**ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

***Баранова Татьяна Романовна***

*студентка Тульского государственного университета,*

*Россия. г. Тула*

**АННОТАЦИЯ**

В статье проведен анализ актуального вопроса политической коммуникации в условиях современной России. Методология исследования – анализ научной литературы по заданной проблеме, а также практического отечественного опыта.

**Ключевые слова**: коммуникация, политика, политическое поведение, коммуникативная политика, политические сообщения.

Политика – сложный вид деятельности. У нее множество важных аспектов. Среди них очень большое значение остается за смысловым аспектом взаимоотношений, которые касаются субъектов политики. К ней приближаются через обмен данными на этапе борьбы за власть или ее реализацию. Во время применения определенных коммуникативных схем дается жизнь трем основным типам политических сообщений:

* побудительные (приказ, убеждение);
* передающие данные (реальные или вымышленные сведения);
* установленные исторически (информация об установлении и поддержании контакта среди субъектов политики).

Помимо разновидностей политических сообщений в системе однородного вида коммуникации подчеркивают три степени соответствующих потоков. В первую очередь, обслуживаются структуры власти и управления (циркулирует в основном служебная информация). На следующей стадии допускается образовывать информационную среду деятельности партий, профсоюзов, общественных движений. происходит циркуляция программы, уставы и прочие сведения). Далее наступает стадия, когда нужно оперировать собственно общественным мнением, массовой разновидностью сознания, политическим поведением. [1]

Политическая коммуникация носит значение специфического вида политических отношений, цель которого - доминирующие в политике субъекты, способные регулировать производство и распространение такого ресурса, как общественно-политических идеи окружающей действительности.

Функции сложившихся условий отличаются своей определенностью. Среди них можно отметить:

* информационная (основное значение функции заключается в распространении необходимых сведений о состоянии элементов политической системы и их функционировании);
* регулятивная (необходима для выработки оптимальных механизмов взаимодействия не только в отношении элементов политической системы, но и между политической структурой и гражданским обществом);
* значение политической социализации (когда предстоит воссоздание существенных необходимых основ рассматриваемой сферы с рамках политического поведения);
* контролирующая (помогает созданию общественного мнения по самым захватывающим вопросам). [2]

На фоне политической коммуникации ученые различают как содержательный, идеальный компонент, так и формальный, материальный. к нему относят исходы, возможности. Политическая, наравне с прочими, допускает присутствие коммуникатора, уведомление от какой-либо канала или варианта передачи и, наконец, конечного пользователя.

В качестве допустимых коммуникаций понимаются определенные предприятия, действующие в рамках социальной и политической схем, на базе них реализуются способ обмена информацией. Ряд специалистов относят к вариантам коммуникативные активные проявления или ситуации, коммуникации или отдельные индивиды, у которых есть залог к обмену данными (прямому или непрямому, опосредованному или непосредственному, немедленному или протяженному во времени). [3]

Специалист, Р.Ж. Шварценберг, указывает на три базовых варианта в данной сфере, базирующиеся на различных средствах:

* передача данных посредством печатных (пресса, книги, плакаты) и электронных средств (радио, телевидение) массовой информации;
* передача информации посредством организаций, если передаточным звеном становится такой ресурс, как политические партии, группы единомышленников.

Прибегая к такому варианту, политическая коммуникация приобретает значение неотъемлемой части любого современного общества. У нее есть структура и свойства проникать во все государственные и социально-государственные взаимоотношения субъектов и объектов территории.

Такой способ взаимодействий обретает важную роль в отношении общества, когда реализуются социально-политические задачи. Нужно выбрать между политической системой и гражданским обществом. Рассматриваемая возможность характеризуется как специфический вариант политических отношений, посредством которого доминирующие в политике субъекты регулируют создание с дальнейшим распространением общественно-политических идей.

В современном российском социуме на основе воздействия существующих факторов диагностируется доработка основных влияний в политической коммуникации. Политическое решение принимается не одно существенное желание в плане политического решения. его значение предполагает убеждение электорат. Принятие непопулярных выводом способно повлечь за собой важнейшие политические катаклизмы. Одна значимая личность может ознаменовать потерю власти правящей элиты. Мало значимые личности тоже оказывают свое воздействие. Приходится признать, что политическая составляющая остается одним звеном в направлении управления обществом.

Решения во многом зависят от восприятия общественностью. Когда она не способна признать его значение, то всегда найдется более важная альтернатива.

Значение существенных методов политической коммуникации приводит к уточнению наличия или отсутствия результата воздействия. В.Иванов и М.Назаров в данном направлении признают существование следствия действия рассматриваемого явления, с условием, что сознание индивида способно на большее. что происходит на самом деле. [4]

Можно говорить о появлении первых вариантов массовой информации, когда возможно все, если учитывать возможности государства. Политическая обстановка накладывает заметное воздействие на результат. На стадии развития первые российские средства массовой информации стали исполнять задачу распространения сведений. Представленные в данной категории СМИ с самого начала оказывались только проводником политической направляющей сведений по вертикальной схеме сверху вниз, когда не ожидается деформации сознания реципиентов или их восприятии мира.

Грамотность оказала существенное влияние. Она распространялась не сразу, с такими видами последствий, как СМИ и его влияние в отношении сознания. Такое влияние стало более очевидным. Нельзя не признать значение экономической сферы, но и общественное мнение важно. Они действуют взаимосвязанно, однако надо понять, чем отличается важность материального и нематериального.

Есть несколько популярных теорий. Среди них - тотальное возрастание информационных потоков, актуальность методов массовой коммуникации. Именно они значительно увеличивают возможности познающего субъекта на этапе скопления данных, однако падает его возможность к интерпретации поступающей информации. В результате, корректируется правильность решений. Важно понять, насколько персональной остается личность в плане принятия решений в современном, «виртуализированном» не без участия СМИ, варианте реальности. Канал и средство массовой информации влияет на каждого индивидуума. надо это понимать, с осознанием того, что может привести за собой такое решение, как коррекция мировоззрения, поведенческих установок.

Эту проблему начали исследовать всерьез в первой трети XX века. Эволюцию научных взглядов на данный вопрос принято делить на три периода.

Самое первое средство воздействия основывается на том, что объект еще не полностью обосновал свое значение. Можно утверждать значение становления личности, что по настоящему не всегда важно субъекту.

Современный этап развития средств массовой информации отличается отсутствием единой модели. Можно говорить о плюралистичности моделей влияния массовой коммуникации. Механизмы влияния СМИ на политическое сознание объясняется множеством теорий, многие из которых появились в 60-е - 70-е годы XX века. Он проходит под знаком поиска различных теоретических и реализованных в действительности возможностей, они существенны, чтобы допустить значение телевидения в качестве доминирующего средства массовой коммуникации формирует сознание и поведение людей, как влияет на их поступки и психологию, в том числе в области политических процессов. Возможно оказывать воздействие на общество посредством политики и массовых коммуникаций, но нужно учитывать, что однажды зрители захотят понять, что их участие действительно важно в отношении ресурса, а это могут себе позволить далеко не все государства, даже достаточно обеспеченные.

Список литературы

1 Habermas J. Strukturwandel der Uffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bbrgerlichen Gesellschaft, Frankfurt. M., 2013.

2 Eisenstadt S. N., Schluchter W., Wittrock B. Public sphere and collective identities. New Brunswick., 2014.

3 Левада Ю. A. От мнений к пониманию: социологические очерки 1993-2000. М.: Московская школа политических исследований, 2015. С. 15.

4 Малинова О. Ю. Идеологический плюрализм и трансформация публичной сферы в постсоветской России // ПОЛИС. 2017. № 1. С. 11.