

ТОТАЛИТАРИЗМ И ТОТАЛИТАРНОЕ СОЗНАНИЕ



13 ВЫПУСК

Март 2015

сомнительные рекламные услуги. Специальные контролирующие органы рекламных компаний не занимаются этими проблемами.

Подводя итог краткому рассмотрению такой широкомасштабной темы как система PR и ее составляющие, отметим, что, несмотря на столь расширенный рынок предоставляемых услуг по PR-области, часто сомнительных, неизменным остается тот факт, что в услугах политического PR и рекламы нуждается большинство активных политических деятелей. В будущем спрос на такие услуги будет увеличиваться, поскольку конкуренция и количество участвующих в процессе борьбы за властные позиции заметно возрастают. А это требует от гражданского общества соответствующей реакции и действий по осуществлению контроля, чтобы противостоять манипуляциям.

Игнатов В. И.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ КАК ДЕТЕРМИНАНТА ПОЛИТИЧЕСКОГО УЧАСТИЯ

Политическое участие – один из наиболее важных аспектов политической деятельности в современном мире, если учитывать актуальность понятия и практики демократии. Политическое участие является индикатором как эффективности политического участия, так и «подлинности» демократической политической системы.

Со II половины XX века, с момента формирования концепта политического участия в его современном понимании, было сформулировано большое количество определений. Единства в этом вопросе, по понятным причинам нет, да и вряд ли о нём можно говорить. Во-первых, к этому не располагает специфика гуманитарного знания, во-вторых, этому препятствует практика операционализации. В рамках моей теоретической работы я использовал следующее определение: «Политическое участие – реальные действия, посредством которых граждане вовлечены в политический процесс и влияют или пытаются влиять на него» [1. С. 30]

Коль скоро тема работы содержит в себе понятие политической социализации, необходимо дать соответствующие определения:

Политическую социализацию определим как процесс интеграции индивида в политическую систему путём освоения им политического опыта и культуры данной системы. Данный процесс сложен, протекает в разных формах, в него вовлекается множество социализирующих агентов, более того, «социализируемый» индивид также может принимать активное участия в этом процессе.

Политическая культура – политические ориентации и установки по отношению к политической системе и различным её частям, представления о роли личности в ней ... Политическая система, как она интернализируется в знаниях, ощущениях и оценках её членов. [2]

На мой взгляд, влияние политической социализации на политическое участие носит опосредованный характер. Посредником выступает не что иное, как политическая культура. Она является смысловой, психологической и культурной (в широком смысле) средой, внутри которой возможно взаимодействие (и взаимовлияние) самых разных форм деятельности людей. С другой стороны, политическая культура сама задаёт смысловое наполнение отдельных её элементов и влияет на их формирование, коль скоро она несёт в себе определённую традицию, преемственность.

Политическая социализация имеет регулируемое начало, она регулируется разного рода «кодами коммуникации» между индивидом и обществом. «Код коммуникации артикулирует смысл для гражданина, придаёт власти в определённой точке пространства-времени сущностные свойства, обеспечивает интересубъективную понятность интенций политической реальности», доступно «объясняет» происходящее в политической сфере. Это код есть язык власти. Более того, «код», или язык, как феномен, играет гораздо более серьёзную роль. Согласно Эрнсту Кассиреру, язык есть особый смысловой мир, выраженный в символах и направленный на различение разных форм объективации человеческого духа. Язык указывает направление оформления феноменального мира. [3. С. 45].

Иными словами, язык форматирует восприятие смыслов, в значительной степени определяя то, как люди видят внешний мир, в том числе и собственное влияние на него (объективацию человеческого духа).

В процессе социализации, особенно на ранних её этапах, начиная с самого детства, человек более чем восприимчив к любой информации, которая так или иначе объясняет мир людей и вещей вокруг него. Но самое интересное заключается в том, что для понимания окружающей действительности, для помещения её в своё сознание, ему нужно как-то эту действительность обозначить. Делает он это, используя язык, или код. То есть, ещё до формирования конкретного осознаваемого мировосприятия человек уже его имеет и оно обусловлено языком, которым он кодирует окружающую реальность людей и вещей.

Вернёмся к политической социализации. «В Коде коммуникации символизируются и совершаются когнитивные акты, формирующие способы и границы понимания политической реальности». Иными словами, «код коммуникации» рождает смыслы политического характера, а значит всё вышесказанное о реальности «подлинной» мы можем экстраполировать на политическую реальность. [3. С. 45].

«Код власти, с одной стороны, есть часть культурной традиции общества, с другой, – часть актуальных смыслов ..., формирующихся политическими акторами как наблюдателями политической реальности». Добавив сюда также «акторов как инженеров политической реальности», я скажу, что содержание кода власти берётся как из политической культуры, так и формируется подвластными акторами и, в значительной мере, властью. [3. С. 45].

Таким образом, можно сделать следующий вывод: результатом политической социализации может являться не только становление личности и гражданина, носителя ценностей и опыта конкретной политической системы, но формирование цельного восприятия всей политической реальности на семантическом уровне, то на уровне «фундамента» сознания. Это даёт основание считать политическую социализацию одной из наиболее значимых детерминант как «человека политического» в целом, так и отдельных аспектов его поведения, в том числе и политического участия.

Литература:

1. Пфетцер С. А. Политическое участие и политические ценности молодёжи российской провинции / С. А. Пфетцер, А. А. Зеленин, М. С. Яницкий. – Новосибирск: Издательство СО РАН, 2014. – 143 с.
2. Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура. Подход к изучению политической культуры [электронный ресурс] // Журнал «Полития». – 2010. URL: http://www.politeia.ru/content/pdf/Politeia_Almond-2010-2.pdf (дата обращения: 10.05.2015)
3. Кирдяшкин И. В. Смысловое измерение политической социализации российской молодежи: к постановке проблемы [электронный ресурс] // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. – 2013. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000470744> (дата обращения: 10. 05. 2015)

Окушова Г.А., Трезубова А.Д.

АГИТАЦИОННЫЙ ПЛАКАТ КАК ЭФФЕКТИВНОЕ СРЕДСТВО ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

Визуальные коммуникации пронизывают все сферы общественной жизни и выступают одной из базовых её составляющих. Они представляют собой форму взаимодействия людей, основанную на визуальном восприятии знаковой информации. Российский исследователь В.Э. Шевченко рассматривает визуальную коммуникацию как «координацию функциональных процессов посредством создания специальных визуальных знаков и знаковых систем» [4]. В повседневной практике люди сталкиваются с ней ежедневно: телевизионные ролики, листовки, наружная реклама, фотографии к газетной статье, контент интернет-ресурсов (Instagramm, Pinterest) и т.д.

Визуальность как научное понятие оказалось в центре социогуманитарных исследований во второй половине XX века. Сегодня оно является одним из самых продуктивных в описании социокультурной реальности. Идеи иконического поворота («iconicturn») нашли отражение в трудах В. Беньямина, Ж. Бодрийера, М. Маклюэна, Р. Барта и др. Многие исследователи утверждают, что развитие медиа (фото, кино, телевидения)