

маркетинг невозможен вне информационного поля – информация является одновременно и его носителем, и его целью. Таким образом, без СМИ ПМ просто неосуществим.

В то же время и СМИ теряют свое политическое влияние и свою эффективность, будучи лишены огранки политическим маркетингом. СМИ оказывают сегодня большее, чем когда бы то ни было влияние на формирование сознания и поведение людей, становятся мощным инструментом влияния на институты власти. Но без ПМ СМИ фактически остаются без целеполагания, без критериев оценки их эффективности и без дополнительных источников финансирования. Следовательно, политический маркетинг обладает не только самостоятельной ценностью, но он также начинает доминировать над СМИ. При этом сегодня просто «не существует единственного, признаваемого всеми определения маркетинга – ни классического коммерческого, ни политического» (Морозова Е. Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. М.: РОССПЭН, 1999).

В чем же объективная причина столь широкого распространения политического маркетинга в наше время? Прежде всего это обусловлено тем, что в современном мире население довольно активно участвует в политической жизни страны, т. е. ростом политического участия масс. Если оглянуться вокруг, то мы увидим, что нынче повсюду и беспрестанно создаются политические партии и общественные объединения. Политический маркетинг вносит большой вклад в развитие любого политического объединения. Ведь именно ПМ формирует имидж не только отдельных политиков, но и целых стран, альянсов, глобальных объединений. Таким образом, политический маркетинг уже стал неотъемлемой частью медиасферы и прикладной политологии. И в условиях информационного общества медийный ПМ обретает все большее значение и актуальность.

ТЕОРИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ В «КЛАССИЧЕСКИЙ ПЕРИОД»: КРИТИКА И ПОПЫТКА ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЯ

Каллаур А. А., Белорусский государственный университет

Научный руководитель: канд. ист. наук, доцент Л. В. Слуцкая

Термин «модернизация» был введен в употребление в 1950-х гг. За период 1950–1960-х гг. в политической науке США на его основе начала формироваться теоретическая платформа, которая с 1970-х гг. подверглась серьезной критике. Первый этап развития теории модернизации (ТМ) можно условно назвать «классическим».

Среди предпосылок становления ТМ можно выделить внешние и внутренние. Внешние предпосылки заключались в осуществлении прогноза сохранения и установления демократической политической системы в Азии

и Африке (в период деколонизации). Внутренние предпосылки заключались в общем синтезе предшествующих научных гипотез.

В основе ТМ «классического периода» лежат следующие положения: концепция стандартных переменных, стратагема модерна и универсализм. При общих теоретических положениях авторы ТМ различались в своих подходах.

Подход С. Липсета концентрировался на внешних для политической системы переменных (условиях) – ценности, социальные институты, исторические события. Демократия коррелируется с состоянием экономического развития (уровни развития благосостояния, индустриализации, урбанизации, образования) и поддерживающей культурой. По мнению американского политолога, стабильность демократической системы зависит от эффективности и легитимности политической системы.

К. Дойч рассматривал «социальную мобилизацию» как всеобщий процесс изменений, который происходит со значительными частями целого в стране, переходящей от традиционного к современному образу жизни. Социальная мобилизация предстает как общая сумма M , где m_1 – показатель уровня столкновения людей с современными аспектами жизни, m_2 – процент занятости, m_3 – процент грамотности, m_4 – уровень урбанизации, m_5 – уровень дохода, m_6 – изменение места проживания, m_7 – контакты с масс-медиа. Для показателя M устанавливаются пороговые величины. Социальная мобилизация, с точки зрения исследователя, способствует расширению политически релевантных слоев населения, которые создают давление к преобразованиям практик и институтов.

Под модернизацией американский политолог Д. Эптер понимал возрастание уровней сложности социальных связей, которые отражают рост дифференцирующих ролей с сопутствующими проблемами координации и интеграцию. Автор выделял четыре класса общества, для которых характерны: 1) высокая централизация (власть)/высокая религиозность (ценности); 2) низкая централизация/высокая религиозность; 3) высокая централизация/секуляризация; 4) низкая централизация/секуляризация. Исследователь выделил две системы функционирования социума: примирительная и мобилизационная. Идеальный тип мобилизационной системы (1) основан на модели принуждения, примирительная – на модели информации. Д. Эптер отмечал, что на раннем этапе модернизации мобилизационных систем автократия является оптимальной для долговременных перспектив. Примирительная модель более эффективна на поздних этапах модернизации (после индустриализации).

Изучение морфологии социальных типов, а также «срывы политической модернизации» (в первую очередь в Индонезии, Пакистане, Бирме и Судане) позволили в 1960-х гг. усилить критику ТМ. Страны «третьего мира» столкнулись с рядом проблем модернизации: неспособность к агре-

гации запросов ряда групп центральной властью, отсутствие символов, идеологии, ценностей модернизации в обществе, неспособность утвердить новые уровни солидарности, культурная закрытость и самодостаточность социальных слоев в процесс мобилизации и т. д. С 1970-х гг. распространение получила теория зависимости (в частности, мир-системный анализ И. Валлерстайна), которая обращала внимание на «неоколониальную сущность» ТМ в экономическом плане. Две теории/парадигмы резюмировали два философских подхода: либерализм и марксизм.

Узкое понимание ценностей в классический период, отсутствие количественной базы, несовпадение предложенных моделей на практике обусловили пересмотр подходов. К концу 1970-х гг. социолог и историк Дж. Эплибай акцентировала внимание на анализе ценностных переменных в ТМ (изучение рациональной мысли в Европе). Ряд исследователей сделал упор (при подъеме уровня статистики и опросных сеток) на рассмотрении экзогенных факторов изменения политической системы (А. Пшеворски, Р. Инглхарт).

СПИНДОКТОРИНГ – ПОЛИТИКА БОЛЬШОГО ГОРОДА: КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ ДЕМОКРАТИЧЕСКОЙ И АВТОРИТАРНОЙ ПРАКТИК

Колесова Г. А., Саратовская государственная юридическая академия

Научный руководитель: канд. ист. наук, доцент В. Д. Кадушкин

Современная политика большого города представляет собой бич политического консалтинга. Заметное усиление конкурентной политической борьбы породило необходимую потребность политических лидеров в эффективном воздействии на электорат, поэтому для поддержания действенного механизма обеспечения политических процессов в ряде политических технологий стойко укрепилось политическое консультирование. В основе его методологии в значительной мере преобладают психологические методики, такие как политический маркетинг, политическая реклама, стратегический менеджмент, полевые техники и пр.

Высокое значение политического консалтинга в современной политике большого города определяется не только ужесточением борьбы за избирателя. Одной из главных причин такого возрастания является формирование массового политического сознания, вызвавшего усиление роли СМИ в лоббировании интересов различных групп. Таким образом, наиболее актуальной методикой современной политики большого города стала такая основная макротехнология политического консультирования, как медиаманипулирование или спиндокторинг.

Истоки появления данного термина восходят к 1984 г., когда «spin doctoring», являясь порождением теледебатов Уолтера Мондейла и Рональда