

УДК 32:316.772

Штанько**Марина Александровна,**

канд. филос. наук, доцент
каф. истории и регионове-
дения ФГАОУ ВО «Нацио-
нальный исследователь-
ский Томский политехни-
ческий университет»,
Россия, 634050,
г. Томск, пр. Ленина, 30.
E-mail:

nikam_mara@tpu.ru

**ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕАЛЬНОСТЬ
КАК СИМВОЛИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ
POLITICAL REALITY AS SYMBOLIC COMMUNICATION**

М.А. Штанько

M.A. Shtanko

Томский политехнический университет, Россия

Tomsk Polytechnic University, Russia

E-mail: nikam_mara@tpu.ru

Актуальность представленного исследования определяется особой ролью политического пространства, которое способствует формированию фундаментального символического набора, позволяющего индивиду полноценно существовать в обществе. Посредством участия/неучастия в политическом

процессе, человек приобретает/не приобретает устойчивые коммуникативные навыки и формирует в своем сознании символические конструкции, которые ложатся в основу социального опыта, транслируемого как в качестве традиций, так и в качестве поведенческих форм. Изучение символических конструктов позволяет не только определить особенности социально-политического пространства, но и воздействовать на поведение человека для достижения заданных политических целей в государстве. **Цель работы** заключается в том, чтобы охарактеризовать политическую реальность как символ реальности социальной и выделить ее основные характеристики в качестве одной из форм символической коммуникации. При проведении научного исследования были использованы такие **научно-исследовательские методы**, как цивилизационный подход М. Ильина, парадигмальный подход Т. Куна, культурологический подход Э. Кассирера, экзистенциальный анализ К. Ясперса и М. Хайдеггера, культурно-антропологическая методология Р. Бенедикт и К. Гирца. Основным **результатом** исследования является выявление специфических черт политической реальности как формы символической коммуникации.

Ключевые слова: политическая реальность, социальная реальность, символ, символическая коммуникация, социум.

The relevance of the present study is determined by the special role of the political space, which contributes to the formation of fundamental symbolic set, allowing the individual to exist to the utmost in society. Through participation/non-participation in the political process, a person gains/does not gain enduring communication skills. The symbolic schemes formed in the mind of the person are the basis of social experience, which can be translated both as a tradition and as a behavioral form. The study of symbolic schemes can not only define the features of the socio-political space, but also can influence human behavior to achieve the specified political goals of the state. **The purpose of this work** is to characterize the political reality as a symbol of social reality and bring into focus its main characteristics as one of the forms of symbolic communication. During the research were used such **research methods** as civilizational analysis of M. Ilyin, paradigmatic analysis of T. Kuhn, culturalological analysis of E. Cassirer, existential analysis of K. Jaspers and M. Heidegger, cultural and anthropological methodology of R. Benedict and K. Geertz. The main **result of the study** is the identification of the specific features of political reality as form of symbolic communication.

Key words: political reality, social reality, symbol, symbolic communication, society.

Политика как сфера общественной жизни с древнейших времен является предметом пристального изучения специалистов. Однако именно современная тенденция междисциплинарности в системе гуманитарного знания [1, 2] позволяет проанализировать сущность политического пространства с принципиально новых позиций. Этот анализ, в свою очередь, позволяет разработать фундаментальные положения, на основании которых мы получаем доступ не только к содержательной части политики, но и к возможностям корректировать эту содержательную часть в соответствии с требованиями времени.

Следует отметить, что политический мир выступает в качестве одной из подсистем социального мира, но вместе с тем он имеет и специфические характеристики, которые определяют и особенность его функционирования. Однако ученые, которые занимаются исследованиями миропорядка и мироустройства, всегда стремились к тому, чтобы не руководствоваться ситуационными представлениями о сущности пространства и реальности, а сформировать базовый концепт, который позволил бы выстраивать структурно-функциональную систему данных категорий. Этот концепт изначально был связан со специфическими знаковыми языковыми функциями [3] и именно поэтому подразумевал постоянный диалог о сущности мироустройства, в который были включены субъекты общения и его объекты.

Генезис категории «политическая реальность» предполагает достаточно длительную историю, которая началась с политических учений Древнего Востока, а закончилась современными социально-философскими концепциями. При этом сочетание идеального и реального в концепте политической реальности переплелось настолько тесно, что представляет собой целостное и неделимое объяснение сущности политической сферы жизнедеятельности общества. Специфическое деление мира, предложенное Аристотелем, дополненное концепцией Г. Спенсера о выделении неорганической, органической и сверхорганической (т. е. социальной) реальности, позволяет определить самостоятельный характер политического мира в структурно-функциональном формате, а также показать его неразрывную связь с социальным миром.

Особенности политической реальности можно выделить в процессе соотнесения ее с категориями, которые очень часто используются в качестве ее синонимов, но при этом имеют собственные принципиальные отличия. К числу таких категорий относится категория «политический мир», которая понимается как один из «миров» социокультурного макрокосма, при этом социокультурный макрокосм представляет собой совокупность всех символов по отношению к душе [4]. Особенность политического мира заключается в том, что он является жизненным пространством политической культуры, определяющей специфику политики как сферы общественной жизни, и имеет свои границы, свой центр, а также пространственно-временную измеримость.

Еще одна категория, которая позволяет понять специфику политической реальности, – это категория «политическое пространство», которая позволяет определить политическую реальность как соотношение с другими вещами так, как нам свойственно ожидать в соответствии с нашим (в данном случае – символическим) опытом. Другими словами, реальными мы можем назвать те чувственные объекты, которые связаны с другими чувственными объектами таким способом, который мы, благодаря своему опыту, считаем нормальным, при отсутствии этой связи они называются «иллюзиями» [5]. Вместе с тем нельзя забывать о том, что реальность от сознания не зависит, и воспринимать ее мы можем исключительно через органы чувств, обозначаем при помощи нашего языка [6].

Таким образом, возможно установить не только специфику политической реальности, но и степень ее соотношения с реальностью социальной, которая представляет собой такое же соотношение, как, по мнению А. Уайтхеда, соотносятся между собой действительность и бытие: «...Бытие есть широчайшая сфера возможности, а действительность – область реализованных возможностей» [6]. Таким образом, политическая реальность «вбирает» в себя специфические черты социального мира, выступая тем самым в качестве символа социальной реальности, и преобразует их в соответствии с собственными уникальными чертами, к числу которых относится и символический характер политических отношений.

Идея символического определения жизненного пространства политики не новая. В свое время эту мысль достаточно убедительно изложил в своей концепции К. Леви-

Стресс, который всю социальную действительность увидел как гигантский знак, состоящий из «глобального означающего» и «глобального означаемого». Придавая политике символический характер, мы, тем самым, утверждаем такую же характеристику по отношению ко всем процессам, которые в ней происходят. Одними из таких процессов являются микросоциальные практики, которые определяют внутреннюю специфику политической реальности. Следует отметить, что они являются универсальной характеристикой политической реальности и могут взаимодействовать на макроуровне практически со всеми институтами. Если эти практики входят в интерфейс с макроструктурами общества, то общество обретает высокую степень толерантности общественного сознания и устойчивое социальное равновесие [7]. Таким образом, мы можем выделить жизненное пространство больших и малых групп, отдельного человека и масс.

С момента своего рождения каждый человек участвует в функционировании индивидуального жизненного пространства, которое принадлежит ему, жизненного пространства общества в целом и отдельной социальной группы, к которой он принадлежит. Таким образом, прямой опыт формируется вследствие получения информации как минимум из трех видов деятельности. Этот опыт проявляет себя в качестве основного регулятора поведения человека и отражается как в структурных элементах общества, так и в системе общественных отношений в целом. Следовательно, участвуя в коммуникациях разного уровня, человек не только формирует систему представлений об окружающем мире, но и «возвращает» эти представления в социальное пространство, которое, в свою очередь, «перерабатывает» их в новые символические конструкции, вновь оказывающие воздействие на представления человека о мире. Подобный «круговорот» затрагивает всех участников социума и иллюстрирует, в первую очередь, особенности коммуникаций массового, а не индивидуально-группового характера.

Одной из принципиальных характеристик современных коммуникаций является их массовый характер. Формы массовой коммуникации заполняют все жизненное пространство человека, рождая в нем на уровне обыденного сознания чувство полноты бытия [8]. Массовый характер коммуникации позволяет ей физически опосредовать межличностные отношения и образовать такое пространство, которое является чувственно-осознаваемым. В этих условиях возникают основные взаимодействия между людьми, которые и служат основным ориентиром для желаний и требований человека.

Используя наглядность, средства массовой коммуникации несут современную культуру и определяют сознание индивида. Это, в свою очередь, приводит к тому, что сознание людей наполняется символическими конструкциями [9], преимущественно универсального характера, вытесняя индивидуально-специфические конструкты [10, 11]. В этих условиях политическая коммуникация оказывает наибольшее влияние на формирование символического набора сознания человека, так как демократический характер политики предполагает массовое вовлечение граждан в политическую деятельность, а также массовое приобщение их к политическим ценностям.

Политическая коммуникация современности все более становится направленной не на равноправный диалог с субъектами политических отношений, а на «постоянное формирование у населения определенной системы представлений о политической реальности» [12], что в свою очередь способствует не только легитимации, но и политической социализации: «Массовая политическая коммуникация способствует овладению политическими знаниями, установками, ценностями, формами политического участия. Именно СМИ поставляют населению наибольшее количество информации, касающейся политики, воздействуя при этом на конкретные оценки и действия в политической сфере» [12]. Кроме того, политическая массовая коммуникация активно использует наработки психологии массового поведения, так как ей трудно учитывать специфику отдельного объекта.

Политическое пространство уже открыто не апеллирует к нормам и ценностям мира политического, а господствующие идеологии воздействуют на индивида ценностями мира культурного, навязывая язык, образ мышления и т. п. Политическая коммуникация опосредована массовой культурой, именно поэтому политические позиции внушаются не открыто, а как норма, отвечающая данному образу жизни. Таким образом, политическое растворяется в социальном, становится незаметным, продуцирующим мифы, которые охотно усваиваются обществом массового информационного потребления.

Естественным результатом подобных процессов становится устойчивая взаимосвязь между представлением человека о политике и его поведением. Имея определенное представление о том, как надо вести себя в той или иной политической ситуации, индивид уверенно транслирует эти представления в массовых коммуникативных процессах. Вместе с тем он фактически принимает участие в символической коммуникации, потому что система символических конструктов, сформированная в результате масштабного воздействия на общественное сознание, фактически является регуляторами и направляющими его поведения. Политическая реальность, как представление человека о политике, таким образом, получает свое дальнейшее распространение в результате взаимодействия с другими членами общества.

Следует заметить, что интенсивность коммуникации также напрямую связана с политической картиной индивида, так как знания человека о политике тем более масштабны, чем более он политически активен. Таким образом, участвуя в политической коммуникации, которая представляет собой, по мнению Д. Грабера, **составление, передачу, получение и обработку сообщений, которые, вероятно, имеют значительное воздействие на ход политики**, т. е. структурирует политическую деятельность и придает ей новое значение [13]. Люди фактически осуществляют символическую политическую коммуникацию по отношению к коммуникации социальной. Вместе с тем содержание политической коммуникации изначально носит символический характер, потому что сама по себе политика как сфера общественной жизни насыщена символами и символическими практиками.

Многие современные исследователи российской политической реальности считают, что подобная специфика обусловлена тем, что «наша политическая культура имеет сакральный базис. Подобной основой обладают политические институты, политические структуры, формы. И все это стало возможным потому, что сакральный элемент стал смыслообразующим в общественном сознании. Традиционное политическое сознание донесло его из глубины древности, для которой было свойственно единство игры и священнодействия. Именно в этой архаической среде и выросла, по мнению Й. Хейзинги, культура» [3].

Все политические традиции общества берут свое начало от символизма в политике. Передаваясь из поколения в поколение в виде традиций, политические символы передают информацию о политическом мире, его ценностях и иерархии в нем. Это фактически и является одним из проявлений символической коммуникации, которая, по мнению Г. Блумера, включает в себя три особенности: люди действуют в отношении «вещей» на основе значений, которыми для них обладают «вещи», значения вещей создаются или возникают во взаимодействии с социальным окружением, данные значения используются и изменяются в процессе интерпретации человеком окружающих вещей» [14]. Другими словами, создавать символические конструкции может только человек и только тогда, когда он участвует во взаимодействии с другими людьми.

В процессе политической коммуникации человек руководствуется теми представлениями о политике, которые сформировались у него в результате опосредованного (чаще всего) и/или непосредственного (реже) участия в политической жизни общества

и государства. Минимальные знания о политике (или их полное отсутствие) не обуславливают «выключение» личности из политических процессов, так как жить в государстве и не принимать участие в политической жизни невозможно. Возможно лишь минимизировать свою политическую активность или вывести ее на уровень политической иммобильности, которая, в свою очередь, также будет оказывать влияние на политическую жизнь общества и государства в качестве одного из факторов динамики.

Используя накопленную символику, индивид осуществляет политические акты так, как подсказывает ему его политическая реальность. В процессе коммуникации его символический набор может быть преобразован, и в таком случае последующие действия будут регламентированы уже измененной политической реальностью. Однако эти изменения в представлениях о политике могут и не произойти, так как основная часть символического набора носит общеупотребительный (универсальный) характер. Это означает, что массовый характер коммуникации находит свое отражение и в специфических представлениях индивида, формируя традиционно-типичные политические ориентиры. Политические символы традиционной культуры прошли через столетия, их невозможно изменить – легче уничтожить. Живут они и в современной политической реальности, которая во многом претерпела изменения.

Однако все политические акты нагружаются помимо общеупотребительного еще и особым дополнительным значением, несущим нечто неопределенное, неизвестное. Такая символическая коммуникация легитимизирует власть, воспроизводит нормы культуры. Легитимная для данного общества политическая коммуникация оперирует нормами данного символического универсума. Способность лидера производить коммуникацию с использованием нужных политических символов, продуцировать их означает властвовать в данном обществе.

Современное общество многие по праву называют информационным [15], а точнее – электронно-информационным: «Средства связи, охватившие своим действием весь мир, передают сообщения практически мгновенно. Мы можем по мановению руки получать нужную нам информацию почти из любой точки планеты» [16]. Огромный объем производимой информации, множество средств передачи информации дали повод для того, чтобы назвать коммуникацию массовой. Специфика ее состоит в том, что аудитория СМК велика и анонимна. Информация может быть адресована отдельным гражданам, группам, но точность адресации всегда ограничена.

Современный человек почти все, что он знает, усваивает из СМИ. М. Маклюэн утверждает, что «массовая коммуникация – это структурно оформившаяся сфера жизни современного общества, которая, будучи его частью, имеет над ним, тем не менее, определенную власть. Массовая коммуникация выступает как возвышающаяся над обществом и государством сила, которая повседневно сводит воедино и согласовывает их действия, ...она изо дня в день доказывает, что без ее услуг им не обойтись» [16].

Подчиняясь законам функционирования массовой культуры, политика все больше приобретает черты спектакля, массового зрелища, и потому «в современном мире массовая коммуникация все больше превращается из подчиненного элемента в системе политики в ее творца» [12]. Как отмечает И. Засурский [17], если политизация массмедиа предполагает активное участие ангажированных СМИ в политическом процессе по законам политики, то медиатизация политики предполагает подчинение политического процесса законам массмедиа. И дополняет: «В случае современных информационных технологий задача ставится не как лобовая пропагандистская атака, а, скорее, как коррекция образов, символические намеки здесь и там, позволяющие сфокусировать внимание аудитории на том или ином факте или событии, на тех или иных политических проблемах или лидерах». Политика превратилась в искусство спектакля, со всей при-

сущей ему атрибутикой: зрелищность, драматизм, героизм и т. д. «В массовом обществе условный среднестатистический человек в силу целого ряда причин не может добиться реализации своих ожиданий и реализует их идеально, мысленно или подсознательно идентифицируя себя с удачливыми героями массовой культуры. Потребитель рекламы живет не в реальном, а в вымышленном мире...» [18]. Массовая культура производит т. н. реальность второго порядка, в которую каждый вечер погружается зритель. «Реальность второго порядка существует в представлениях, в схемах мышления и поведения, т. е. как символическая матрица практической деятельности, поведения, мышления, эмоциональных оценок и суждений социальных агентов» [18].

Политика в силу своей подчиняющей природы стала эксплуатировать технологические потребности СМИ, включая естественную склонность медиа к сенсациям, к персонификации политических проблем. Телевидение способно в большей степени, чем другие СМИ, активно производить символы, заниматься пересимволизацией, создавать мифы и пр. Так, например, политическая риторика, одна из центральных черт политической кампании, становится невостребованной, так как телевизионные заставки все меньше сосредотачивают на ней внимание и все больше показывают то, что и как делают кандидаты, апеллируя к эмоциям и нелогичным выводам.

Телекоммуникация снижает сознательность и критичность при восприятии информации, иногда при ней отсутствует целенаправленное активное понимание, логический анализ, содержание воспринимаемой информации с трудом поддается осмыслению – информация просто воспринимается. Она приводит в движение такие психологические феномены, как научение, заражение, эмпатия, идентификация, прививка установок, косвенное убеждение, социальное сравнение, эффект ссылки на себя и т. п.

В условиях господства массовой культуры «роль СМИ не сводится к отражению того, что происходит вокруг нас. Думается, что они конструируют мир (в том числе и государство [19]), который затем становится реальностью для потребителя. Этот мир может быть принят зрителями, которые зачастую не подозревают о подобных скрытых процессах, считая, что их всего лишь развлекают. Через некоторое время образ мира, каким его сконструировали СМИ, может настолько укорениться в нашем сознании, что мы будем не способны отличить его от реальности» [20]. То, что человек увидел, услышал или прочитал в СМИ, становится единственной реальностью. Это в очередной раз доказывает параллель с мифологией: «политический миф – обычно не проверяемый объяснительный тезис, который предопределяет простейшую причинную теорию политических событий и широко поддерживается публикой» [21].

Подобная особенность приводит к тому, что специфика ТВ, которое является самой мощной фабрикой по производству мифов, неизменно находит свое отражение в современной политической коммуникации, отличающейся мифологизаторством, со всей присущей ему символизацией. В основе мифологизации лежит фабрикация, подтасовка, извращение фактов и событий, что способствует включению данной характеристики в идеологию. Для привлечения к себе внимания политика создает псевдособытия, а СМИ сами идут на поводу у псевдособытия в силу того, что сами политики и правительства располагают многими источниками информации. В связи с тем, что никто не хочет выяснять истинные причины события и все ограничиваются простым интервью, в силу технических особенностей ТВ «именно монтаж становится главным средством управления наблюдением за фактами и явлениями... монтаж универсален, присущ всем подсистемам экранно-звуковых средств, обеспечивает соединение элементов в целостную систему знаковых средств» [22]. Вместе с тем отсутствие альтернативных источников знаний о политике у обычного гражданина приводит к тому, что он начинает верить увиденному или услышанному в СМИ.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что политическая реальность, как система представлений человека о политике, постоянно требует соотнесенности с личным опытом индивида. Только в этом случае она будет носить устойчивый характер. Личный опыт человек получает в процессе коммуникации разного уровня, формируя, тем самым, свое собственное пространство и время [23], приобретая, вместе с тем, специфические знания о политике в процессе коммуникации политического характера. Руководствуясь уже имеющейся системой представлений о политике, индивид транслирует ее в отношении других коммуникантов, создавая символический обмен. В результате этого обмена, личностно-символический набор либо получит свое подтверждение и, следовательно, не изменится, либо вступит в противоречие с символическим набором другого участника коммуникации и трансформируется в другие элементы политической реальности.

«Обновленная» политическая реальность станет новым регулятором поведения человека в политике и будет способствовать либо повышению его политической активности, либо ее снижению. В любом случае она оказывает дуалистическое влияние на личность, так как, с одной стороны, является регулятором и стимулом политического поведения, а с другой – гибкой системой символических представлений о политике, сформированной в результате коммуникативных процессов. Именно поэтому мы можем определить ее в качестве символической коммуникации, имеющей временные границы в виде «рождения–смерти», потому что процесс символического обмена продолжается на протяжении всей жизни человека, так же как и коммуникация сопровождает его в течение всего существования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Штанько М.А. Современное германское россиеведение: транзиты междисциплинарности // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2013. – № 4. – С. 251–253.
2. Штанько М.А. Междисциплинарные транзиты в исследованиях этничности // Наука и образование в жизни современного общества: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. – Тамбов: ООО «Консалтинговая компания Юком», 2015. – С. 161–162.
3. Неретина С.С. Тропы и концепты. – М.: Институт философии РАН, 1999. – 277 с.
4. Щербинин А.И., Щербинина Н.Г. Политический мир России. – Томск: Изд-во «Водолей», 1996. – 256 с.
5. Рассел Б. Словарь разума, материи, морали. – Киев: Port-Royal, 1996. – 368 с.
6. Руднев В.П. Словарь культуры 20 века. – М.: Аграф, 1997. – 384 с.
7. Ашин Г.К., Лозанский Э.Д., Кравченко С.А. Социология политики. – М.: Экзамен, 2001. – 608 с.
8. Janoušek J. Společná činnost a komunikace. – Praha: Nakladatelství Svoboda, 1984. – 245 p.
9. Штанько М.А. Модель как результат исторического компаративного анализа // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2012. – № 9 (23): в 2-х ч. Ч. 1. – С. 206–209.
10. Kelly G.A. The psychology of personal constructs. Vol. 1. A theory of personality. – London: Routledge, 1991. – 503 p.
11. Kelly G.A. The psychology of personal constructs. Vol. 2. Clinical diagnosis and psychotherapy. – London: Routledge, 1991. – 507 p.
12. Политическая энциклопедия: в 2-х т. Т. 2. – М.: Мысль, 1999. – 701 с.
13. Graber D.A. Mass Media and American Politics. – Washington, D.C.: CQ Press, 2002. – 441 p.
14. Терин В. Массовая коммуникация: социокультурные аспекты политического воздействия. – М.: Изд-во Инс-та социологии РАН, 1999. – 170 с.
15. Табачков А.В. Информационное общество в контексте истории // Вопросы философии. – 2014. – № 10. – С. 37–46.
16. Феофанов О. Реклама: новые технологии в России. – М.: Изд-во «Питер», 2000. – 384 с.
17. Засурский И. Масс-медиа второй республики. – М.: Изд-во Московск. ун-та, 1999. – 272 с.
18. Бурдые П. Социология политики. – М.: Социо-логос, 1993. – 336 с.
19. Штанько М.А. Нация как основа конструирования государства // Научный аспект. – 2015. – № 2. URL: <http://na-journal.ru/2-2015-gumanitarnye-nauki/606-nacija-kak-osnova-konstruirovaniya-gosudarstva> (дата обращения: 08.07.2015).
20. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. – 448 с.

21. Гуревич П. Социальная мифология. – М.: Мысль, 1983. – 175 с.
22. Киселев Н. Информационная потребность как фактор социализации личности: автореф. дис. на соиск. уч. степ. канд. социолог. наук. – Кемерово, 1998. – 19 с.
23. Абишев К. Мышление и бытие // Вопросы философии. – 2014. – № 3. – С. 62–73.

REFERENCES

1. Shtanko M.A. *Sovremennoe germanskoe rossievedenie: tranzity mezhdistsiplinarnosti* [Modern German Russian studies: interdisciplinary transits]. *Gumanitarnye, sotsialno-ekonomicheskie i obshchestvennyye nauki*, 2013, no. 4, pp. 251–253.
2. Shtanko M.A. *Mezhdistsiplinarnye tranzity v issledovaniyakh etnichnosti* [Interdisciplinary studies of ethnicity in transit]. *Nauka i obrazovanie v zhizni sovremennogo obshchestva: sbornik nauchnykh trudov po materialam Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. Tambov, Iukom Publ., 2015, pp. 161–162.
3. Neretina S.S. *Tropy i kontsepty* [Trails and concepts]. Moscow, Institute of Philosophy of the Russian Academy of Sciences, 1999. 277 p.
4. Shcherbinin A.I. and Shcherbinina N.G. *Politicheskii mir Rossii* [Political world of Russia]. Tomsk, Vodoley Publ., 1996. 256 p.
5. Rassel B. *Slovar razuma, materii, morali* [Dictionary of mind, matter, morality]. Kiev, Port-Royal Publ., 1996. 368 p.
6. Rudnev V.P. *Slovar kultury 20 veka* [Dictionary of 20th century]. Moscow, Agraf Publ., 1997. 384 p.
7. Ashin G.K., Lozanskiy E.D. and Kravchenko S.A. *Sotsiologiya politiki* [Sociology of Politics]. Moscow, Ekzamen Publ., 2001. 608 p.
8. Janoušek J. *Společná činnost a komunikace* [Společna cinnost a komunikace]. Praha, Nakladatelství Svoboda, 1984. 245 p.
9. Shtanko M.A. Model kak rezultat istoricheskogo komparativnogo analiza [Model as a result of historical comparative analysis]. *Istoricheskie, filozofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kulturologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki*, 2012, no. 9 (23), vol. 1, pp. 206–209.
10. Kelly G.A. *The psychology of personal constructs. Vol. 1. A theory of personality* [The psychology of personal constructs. Vol. 1. A theory of personality]. London, Routledge, 1991. 503 p.
11. Kelly G.A. *The psychology of personal constructs. Vol. 2. Clinical diagnosis and psychotherapy* [The psychology of personal constructs. Vol. 2. Clinical diagnosis and psychotherapy]. London, Routledge, 1991. 507 p.
12. *Politicheskaya entsiklopediya* [Political encyclopedia]. Vol. 2. Moscow, Mysl Publ., 1999. 701 p.
13. Graber D.A. *Mass Media and American Politics* [Mass Media and American Politics]. Washington D.C., CQ Press, 2002. 441 p.
14. Terin V. *Massovaya kommunikatsiya: sotsiokulturnye aspekty politicheskogo vozdeystviya* [Mass communication: socio-cultural aspects of political influence]. Moscow, Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences, 1999. 170 p.
15. Tabachkov A.V. Informatsionnoe obshchestvo v kontekste istorii [The information society in the context of history]. *Voprosy filosofii*, 2014, no. 10, pp. 37–46.
16. Feofanov O. *Reklama: novye tekhnologii v Rossii* [Advertising: new technologies in Russia]. Moscow, Piter Publ., 2000. 384 p.
17. Zasurskiy I. *Mass-media vtoroy respubliki* [Media Second Republic]. Moscow, Moscow University Publ., 1999. 272 p.
18. Burde P. *Sotsiologiya politiki* [Sociology of Politics]. Moscow, Sotsio-logos, 1993. 336 p.
19. Shtanko M.A. Natsiya kak osnova konstruirovaniya gosudarstva [The nation as a basis for designing state]. *Nauchnyy aspekt*, 2015, no. 2. Available at: <http://na-journal.ru/2-2015-gumanitarnye-nauki/606-nacija-kak-osnova-konstruirovaniya-gosudarstva> (accessed 8 July 2015).
20. Kharris R. *Psikhologiya massovykh kommunikatsiy* [Psychology of Mass Communication]. St. Petersburg, Praim-EVROZNAK Publ., 2001. 448 p.
21. Gurevich P. *Sotsialnaya mifologiya* [Social mythology]. Moscow, Mysl Publ., 1983. 175 p.
22. Kiselev N. *Informatsionnaya potrebnost kak faktor sotsializatsii lichnosti*. Avtoref. dis. kand. nauk [Information demand as a factor of socialization of the person. Author's abstract cand. diss.]. Kemerovo, 1998. 19 p.
23. Abishev K. Myshlenie i bytie [Thinking and being]. *Voprosy filosofii*, 2014, no. 3, pp. 62–73.

Дата поступления 15.09.2015 г.