям и идеалам аудитории.

- Одним из положений теории «Установления повестки дня» Д. Шоу и М. Макобса является то, что СМИ, посредством воздействия на аудиторию, воздействуют и на восприятие поступающей ей информации. В данном случае, нас, главным образом, интересует содержание информации, с помощью которой можно интерпретировать действительность.

- Риторическая традиция утверждает, что коммуникация представляет собой практическое искусство ведения беседы. Таким образом, нас будут интересовать методы риторики в общении и используемая риторическая стратегия.

- Семиотическая традиция предполагает, что коммуникация является взаимодействием, опосредованным знаками, и, в соответствии с этим, интересующими нас факторами будут знаки и символы, используемые в сообщении, их значение, язык, код и то, как сконструировано сообщение.

- Структурно-функциональный подход Г. Алмонда утверждает, что коммуникация в области политики есть не что иное, как обеспечение

легитимности принуждения. Отсюда нас будут интересовать содержание информации, легитимирующей принуждение.

**Согласно третьему пункту**, представленному в нашей таблице (см. Приложение 1, П.3), элемент «передатчик» обладает следующими свойствами:

- Кибернетическая традиция предполагает, что для коммуникации в области политики важно развитие технических средств. Интересным для нас является то, что для передачи сообщения используются наиболее развитые технические средства передачи информации.

- Семиотическая традиция утверждает, что в коммуникативных актах важно рассмотрение средств передачи информации с точки зрения установления результативности коммуникации. Соответственно, следует обратить внимание на то, что коммуникация использует эффективный передатчик.

**Четвертый пункт**, представленный в нашей таблице (см. Приложение 1, П.4), демонстрирует следующие свойства элемента «исходящий сигнал»:

- Для кибернетической традиции передатчик превращает сообщение в исходящий сигнал и интересным для нас представляется трансформация сообщения для передачи.

- Семиотическая традиция отмечает, что в коммуникативном взаимодействии важен процесс кодирования. Тогда интересующим следует делать акцент на кодировании сообщения.

**Пятый пункт**, представленный в таблице (см. Приложение 1, П.5), изображает следующие свойства объединённого элемента «Канал и Шум»:

- Согласно кибернетической традиции коммуникативный процесс, использующий каналы передачи, подверженные воздействию шума, может быть искажен, и стоит учитывать такой фактор как возможность искажения сообщения.

- Риторическая традиция заключает, что риторика обладает методами и приёмами выбора лучшего канала для передачи сообщения. Нас будет интересовать результативность канала коммуникации.

- Для семиотической традиции в коммуникативных актах важно рассмотрение средств передачи информации с точки зрения установления результативности коммуникации. Эффективность канала коммуникации является важнейшим фактором.

- Социокультурная традиция отмечает, что важной является практика политических коммуникаций. Отсюда нас интересующим для нас будет являться привычность используемого канала.

**Согласно шестому пункту**, представленному в нашей таблице (см. Приложение 1, П.6), элементу «Входящий сигнал» присущи следующие свойства:

- Для кибернетической традиции приёмник превращает и восстанавливает сообщение из входящего сигнала. Тогда важным для рассмотрения является трансформация входящего сигнала в сообщение.

- Семиотическая традиция утверждает, что в коммуникативном взаимодействии важен процесс декодирования. Так, интересующий фактор здесь – декодирование сообщения.

**Седьмой пункт**, представленный в нашей таблице (см. Приложение 1, П. 7), демонстрирует следующие свойства элемента «Приёмник»:

- Кибернетическая традиция придерживается того, что для коммуникации в области политики важно развитие технических средств. В соответствии с этим для получения сообщения используются наиболее развитые технические средства передачи информации.

- Семиотическая традиция предполагает, что в коммуникативных актах важно рассмотрение средств передачи информации с точки зрения установления результативности коммуникации. Таким образом, коммуникация должна использовать эффективный передатчик.

**Пункт восьмой**, представленный в нашей таблице (см. Приложение 1, П. 8), содержит в себе свойства, присущие такому элементу как «Восстановленное сообщение»:

- Так, кибернетическая традиция полагает, что восстановленное сообщение может отличаться от первоначального в силу существования

помехами. Здесь нас будет интересовать: отличие восстановленного сообщения от первоначального.

- Семиотическая традиция, в свою очередь, утверждает, что коммуникация является взаимодействием, опосредованным знаками. Отсюда важными являются знаки и символы, использованные в сообщении.

- Социопсихологическая традиция отмечает то, что получаемая информация может быть искажена в силу социопсихологических факторов. Тогда важным для рассмотрения являются когнитивные особенности адресата.

**Девятый пункт**, представленный в таблице (см. Приложение 1, П.9), отмечает следующие свойства элемента «Адресат»:

- «Гипотеза культивации» Дж. Гербнера предполагает, что Потребности адресата могут быть культивированы. Интересным представляется воздействие на адресата.

- «Теория минимальных эффектов» П. Лазарфельда одним из своих положений выдвигает то, что если аудитория неопределённая, то коммуникация не эффективна. Интересующим нас фактором предстает представление об адресате.

- Согласно «Теории удовлетворения потребностей» Э. Каца коммуникация эффективна, если удовлетворяются потребности адресата. Тогда для нас интересны потребности адресата.

- Концепция «Лидеров общественного мнения» П. Лазарфельда утверждает, что политические коммуникации, формирующие общественное мнение, должны быть ориентированы на «Лидеров общественного мнения». Важным является принадлежность к «лидерам общественного мнения».

- Положения теории «Установления повестки дня» Д. Шоу и М. Макобса включают в себя такую мысль, что СМИ, посредством воздействия на аудиторию, воздействуют и на восприятие поступающей ей информации. Таким образом, важным является содержание информации, с помощью которой можно интерпретировать действительность.



- Ранние концепции «магической пули» и «подкожной иглы», описанные П. Лазарфельдом содержат идею о том, что адресат бессилён перед инструментами формирования общественного мнения. Тогда интересным для нас является зависимость адресата от коммуникатора

- Риторическая традиция считает, что риторика располагает приёмами отбора аудитории, а важным считаются особенности самой аудитории.

- Социопсихологическая традиция видит коммуникативный акт во взаимовлиянии. Интересующими нас аспектами являются личность, эмоции, восприятие и установка.

- Феноменологическая традиция видит в коммуникации диалог, отсюда же опять важной является дихотомия «свой – чужой» и опыт адресата.

**Пункт десятый**, представленный в таблице (см. Приложение 1, П.10), предполагает следующие свойства, присущие объединённому элементу «Обратная связь и Ответ»:

- «Гипотеза культивации» Дж. Гербнера утверждает, что после того, как потребности были сформированы, адресат действует соответственно полученной информации. Следует акцентировать внимание на реакции или ответа адресата.

- Кибернетическая традиция считает, что в силу возможного несоответствия отправленного сообщения – полученному, обратную связь невозможно предсказать. Интересующим для нас является искажение сообщения; ответ адресата.

- Кибернетический подход К. Дойча предполагает, что через политическое взаимодействие «воля к власти» оформляется в некоторые взаимоотношения между людьми. Также, важными факторами являются содержание в информации из сообщения норм и правил и реакция адресата.

- Согласно концепции «Лидеров общественного мнения» П. Лазарфельда ответ «лидеров общественного мнения» способен формировать общественное мнение, отсюда наше внимание следует обращать на каналы, по которым осуществляется ответ адресата.

- Положения теории «Установления повестки дня» Д. Шоу и М. Макобса устанавливают, что адресат станет воспринимать факты, освещенные в сообщении как наиболее важные. Тогда связь ответа адресата с полученным сообщением представляется наиболее интересующей.

- Структурно-функциональный подход Г. Алмонда отмечает, что ответ адресата будет находиться в рамках, предусмотренных коммуникатором, легитимируя принуждение. Интересующим для нас будет являться использование адресатом предписанных каналов для ответа.

- Феноменологическая традиция утверждает, что в коммуникации важен диалог, и потому важным для рассмотрения является диалогичный характер обратной связи.

**Пункт одиннадцатый**, представленный в таблице (см. Приложение 1, П. 11), предполагает следующие свойства, присущие элементу «Цель коммуникации»:

- «Гипотеза культивации» Дж. Гербнера видит целью коммуникации формирование потребностей аудитории, а потому мы будем рассматривать формирующий характер коммуникативного взаимодействия.

- «Теория удовлетворения потребностей» Э. Каца находит цель коммуникации еще и в удовлетворение потребностей аудитории, а значит нами будет рассматриваться направленность коммуникации на удовлетворение потребности адресата.

- Концепция «Лидеров общественного мнения» П. Лазарфельда гласит, что цель эффективной коммуникации – это воздействие на «лидеров общественного мнения», в этом ключе мы будем рассматривать изучаемой целью политической коммуникации.

- Положения теории «Когнитивного диссонанса» Л. Фестингера гласят, что одной из целей политической коммуникации следует считать соответствие информации нормам, разделяемым аудиторией, а потому возникает необходимость рассмотрения соответствия сообщения нормам и ценностям аудитории.

- Согласно теории «Установления повестки дня», предложенной Д. Шоу и М. Макобсом, цель коммуникации заключается в установлении «повестки дня», которая влияет на все дальнейшие коммуникативные акты, а потому и возможным фокусом нашего анализа целей коммуникатора можно считать формирование «повестки дня».

- Структурно-функциональный подход Г. Алмонда считает целью политической коммуникации легитимацию принуждения, поэтому нас будет интересовать факт принуждения к использованию адресатом предписанных каналов для ответа.

- Феноменологическая традиция постулирует целями коммуникации переживание опыта другого, сокращение расстояния диалога, однако цели участников часто не совпадают. Здесь нас будет интересовать опыт и «культурные образцы другого», а также соответствие их целей.

Наконец, **пункт двенадцатый**, представленный в таблице (см. Приложение 1, П.12), предполагает следующие свойства, присущие объединённому элементу «Обстоятельства коммуникации»:

- В «Гипотеза культивации» Дж. Гербнера полагает, что коммуникативный акт подвержен влиянию ранее сформированных потребностей индивидов. В этом случае, нас будет интересовать существование уже сформированных потребностей.

- «Теория удовлетворения потребностей» Э. Каца находит коммуникативный акт эффективным тогда, когда удовлетворяются потребности индивидов. Вполне уместным можно считать фокус на потребностях индивидов, выступающих еще и обстоятельствами коммуникативного акта в области политики.

- Институциональный подход Дж. Мангейма и Р. Рича заключается в представлении о том, что коммуникативные акты в области политики являются следствием трансформации политических институтов. Так, трансформация политических институтов выступает интересующим нас фактором.

- Кибернетическая традиция в изучении коммуникации рассматривает её роль в распределении политической информации среди населения. В этом случае, определяющими факторами являются: распределение информации; взаимодействие политических акторов и членов общества; а также информационное неравенство, препятствующие получению сообщений.

- Кибернетический подход Д. Истона предполагает, что политические коммуникации содержат в себе процесс трансформации «входной» информации, который, соотносясь с уже сложившимся общественным мнением, приводит к тем или иным последствиям. Важным фактором выступают соотношение информации в сообщении с «существующей волей большинства».

- Кибернетический подход К. Дойча заключается в предположении, что обстоятельства коммуникации контролируют информационные потоки и коммуникативные взаимодействия. А потому контроль над политической коммуникацией находится в руках «обстоятельств» (в конкретном теории случае К. Дойча – государство) – что и может стать фокусом для дальнейшего анализа.

- Критическая традиция видит идеологические аспекты, как важные для политической коммуникации. Это может находить отражение в: роли политических коммуникаций в общественной системе; идеологии; подавлении диалога.

- Положения теории «Когнитивного диссонанса» Л. Фестингера предполагают, что индивиды ощущают «когнитивный диссонанс», если их собственные идеалы оказываются под ударом чужеродных ценностей и норм. С этой точки зрения, важно соответствие уже самого факта обмена политической информацией ценностям и идеалам аудитории.

- В положениях теории «Установления повестки дня», её авторы – Д. Шоу и М. Макобс – отмечают, что существующая «повестка дня» делает некоторые проблемы более значимыми. Тогда в обстоятельствах взаимодействия мы будем искать именно «повестку дня».

- Риторическая традиция заключает, что политическая коммуникация ограничена ресурсами риторического дискурса в политике.
- Социокультурная традиция показывает, что коммуникация воспроизводит социальный порядок. А потому важными для рассмотрения будут условия коммуникативного взаимодействия, практика политических коммуникаций, а также нормы взаимодействия.
- В рамках структурно-функционального подхода, Г. Алмонд видит целью политического взаимодействия легитимацию принуждения, поэтому нас будет интересовать факт прохождения взаимодействия по заранее предписанным каналам. Заранее регулированные рамки и каналы, являясь обстоятельством коммуникативного акта в области политики, будут определять процесс коммуникации.

Всего было выделено более 70 (73) факторов-особенностей, значимых в изучении процесса политической коммуникации, однако, в силу подобия ряда факторов, в дальнейшем мы будем группировать их. Так, для проведения процедур КСА, нами были использованы лишь 15 сгруппированных факторов, поскольку, в силу изучаемого материала, наличие результатов по ряду факторов очевидно являлось следствием наличия других – таким образом, на основе составленных таблиц, мы смогли провести предварительную минимизацию факторов-критериев.

Отметим некоторое сходство модели с предложенной Дж. Цаллером, однако Дж Цаллер называл ряд критериев – аксиомами, неизбежно определяющими метаморфозы мнения аудитории. Тем не менее, такой подход нас не устраивает, поскольку он является близким подходом многих ранних исследователей общественного мнения, подходивших к его изучению с позиций «черного ящика».

Справедливым будет вопрос о том, насколько применимой будет данная модель, а главное, насколько процесс, ею представляемый, соответствует существующей российской действительности? Проблема применимости решается тем фактом, что наша конструкция является лишь основой для дальнейших исследовательских мероприятий. Дополненная модель К. Шеннона- У. Уивера

является своего рода системой координат, а концепции и подходы – примером тех особенностей, которые могут быть присущи произошедшим политическим взаимодействиям. На их основе мы можем конструировать более конкретные модели и таблицы, уже более применимые в исследованиях. Соответствие российской действительности является уже более неоднозначным моментом, поскольку нами были использованы разработки западной политической коммуникативистики. Тем не менее, масштабность, и, как следствие, универсальность рассматриваемых ими принципов позволяет сопоставлять их с изучаемыми явлениями. Вдобавок, нас интересует не присутствие или отсутствие некоторых элементов, а их цепочки, приводящие к определенному результату. Таким образом, важными будут связи, создающиеся между элементами, и приводящими к результату, что создает дополнительные обстоятельства изучения. Проще говоря, поскольку мы рассматриваем связи критериев, то в каждом конкретном случае рассмотрения, они будут устанавливаться в уникальных комбинациях, а потому, с точки зрения когнитивной, могут быть применимы практически для любого кейса. Наконец, мы отметим, что данная конструкция является не лишь нагромождающим списком существующих теоретических разработок и направлений в политической коммуникативистике, но, в сочетании с техникой Качественного Сравнительного Анализа, становится еще и универсальным аналитическим инструментом, требующим, тем не менее, дополнительной работы с полученными данными. На основании созданной нами модели-схемы анализа политических коммуникаций, формирующих общественное мнение, мы смогли выделить факторы – критерии, определяющие роль политической коммуникации в формировании общественного мнения в современной России. Эти критерии были применены в анализе материалов выборов в Государственную думу и Законодательное собрание, проходивших в г. Санкт-Петербурга в сентябре 2016 года.

### 2.3. Специфика политических коммуникаций на выборах в Законодательное собрание Санкт-Петербурга в 2016 г.

Для анализа кейса мы выбрали «Qualitative comparative analysis» - «Качественный сравнительный анализ», разработанный Ч. Рагином в 1987 году. КСА – это инструмент, сочетающий в себе количественный и качественный типы анализа. Кроме того, он способен работать в условиях множественной причинности. Наибольшую эффективность он показывает в исследованиях с малой и средней генеральной совокупностями<sup>98</sup>. Этот метод как никогда подходит нам.

КСА имеет несколько вариаций: чёткие множества; нечётные множества при помощи таблиц истинности; мультикатегориальный анализ; и нечеткие множества. Нам подходит первая вариация техники. Её назначение – работа в условиях множественной конъюнктурной каузальности – существовании несколькими причинно-следственных связей. Эти связи мы называем конфигурациями.

Качественный сравнительный анализ использует в работе не привычные числа, но множества. В своей работе КСА использует булеву алгебру. Правила написания последовательности в булевой алгебре: [1] – истинно; [0] – ложно; [A] (прописная) – условия присутствует; [a] (строчная) – условие отсутствует. Кроме того, нас будут интересовать и основные операторы: [x] – логический оператор умножения, логическое И; [+] – логическое дополнение, логическое ИЛИ (в силу особенностей русского языка, это следует понимать как И/ИЛИ); [→] – используется для обозначение следствия. Так, например, некоторый результат мы станем записывать в виде: [AB → C] или [A+B→C], а также [aB→C] или [aB + De→C]. Теперь, мы можем проводить операции, выстраивая сложные выражения, однако ключевой процедурой в КСА для четких множеств является минимизация. Минимизация сокращает выражения согласно правилу: если выражения булевой алгебры имеют только одно отличное друг от друга условия, но приводят к одному

---

<sup>98</sup> См.: Ragin, Charles C. The Comparative Method. Moving Beyond Qualitative and Quantitative Strategies. Berkeley, Los Angeles and London: University of California Press. 1987.

результату, то такое выражение может быть опущено<sup>99</sup>. Минимальная формула есть основной результат проведения КСА для четких множеств. Порядок выполнения КСА для четких множеств:

- 1) Обозначение результата
- 2) Положительные и отрицательные случаи
- 3) Условия достижения результата
- 4) Таблица истинности
- 5) Установление противоречивости среди полученных результатов.

Решение её либо введением дополнительных условий, либо заменой результата, либо, кроме того, можно удалить переменные.

- 6) Минимизация
- 7) Интерпретация.

Для проведения КСА разработано специальное ПО. Мы использовали Tosmana. Анализ агитационных материалов позволил составить составлены таблицы. Критерии, необходимые для были построения логики получены нами в результате концептуализации положений политической коммуникативистики. Разработав концептуальные таблицы по каждому из элементов аналитической модели (См. Прил. 1), мы выделили критерии, уместные в нашем исследовании (См. Приложение 2).

КСА содержит в себе как математическую логику, так и концептуальный подход. Это и позволяет работать в условиях множественной каузальности.

КСА(чм) характеристик партий кандидатов в депутаты Законодательного собрания

---

<sup>99</sup> Ragin, Charles C. *The Comparative Method. Moving Beyond Qualitative and Quantitative Strategies*. Berkeley, Los Angeles and London: University of California Press. 1987. P. 93



	Э ли та	К- Л О М	П ро ф.	Оп ыт Вз аи мо д.	О б р аз	П ри вл .	Ф ор м.	Оп ыт фо рм. мн ен ия	Ау д.	Со отв . но рм ам	Во спр . По ряд ка	Ка нал Пе ред ачи	По тр. Ау д.	А- Л О М	На пр ав ле нн ос ть ко м му ни ка ци и	В ыб ра н
Единая Россия	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1
ЛДПР	1	0	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1
КПРФ	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1
Партия Роста	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1
Яблоко	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0
Справедливая Россия	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0
ПарНаС	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0

Таб. 2. – Таблица истинности для проведения КСА

Составим таблицу истинности (См.: Таб.2.), обозначив на ней рассматриваемые критерии сравнения:

1. Коммуникаторы принадлежат к элитам
2. Среди коммуникаторов есть «Лидер общественного мнения»
3. Работа политтехнологов
4. Опыт взаимодействия
5. Использование образа
6. Коммуникация привлекательна
7. Информация способна формировать общественное мнение
8. Опыт формирования уже существует
9. Определенная аудитория
10. Сообщение соответствует нормам аудитории

11. Способствует воспроизведению существующего порядка
12. Эффективный канал передачи
13. Удовлетворяет потребности аудитории
14. Адресат – лидер общественного мнения
15. Верная направленность коммуникации

Нас будет интересовать голосование по партийным спискам. Посчитаем положительным результатом хотя бы 3 места в Законодательном собрании. Видим, что в таком случае 4 партии побеждают, а 3 проигрывают. Очевидно, что «Единая Россия» многократно опередила своих соперников, но нас интересует не конечный результат, но логика происходящего. Даже больше, будет ли успех Единой России укладываться в эту логику?

Для этого составим цепочки кейсов для каждой из партий. В качестве результата примем наличие 3 и более мест по партийным спискам в Законодательном собрании. Проведя контент-анализ агитационных материалов партий, среди которых: печатные листовки, видеоролики, интернет-контент, проблематика кол-центров и т.п. Включая информационные памятки, изданные партиями еще до начала агитационных кампаний, заполним таблицу для проведения КСАчм. Далее, мы выполним соответствующие процедуры минимизации в программе Tosmana. Изначальные вычисления не дают результата (См. Приложение 6). Нам остаётся либо добавить данные, либо, наоборот, уменьшить количество изучаемых случаев. Контрадикторность, с неизбежностью возникающая при попытке рассчитать заданные цепочки, может быть устранена еще и в случае изменения порога переменной исхода. Так, мы могли бы увеличить количество занятых мест, необходимых для признания результата успешным, но вместо этого мы предлагаем обратное – дополнить число занятых по партийным спискам мест кандидатами-одномандатниками. В этом случае, результат цепочки Справедливой России тоже станет считаться положительным. Заново проведя расчёты (См. Приложение 7), получим, что предполагаемой характеристикой успеха избирательной кампании кандидатов в депутаты Законодательного собрания Санкт-Петербурга станет «Опыт взаимодействия». Интерпретируя

полученный результат, рассмотрим «опыт взаимодействия» с партией не как конкретные взаимодействия с партией во время данной избирательной кампании, но как с деятельностью партии вообще.

В этом случае, результаты полностью укладываются в предложенную логику. Действительно, успех правящей партии может быть вызван длительным и непрерывным взаимодействием с ней. Справедливо сказать, что для избирательной кампании 2016 года «Единая Россия» вообще предпочитала использовать телевизионные выступления должностных лиц, связанных с партией. Как и в предыдущей своей избирательной кампании, «Единая Россия» в своих посланиях ссылалась на В. Путина и Д. Медведева. В этом смысле, системная оппозиция любит обвинять «Единую Россию» в паразитировании на рейтинге В. Путина. Избрание как минимум трёх кандидатов от ЛДПР, КПРФ, «Справедливой России» и «Партии Роста» тоже укладывается в найденную логику. Если политические бренды ЛДПР, КПРФ и «Справедливой России» в среднем не должны требовать каких-либо разъяснений у избирателей, то недавно реформированную «Партию Роста» в Петербурге чаще узнают из-за Оксаны Дмитриевой. Сильный перевес и занятие 36 из 50 мест в Законодательном собрании Санкт-Петербурга потребовало от «Единой России» тщательного заполнения жизненного мира избирателя. Другими словами, эффект правящей партии сильно повлиял на результаты голосования, но разве может привычка видеть представителей определенной политической силы среди политических деятелей становиться единственной причиной для избрания?

Попробуем ответить на этот вопрос, обратившись непосредственно к программам партий. Обозначим риторику политических партий, к которым принадлежат кандидаты. Для этого составим таблицу, в которой определим ключевые позиции программы и средства агитации.

Партия	Ключевые моменты	Агитация
--------	------------------	----------

Единая Россия	Усовершенствовать политическую систему, улучшение механизмов управления, повышение гражданского участия, прозрачность власти, борьба с коррупцией, решение внутренних и внешних проблем РФ.	Одномандатники ЕР обещают сосредоточиться на проблемах территорий, от которых они баллотируются. В агитации: кандидаты будут определять оптимальные варианты самостоятельно. Широкий электоральный охват.
Справедливая Россия	Введение прогрессивной шкалы налога, минимальная почасовая оплата труда, снижение налогов для предпринимателей, пересмотр ЕГЭ, запрет деятельности коллекторов, отмена транспортного налога, прямые выборы мэров городов.	Широкие слои граждан. Акция «Медведев, делай или уходи»
ЛДПР	Русский человек, 20,000 рублей – минимальная ЗП, налоговое послабление для новых предпринимателей, унитарное государство, единство власти, единство народа.	Кандидаты от ЛДПР в Думу: наружная реклама и работа со СМИ. Серия публикаций в СМИ. Охват: петербуржцы
КПРФ	Госконтроль финансовой сферы, выход из ВТО, возвращение смертной казни, государственная монополия на алкоголь, налог на сверхдоходы.	Агитационные материалы и вещание. Идеологическая повестка. Патриотизм.

Яблоко	Изменения ветвей власти. Демилитаризация, ограничение расходов на оборону. Проблема Крыма. Уважение к человеку.	«Европейский путь развития Петербурга». Стандартная агитация, интернет, телевидение.
ПарНаС	Без коррупции. Защита прав. Человек, его права и ценности – это высшая ценность. прозрачность тарифов на общественный транспорт, прозрачность тарифов ЖКХ и медицинская реформа, предполагающая облегчение доступа частных компаний на рынок ОМС.	Житель мегаполиса. Интернет, телеканал "Дождь", радиостанции, социальные сети. Листовки, газеты, пикеты. Кол-центр. Офлайн- средства больше рассчитаны на избирателя старшего возраста.
Партия Роста	Высокопроизводительные и высокооплачиваемые рабочие. «Администрация роста» — новый институт в государственном устройстве. Ликвидацию кредитного рабства, легализацию малого бизнеса, доступная ипотека.	Интернет; Печатная продукция; Внешняя реклама  Партия реформировалась. Проблемы с разделением ПарНаСа, Яблока и Партии Роста.

Таб. 3 Содержание предвыборных программ

Обратившись к программам, мы находим разницу между идеями представителей партии власти и другими партиями. Особенно это касается несистемной оппозиции – представители партии ПарНаС, например, за время избирательной кампании неоднократно призывали к импичменту президента, что недопустимо иногда даже для выступлений кандидатов от «Справедливой России», «ЛДПР» и «КПРФ». Повестка «Яблока» здесь так же непреклонна как программа ПарНаСа, однако некоторые бывшие его члены говорят о чрезмерной

бюрократизации партии, и её неспособности к изменениям, но в каких условиях проходит избирательный процесс? Политическая борьба изменилась, и теперь нередки случаи, когда кандидаты предпочитают побеждать своих соперников в судах, а не на голосованиях.

Выясним сложившиеся социально-политические условия. Обратим внимание на ход и порядок проведения выборов от начала предвыборной агитации и до самого дня голосования. Лишь определив специфику прошедших выборов в Законодательное собрание, мы сможем судить о том, насколько нарушения могли повлиять на исход голосования.

В феврале 2016 года Законодательным Собранием Санкт-Петербурга принят закон «О выборах депутатов Законодательного Собрания Санкт-Петербурга» № 81-6, согласно которому выборы пройдут по смешанной избирательной системе: 25 депутатов изберутся по мажоритарной системе и 25 депутатов – по пропорциональной. Аналогичным постановлением Законодательного собрания Санкт-Петербурга выборы были назначены на 18 сентября 2016 года.

Прошедшие выборы отметились сменой главы Центральной избирательной Комиссии. 28 марта 2016 года на эту должность была назначена Элла Памфилова. Позже, глава ЦИК заявила, что подаст в отставку, если на выборах будут происходить серьёзные нарушения. С момента назначения Э. Памфиловой, выборы должны были восстановить доверие к себе. Вскоре после назначения Э. Памфиловой от своих обязанностей был освобождён председатель Санкт-Петербургской избирательной комиссии Алексей Пучнин. В конце мая 2016 года новым главой городской избирательной комиссии Петербурга стал Виктор Панкевич<sup>100</sup>.

В то же время, оппозиция разделилась. Алексей Навальный и Владимир Милов вышли из Демократической коалиции. Назначение Михаил Касьянова в качестве лидера списка без проведения праймериз в незарегистрированной партии

---

<sup>100</sup> Председателем петербургского избиркома стал Виктор Панкевич – РИА Новости - <https://ria.ru/politics/20160520/1436871783.html> (Дата обращения: 24.04.17)

названо ошибочным<sup>101</sup>. В конце марта 2016 на съезде организации переименовано "Правое дело", изменена эмблема партии – с этого момента её представляла синяя стрелка, символизирующая рост. В мае 2016 года Партия роста и "Гражданская инициатива" заключили соглашение: партии объединили списки кандидатов на выборах в Госдуму 2016 года по федеральному списку, а также по одномандатным округам.

В конце мая в Петербурге стартовали праймериз «Единой России». Избиратели голосовали по одному федеральному и восьми одномандатным округам. Общее число участвующих избирательных участков — 376. К голосованию были допущены совершеннолетние граждане, зарегистрированные в Петербурге как месте постоянного проживания. Избирателем выдавалось по два бюллетеня — для голосования по одномандатному округу и по партийному списку. Среди отобранных для участия были как привычные лица, так и новые кандидаты. Зафиксированы скандалы. Так, к председателю Генерального совета партии Сергею Неверову обратился Юрий Шувалов. Он просил посчитать недействительными результаты предварительного голосования в Санкт-Петербурге по округу №218. Шувалов говорил о нарушениях, допущенные 22 мая. Исполнительный комитет "Единой России не выявил нарушений<sup>102</sup>.

Примерно в это же время депутаты петербургского Законодательного собрания утвердили поправку, увеличивающую число сотрудников территориальных избирательных комиссий до 14 человек. Кроме того, был изменён и размер избирательного фонда кандидатов и политических партий на выборах депутатов Законодательного собрания. Для первых – 12 млн рублей, а для вторых – 300 млн рублей<sup>103</sup>. Нарезка избирательных округов была утверждена Законодательным собранием еще 16 марта. Схема впечатлила политические силы Петербурга: если кандидаты-единороссы были в среднем довольны,

---

<sup>101</sup> Партия Прогресса: Новости - <https://partyprogress.org/news/58/> (Дата обращения: 24.04.17)

<sup>102</sup> ЗакС.Ру: Юрий Шувалов настаивает на отмене результатов праймариз -<https://www.zaks.ru/new/archive/view/153773> (Дата обращения: 24.04.17)

<sup>103</sup> ЗакС.Ру: новости Санкт-Петербурга: Депутаты Петербурга 15 июня назначат выборы в ЗакС - <https://www.zaks.ru/new/archive/view/154716> (Дата обращения: 24.04.17)

оппозиционерам она не нравилась. Официальный старт избирательной кампании в Законодательное собрание Петербурга был дан 20 июня<sup>104</sup>.

Новшеством стали рейтинги сайтов ТИК, составленные общественной организацией «Наблюдатели Петербурга». В соответствии со списком обязательной информации, активисты разработали методику оценки качества ресурса. Первые три места в рейтинге заняли сайты ТИК № 1, № 7 и № 14, последние — сайты ТИК № 12 и № 23<sup>105</sup>. В конце июня 2016 было объявлено, что на предстоящих выборах установят 3608 видеокамер. Для реализации проекта было выделено 83 млн рублей. Согласно законодательству, доступ к видеокамерам должны были получить не только участники судебных процессов. Одной из особенностей выборов стало их сопровождение со стороны Роскомнадзора. 8 июля по требованию Генеральной прокуратуры были заблокированы четыре сайта, содержавшие призывы бойкотировать выборы в Госдуму. Глава ЦИК РФ обращалась за разъяснениями<sup>106</sup>.

В июне 2016 «Яблоко» представили свою предвыборную программу – «Уважение к человеку»<sup>107</sup>. Она предполагает альтернативную концепцию патриотизма: безопасность, благополучие и уважение к гражданам. Предвыборная программа «Коммунистов России» отличилась явным уклоном в сторону сталинизма. Среди их предложений: национализация основных экономических сфер, государственная монополия на алкогольную и табачную продукцию<sup>108</sup>. Партия народной свободы в своей предвыборной программе, заговорила о перезагрузке. ПарНаС обращает своё внимание на восстановление основ конституционного строя, перезагрузку: социальной сферы, международных

---

<sup>104</sup> Вячеслав Макаров обсудил с главой ЦИК старт избирательной кампании в Санкт-Петербурге | Новости | Законодательное Собрание Санкт-Петербурга - <http://www.assembly.spb.ru/article/633200002/75421/Vyacheslav-Makarov-obsudil-s-glavoy-CIK-start-izbiratelnoy-kampanii-v-Sankt-Peterburge> (Дата обращения: 24.04.17)

<sup>105</sup> Наблюдатели Петербурга составили рейтинг новых сайтов ТИК - <https://www.golosinfo.org/ru/articles/98801> (Дата обращения 24.04.17)

<sup>106</sup> Роскомнадзор - <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news39992.htm> (Дата обращения: 24.04.17)

<sup>107</sup> Предвыборная программа партии «Яблоко» - <http://www.yabloko.ru/program> (Дата обращения: 24.04.17)

<sup>108</sup> КОММУНИСТЫ РОССИИ – ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ / ЛИТЕРАТУРА / ДЕСЯТЬ СТАЛИНСКИХ УДАРОВ ПО КАПИТАЛИЗМУ И АМЕРИКАНСКОМУ ИМПЕРИАЛИЗМУ! ТЕКСТ ПРОГРАММЫ И ВИДЕОРОЛИК - [http://komros.info/literature/desyat-stalinskikh-udarov/desyat-stalinskikh-udarov\\_8380.html](http://komros.info/literature/desyat-stalinskikh-udarov/desyat-stalinskikh-udarov_8380.html) (Дата обращения: 24.04.17)



отношений, судебной, правоохранительной, и системы местного самоуправления<sup>109</sup>. Программа кандидатов Единой России в Законодательное собрание отталкивается от концепций развития Петербурга до 2020 года и стратегии экономического и социального развития до 2030 года<sup>110</sup>.

Агитационные материалы партий (См. Приложение 5) различались, и преследовали разные цели. «Единая Россия» привлекала избирателя плакатами с цитатами Владимира Путина и нейтральными лозунгами консервативного содержания. На плакатах размещены фотографии встречи Дмитрия Медведева с людьми, что нарушало действующее избирательное законодательство, поскольку агитационные материалы не предполагали изображений кого-либо, кроме кандидатов. Таким образом, любое появление высших лиц государства ассоциировалось с партией, а потому агитация происходила непрерывно, и началась она задолго до того. Агитация Вячеслава Макарова – главы петербургского отделения Единой России – заслуживает отдельного внимания. Будучи кандидатом по третьему одномандатному избирательному округу, он проводит свою избирательную кампанию почти на всех доступных ему уровнях: муниципалитеты, администрацию, бюджетные учреждения. В плакатах используются лозунги: «Вместо обещаний – реальные дела!», «Мы там, где ждут побед», «Действовать, развиваться, добиваться результата». Особенной оказалась риторика Милонова «Действовать в интересах людей», «Мы будем сражаться за наши ценности», кроме того, был создан особый логотип. Не менее странной оказались лозунги: «За стабильность и процветание» и «... Вместе мы СИЛА! Честь имею! Ваш К. Чебыкин», «Сделать больше, чем сделано!». Для агитации ЛДПР ситуация иная. Владимир Жириновский уже несколько лет активно использует свой имидж на территории Петербурга. Еще за несколько лет до выборов избиратели могли видеть большие плакаты с символикой партии. Однако ближе к выборам кандидаты начали собственные кампании. Так, кандидат в

---

<sup>109</sup> Перезагрузи систему | Партия народной свободы ПАРНАС - <https://2016.parnasparty.ru> (Дата обрушения: 24.04.17)

<sup>110</sup> Единая Россия официальный сайт Партии / Партия / История Партии - <http://er.ru/history/> (Дата обращения: 24.04.17))

Законодательное Собрание Анна Замарева назвала свою кампанию «ЗА Васильевский остров», а глава фракции Законодательного Собрания Евстигнеева напомнила, что «Наш общий дом – Петербург». Ранее, мы уже отмечали, что риторика ЛДПР касалась «русского человека», в данном случае, она касается «петербуржца». «Справедливая Россия» использует личность Сергея Милонова. Для Васильевского острова заметна фигура Нэлли Вавиловой, использовавшей в своей агитации имя Алексея Ковалёва. Достаточно пёстрыми выглядели лозунги «В Питере – жить!», «Готов пройти проверку на детекторе лжи!», и «Долой РОСТовщиков!». «Партия роста» же просто старалась поддержать своих кандидатов по районам, так, на Васильевском острове преобладала агитация Максима Резника. ПарНаС подчеркивал принадлежность к несистемной оппозиции. Помимо классической агитации использовались: мероприятия для избирателей, рейды в сопровождении СМИ, препятствование размещению печатных материалов, чёрный пиар, давление на кандидатов, борьба посредством судебных исков.

2 сентября подвели итоги регистрации кандидатов в Законодательное собрание: всего 575 кандидатов (11,5 претендента/мандат). Зарегистрированы региональные отделения партий «Справедливая Россия», «Единая Россия», «Яблоко», петербургские отделения КПРФ и ЛДПР. Петербургская избирательная комиссия отказала в регистрации трём избирательным объединениям: петербургским отделениям Партии «Великое Отечество», партии «за справедливость!» и партии «Родина». Еще четыре объединения собрали подписи, и были зарегистрированы: региональные отделения Партии роста, «ПарНаСа», «Коммунистов России» и «РОТ Фронта»<sup>111</sup>.

День тишины отмечен нарушениями, но они носили локальный характер. То же можно сказать и о ходе выборов – в Санкт-Петербурге не происходило массовых фальсификаций. Большая часть нарушений вызвана слабой подготовкой или усталостью сотрудников избирательных комиссий, однако некоторые из нарушений грубые и явно враждебны самой идее честных выборов.

---

<sup>111</sup> ЗакС.Ру: новости Санкт-Петербурга: ГИК подвел итоги выдвижения и регистрации кандидатов в депутаты ЗакСа - <https://www.zaks.ru/new/archive/view/158384> (Дата обращения: 24.04.17)

Развивающийся тренд политического активизма и общий рост института общественных наблюдателей позволяет нам получать данные, мобилизуя активных членов общества для борьбы с нарушениями законодательства. 18 сентября представители движения «Голос» наблюдали за ходом выборов в депутаты Государственной Думы и Законодательное собрание.

Открытие голосования ознаменовалось затруднениями работы на участках. Проблемы с допуском появились в УИКах №633, №231, №1375, №514. На УИКах №332 и №1614 был ограничен обзор за выдачей бюллетеней, избирательными ящиками и кабинками для голосования. Часто нарушения устранялись после устных или письменных жалоб. Зафиксированы случаи удаления члена комиссии с правом совещательного голоса в УИКах №552 и №923.

Во время самого голосования больше половины УИКов поменяли свои адреса, сделав поиск своего УИКа тяжелым занятием, оповещений о замене места голосования не было. Зафиксированы случаи незаконной агитации (См. Приложение 4), примеры: агитационный БТР «Справедливой России» в Приморском районе, бюллетени на выборах в Автово с жирным выделением строки «Справедливая Россия; агитация на столах председателей УИКа №1393 и УИКа №2189; и звонки телефонного робота в день голосования в г. Пушкин.

Наблюдатели заявляют о следующих нарушениях: 1) в школе № 48 – представители ЛДПР контролировали проголосовавших; 2) УИК №137 – массовое голосование по открепительным удостоверениям; 3) УИКи №104, №419 – массовое голосование курсантов по открепительным удостоверениям. 5) УИКи №1642, №1656, №533 – вбросы; 6) УИКи №1449, №116, №1619, №1149, №978, №505, №2212 – в списках неизвестные, прописанные в жилых квартирах. УИК №213, в частном доме найдено 99 квартир. 7) УИКа №130 избирателям выдавались бракованные бюллетени; 8) УИК №811 поддельная подпись. 9) УИК №127 нарушение правил хранения бюллетеней. 10) Выборы подвело техническое оснащение. Наблюдатели говорят о 70 % неоснащённых УИКах. По большей части, кабинки для голосования не отвечали критериям сохранения тайны голосования. УИКи №1368, №2173, №1556, №981, №1384 – нарушены печати урн.

После 8 часов вечера комиссии приступили к подсчету голосов. Некоторые комиссии допустили нарушение порядка подсчёта: 1) Нарушение процедуры погашения бюллетеней при работе со списками – УИК №1620, №1652, №200, №414, №419, №619, №1384, №1265, №1382, №231, №956, №919. 2) Комиссия приступила к подсчету голосов, не подсчитав избирателей в списке – УИК №1634; Одна из причин распространённости нарушений – совмещение разных избирательных систем в единое голосование, что предполагает по четыре бюллетеня для каждого избирателя. Это потребовало от избирательных комиссий знания процедур подсчёта – агрессивно отреагировали на советы наблюдателей УИК №2115, №1703, №619, №633. Комиссии отказывались принимать жалобы – УИК №1972, №2098, №1634, №1213, №619. УИК №1461 – отказ выдачи итогового протокола. УИКи №1489, №641 и №643 возникли сомнения в личности членов комиссий.

Необходимо отметить, что были и участковые комиссии, строго следовавшие установленной законом процедуре – УИК №2241, №386.

Обобщая сказанное выше, отметим, что единый день голосования в Санкт-Петербурге не был связан с массовыми фальсификациями. Присутствовали отдельные нарушения. Эти нарушения часто были последствием некомпетентности избирательных комиссий. После сентябрьского единого дня голосования в Петербурге подано около 300 судебных исков на действия участковых избирательных комиссий<sup>112</sup>. Это количество исков сопоставимо с объемом послевыборных обращений в суд на территории всей России. В мае 2017 года внимание к себе привлекла реакция избирательной системы. ТИК №3 освободила от должностей 11 председателей УИК, ТИК №7 освободила от должностей еще 14 председателей УИК. Председатель ТИК №3 так же был освобождён от должности.

О легитимности и фальсификациях говорят в Москве и Санкт-Петербурге. Анализ статистик поисковой выдачи показывал, что запрос «нарушения на

---

<sup>112</sup> Центральная избирательная комиссия Российской Федерации - <http://cikrf.ru/news/cec/2016/11/17/02.html> (Дата обращения: 24.04.17)

выборах 2016» в сентябре превысил сумму всех ФИО-запросов избранных кандидатов и Законодательного Собрания в целом.

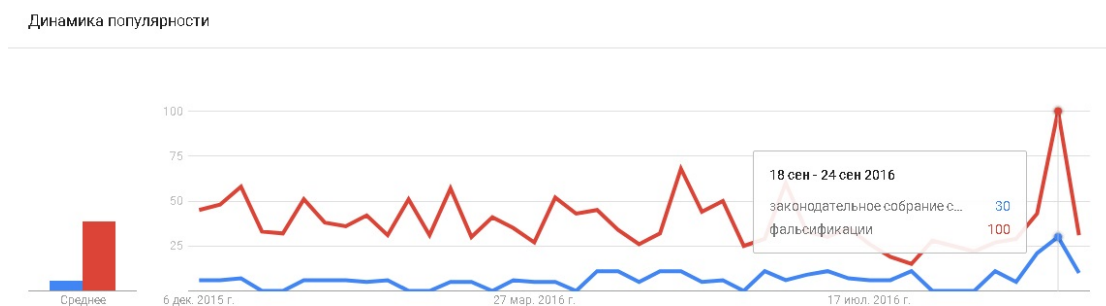


Рис. 9 Тренды поисковых запросов «Законодательное собрание Санкт-Петербурга» и «Фальсификации». Период с 6 декабря 2015 года до 31 сентября 2016 года (акцент на этапе 18-24 сентября 2016).

Рост политической культуры граждан оказался связан не столько с общим ростом действующей политической системы, сколько с развитием правозащитных институтов. Сам факт наличия проблем взаимодействия с гражданским обществом в сообщениях новоизбранной Главы Центральной Избирательной комиссии – это маркер развивающейся тенденции. Тема фальсификаций и нарушений кандидатами и избирательными комиссиями – оказалась важной лишь для пользователей сети Интернет в Санкт-Петербурге и Москве, однако именно здесь работало наибольшее количество общественных наблюдателей, организовывались и проводились специальные школы для них, поддерживаемыми самим Центральным избирательным комитетом.

Интересно, что тренд «нарушения на выборах 2016» оказался распространенным лишь в Санкт-Петербурге и Москве. При этом, популярность темы в Петербурге была выше московской почти в 3 раза.

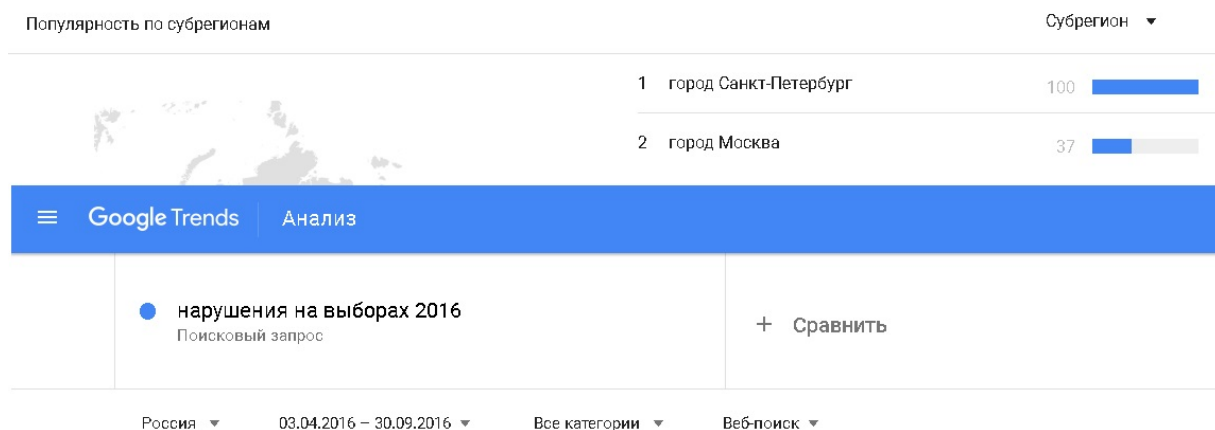


Рис. 10 Популярность тренда «нарушения на выборах 2016» по субрегионам

Важно понимать, что лишь ограниченное количество избирателей являются пользователями сети Интернет и поисковых систем, однако такое распределение интересов среди тех, кто всё же его использует – это важно. Принимая во внимание сравнение трендов (Рис. 9), предположим, что для некоторой части избирателей поддержание чистоты выборов оказалось важнее самого механизма выборов в политической системе. Борьба с нарушениями избирательной системы переходит из риторики несистемной оппозиции к повестке дня.

Борьба с нарушениями ведётся и самими участниками предвыборной гонки. Так, кандидатами в депутаты Законодательного собрания Санкт-Петербурга Б. Вишневым, А. Евсеевым и Н. Марковым опубликован обзор нарушений в ходе избирательной кампании на выборах депутатов Законодательного собрания Санкт-Петербурга 6 созыва по одномандатному избирательному округу №2», зафиксированных в период с июля по сентябрь 2016 года. В статье упомянуты: агитация в районной и муниципальной прессе за бюджетный счет; агитационные мероприятия за бюджетный или корпоративный счет; привлечение работников ЖКХ к агитации; чёрный пиар; препятствование размещению наружной рекламы и согласованию публичных мероприятий; семейственность состава УИКов; – перечисленное подтверждено интервьюируемым – действующим сотрудником одного из петербургских УИК. Нами так же получен комментарий, что из

вышестоящих инстанций приходило распоряжение провести выборы 2016 кристально чисто. Кандидаты при этом полностью несут ответственность за совершаемые ими правонарушения. Обсуждая возможные запрещенные технологии на выборах, член УИК отдельно отметил что если раньше и могли существовать «голосования за нужного человека», когда хорошие результаты вознаграждались премией, то теперь эта премия достаётся членам УИК за чистоту и отсутствие замечаний по работе (См. Приложение 3). В то же время, по словам интервьюируемого, работающие на местах общественные наблюдатели, пытаюсь найти нарушение способны забыть о здравом смысле, переутомившись, оказывавшись в тяжелом положении на УИК или вступив в конфликт с органами, обеспечивающими правопорядок на избирательных участках. В этой связи, рост общественных наблюдателей как института и развитие особых курсов подготовки и школ выглядит как нельзя удачными инициативами новой Центральной Избирательной Комиссии.

#### **Выводы ко второй главе:**

Изучение политических коммуникаций и их роли в формировании общественного мнения предполагает множество трудностей: неоднородность данных, множественная причинность явлений, необходимость работы с крупными массивами данных. Техника КСАчм способна работать в этих условиях. Изучение выборов - это комплексные исследования с разнородными данными. Качественный сравнительный анализ, разработанный Ч. Рагиным - логический инструмент сравнения. Проведенный на основе КСА контент-анализ печатных материалов выборов 2016 позволил работать с качественно-количественными переменными.

Для работы КСАчм нами выработана схема анализа политических коммуникаций, способная сохранять наработки разных направлений политической коммуникативистики в условиях междисциплинарности.

Анализ политических коммуникаций на выборах в Законодательное собрание 2016 года указал, что основной причиной избрания кандидатов стал критерий «Опыт взаимодействия». Дальнейшее установление причин, включая проведение неформализованного интервью выявило, что роль политических

коммуникаций здесь не так велика. Правящая партия «Единая Россия» проводит свою агитацию непрерывно на протяжении долгого времени. При этом, партия использует рейтинги высших должностных лиц: Д. Медведева и В. Путина, даже после законодательного запрещения использования образов лиц, не участвующих в голосованиях.

Неоднозначной остаётся роль ошибок организаторов выборного процесса. Смена руководства ЦИК и объявление чистоты выборов целью деятельности избирательной системы – это серьёзное решение. Тем не менее, сотрудники УИКов и ТИКов не всегда знают процедуры подсчёта голосов и пренебрегают правилами организации процесса голосования. Не всегда это происходит умышленно, однако достоверность получаемых результатов может быть поставлена под сомнение. Тем не менее, ситуация в Санкт-Петербурге сильно отличается от средних результатов РФ. Причина этому – организация общественного контроля и организация коммуникаций между активистами общественных движений. На последующих форумах наблюдателей, попытка наладить контакт признана не эффективной, но состоявшейся.

Рост общественных наблюдателей как института и развитие особых курсов подготовки и школ дополняют деятельность Центральной Избирательной Комиссии. Результатами совместной работы можно считать направление дел в соответствующие органы и массовую смену председателей участковых избирательных комиссий. От должности был освобожден даже один из председателей ТИК.



## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Общественное мнение — явление, входящее в область интереса сразу нескольких подходов. Не существует универсального определения этого понятия, способного претендовать на звание всеобъемлющего, а потому и единственно верного. Для нашего исследования общественное мнение было определено как отношение людей к явлениям, существующим в социальной действительности, равно как и деятельность этих людей, являющаяся, в свою очередь, следствием этого отношения. Изучение общественного мнения предполагает определение механизмов его формирования. Эта тема особенно важна в связи с организацией общественных голосований и выборов.

Дж. Цаллер обозначил процесс формирования общественного мнения как действие «аксиом», сопровождающих процессы получения и обработки политической информации. Однако даже сам автор называл свой подход упрощенным. В этом смысле, глубина рассмотрения процесса политической коммуникации оказалась недостаточной. В широком смысле, политическая коммуникация — процессы создания, отправления, получения и обработки сообщений, оказывающих воздействия на властные отношения в обществе. Роль политической коммуникации находится в непрерывных коммуникативных процессах, глубоко укоренившихся в жизненных мирах индивидов. Коммуникативные модели Й. Бордвика и Б. ван Каама показывают возможности таких процессов.

В политической коммуникативистике уже предпринимались попытки создания исчерпывающей аналитической модели феномена коммуникации в сфере политики. Это задача для междисциплинарного изучения, а потому исследователи должны утвердить единые онтологические и гносеологические основания такого изучения. Междисциплинарная матрица Р. Крейга была попыткой сделать это, согласно автору — матрица может служить «единицами координатами, в рамках которых способно проводиться обсуждение всех традиций... должна сделать коммуникативистику площадкой для рассмотрения значения теоретической и образовательной деятельности в данной области знания». В то же время, не следует считать эту концепцию самостоятельным инструментом для применения в

рамках социально-политического анализа. На данном этапе развития — это лишь направление для дальнейших исследований.

Так, возникает потребность в создании собственной методики, сочетающей лучшие наработки частных микро- и макро-уровневых теорий политической коммуникативистики, и способной изучать политические коммуникации в условиях междисциплинарности. Как результат, нами был создан инструмент для изучения формирующей политической коммуникации — процессов создания, отправления, получения и обработки политических сообщений, оказывающих существенное влияние на властные отношения, путём воздействия на отдельных членов общества, участвующих в его политической жизни.

Первая часть нашей методики заключалась в создании алгоритма для проведения анализа формирующей политической коммуникации. С одной стороны, мы нуждались в определении общих «координат» для всевозможных аналитических процедур – в прямом согласии с идеей Р. Крейга об «общих координатах» в изучении коммуникативных процессов. С другой, нам казалось необходимым учесть все известные особенности политических коммуникаций, определенные нами в первой главе настоящего исследования. Такими общими координатами стала модель-схема, полученная путём синтеза разработок Г. Лассуэлла, К. Шеннона, У. Уивера, М. Дефлёра, и Р. Брэдока, на которую, согласно выделенным элементам, были наложены подходы и традиции изучения политических коммуникаций (См.: Рис. 8 и Прил. 1.). На основании построенной аналитической модели нами были сначала выделены 73 фактора-критерия (См. Прил. 1.), а затем они были сгруппированы до 15 дихотомизированных критериев (См. Приложение 2.) для дальнейшего их использования в рамках второй части нашей методики – техники Качественного Сравнительного Анализа, – выполненного в ПО Tosmana. Кейсом для исследования стали выборы в Государственную думу и Законодательное собрание Санкт-Петербурга, прошедшие 18 сентября 2016 года.

Результаты полностью укладываются в предложенную КСАчм логику. Действительно, успех правящей партии может быть вызван длительным и непрерывным взаимодействием с ней. Справедливо сказать, что для

избирательной кампании 2016 года «Единая Россия» вообще предпочитала использовать телевизионные выступления должностных лиц, связанных с партией. Как и в предыдущей своей избирательной кампании, «Единая Россия» в своих посланиях ссылалась на В. Путина и Д. Медведева. Избрание как минимум трёх кандидатов от ЛДПР, КПРФ, «Справедливой России» и «Партии Роста» тоже укладывается в найденную логику. Если политические бренды ЛДПР, КПРФ и «Справедливой России» в среднем не должны требовать каких-либо разъяснений у избирателей, то недавно реформированную «Партию Роста» в Петербурге чаще узнают из-за Оксаны Дмитриевой. Сильный перевес и занятие 36 из 50 мест в Законодательном собрании Санкт-Петербурга потребовали от «Единой России» тщательного заполнения жизненного мира избирателя. Другими словами, эффект правящей партии сильно повлиял на результаты голосования.

Кандидатами в депутаты Законодательного собрания Санкт-Петербурга Б. Вишневым, А. Евсеевым и Н. Марковым опубликован обзор нарушений в ходе избирательной кампании на выборах депутатов Законодательного собрания Санкт-Петербурга 6 созыва по одномандатному избирательному округу №2», зафиксированных в период с июля по сентябрь 2016 года. В статье упомянуты: агитация в районной и муниципальной прессе за бюджетный счет; агитационные мероприятия за бюджетный или корпоративный счет; привлечение работников ЖКХ к агитации; чёрный пиар; препятствование размещению наружной рекламы и согласованию публичных мероприятий; семейственность состава УИКов; – перечисленное подтверждено интервьюируемым (См. Приложение 3).

Впервые, о легитимности выборов заговорили уполномоченные лица. Глава ЦИК Э. Памфилова объявила о проведении чистых выборов и взаимодействии с гражданским обществом. Центральной избирательной комиссией организованы мобильные группы Уполномоченного по правам человека. Был объявлен мораторий на удаление наблюдателей. Для контроля за качеством информирования населения организован специальный рейтинг Интернет-сайтов территориальных комиссий. Тема легитимности и, напротив, фальсификаций – становится значимым трендом в Москве и Санкт-Петербурге. Анализ статистик поисковой выдачи показывал, что запрос «нарушения на

выборах 2016» в сентябре превысил сумму всех ФИО-запросов избранных кандидатов. Сказанное справедливо как для кандидатов в Законодательное собрание, так и в Государственную думу. Популярность темы борьбы с нарушениями растёт, а вместе с тем и активность наблюдателей. Со времени избрания Э. Памфиловой, форум общественных наблюдателей проводился уже дважды. На рассмотрении в судах множество дел по статье 5.8 КоАП РФ, а активисты-наблюдатели получают награды из рук представителей Центральной Избирательной Комиссии. Тем не менее, нарушители оказываются безнаказанными. В редких случаях, председатели комиссий отправляются в отставку, как это произошло с председателем ТИК №2 Василеостровского района.

Нельзя говорить о массовых фальсификациях в день голосования в Санкт-Петербурге, но нарушения происходили. Одна из главных причин – отсутствие необходимых компетенций у членов избирательных комиссий, либо недостаточные условия для проведения процедур, предусмотренных законом. Это и привело к нарушениям при подсчёте голосов. В отчёте общественных наблюдателей высказывается предположение о том, что данные подбивались под контрольные соотношения. Предположение приобретает особый смысл в том случае, если контрольные соотношения воспринимаются не как инструмент проверки, но как условие и самоцель работы. Обратим внимание на массивы данных избирателей с открепительными удостоверениями. Согласно сказанному респондентом, тема открепительных удостоверений изначально воспринималась членами комиссий как нечто новое. На презентации одного из отчётов Наблюдателей Петербурга прозвучала история о председателе одного из УИК, не знавшего тонкостей работы с голосами избирателей по открепительным удостоверениям. Сразу после этого один из организаторов признался в том, что даже в определенном ТИК не знали процедур работы с этими голосами. Так, в результате ошибок организаторов появились нарушения, обнаруженные наблюдателями после статистической обработки общедоступных данных. Обработка выявила среди всех УИК: 50% участков, где местных избирателей по одномандатному округу думы больше, чем местных избирателей по федеральному округу Государственной Думы. 67% участки, где местных избирателей по

одномандатному округу думы больше, чем местных избирателей по единому округу в Законодательное Собрание; 21% участков, где местных избирателей по выборам в Законодательное Собрание больше, чем местных избирателей по федеральному округу Государственной Думы. Лишь 22% участков без аномалий в числе избирателей по различным типам голосования. На 485 участках количество проголосовавших по открепительным по одномандатному округу Государственной Думы оказалось выше количества проголосовавших по открепительным по единому округу Законодательное Собрание. Для 500 участках совпадают число проголосовавших по открепительным по федеральному и одномандатному округам Государственной Думы, схожее и для Законодательного собрания. После сентябрьского единого дня голосования в Петербурге подано около 300 судебных исков на действия участковых избирательных комиссий.

В силу выясненной специфики избирательного процесса, полученные нами результаты не могут однозначно свидетельствовать о подтверждении или опровержении основной гипотезы, и причины этого даже не в ошибках организации выборов в сентябре 2016 в Санкт-Петербурге. Нарушения и ошибки петербургских комиссий следует рассматривать как направление для развития, а не лишь как повод для наказания виновных.

Решающим для проходящих выборов следует считать фактор «опыт взаимодействия» с агитационными кампаниями. В то время как оппозиционные партии могут позволить себе агитацию лишь во время предвыборных кампаний, «Единая Россия», ставшая победителем как по единым, так и по одномандатным округам, уже долгое время осуществляет свою непрерывную агитационную кампанию. С увеличением представительства в государственных округах, ситуация получит новое выражение. Таким образом, выясненный нами критерий способен влиять на успех агитационных мероприятий в конкретных создавшихся условиях выборов в Законодательное собрание Санкт-Петербурга.

Гораздо более важным становится совершенствование метода Качественного Сравнительного Анализа и путей его использования. В нашем случае, он хорошо справился с единой систематизацией качественных и количественных данных. Для его использования нам была необходима

концептуальная схема анализа формирующих политических коммуникаций и специальное ПО Tosmana. Так, мы приходим к изучению социально-политических явлений в условиях междисциплинарности и при единстве гносеологических и онтологических оснований.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

Список печатных источников:

1. Анникова В.А. Общественное мнение как фактор формирования массового политического сознания // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2007 №4. С. 53-65.
2. Анохин М.Г. Политические системы: адаптация, динамика, устойчивость (Теоретико-прикладной анализ). – М.: Агентство “Инфомарт”, 1996. – 305 с.
3. Аристотель. Политика М.: АСТ, 2002. С. 105.
4. Богомолова Н.Н. Массовая коммуникация и общение. М.: Знание, 1988. С. 172.
5. Брайант. Дж, Томпсон, С. Основы воздействия СМИ. : Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильяме", 2004. С. 120.
6. Бурдые П. Социология политики. М.: Sociologos, 1993. С. 69.
7. Василькова В.В. Коммуникация и образование. Сборник статей. — Под ред. С.И. Дудника. — СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2004. — С.69-88
8. Вебер М. Избранные произведения. – М. : Прогресс, 1990. – С. 646.
9. Гавра Д.П. Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт / Д. Гавра. СПб.: ИСЭГ1 РАН, 1995. С. 22-25.
10. Горшков М.К. Общественное мнение: история и современность. М.: Политиздат, 1988.
11. Грачёв М. Н. Актуальные проблемы политической науки : коллективная монография / М. Н. Грачёв, В. Ю. Юхнин. – М. : Экономическая демократия, 1996. – С. 9.
12. Грачёв М. Н. Политическая коммуникация // Вестник Российского университета дружбы народов. – Серия : Политология. – 1999. – №1. – С. 33.
13. Грачёв М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. – М. : Прометей, 2004. – С. 63-64.
14. Грачев М.Н., Трахтенберг А.Д. Микро- и макроуровневые теории политической коммуникации // Политическая коммуникативистика: теория,

методология и практика. Под ред. Л.Н. Тимофеевой. М.: РАПН; РОС-СПЭН, 2012. С. 75.

15. Грушин Б.А. Мнения о мире и мир мнений: Проблемы методологии исследования общественного мнения. С.90.

16. Докторов Б.З. Реклама и опросы общественного мнения в США. История зарождения. Судьбы творцов. М.: Центр социального прогнозирования. 2008. – С. 557

17. Дьякова Е.Г. Массовая коммуникация и власть. – Екатеринбург, 2002.

18. Касьянов В.В. Нечипуренко В.Н. Социология права. Ростов и/Д: Феникс, 2001. С. 403.

19. Категории политической науки / А. Ю. Мельвиль [и др.]. – М. : Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД РФ, «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2002. – С. 35.

20. Коробейников В.С. Возрастание роли и значения общественного мнения в жизни социалистического общества. М.: Знание, 1979

21. Крейг Р. Т. Теория коммуникации как область знания [Текст] / Р.Т. Крейг // Компаративистика III. Альманах сравнительных социогуманитарных исследований; под ред. Л. А. Вербицкой, В. В. Васильковой, В. В. Козловского, Н. Г. Скворцова. – СПб.: Социологическое общество им. М. М. Ковалевского, 2003. – С. 72.

22. Кузьмичев В.Л. Организация общественного мнения. М.: ЦКЖД Гудок, 1929.

23. Лассуэлл Г. Структура и функции коммуникации в обществе // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2000. — С. 131-138.

24. Лебон Г. Психология народов и масс. С1 16: Изд-во «Макет», 1995.

25. Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. С. 55-60.

26. Макиавелли Н. Государь. М.: Планета, 1990. С.53.



27. Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека [Текст] / Г. М. Маклюэн; пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. С. 6-14.
28. Мансуров Н.С. Общественное мнение и его роль в жизни общества. М.:Изд-во МГУКИ, 2000.
29. Матвеев Р.Ф. Теоретическая и практическая политология. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 1993. – 239 с.
30. Мор Т. Утопия. М.: Наука, 1978. С.98
31. Ноэль-Нойман О. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.: Мысль, 1996. С. 102.
32. Парыгин Б.Д. Социальная психология как наука. М.: Знание, 1965.
33. Плеханов Г.В. История русской общественной мысли. М.: ЦКЖД Гудок, 1925.
34. Подорова-Аникина, О.Н. Коми региональное измерение социодинамики политических коммуникаций современной России: монография / О. Н. Подорова-Аникина, В. П. Милецкий. – Ухта: УГТУ, 2013. С. 21.
35. Политический процесс : основные аспекты и способы анализа. Под ред. Е. Ю. Мелешкиной. М., изд-во "Весь мир", 2001. С. 5.
36. Потапейко Д.А. Правосознание как особое общественное явление. Мн.: Харвест, 1970. С. 111.
37. Почепцов Г. Г. Информационные войны. С. 10.
38. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. – М. : «Рефл-бук», 2001. – С. 44-45.
39. Руссо Ж.Ж. Об общественном договоре // Трактаты. М.: Наука, 1969. С. 117.
40. Соловьёв А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. – 2002. – №3. – С. 5.
41. Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2000. С. 230.
42. Социологическая энциклопедия. М.: Мысль, 2003. Т. 1.

43. Социологический энциклопедический словарь / Под. ред. Г.В. Осипов. - М.: Изд-во НОРМА, 2000. - 488 с.
44. Тард Г. Общественное мнение и толпа. М.: Изд-во «КСП+», 1999.
45. Тимофеева, Л. Н. Политическая коммуникативистика: проблемы становления [Текст] / Л. Н. Тимофеева // Полис. – 2009. – №5. – С. 50.
46. Уледов А.И. Актуальные проблемы социальной психологии. М.: Мысль, 1981. С.96.
47. Уледов А.И. Общественное мнение советского общества. М.: Соцэкгиз, 1963.
48. Федеральный закон РФ от 02.10.2012 г. № 157-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О политических партиях» и Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации».
49. Философия: Энциклопедический словарь / Под ред. А. А. Ивина. — Москва: Гардарики, 2004. — 1074 с.
50. Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия // Вестник Московского университета. Серия 7: Философия. 1993. №4. С. 43–63.
51. Хвостов В.М. Общественное мнение и политические партии. М.: Сытин, 1906. С. 10.
52. Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения / Пер. с англ. А. А. Петровой. Науч. ред. перевода И. Н. Тартаковская. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
53. Чесноков Д.И. Исторический материализм. М.: Мысль, 1965.
54. Шабров О.Ф. Политическое управление: проблема стабильности и развития. – М.: Интеллект, 1997. – 200 с.
55. Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. М.: Sociologos, 1997. С. 77.
56. Штофф В. А. Моделирование и философия. – М.; Л. : Наука, 1966. – С. 36.
57. Almond G., Coleman J. The Politics of The Development Areas. – Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1960. – xii, 591 p.

58. Bordewijk J.L., Kaam B. van. Towards a classification of new teleinformation services. // *Intermedia*. – Vol. 14. – № 1. – 1986. – P. 16–21.
59. Braddock R. An extension of the «Lasswell Formula» // *Journal of Communication*. – Vol. 8. – 1958. – Pp. 88-93.
60. Budd R.W., Ruben B.D. (Eds). *Approaches to human communication*. Rochelle Park. NJ: Nayden, 1972.
61. Burgoon J. K. Interpersonal deception theory: Reflections on the nature of theory building and the theoretical status of interpersonal deception theory [Text] // *Communication Theory* // J. K. Burgoon, Buller D. B. – 1996. – №6. P. 316-317
62. Chaffee S.H., Hochheimer J.L. The Beginning of Political Communication Research in the United States: Origins of the “Limited Effects” Model. // *The Media Revolution in America & in Western Europe*. – Norwood, 1987; Sconce J. *Haunted Media: Electronic Presence from Telegraphy to Television*. – Durham; London, 2000.
63. Clark T. Gabriel Tarde on Communication and Social Influence. Selected papers (ch. 17, «Opinion and Conservation»). Chicago, London, 1969. P. 318.
64. Cotteret J.-M. *Gouvernants et gouvernes: La communication politique*. – Paris : Presses universitaires de France, 1973. – Pp. 7-13.
65. DeFleur M. *Theories of Mass Communication*. – New York : D. McKay, 1966. – Pp. 90-91.
66. Deutsch K.W. *The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control*. – London, Free Press of Glencoe, 1963. – 316 p.
67. Easton D. *A Framework for Political Analysis*. – Chicago: University of Chicago Press, 1979. P. 112.
68. Field L , Higley G *Elitism* London, Boston, 1980
69. Gerbner G. Mass media and human communication theory // *Sociology of Mass Communications*. / Ed.: McQuail D. – Harmondsworth, 1972; Gerbner G. *Toward a General Model of Communication*. // *Audio-Visual Communication Review*. – Vol. 4. – 1956.
70. Graber D. *Processing the News: How People Tame the Information Tide*. – Lanham, Md., 1993.

71. Iyengar Sh. Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues. – Chicago, 1991.
72. Katz E., Blumler J. G., Gurevitch M. Utilization of mass communication by the individual // The Uses of Mass Communications. / Eds: Blumler J. G., Katz E. – Beverly Hills, CA, 1974; Katz E., Lazarsfeld P.F. Personal Influence. – Glencoe, 1955.
73. Lasswell H. Propaganda Technique in the World War. – London: Kegan Paul, Trench, Trubner & Co., 1927. – 233 p.
74. Lazarsfeld P.F., Berelson B., Gaudet H. The peoples' choice: How the vote makes up his mind in a presidential campaign. – N.Y., 1948
75. Lippman W. Public Opinion. / With a new introduction by Michael Curtis. – New Brunswick, N.J., 1997.
76. Littlejohn S.W. An overview of contributions to human communication theory from other disciplines // Human communication theory: Comparative essays. New York, 1982.
77. Media Gratifications Research: Current Perspectives. / Eds.: Rosengren K.E., Wenner L.A., P. Palmgreen. – Beverly Hills, CA, 1985.
78. Ragin, Charles C. The Comparative Method. Moving Beyond Qualitative and Quantitative Strategies. Berkeley, Los Angeles and London: University of California Press. 1987.
79. Schramm W. How Communication Works. // Process and Effects of Mass Communication. / Ed.: W. Schramm. – Urbana: University of Illinois Press, 1954. P. 58.
80. Shannon K. The Mathematical Theory of Communication / K. Shannon, W. Weaver. – Urbana: University of Illinois Press, 1949. – Pp. 3-5.
81. Shaw D.L., McCombs M.E. The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press. – St. Paul, MN, 1977
82. The Statesman`s Book of John of Salisbury. New York, 1963, P. 39.
83. Weiss W. Effects of the Mass Media of Communication. // The Handbook of Social Psychology. – 2nd ed. –Vol. V. / Eds: G. Lindzey, E. Aronson. – Reading, MA, 1969

Список интернет-источников:

84. Председателем петербургского избиркома стал Виктор Панкевич – РИА Новости - <https://ria.ru/politics/20160520/1436871783.html> (Дата обращения: 24.04.17)
85. Встреча с членами Совета законодателей - <http://kremlin.ru/events/president/news/51827> (Дата обращения: 24.04.17)
86. Партия Прогресса: Новости - <https://partyprogress.org/news/58/> (Дата обращения: 24.04.17)
87. ЗакС.Ру: Юрий Шувалов настаивает на отмене результатов праймариз - <https://www.zaks.ru/new/archive/view/153773> (Дата обращения: 24.04.17)
88. ЗакС.Ру: новости Санкт-Петербурга: Депутаты Петербурга 15 июня назначат выборы в ЗакС - <https://www.zaks.ru/new/archive/view/154716> (Дата обращения: 24.04.17)
89. Вячеслав Макаров обсудил с главой ЦИК старт избирательной кампании в Санкт-Петербурге | Новости | Законодательное Собрание Санкт-Петербурга - <http://www.assembly.spb.ru/article/633200002/75421/Vyacheslav-Makarov-obsudil-s-glavoy-CIK-start-izbiratelnoy-kampanii-v-Sankt-Peterburge> (Дата обращения: 24.04.17)
90. Наблюдатели Петербурга составили рейтинг новых сайтов ТИК - <https://www.golosinfo.org/ru/articles/98801> (Дата обращения 24.04.17)
91. Предвыборная программа партии «Яблоко» - <http://www.yabloko.ru/program> (Дата обращения: 24.04.17)
92. КОММУНИСТЫ РОССИИ – ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ / ЛИТЕРАТУРА / ДЕСЯТЬ СТАЛИНСКИХ УДАРОВ ПО КАПИТАЛИЗМУ И АМЕРИКАНСКОМУ ИМПЕРИАЛИЗМУ! ТЕКСТ ПРОГРАММЫ И ВИДЕОРОЛИК - [http://komros.info/literature/desyat-stalinskikh-udarov/desyat-stalinskikh-udarov\\_8380.html](http://komros.info/literature/desyat-stalinskikh-udarov/desyat-stalinskikh-udarov_8380.html) (Дата обращения: 24.04.17)
93. Перезагрузи систему | Партия народной свободы ПАРНАС - <https://2016.parnasparty.ru> (Дата обрушения: 24.04.17)
94. Единая Россия официальный сайт Партии / Партия / История Партии - <http://er.ru/history/> (Дата обращения: 24.04.17))

95. Роскомнадзор - <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news39992.htm> (Дата обращения: 24.04.17)

96. ЗакС.Ру: новости Санкт-Петербурга: ГИК подвел итоги выдвижения и регистрации кандидатов в депутаты ЗакСа - <https://www.zaks.ru/new/archive/view/158384> (Дата обращения: 24.04.17)

97. Центральная избирательная комиссия Российской Федерации - <http://cikrf.ru/news/sec/2016/11/17/02.html> (Дата обращения: 24.04.17)

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### Приложение 1.

#### П.1. Концептуальные основы анализа элемента «коммуникатор» в формирующей политической коммуникации

Традиция / Подход	Основные положения и предлагаемые факторы	Предварительные дихотомизированные факторы (для использования в КСА)
Кибернетический подход Д. Истона	Политическая элита трансформирует информацию. Факторы: Принадлежность к элитам;	Коммуникатор принадлежит к элитам —
Концепция «Лидеров общественного мнения» П. Лазарфельда	Политические коммуникации, формирующие общественное мнение, должны быть ориентированы на «Лидеров общественного мнения». Факторы: Принадлежность к «лидерам общественного мнения».	Коммуникатор принадлежит к «лидерам общественного мнения»:

<p>Риторическая традиция</p>	<p>Коммуникация – практическое искусство ведения беседы.</p> <p>Факторы: Риторические особенности коммуникатора.</p>	<p>Коммуникатор обладает образованием, предполагающим владение искусством риторики:</p> <p>Коммуникатор обладает доверием:</p> <p>Коммуникатор привлекателен, т.е. позитивно воспринимается аудиторией:</p> <p>Коммуникатор обладает властью над аудиторией, т.е. существует некие формы взаимодействия, отличные от данного коммуникативного акта, в рамках которых коммуникатор способен навязывать свою волю аудитории:</p>
<p>Социопсихологическая традиция</p>	<p>Коммуникативный акт – взаимовлияние.</p> <p>Факторы: Личность; Эмоции; Восприятие; Установка.</p>	<p>Коммуникатор обладает личностью-образом, одобряемым аудиторией:</p>



<p>Феноменологическая традиция</p>	<p>Видит в политической коммуникации диалог.</p> <p>Факторы: Дихотомия «Свой – Другой»; Опыт коммуникатора.</p>	<p>Коммуникатор и аудитория обладают положительным опытом взаимодействия:</p> <p>Коммуникатор стремится к сокращению расстояния диалога, представляясь «Своим»:</p>
------------------------------------	---	---

**П. 2.** Концептуальные основы анализа элемента «Сообщение» в формирующей политической коммуникации

Традиция / Подход	Основные положения и предлагаемые факторы	Предварительные дихотомизированные факторы (для использования в КСА)
<p>«Гипотеза культивации» Дж. Гербнера</p>	<p>Потребности аудитории могут быть сформированы коммуникатором</p> <p>Факторы: частота и содержание сообщений; формирование образа кандидатов.</p>	<p>Сообщение содержит информацию, способную формировать символический образ кандидатов</p> <p>Аудитория часто сталкивается с содержанием сообщений:</p>

<p>«Теория минимальных эффектов» П. Лазарфельда</p>	<p>В силу обезличенности сообщений, роль СМИ в предопределении политического поведения индивидов уступает другим факторам.</p> <p>Фактор: обезличенность содержания.</p>	<p>Сообщение обезлично, т.е. может быть использовано эффективно для любой аудитории:</p>
<p>«Теория удовлетворения потребностей» Э. Каца</p>	<p>СМИ не способны играть определяющую роль для желаний аудитории, но должны соответствовать им.</p> <p>Фактор: соответствие существующим потребностям.</p>	<p>Сообщение соответствует потребностям аудитории</p>
<p>Кибернетическая традиция</p>	<p>Коммуникация – процесс передачи и обработки информации.</p> <p>Факторы: технические характеристики сообщения; конструирование сообщения</p>	<p>Объем и характеристики содержания сообщения соответствуют понятию избыточности:</p>
<p>Кибернетический подход Д. Истона</p>	<p>Содержание сообщений должно соответствовать воле большинства</p> <p>Фактор: соответствие воле большинства</p>	<p>Содержание сообщения соответствует воле большинства:</p>

<p>Кибернетический подход К. Дойча</p>	<p>Политическая система – сеть коммуникаций и информационных потоков. Коммуникация – процесс передачи и обработки информации.</p> <p>Факторы: язык; символы; наличие внешнего источника – причины возникновения сообщения.</p>	<p>Информация, используемая в сообщении, является реакцией на внешний источник:</p>
<p>Положения теории «Когнитивного диссонанса» Л. Фестингера</p>	<p>Индивиды ощущают «когнитивный диссонанс», если их собственные идеалы оказываются под ударом чужеродных ценностей и норм.</p> <p>Фактор: Соответствие содержания сообщения ценностям и идеалам аудитории.</p>	<p>Информация, содержащаяся в сообщении, не отрицает ценностей и норм аудитории:</p>
<p>Положения теории «Установления повестки дня» Д. Шоу и М. Макобса</p>	<p>СМИ, посредством воздействия на аудиторию, воздействуют и на восприятие поступающей ей информации.</p> <p>Фактор: Содержание информации, с помощью которой можно интерпретировать действительность.</p>	<p>Сообщение содержит информацию, с помощью которой можно интерпретировать действительность:</p>
<p>Риторическая традиция</p>	<p>Коммуникация – практическое искусство ведения беседы.</p> <p>Факторы: методы риторики в сообщении; используемая риторическая стратегия.</p>	<p>Сообщение содержит «эффективные» методы и приёмы риторики:</p>

Семиотическая традиция	<p>Коммуникация – взаимодействие, опосредованное знаками.</p> <p>Факторы: знаки и символы, используемые в сообщении; их значение; язык; код; как сконструировано сообщение.</p>	Сообщение «верно» сконструировано, т.е. использует знаки и символы, которые приводят к желаемому результату коммуникации:
Структурно-функциональный подход Г. Алмонда	<p>Коммуникация в области политики - обеспечение легитимности принуждения.</p> <p>Фактор: содержание информация, легитимирующей принуждение.</p>	Сообщение содержит информацию, легитимирующую принуждение:

### П. 3. Концептуальные основы анализа элемента «Передачик» в формирующей политической коммуникации

Традиция / Подход	Основные положения и предлагаемые факторы	Предварительные дихотомизированные факторы (для использования в КСА)
Кибернетическая традиция	<p>Для коммуникации в области политики важно развитие технических средств.</p> <p>Факторы: Для передачи сообщения используются наиболее развитые технические средства передачи информации.</p>	Коммуникатор использует наиболее «развитый» инструмент для передачи информации:

Семиотическая традиция	<p>В коммуникативных актах важно рассмотреть средств передачи информации с точки зрения установления результативности коммуникации.</p> <p>Факторы: коммуникация использует эффективный передатчик.</p>	<p>В коммуникации используется «эффективный» передатчик:</p>
------------------------	---	--

**II. 4. Концептуальные основы анализа элемента «Исходящий сигнал» в формирующей политической коммуникации**

Традиция / Подход	Основные положения и предлагаемые факторы	Предварительные дихотомизированные факторы (для использования в КСА)
Кибернетическая традиция	<p>Передатчик превращает сообщение в исходящий сигнал.</p> <p>Фактор: трансформация сообщения для передачи</p>	<p>Сообщение было трансформировано в сигнал для передачи:</p>
Семиотическая традиция	<p>В коммуникативном взаимодействии важен процесс кодирования.</p> <p>Фактор: кодирование сообщения.</p>	<p>Информация, содержащаяся в сообщении была кодирована для осуществления передачи:</p>

**II. 5. Концептуальные основы анализа объединённого элемента «Канал и Шум» в формирующей политической коммуникации**

Традиция / Подход	Основные положения и предлагаемые факторы	Предварительные дихотомизированные факторы (для использования в КСА)
Кибернетическая традиция	<p>Коммуникативный процесс, использующий каналы передачи, подверженные воздействию шума, может быть искажен.</p> <p>Фактор: возможность искажения сообщения.</p>	Используемый канал сильно подвержен воздействию помех и шума:
Риторическая традиция	<p>Риторика обладает методами и приёмами выбора лучшего канала для передачи сообщения.</p> <p>Фактор: результативность канала коммуникации.</p>	Выбранный канал можно считать результативным с точки зрения риторики:
Семиотическая традиция	<p>В коммуникативных актах важно рассмотрение средств передачи информации с точки зрения установления результативности коммуникации.</p> <p>Факторы: эффективность канала коммуникации.</p>	В коммуникации используется «эффективный» канал передачи:
Социокультурная традиция	<p>Важной является практика политических коммуникаций.</p> <p>Фактор: привычность используемого канала</p>	Коммуникатор использует привычный для адресата канал передачи информации

**П. 6. Концептуальные основы анализа элемента «Входящий сигнал» в формирующей политической коммуникации**

Традиция / Подход	Основные положения и предлагаемые факторы	Предварительные дихотомизированные факторы (для использования в КСА)
Кибернетическая традиция	<p>Приёмник превращает восстанавливает сообщение из входящего сигнала.</p> <p>Фактор: трансформация входящего сигнала в сообщение.</p>	<p>Приёмник воссоздал сообщение из входящего сигнала:</p>
Семиотическая традиция	<p>В коммуникативном взаимодействии важен процесс декорования.</p> <p>Фактор: декодирование сообщения.</p>	<p>Информация, содержащаяся в сообщении была декодирована для осуществления приёма:</p>

**П. 7. Концептуальные основы анализа элемента «Приёмник» в формирующей политической коммуникации**

Традиция / Подход	Основные положения и предлагаемые факторы	Предварительные дихотомизированные факторы (для использования в КСА)

Кибернетическая традиция	<p>Для коммуникации в области политики важно развитие технических средств.</p> <p>Факторы: Для получения сообщения используются наиболее развитые технические средства передачи информации.</p>	<p>Адресат может использовать наиболее «развитый» инструмент для получения информации:</p>
Семиотическая традиция	<p>В коммуникативных актах важно рассмотрение средств передачи информации с точки зрения установления результативности коммуникации.</p> <p>Фактор: коммуникация использует эффективный передатчик.</p>	<p>В коммуникации используется «эффективный» приёмник:</p>

**П. 8.** Концептуальные основы анализа элемента «Восстановленное сообщение» в формирующей политической коммуникации

Традиция / Подход	Основные положения и предлагаемые факторы	Предварительные дихотомизированные факторы (для использования в КСА)
-------------------	---	--



Кибернетическая традиция	<p>Восстановленное сообщение может отличаться от первоначального в силу существования помехами.</p> <p>Фактор: отличие восстановленного сообщения от первоначального.</p>	Часть информации первоначального сообщения была утеряна:
Семиотическая традиция	<p>Коммуникация – взаимодействие, опосредованное знаками.</p> <p>Факторы: знаки и символы, использованные в сообщении.</p>	Сообщение может быть воспринято отлично от того, что подразумевал коммуникатор из-за использованных знаков и символов:
Социопсихологическая традиция	<p>Получаемая информация может быть искажена в силу социопсихологических факторов.</p> <p>Фактор: когнитивные особенности адресата.</p>	Существуют социопсихологические аспекты, препятствующие эффективной коммуникации:

**П. 9.** Концептуальные основы анализа элемента «Адресат» в формирующей политической коммуникации

Традиция / Подход	Основные положения и предлагаемые факторы	Предварительные дихотомизированные факторы (для использования в КСА)
-------------------	---	--

<p>«Гипотеза культивации» Дж. Гербнера</p>	<p>Потребности адресата могут быть культивированы. Фактор: воздействие на адресата/</p>	<p>Адресат уже был подвержен информационному воздействию, значимому в данном коммуникативном акте:</p>
<p>«Теория минимальных эффектов» П. Лазарфельда</p>	<p>Если аудитория неопределённая, то коммуникация не эффективна. Фактор: представление об адресате.</p>	<p>Сообщение адресовано неопределённой аудитории:</p>
<p>«Теория удовлетворения потребностей» Э. Каца</p>	<p>Коммуникация эффективна, если удовлетворяются потребности адресата. Фактор: потребности адресата.</p>	<p>Информация, содержащаяся в сообщении удовлетворяет потребности адресата:</p>
<p>Концепция «Лидеров общественного мнения» П. Лазарфельда</p>	<p>Политические коммуникации, формирующие общественное мнение, должны быть ориентированы на «Лидеров общественного мнения». Факторы: Принадлежность к «лидерам общественного мнения».</p>	<p>Адресат принадлежит к «лидерам общественного мнения»:</p>

<p>Положения теории «Установления повестки дня» Д. Шоу и М. Макобса</p>	<p>СМИ, посредством воздействия на аудиторию, воздействуют и на восприятие поступающей ей информации.</p> <p>Фактор: Содержание информации, с помощью которой можно интерпретировать действительность.</p>	<p>Адресат уже сталкивался с сообщениями, которые содержит информацию, с помощью которой можно интерпретировать действительность, и использует её для интерпретации изучаемой коммуникации:</p>
<p>Ранние концепции «магической пули» и «подкожной иглы», описанные П. Лазарфельдом</p>	<p>Адресат бессилён перед инструментами формирования общественного мнения.</p> <p>Фактор: зависимость адресата от коммуникатора.</p>	<p>Адресат находится в состоянии зависимости от факта осуществления политической коммуникации:</p>
<p>Риторическая традиция</p>	<p>Риторика располагает приёмами отбора аудитории.</p> <p>Фактор: особенности аудитории.</p>	<p>Выбранный адресат соответствует коммуникативным целям коммуникатора:</p>
<p>Социопсихологическая традиция</p>	<p>Коммуникативный акт – взаимовлияние.</p> <p>Факторы: Личность; Эмоции; Восприятие; Установка.</p>	<p>Адресат обладает некоторыми особенностями личности, препятствующие эффективной коммуникации:</p>

<p>Феноменологическая традиция</p>	<p>Видит в коммуникации диалог.</p> <p>Факторы: Дихотомия «Свой – Другой»; Опыт адресата.</p>	<p>Адресат и коммуникатор обладают положительным опытом взаимодействия:</p> <p>Адресат стремится к сокращению расстояния диалога, признавая коммуникатора «Своим»:</p>
------------------------------------	---	--

**П. 10.** Концептуальные основы анализа объединенного элемента «Обратная связь и Ответ» в формирующей политической коммуникации

Традиция / Подход	Основные положения и предлагаемые факторы	Предварительные дихотомизированные факторы (для использования в КСА)
<p>«Гипотеза культивации» Дж. Гербнера</p>	<p>После того, как потребности были сформированы, адресат действует соответственно полученной информации.</p> <p>Фактор: реакция или ответ адресата.</p>	<p>Адресат действует, принимая во внимание полученную информацию:</p>
<p>Кибернетическая традиция</p>	<p>В силу возможного несоответствия отправленного сообщения – полученному, обратную связь невозможно предсказать.</p> <p>Факторы: искажение сообщения; ответ адресата.</p>	<p>Сообщение было искажено, что вызвало непредсказуемый ответ адресата:</p>

<p>Кибернетический подход К. Дойча</p>	<p>Через политическое взаимодействие «воля к власти» оформляется в некоторые взаимоотношения между людьми.</p> <p>Факторы: содержание в информации из сообщения норм и правил; реакция адресата.</p>	<p>Ответ или обратная связь адресата закрепляет норму, упомянутую в сообщениях:</p>
<p>Концепция «Лидеров общественного мнения» П. Лазарфельда</p>	<p>Ответ «лидеров общественного мнения» способен формировать общественное мнение.</p> <p>Факторы: Каналы, по которым осуществляется ответ адресата</p>	<p>Ответ адресата проходит по каналам межличностного общения:</p>
<p>Положения теории «Установления повестки дня» Д. Шоу и М. Макобса</p>	<p>Адресат станет воспринимать факты, освещенные в сообщении как наиболее важные.</p> <p>Фактор: связь ответа адресата с полученным сообщением.</p>	<p>Не только ответ адресата, но и другая деятельность связана с информацией, использованной в сообщении:</p>
<p>Структурно-функциональный подход Г. Алмонда</p>	<p>Ответ адресата будет находиться в рамках, предусмотренных коммуникатором, легитимируя принуждение.</p> <p>Фактор: использование адресатом предписанных каналов для ответа.</p>	<p>Ответ осуществляется в рамках предписанных каналов и средств:</p>

Феноменологическая традиция	В коммуникации важен диалог.  Фактор: диалогичный характер обратной связи.	Обратная связь построена в форме диалога:
-----------------------------	--	---

**П. 11.** Концептуальные основы анализа элемента «Цель коммуникации» в формирующей политической коммуникации

Традиция / Подход	Основные положения и предлагаемые факторы	Предварительные дихотомизированные факторы (для использования в КСА)
«Гипотеза культивации» Дж. Гербнера	Цель коммуникации – формирование потребностей аудитории.  Фактор: формирующий характер коммуникативного взаимодействия.	Политическая коммуникация используется для формирования предпочтений аудитории:
«Теория удовлетворения потребностей» Э. Каца	Цель коммуникации – еще и удовлетворение потребностей аудитории.  Фактор: направленность коммуникации на потребности адресата.	Коммуникативный акт, помимо непосредственных целей коммуникатора, направлен еще и на удовлетворение потребностей адресата:
Концепция «Лидеров общественного мнения» П. Лазарфельда	Цель коммуникации – воздействие на «лидеров общественного мнения».  Фактор: направленность коммуникации на «лидеров общественного мнения».	Информационное воздействие осуществляется с целью формирования мнения «Лидеров общественного мнения»:

<p>Положения теории «Когнитивного диссонанса» Л. Фестингера</p>	<p>Одной из целей политической коммуникации следует считать соответствие информации нормам, разделяемым аудиторией.</p> <p>Фактор: необходимость соответствия сообщения нормам и ценностям аудитории.</p>	<p>Коммуникатор принимает избегает информации, которая не соотносится с нормами и ценностями аудитории:</p>
<p>Положения теории «Установления повестки дня» Д. Шоу и М. Макобса</p>	<p>Цель коммуникации – установление «повестки дня», влияющей на все дальнейшие коммуникативные акты.</p> <p>Факторы: формирование «повестки дня».</p>	<p>Сообщение использует информацию, с помощью которой интерпретирует действительность адресата:</p>
<p>Структурно-функциональный подход Г. Алмонда</p>	<p>Цель политической коммуникации – легитимация принуждения.</p> <p>Фактор: использование адресатом предписанных каналов для ответа.</p>	<p>Политическая коммуникация предполагает ответ адресата посредством предписанных каналов и средств:</p>
<p>Феноменологическая традиция</p>	<p>Цели коммуникации – переживание опыта другого, и сокращение расстояния диалога, однако цели участников часто не совпадают.</p> <p>Факторы: Дихотомия «Свой – Другой»; Опыт коммуникатора и адресата; соответствие целей.</p>	<p>Коммуникатор обозначает цель, близкую адресату (реальную или мнимую):</p>

**П. 12.** Концептуальные основы анализа элемента «Обстоятельства коммуникации» в формирующей политической коммуникации

Традиция / Подход	Основные положения и предлагаемые факторы	Предварительные дихотомизированные факторы (для использования в КСА)
«Гипотеза культивации» Дж. Гербнера	Коммуникативный акт подвержен влиянию ранее сформированных потребностей индивидов.  Фактор: существование уже сформированных потребностей.	Существует заранее сформированные потребности индивидов, влияющие на результативность коммуникативного процесса:
«Теория удовлетворения потребностей» Э. Каца	Коммуникативный акт эффективен тогда, когда удовлетворяются потребности индивидов.  Фактор: потребности индивидов.	Существуют потребности индивидов, удовлетворяя которые коммуникатор повышает эффективность коммуникации :
Институциональный подход Дж. Мангейма и Р. Рича	Коммуникативные акты в области политики являются следствием трансформации политических институтов.  Фактор: трансформация политических институтов.	Взаимодействие сопровождается трансформацию института:



<p>Кибернетическая традиция</p>	<p>В изучении коммуникации большую роль играет распределение политической информации среди населения</p> <p>Фактор: распределение информации; взаимодействие политических акторов и членов общества; информационное неравенство</p>	<p>Информационное неравенство влияет на эффективность коммуникации:</p>
<p>Кибернетический подход Д. Истона</p>	<p>Политические коммуникации содержат в себе процесс трансформации «входной» информации, который соотносится с уже сложившимся общественным мнением, приводит к тем или иным последствиям</p> <p>Фактор: соотношение с «существующей волей большинства»</p>	<p>Сообщение совпадает с волей большинства:</p>

<p>Кибернетический подход К. Дойча</p>	<p>Обстоятельства коммуникации контролируют информационные потоки и коммуникативные взаимодействия.</p> <p>Фактор: контроль над политической коммуникацией находится в руках «обстоятельств» (в конкретном теории случае К. Дойча – государство).</p>	<p>Обстоятельства и внешняя среда играют решающее значение в эффективности взаимодействия:</p>
<p>Критическая традиция</p>	<p>Для политической коммуникации важны идеологические аспекты.</p> <p>Факторы: роль политических коммуникаций в общественной системе; идеология; подавление диалога.</p>	<p>Идеология государства благоприятствует коммуникативным актам в области политики:</p>
<p>Положения теории «Когнитивного диссонанса» Л. Фестингера</p>	<p>Индивиды ощущают «когнитивный диссонанс», если их собственные идеалы оказываются под ударом чужеродных ценностей и норм.</p> <p>Фактор: Соответствие самого факта обмена политической информацией ценностям и идеалам аудитории.</p>	<p>Аудитория считает уместным передачу политической информации, используемой в коммуникативном акте:</p>

<p>Положения теории «Установления повестки дня» Д. Шоу и М. Макобса</p>	<p>Существующая «повестка дня» делает некоторые проблемы более значимыми.</p> <p>Фактор: «повестка дня»</p>	<p>«Повестка дня» предполагает изучаемое взаимодействие:</p>
<p>Риторическая традиция</p>	<p>Политическая коммуникация ограничена ресурсами риторического дискурса в политике.</p> <p>Фактор: существование информации в риторическом дискурсе .</p>	<p>Информация используется в политическом дискурсе:</p>
<p>Социокультурная традиция</p>	<p>Коммуникация воспроизводит социальный порядок.</p> <p>Факторы: условия коммуникативного взаимодействия; практика политических коммуникаций; нормы взаимодействия.</p>	<p>Коммуникативный акт соответствует сложившемуся социальному порядку:</p>
<p>Структурно-функциональный подход Г. Алмонда</p>	<p>Цель политического взаимодействия - легитимация принуждения, являющегося её обстоятельством.</p> <p>Фактор: обстоятельства, легитимирующие существующий порядок.</p>	<p>Политическая коммуникация будет осуществляться в заданных рамках, выполняя определенную функцию:</p>

Приложение 2. Факторы-критерии для проведения качественного сравнительного анализа

Название фактора	Объединяет факторы из Приложения 1	У с л о в и я дихотомизации
<p>1. Коммуникатор принадлежит к элитам</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Коммуникатор принадлежит к элитам.</li> <li>- Коммуникатор обладает властью над аудиторией, т.е. существует некие формы взаимодействия, отличные от данного коммуникативного акта, в рамках которых коммуникатор способен навязывать свою волю аудитории.</li> <li>- Адресат находится в состоянии зависимости от факта осуществления политической коммуникации.</li> </ul>	<p>"Элита - это такие люди, которые благодаря своему положению в структуре общества, занимают руководящие должности в государственных и частных организациях (будь то: партии, профсоюзы, военная администрация, религия, система образования и культуры, СМК и т.д.) а потому, находятся в ситуации, когда от них зависит принятие решений и национальная политика».</p>

<p>2. Коммуникатор является «Лидером общественного мнения»</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Коммуникатор принадлежит к «лидерам общественного мнения»</li> </ul>	<p>Л и д е р общественного мнения – «индивид, который является связующим звеном между средствами коммуникаций и группой других индивидов, осуществляющий выбор и интерпретацию информации».</p>
<p>3. Профессионализм составителя</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Коммуникатор обладает образованием, предполагающим владение искусством риторики.</li> <li>- Сообщение содержит «эффективные» методы и приёмы риторики.</li> <li>- Сообщение «верно» сконструировано, т.е. использует знаки и символы, которые приводят к желаемому результату коммуникации.</li> <li>- Объем и характеристики содержания сообщения соответствуют понятию избыточности.</li> </ul>	<p>Материалы печатной рекламно-агитационной продукции корректно составлены. Соблюдены все нормы и правила русского языка, как лексические, так и грамматические. Стиль сообщения соответствует целевой аудитории.</p>

<p>4. О п ы т взаимодействия</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Коммуникатор обладает доверием.</li> <li>- Коммуникатор и аудитория обладают положительным о п ы т о м взаимодействия.</li> <li>- Адресат и коммуникатор обладают положительным о п ы т о м взаимодействия.</li> <li>- Адресат стремится к сокращению расстояния диалога, признавая коммуникатора «Своим».</li> </ul>	<p>Между коммуникатором и аудиторией уже есть о п ы т взаимодействия: кандидат уже избирался муниципальным депутатом в данном округе; кандидат участвовал в неких общественно-полезных мероприятиях, проводившихся в округе;</p>
<p>5. Использование образа</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Коммуникатор привлекателен, т.е. позитивно воспринимается аудиторией.</li> <li>- Коммуникатор обладает личностью-образом, одобряемым аудиторией.</li> <li>- Существуют социопсихологические аспекты, препятствующие эффективной коммуникации.</li> <li>- Адресат обладает некоторыми особенностями личности, препятствующие эффективной коммуникации.</li> </ul>	<p>Кандидат создает о б р а з , привлекательный для аудитории (каждый кандидат сам определяет характеристики – для нашего анализа важно лишь наличие маркеров образа кандидата).</p>

<p>6. Коммуникация привлекательна</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Коммуникатор стремится к сокращению расстояния диалога, представляясь «Своим».</li> <li>- Обратная связь построена в форме диалога.</li> <li>- Коммуникатор обозначает цель, близкую адресату (реальную или мнимую).</li> </ul>	<p>Агитматериалы предполагают ответ в форме диалога.</p>
<p>7. Политическая коммуникация способна формировать общественное мнение</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Сообщение содержит информацию, способную формировать символический образ кандидатов</li> <li>- Сообщение содержит информацию, с помощью которой можно интерпретировать действительность.</li> <li>- Не только ответ адресата, но и другая деятельность связана с информацией, использованной в сообщении.</li> <li>- Политическая коммуникация используется для формирования предпочтений аудитории.</li> <li>- Сообщение использует информацию, с помощью которой интерпретирует действительность адресата.</li> </ul>	<p>Печатная агитация имеет своей целью внедрение политической информации в сознание получателя.</p>

<p>8. Опыт формирования уже существует</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Аудитория часто сталкивается с содержанием сообщений.</li> <li>- Адресат уже был подвержен информационному воздействию, значимому в данном коммуникативном акте.</li> <li>- Адресат уже сталкивался с сообщениями, которые содержат информацию, с помощью которой можно интерпретировать действительность, и использует её для интерпретации изучаемой коммуникации.</li> <li>- Адресат действует, принимая во внимание полученную информацию.</li> <li>- Существует заранее сформированные потребности индивидов, влияющие на результативность коммуникативного процесса.</li> <li>- Существуют потребности индивидов, удовлетворяя которые коммуникатор повышает эффективность коммуникации.</li> <li>- «Повестка дня» предполагает</li> </ul>	<p>Аудитория уже сталкивалась с информацией из агитационных материалов.</p>
--	---	---



<p>9. Аудитория определена</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Сообщение обезличено, т.е. может быть использовано эффективно для любой аудитории.</li> <li>- Сообщение адресовано неопределенной аудитории.</li> </ul>	<p>Агитматериалы предназначены для воздействия на определенную аудиторию (т.е. имеют конкретную целевую аудиторию).</p>
<p>10. Сообщение соответствует нормам аудитории</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Содержание сообщения соответствует воле большинства.</li> <li>- Информация, содержащаяся в сообщении, не отрицает ценностей и норм аудитории.</li> <li>- Коммуникатор избегает информации, которая не соотносится с нормами и ценностями аудитории. Сообщение совпадает с волей большинства.</li> </ul>	<p>Информация в агитматериалах не противоречит нормам и ценностям аудитории.</p>

<p>11. Способствует воспроизведению существующего порядка</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Сообщение содержит информацию, легитимирующую принуждение.</li> <li>- Ответ или обратная связь адресата закрепляют норму, упомянутую в сообщениях.</li> <li>- Ответ осуществляется в рамках предписанных каналов и средств.</li> <li>- Политическая коммуникация предполагает ответ адресата посредством предписанных каналов и средств.</li> <li>- Коммуникативный акт соответствует сложившемуся социальному порядку.</li> <li>- Взаимодействие сопровождается трансформацию института.</li> <li>- Обстоятельства и внешняя среда играют решающее значение в эффективности взаимодействия.</li> <li>- Информация, используемая в сообщении, является реакцией на внешний источник.</li> <li>- Политическая коммуникация будет осуществляться в заданных рамках, выполняя определенную функцию.</li> <li>- Идеология государства</li> </ul>	<p>Политическая коммуникация способствует поддержанию существующего положения в политике, а её успех сохраняет систему неизменной (Коммуникатор принадлежит партии власти; Коммуникация линейна и программируема коммуникатором).</p>
---	---	---

<p>12. Эффективный канал передачи</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Коммуникатор использует наиболее «развитый» инструмент для передачи информации.</li> <li>- В коммуникации используется «эффективный» передатчик.</li> <li>- Сообщение было трансформировано в сигнал для передачи.</li> <li>- Информация, содержащаяся в сообщении, была кодирована для осуществления передачи.</li> <li>- Используемый канал сильно подвержен воздействию помех и шума.</li> <li>- Часть информации первоначального сообщения была утеряна.</li> <li>- Сообщение может быть воспринято отлично от того, что подразумевал коммуникатор из-за использованных знаков и символов.</li> <li>- Сообщение было искажено, что вызвало непредсказуемый ответ адресата.</li> <li>- Выбранный канал можно считать результативным с точки зрения риторики.</li> <li>- В коммуникации используется «эффективный» канал</li> </ul>	<p>Канал передачи предлагает эффективные пути решения проблемы воздействия шума и коммуникативных помех.</p>
---------------------------------------	--	--

<p>13. Удовлетворяет потребности аудитории</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Информация, содержащаяся в сообщении, удовлетворяет потребности адресата.</li> <li>- Коммуникативный акт, помимо непосредственных целей коммуникатора, направлен еще и на удовлетворение потребностей адресата.</li> <li>- Сообщение соответствует потребностям аудитории</li> </ul>	<p>Информация в сообщении соответствует потребностям аудитории.</p>
<p>14. Адресат – лидер общественного мнения</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Адресат принадлежит к «лидерам общественного мнения».</li> <li>- Информационное воздействие осуществляется с целью формирования мнения «Лидеров общественного мнения».</li> <li>- Ответ адресата проходит по каналам межличностного общения.</li> </ul>	<p>Взаимодействие направлено на «лидера общественного мнения».</p> <p>Лидер общественного мнения – «индивид, который является связующим звеном между средствами коммуникаций и группой других индивидов, осуществляющий выбор и интерпретацию информации».</p>

<p>15.Направленность коммуникации</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Выбранный адресат соответствует коммуникативным целям коммуникатора.</li> <li>- Информационное неравенство влияет на эффективность коммуникации.</li> </ul>	<p>Аудитория соответствует цели коммуникатора.</p>
---------------------------------------	--	--

### Приложение 3. Гайд и транскрипты интервью

#### **Гайд неформализованного интервью**

Продолжая логику исследования, обозначим основные характеристики проводимых интервью. Объектом изучения выступают политические коммуникации, формирующие общественное мнение избирателей на выборах в Государственную думу и Законодательное собрание Санкт-Петербурга. Предметом станет роль политических коммуникаций в процессе формирования общественного мнения избирателей на выборах в сентябре 2016 г в Санкт-Петербурге.

Целью проведенного интервью стало изучение и выявление роли политических коммуникаций в процессе формирования общественного мнения в выборах, прошедших в сентябре 2016 г. в Санкт-Петербурге. Реализация цели предусматривает решение следующих исследовательских задач:

- Рассмотреть особенности политических коммуникаций выборов в сентябре 2016 года.
- Получить информацию непосредственно от участников и/или организаторов выборов.
- провести социально-политический анализ информации, опираясь на неё в социально-политическом анализе роли политических коммуникаций в формировании общественного мнения.

Нами был избран метод неформализованного интервью. Лишь в процессе беседы нам станет понятно, что информант захочет нам рассказать. Кроме того, нас интересует вся возможная информация, даже связанная с нарушениями и ошибками проведения выборного процесса. Говорить об этом интервьюируемый станет лишь анонимно и в непринуждённой обстановке. Основная причина такого решения – особое положение политической сферы, как сферы публичной. Особое внимание мы станем обращать на соотнесение полученной информации – непосредственно данным исследования.

Наша основная гипотеза, касающаяся проведения интервью, была подтверждена – информант указывает на важную роль компетенций организаторов выборов.

Информант — опытный работник одного из УИК, неформально совмещающий сразу несколько функций, включая секретаря и помощника председателя. Интервью проведено при личной встрече. Информант был оповещён о том, что результаты будут размещены в репозитории СПбГУ, и пожелал сохранить анонимность. Для удобства сделана аудиозапись. Материалы были использованы нами в исследовании.

Обозначения:

- И – интервьюируемый
- Р – респондент

### **Текст интервью**

И: Вернёмся к тому, о чём мы договаривались еще перед выборами. Готова?

Р: Спрашивай, что тебя интересует, расскажу, что знаю.

И: У меня три темы. Меня интересует связанное с: ходом выборов, фальсификацией, прозрачностью выборного процесса. Я уже пообщался с некоторыми, но они запретили публикацию из-за предстоящей предвыборной кампании. Это не расследование, но ты тоже аккуратно давай. Три этих темы и заканчиваем.

Р: Интересно, ведь ничего такого они бы не сказали. Не знаю, что там по России, но фальсификаций в Петербурге не было. Как они это сделают?

И: Не поверишь, но я видел запись, где сотрудница УИК вскрыла урну, вбросила туда пачку бюллетеней и перекрестилась.

Р: У нас бы такое не прошло, представь себе школу обычную совершенно, но полную наблюдателей, которые готовы на всё, чтобы ты оказался плохим. Причём, они требуют чего-то постоянно. Я их поила чаем за свой счёт, а ни один из них даже спасибо не сказал. Еще и требовали, чтобы мы быстрее разбирали бюллетени. Представляешь, да, я на участке с шести утра, а это надо подготовить

всё, и около полуночи наблюдатель начинает спрашивать: можно ли побыстрее – у него мосты. Я чуть не заорала на него.

И: Не в первый раз слышу про такое, наблюдатели не очень-то представляли чем им предстоит заниматься, за исключением идеи поймать фальсификаторов. По факту же они бездарно сидят в помещениях почти сутки.

Р: Да, вот раньше у нас такими были члены комиссии – был один дядечка, который после каждых выборов грозился засудить всех, и постоянно ездил в комиссию. В этом году он написал благодарность за организацию, так председатель нашего ТИКа потом неделю по всем людям ездил показывал эту бумажку. Все смеялись.

И: Если всё было так чисто, то откуда странности результатов? Ты же видела материалы Наблюдателей Петербурга.

Р: Слушай, я вот что скажу, думаю, что ты сможешь использовать эту информацию, не упоминая меня. Из центральной комиссии было неформальное распоряжение: в Петербурге выборы должны быть чистыми. Максимально.

И: Элла Панфилова?

Р: Да, она.

И: Это было официальным заявлением. А откуда ошибки?

Р: Откуда мне знать, у нас был хороший округ и участок. Я думаю, просто ошиблись, когда бумажки заполняли. Вот представь, что у тебя целые кабинеты этих бюллетеней, и тебе с ними нужно как-то работать. Это же всё руками делается. Например, перед самым началом выборов нам позвонили и сказали, что надо коммунистов вычеркнуть из одного списка.

И: Да, помню, на некоторых УИК их вычеркнули из двух. Шуму было.

Р: Было, но ты не задумывался как это делается? Руками! Ты берешь ручку и зачеркиваешь графу. А бюллетеней сколько.

И: И как это связано с ошибками?

Р: Очень устаёшь с этим всем. Мне самой пришлось перебивать кое-что по соотношениям, просто потому, что было очень поздно и иначе нам надо было бы заново всё пересчитывать.

И: Разве это нормальная практика? Это же можно назвать фальсификацией.



Р: Скажу сразу, нам никто не платит дополнительно. То есть, если когда-то и было так, что нужный кандидат должен был набрать нужный процент, и за это причиталась премия, то у нас такого нет. Премии платят у нас за то, что всё чисто и никаких вопросов не возникает.

И: То есть приходится подбивать, чтобы не обвиняли в фальсификациях.

Р: Да

И: Каламбур

Р: И не говори. Фальсификации очень серьёзная вещь, а кругом камеры.

И: Тогда важен человеческий фактор, так? На одном из собраний Наблюдателей Петербурга прозвучали истории о том, как даже председатели комиссий не знали, как работать с открепительными удостоверениями, то же относилось и к сотрудникам территориальных комиссий.

Р: Конечно, это всё очень непонятно было. Они сменили систему, нарезали округа, потом начались разговоры вокруг открепительных. Всё в голове удержать просто невозможно. Нам приходилось работать в полевых условиях, когда учителя запрещали трогать что-либо в их кабинетах, наблюдатели грозились вызывать полицию по поводу и без – ну ты понимаешь, я уже говорила.

И: Не совсем. Как это связано?

Р: Это большая нагрузка, нам еще повезло с неадекватными, а в один из УИК пришли двое молодых людей и притворились коалами, перекрыв собой урны для голосования. Удалить их пытались около 4 часов. Всё из-за правил удаления с избирательных помещений. Разумеется, все эти часы с ними вела переговоры глава комиссии, знаю её, железная женщина. В итоге, коал с КОИбов уговорила удалиться она, а не прибывшее с уполномоченным решение.

И: Но ошибаются и те, кому никто не мешает?

Р: Да, это так. Проблема в том, что процедуры дурацкие. Чего стоит правило доставки бюллетеней, когда женщинам приходится таскать коробки с бюллетенями в одиночку. Помочь никто по правилам не может. И это всё после рабочего дня.

И: А какие функции выполняешь конкретно ты?

Р: Сразу несколько. У меня есть опыт работы, и мне доверяют. Помощник председателя, секретарь, человек, которому не плевать на наблюдателей в помещениях – это всё я.

И: Интересно. Так и в итоге, что касается сотрудников. Действительно ли им не хватает компетенций? Или это леволиберальный балаган в поисках коррупции бесится

Р: Нет, истерия имела место быть, но ошибки тоже были. Это невозможно отрицать. Я не очень верю в массовые фальсификации. Ошибки – это глупость системы, всем приходится всё подбивать, чтобы она работала.

И: Как ты оцениваешь роль ошибок на выборах?

Р: Незначительно, пусть это и громкая тема, но все знают как кандидаты занимают свои места.

И: Как?

Р: За полгода собирают бабушек и дедушек на приём к кандидату. Он чаще всего занимает какой-то уже пост, поэтому оформляется это всё как встреча с жителями. На встрече его может даже не быть, но будет чай и предложение поехать по городам Золотого Кольца России или что-то такое. Бесплатно от Ивана Ивановича. На самом деле, бесплатно от бюджета, потому что всё оплачивается как работа с населением. Еще выдают чайники, средства по замеру давления, полотенца красивые. У меня на участке избиратели – это бабушки, дедушки, люди старшего возраста.

И: Отлично. Использование административного ресурса. А что касается открепительных?

Р: Это сложно, а что тебя интересует?

И: Толпы голосующих военнослужащих, курсантов, люди, которых привозили на выборах.

Р: Карусели.

И: В каком-то смысле.

Р: Об этом тяжело сказать что-то точно. Наблюдатели их ищут, иногда находят. В Петербурге это тяжело сделать.

И: Тогда мой последний вопрос для тебя. Как бы ты оценила политические кампании?

Р: Я уже говорила. Это работает иначе. Скажу лишь, что оппозиционные партии проводят свои кампании только в отведённый период.

И: Ладно. Очень выручила с интервью, спасибо тебе.

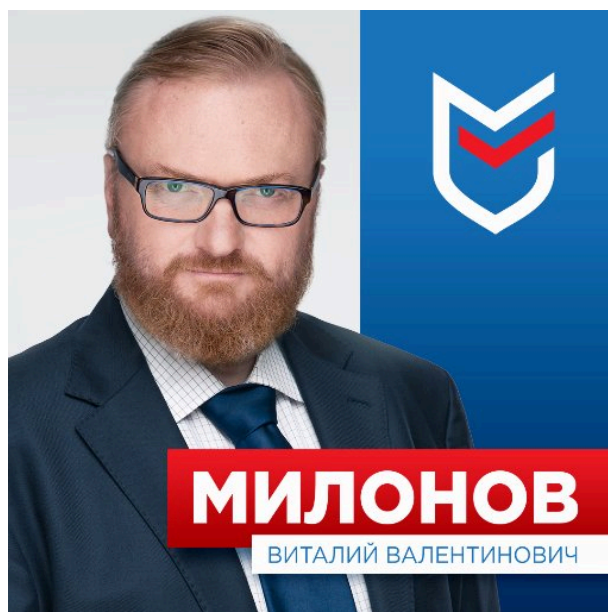
Р: Удачи, давай, потом посмотрим что получилось.

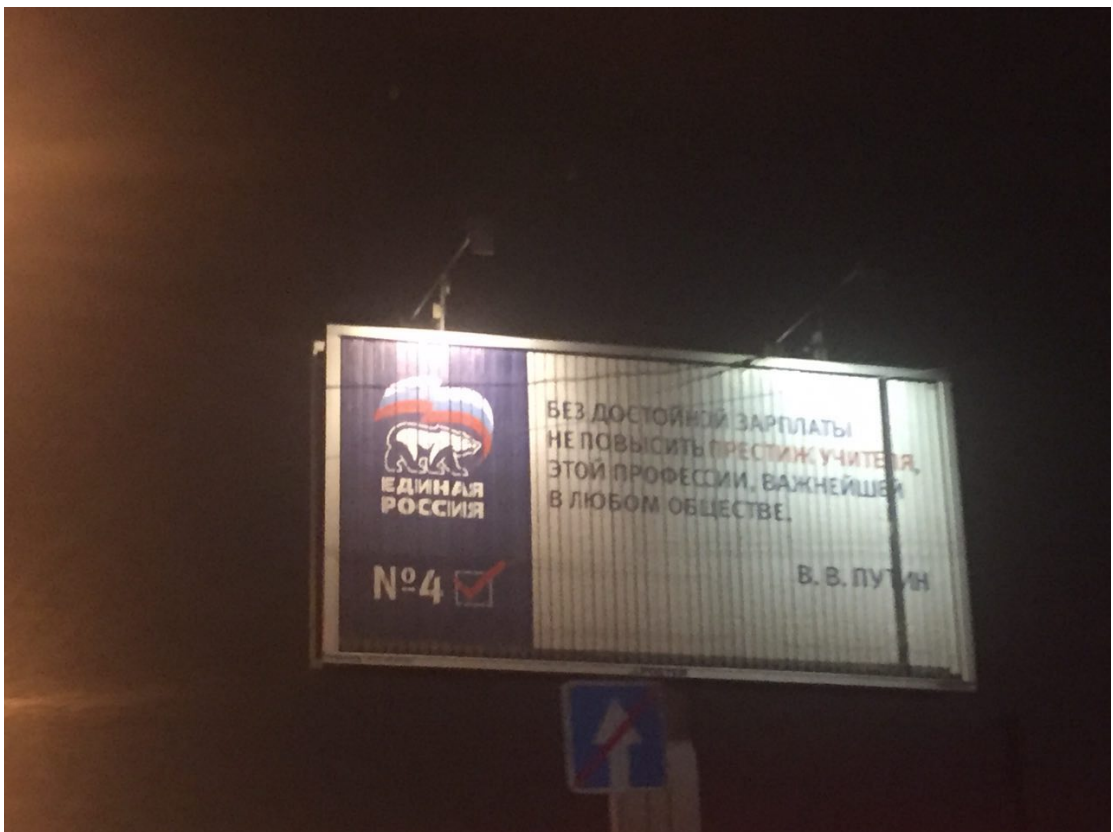
Приложение 4. Типичное нарушение в «день молчания»



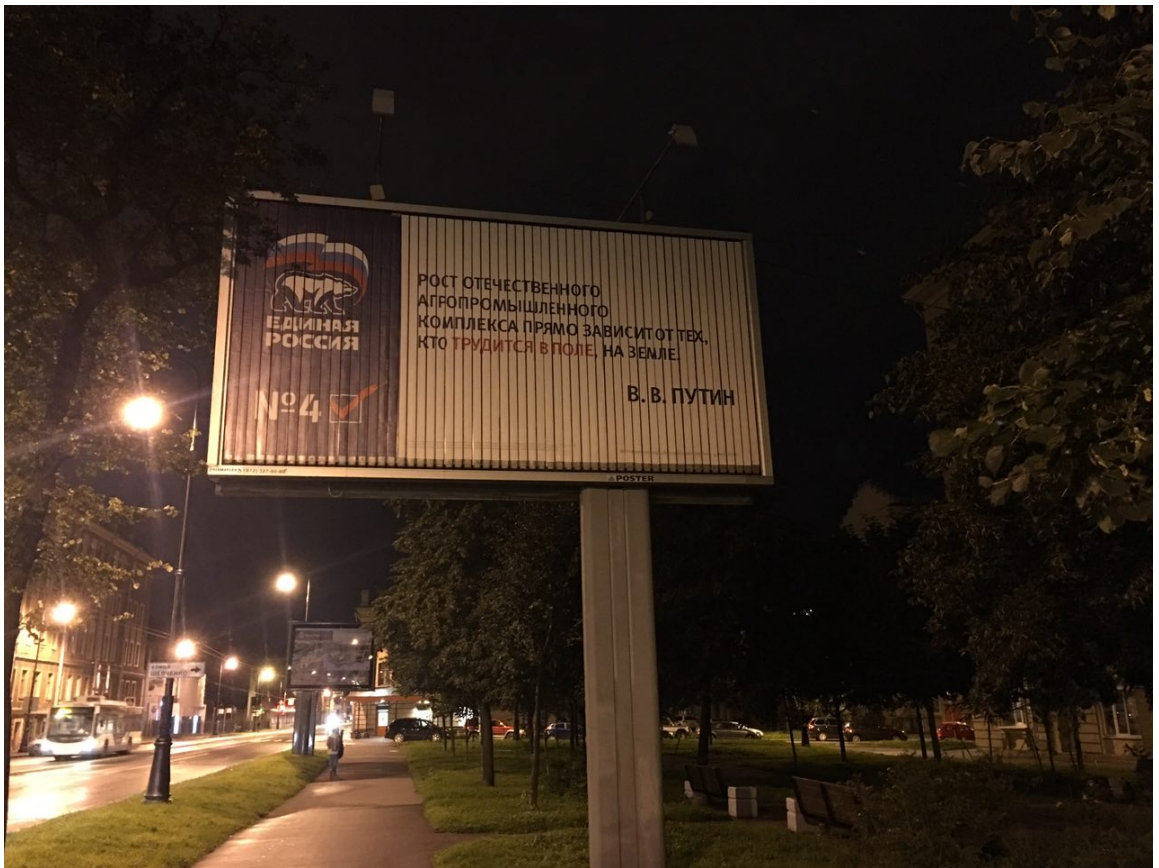


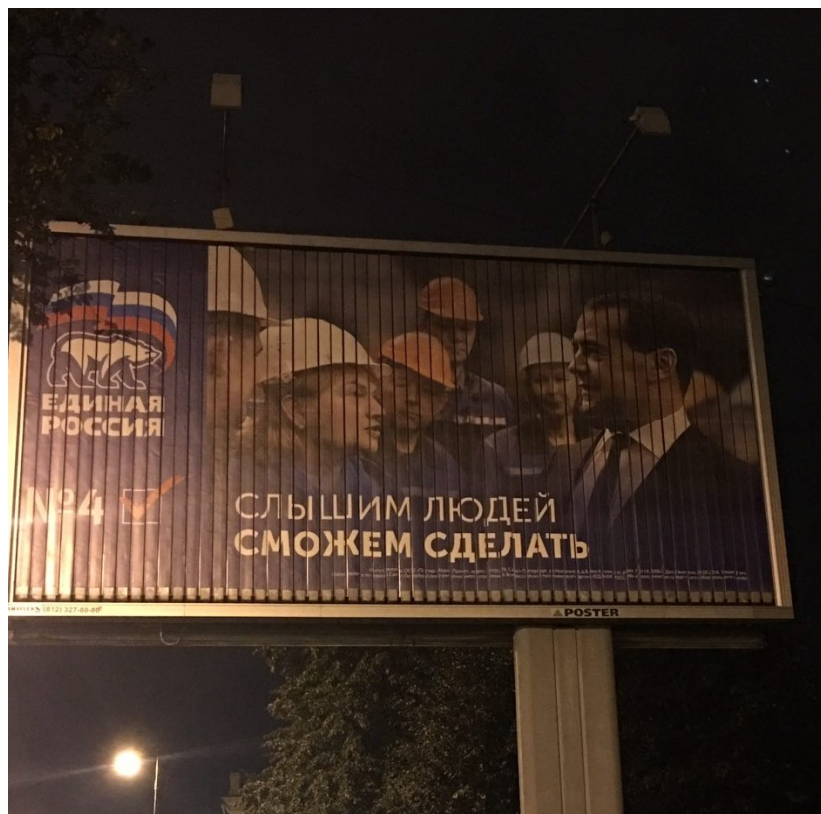
Приложение 5. Агитация партий. Плакаты и листовки:  
Материалы агитации «Единая Россия».























Материалы агитации «ЛДПР»:











Материалы агитации «Справедливая Россия»:







Материалы агитации «Партия Роста» Плакаты и листовки:



# ПАРТИЯ РОСТА

Информационный бюллетень



## ВСЕГДА ЗА ПЕТЕРБУРГ

Команда

### ОКСАНЫ ДМИТРИЕВОЙ

участвует в выборах  
в Государственную Думу  
и Законодательное  
Собрание Санкт-Петербурга  
18 сентября 2016 г.  
в коалиции  
с «ПАРТИЕЙ РОСТА»



Депутат Законодательного Собрания  
Санкт-Петербурга Ольга Галкина —  
член команды Оксаны Дмитриевой

Получит ли новый мост  
имя Ахмата Кадырова? —

стр. 3

Детский сад не для всех —

стр. 4

Как найти управу на УК? —

стр. 4



YouTube канал: <https://www.youtube.com/channel/UCGwUmGLaPZ4fOK0dP7prf8g>

UCGwUmGLaPZ4fOK0dP7prf8g



## Пенсионеру намного тяжелее дойти до выборного участка



Но если он дойдет, а ты нет, именно он решит, по каким законам **БУДЕШЬ ЖИТЬ ТЫ**

Давайте 18 сентября поможем уважаемым людям отправиться на заслуженный отдых  
#партияроста #ростбудет



Материалы агитации «КПРФ»:





Материалы агитации «Яблоко»:





Материалы агитации «ПарНаС»:







## Приложение 7. Расчёты Tosmana

### Расчёты при результате, включающем одномандатников

Tosmana Report

Algorithm: Quine

File: ZakS 2017

Settings:

Minimizing Value 1 -  
including

Truth Table:

v1: Elita v2: Lider OM  
v3: Le professionnel v4: Exp. Vzaimodeistviya  
v5: Obraz v6: Privlekatelen  
v7: Form. Comm. v8: Exp. Comm.  
v9: Auditoriya v10: Norma  
v11: Vospr. Poryadka v12: Effectivniy Kanal  
v13: Potrebnosti auditorii v14: LOM  
v15: Napravlenaya Comm.

O:	Elected	id:	Name											
v1	v2	v3	v4	v5	v6	v7	v8	v9	v10	v11	v12	v13		
	v14	v15	O	id										
0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	
	0	1	ER											
1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	
	0	1	LDPR											
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
	0	1	KPRF											
0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	
	0	0	ROST											
0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	
	0	0	Yabloko											
0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	
	0	1	SR											
0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	
	1	0	PARNAS											

Result: (all)

Exp. Vzaimodeistviya {1}  
(ER+LDPR+KPRF+SR)

Created with Tosmana Version 1.302