

УДК 32:316.4; 32:316.75

В.Г. Скочилова

СИМВОЛИЧЕСКИЕ СТРУКТУРЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИДЕОЛОГИИ В ЦЕННОСТНОМ ИЗМЕРЕНИИ

Представлен процесс формирования и передачи смыслов и значений в пространстве политики через обращение ценностных и символических структур политической идеологии. Также внимание уделяется проблемам идеологического способа смыслообразования в современной российской политике.

Ключевые слова: политическая идеология, идеологические символы, политические ценности.

Политическая идеология приобретает качества системы в непрерывном взаимодействии множества элементов, и в первую очередь элементов символического ряда, составляющих сущность идеологического конструкта, что позволяет нам говорить об идеологии как символической системе. Несмотря на то, что исследователи закрепляют за символами основополагающее качество человеческого бытия и человеческой деятельности, в том числе и в политическом пространстве, символы остаются в таком ракурсе рассмотрения абстрактными единицами, а сам процесс смыслопередачи – и поддерживающим процессы субъективации и объективации политической реальности, но существующим как нечто само собой разумеющееся. И основным вопросом становится возможность ценности, значимости и смысла идеологических символов, а, следовательно, и символической системы в целом для наиболее широкой аудитории.

Несомненно, идеология устанавливает рамки восприятия политической реальности и картины политического мира, создавая новый символический образ, отражающий и одновременно конституирующий идеальные представления о мире политического и политические ценности отдельных институтов, групп и индивидов, социальных микро- и макрообщностей. Символический ряд организует идеологию в единство формы, объединяющую вокруг себя значимые ценности. И именно ценностные основания позволяют нам типологизировать и классифицировать идеологии, относя их к тому или иному партийному спектру, говорить о том или ином масштабе идеологической трансформации, анализировать идентификационные процессы, то есть рассматривать идеологию как систему смысловых ориентиров.

Но посмотрим на эту проблему с другой стороны. А.С. Ахиезер пишет, что культура приобретает характер системы в силу необходимости «освоения и запоминания накапливаемого опыта» [1. С. 383]. При этом организация культуры строится на дуальных оппозициях, схематизирующих осваиваемое человеком пространство и делающее его доступным, «своим», что «может стать основой формирования потоков новых смыслов, новых интерпретаций» [1. С. 383]. Дуальные оппозиции А. С. Ахиезер определяет следующим обра-

зом: «Форма наиболее элементарной организации проблемы, которая формулируется, прежде всего, через два контрарных полюса, между которыми располагается некоторое логическое пространство, где субъект через внешний и внутренний диалог “втягивает” в себя необходимые знания, ценности, нормы и т. д. для преодоления противоречия, разрыва между полюсами этой оппозиции» [1. С. 383].

Идеология же как политико-культурный (или даже политико-субкультурный) феномен в политическом пространстве является также схематизирующей системой, где лакуна между контрполюсами (и сами полюса бинарной оппозиции) маркирована и разграничена, то есть интерпретирована в рамках идеологического конструкта, в первую очередь, посредством символических форм, а пространство дуальных оппозиций уже заранее наделено смыслами, осваиваемыми индивидами как социально-политический опыт. Тем самым уже идеология становится источником новых смыслов и интерпретаций в ограниченном сегменте политического пространства, претендуя меж тем на универсальность и расширение собственных границ.

Говоря о соотношении таких категорий, как «символ» и «ценность», мы предлагаем обратиться к исследованию российского автора О. А. Кармадонова. Исследователь высказывает мнение, что для социальных наук смешение или разделение таких категорий, как «символ» и «ценности», является проблематичным и теоретически мало оправданным. Он исходит из того, что символ возможно определить «как некую «надию», заключающую в себе все остальные «идеи» [2. С. 128], поскольку «сущность символа, считает О.А. Кармадонов, всегда намного глубже и емче сущности любой из данных категорий»¹ [2. С. 127]. Иными словами, ценностям имплицитно присуще символическое начало, как категории «обобщенного экзистенциального опыта индивида и/или общности» [2. С. 126]. Абстрактная категория символа становится верифицируемой, значимой, если угодно предметной в ценностном измерении. В свою очередь, семиотическое значение в символическом измерении приобретает смысл ценностно окрашенный.

Как пишет А.С. Ахизер, «...смысл – это всегда результат личной интерпретации...» [1. С. 378]. В этом отношении ценности, имеющие субъективную природу, тождественны смыслам как оценочным структурам интерпретации. Но когда мы говорим о коллективном начале политической идеологии, субъективные смыслы становятся источником для организации совокупностей идеальных категорий в политическом пространстве. Объединение различных духовных форм по ценностным основаниям позволяет нам рассматривать их (в нашем случае – это политико-символические формы) как основы для некоторой «общности личных интерпретаций, несущих ограниченное внутреннее разнообразие» [1. С. 379].

¹ О.А. Кармадонов упоминает работы А. Шютца, Ч.С. Пирса, А.Ф. Лосева, Ю.М. Лотмана и других авторов, которые в своих трудах разрабатывали категорию «символ» относительно таких категорий, как «знак», «текст», «индикатор»/«эмблема», «сигнал» и пр. Напомним также концепции Э. Кассирера и У. Уорнера, где в первом случае понятия символа и знака, имеющего исключительно сигнальную функцию, развелись, а во втором случае знак рассматривался автором как составная часть символа [2].

Так, например, историческое прошлое и образ прошлого во второй половине 90-х гг. трансформировались поистине в ценность «прошлое». Как отмечает в своем исследовании Б. Дубин, группа, поддерживающая центристские и социалистические партии и организации, «с особенной частотой выделяла символы великой державы и мирового приоритета – «гордость за свою большую и сильную страну», «ведущую роль в мире». К концу 90-х гг. идеологический пессимизм этой служилой интеллигенции и бытовой пессимизм основной массы населения [...] сомкнулись. В базовом складе личности, в основном социальном типе современных россиян как опоры всей системы сегодняшнего российского общества и государства, обнажились, отчетливо выдвинулись на первый план неотрадиционалистские черты, характеристики национальной исключительности» [3. С. 98]. Можно предположить, что «сила прошлого» в индивидуальных трактовках напрямую связывалась, в первую очередь, с победой СССР во Второй мировой войне, смысл которой переносился на символические образы народа, власти и государства. Ценность «победы», а вслед за ней и ценность «прошлое» (при этом сквозь призму которого воспринимается и настоящее, и будущее) включались в символический ряд формируемой идеологической формы державно-патриотической направленности. И далее Б. Дубин замечает: «Образ советской истории как бы прошел в массовом сознании и в популярных массмедиа своеобразную декоммунизацию, осуществилось достаточно быстрое и широкое примирение с советским опытом. В этом «разгруженном», деидеологизированном виде он принимается сегодня большинством как «наше славное прошлое», общее и единое, в котором между имперской Россией и СССР как бы нет конфликта и разрыва» [3. С. 98–99].

Таким образом, здесь мы наблюдаем реализацию следующей схемы: некоторая совокупность субъективно интерпретируемых значений – модель мира и формула существования индивида, группы, народа в ней – выступает коллективным представлением (групповым символом), который универсализируется до некоторого обобщенного символического образа – идеологии, впоследствии становится ценностью, которая вводится в структуру принципов политической практики и определяет варианты и основы общественной динамики.

В идеологии оперирование символами (и/или символическими образами) и придание им значений и смыслов базируется, как мы уже сказали, на ценностных основаниях. И ценностные основания, составляющие основу идеологии, имеют символическое измерение, проявляющееся в вербальной, знаковой или образной форме. В сущности смыслообразующее начало политических идеологий есть ценностное начало, которое в соединении с символическими образами составляет семантические элементы идеологического конструкта – идеологемы. Идеологема тем самым является значимым символом политического дискурса, чей смысл закреплен в политической ценности, или ценностной формой, закрепленной в значимом символе или символическом ряду, имеющем смысловую нагруженность. Таким образом, называя политическую идеологию символическим конструктом (или формой, состоящей из ряда политических символов), мы можем говорить об идеологии как о ценностной системе – иерархизированной системе значений символов.

Следовательно, рассматривая политическую идеологию как ценностно-символическую систему, мы исходим из того, что все процессы, протекающие в политико-идеологическом пространстве, являются коммуникационными. Как отмечает А.И. Соловьев, «явление обретает собственно политическое содержание только через приписывание ему значений, свидетельствующих о признании за ним достаточного для возбуждения коммуникации актора с государственной властью масштаба» [4. С. 6]. И далее автор предлагает рассматривать символы как «форму смыслопостижения и смыслополагания, через которую социальные объекты наделяются необходимыми для публичного общения акторов значениями» [4. С. 6]. Идеология обеспечивает и поддерживает взаимную информацию между субъектами политики как один из способов символизации политического пространства (дискурса, текстов), тем самым являясь средством, и это в первую очередь, передачи общественно-политических значений и смыслов.

Осваивая идеологию, принимая её или отдельные постулаты идеологии за основания реальности, мы включаемся в процесс символического обмена смыслами. Это есть процесс трансляции и передачи политических ценностей и комплексных ценностных систем, которые в идеологической интерпретации определяют тип, конфигурацию символической системы. Иными словами, ценностная система составляет основания идеологии, поддерживающие созданную опять же идеологически карту мира политического, его символического виртуального образа. Далее, идентифицируясь с идеологией, включаясь в её ценностное пространство, индивид отождествляет себя с некоторым символическим полем. Создание символического поля – способность во всех событиях и явлениях увидеть проявление одной сущности. При этом идеологическое поле может меняться, но символическое поле может сохраниться и будет обеспечивать актуальную трактовку явлений и сути происходящего. И поскольку ценности выстраивают идеальную модель мира политики, то и индивид, идентифицируя себя с идеологическим символическим полем, создает свой идеальный образ, Я идеальное.

В редуцированном виде идеология, приписывая значения, оперирует смыслами, чье символическое выражение несет ценность – аксиологическое измерение политических явлений, событий и фактов. Так, например, идеологическое определение либералов: за последние двадцать лет смысл этого значения трансформировался от позитивного или вполне нейтрального, соотносимого с «младореформаторами» или ассоциировавшегося с Либерально-демократической партией и персонально В.В. Жириновским в 90-е гг., до контрпродуктивных сил – часто оппозиционеров – противостоящих развитию страны [см.: 5]. Или ценность «свободы», которая в России всегда рассматривалась как «свобода от», в конце XX в. была свободой от тоталитарного режима, но вместе с тем свободой, закрепленной конституционно и позволявшей реализовывать гражданские права, в путинский период доминантным стало «не понимание её как ценности гражданского общества, как индивидуальной свободы и ответственности, а восприятие свободы как произвола или анархии» [6. С. 35].

Идеологическая идентификация также предполагает под собой символический коммуникационный процесс. Любые информационные взаимодейст-

вия (формы обработки текстов, организация дискурса и т.д.) есть символический информационный обмен, «поскольку именно символы, олицетворяя и структурируя в текстах политически значимые смыслы, служат основанием для идентификации политических объектов в сознании человека» [7. С. 9]. Происходит это по причине того, что символическое сознание склонно опередмечивать все понятия и явления, создавая тем самым образы символической политической реальности. При этом в процессе идеологической идентификации символический её характер является скрытым. На уровне массового сознания, которое инерционно и формально по своей природе, мышление выстраивается в формы (универсальные образцы мышления) – переживаемое, воспринимаемое и иницирующее начала в человеке. Ценности, как мы уже говорили, есть символические формы, схемы сознания, упрощающие понимание мира политики. Сознание выражается в определенных знаковых системах, и символы мы можем рассматривать здесь как инстинктивные понятия, наполняющие человека, сознание которого также объединяет их в единство формы, где ценности являются средствами придания и чувственно-понятийного выражения значений. Непосредственно оценивание происходит, когда ценностная форма соотносится с передаваемыми символами, образуя смысловое ядро идеологемы.

Помимо этого, возможная расщепленность и конфликтность политической реальности в картине, конструируемой идеологией на символическом уровне, в символических формах и их иерархизированных значениях (суть ценностях) также преобразуется в один из путей идентификации. Это объясняется тем, что символическая природа ценностей определяет их амбивалентность. Сущность символа такова, что он может содержать в себе сразу две противоположные интерпретации. Он двойствен, добро и зло, правда и ложь в нем неразделимы. Потому собственно символ существует вне морали, вне сферы оценивания. Ценности же, рассматривающие мир в бинарных оппозициях «добра и зла», «своих-чужих», «правых и левых», «красных и белых» и т.д., напротив, представляется возможным отнести к «рациональной» сфере оценивания. Это рефлексивное сознание, поскольку оно способно разделять, это и свидетельство схематичности ценностей, определяющих упрощенное осмысливание политики. Подобное понимание реальности в категориях «хорошо» и «плохо» является своеобразной системой координат в понимании мира политики. Но существенная особенность ценностей такова, что положительные и отрицательные характеристики, деление на два полюса, могут иметь относительный характер. Сознание, теряя один из полюсов, теряет координаты политического пространства и приступает к поиску новой оппозиции. Падение СССР стало несомненной символической победой и вместе с тем символической «потерей» для Запада, но нахождение нового ряда «Империй зла» в других регионах мира как будто вновь придало смысл его существованию.

В связи с этим и проблемы с идеологической идентификацией возникают во многом по причине символического существования политических ценностей. Идеологическая система должна быть непротиворечива: редуцируя политическую реальность, а также разделяя мир на два полюса, «белое» и «черное», идеология не допускает смешения этих позиций. И в случае неодно-

значности ценностных критериев нарушается связь между адекватным восприятием внешней социокультурной реальности и последующей оценкой воспринятого символического ряда.

Проблемы для идеологической идентификации, и в целом для осуществления коммуникации, могут возникнуть также в символическом поле. Транслирующий субъект и субъект воспринимающий могут применять различные типы символизации. Возникающее таким образом одностороннее взаимодействие приводит к тому, что интерпретации индивидами передаваемых смыслов, систем идей становятся функционально безрезультативными. Передаваемые тексты не включаются в структуру сознания индивидов, не используются для корректировки имеющихся планов и для трактовки политической действительности [7. С. 8–9]. Потому обращение к ментальным структурам сознания, использование эмоционально окрашенных текстов должно содержать в себе символические системы, традиционные для данного политического сознания.

Итак, рассматривая политическую коммуникацию как обмен символами, мы подразумеваем некоторую смысловую составляющую передаваемых сообщений, кодирование и декодирование которых выстраивается на ценностных основаниях. Символизация политического пространства идеологическим способом есть передача смыслов, следовательно, трансляция в публичное пространство ценностей. Некоторым образом, рассматривая политику как коммуникативное пространство и вместе с тем непрерывный коммуникационный процесс, мы можем говорить о ней и как о специфической социальной сфере, имеющей аксиологическое измерение и значение. Дискурсы политики, таким образом, мы можем рассматривать как циркуляцию политических ценностей и ценностно наполненных текстов, идеология же задает в этом пространстве рамки понимания и интерпретаций различных иерархий значений символов. Идеологический дискурс конструирует политическое пространство по смысловым образцам, приписывая собственную структуру ценностей всему, что определяет и представляет.

Но в усиливающихся тенденциях постмодерна, которые оказывают несомненное влияние на мир политического, идеология утрачивает свою ведущую роль в процессах символизации политического пространства, вместе с тем и подвергается существенной трансформации идеологический способ смыслопередачи. Исследователи, в частности А. И. Соловьев, называют новую форму, задающую параметры символического пространства политики. Речь идет о политической рекламистике как системе «особых принципов, норм и стандартов обращения информации» [4. С. 18].

Увеличение объемов информации и роли информационных ресурсов стало основной характерной чертой обществ, переходящих к постиндустриальной стадии развития, и не без преувеличения будет сказать, что именно информация стала основным продуктом и товаром в современном мире. При этом, учитывая развитие и повсеместное внедрение технических средств, обеспечивающих коммуникационные процессы, мы можем говорить, что информация становится гиперресурсом, производимым обществом, который это же общество не успевает потреблять. «Технологический процесс средств массовой коммуникации, – иллюстрирует это явление Ж. Бодрийяр, – пред-

ставляет своего рода весьма повелительное послание: *послание потребления послания*, разбивки и придания зрелищности, непризнания мира и придания ценности информации как товару, прославления содержания в качестве знака» [8. С. 160]. Бесконечное обновление и разрастание информационного поля ведет к появлению избыточной информации, не усваиваемой реципиентами и потому становящейся «информационным шумом», знаковым рядом, не подвергающимся осмыслению.

В этом пространстве информационных шумов вся политическая информация, необходимая для поддержания коммуникации между массовым субъектом и властью, ориентируется на создание имиджевого конструкта. В условиях фрагментации общества и индивидуализации критериев оценки и восприятия политических лидеров, событий и явлений – того, что З. Бауман назвал формированием «индивидуализированного общества» [9], – ориентация на выработку групповых критериев и кодовых систем, которые предлагали идеологии, отрицается и становится невозможной. В том числе и идеологические ценности как основа политической идентификации граждан подвергаются размыванию. И именно имидж, как пишет А.И. Соловьев, «выступает средством индивидуализации восприятия людьми политических проектов», его распространение и потребление «становится условием гражданской идентификации и источником формирования подвижных политических общностей» [4. С. 19]. Идеология заменяется рекламными и маркетинговыми технологиями, идеологемы – идеологическими симулякрами. И основную роль в этом механизме символизации играют масс-медиа.

Поток информационных сообщений отличается внешней эклектичностью и фрагментарностью и направлен в большей степени на эмоциональный сиюминутный захват внимания. Уже упомянутый нами Ж. Бодрийяр, анализируя аспекты постсовременного коммуникативного пространства, с одной стороны, обращает исследовательское внимание на характеристики реципиентов (потребителей) информации, давая неутешительный диагноз массовой аудитории и массовому субъекту. «Жажда зрелищ» стоит за любым информационным взаимодействием, «они чувствуют, – пишет автор, – что за полной гегемонией смысла стоит террор схематизации, и, насколько могут, сопротивляются ему, переводя все артикулированные дискурсы в плоскость иррационального и безосновного, туда, где никакие знаки смыслом уже не обладают и где любой из них тратит свои силы на то, чтобы завораживать и околдовывать, – в плоскость зрелищного» [10. С. 192]. С другой стороны, Ж. Бодрийяр акцентирует внимание на технологических аспектах передачи информации в СМИ. Зрелищность информации отрицает верифицируемое событие, она предлагает знак, а не отражение реальности, поскольку информация передается СМИ «в форме *универсального происшествия*». Драматизированные, театрализованные и мифологизированные знаки событий создают ощущение виртуальной причастности, но не вовлеченности, ввиду чего «образ не воспринимался как «информация», отсылающая к политическому контексту и к его истолкованию» [8. С. 14]. При этом знаки – информационные послания – в своем техническом исполнении представляют собой «принудительную схему, связанную с самой технической сущностью этих средств информации, с дезартикуляцией реального в последовательные и эквива-

лентные знаки» [8. С. 159]. Ж. Бодрийяр называет эти послания «медиумами», механизм действия которых «заключается в разбивке события и мира благодаря техническим средствам телевидения, радио на прерывистые, последовательные, непротиворечивые послания – на знаки, поставленные рядом и скомбинированные с другими знаками в абстрактном измерении передачи» [8. С. 159]. Именно это является причиной утраты смыслов. В пространстве политики, наполненном символическими формами, передача знаков перерастает из коммуникационного процесса – основы, поддерживающей интересующие процессы, в знаковый обмен, в стороне от которого оказывается ценностное измерение передаваемых сообщений. Исчезает пространство общественно значимых политических смыслов и ценностей, которые продолжают существовать в символически подобных партийных программах, уже не актуальных для массового потребителя политической продукции.

Столь на первый взгляд радикальная позиция Ж. Бодрийяра находит свое подтверждение в реальности. Идеологические симулякры, так же как и имиджевые конструкты, выступающие в качестве элементов информационного послания, подтверждают его событийность, но исключительно в фрагментарной и символической форме. Эти конструкции ориентированы, в первую очередь, на сиюминутную идентификацию индивидов. Направляя интерес аудитории на знак политического события – его внешнюю символически-симулятивную форму, – они предполагают эмоциональную политическую ориентацию без фиксации смысла этого послания реципиентом. В этом контексте С. Барматова отмечает: «Современная эпоха породила возможность искусственного создания (моделирования) происходящих событий и соответствующих полей. В результате информационное пространство стало комбинированным: оно содержит отражение как реально происходящего в действительности, так и виртуального. Таким образом, реальные события соседствуют с искусственными изображениями мира. Появление этих виртуальных образований ведет к имитации реальности, её маскировке, в конечном счете – к созданию некоего вневременного континуума видео-имитационного мира, или, другими словами, гиперреальности, полностью творимой человеком» [11. С. 160–161].

Безусловное влияние, которое масс-медиа оказывают на формирование процессов и дискурсов политической коммуникации, позволяет нам говорить о медиатизации пространства публичной политики и коммуникации политических субъектов. Для нас это означает, что технологии информационного влияния, определяющие сегодня сущность и характер нормативно-символической сферы, занимают ведущее место в процессах формирования критериев оценки политических событий, обращения политических образов и смыслопередачи. Иными словами, ценностная составляющая перетекает в информационное пространство, формируемое СМИ. Именно в медиадискурсах формируется аксиологическое измерение политических процессов, и современные исследователи коммуникаций говорят уже о новостных ценностях. Так, например, Д. Лиллекер, характеризует это явление, связывая его в первую очередь «с политической предвзятостью определенного СМИ» [12. С. 190], в том числе и с идеологическими предпочтениями коммуникатора, которые определяют характер и специфику транслируемых посланий и смыслообразов, вложенных в них. И если автор, ориентиру-

ьясь на западный опыт, связывает возможную «ангажированность» СМИ в большей степени с их внутренней политикой, то в российских реалиях, с нашей точки зрения, более уместно говорить о господствующей модели коммуникации. Данное понятие, как пишет Д. Лиллекер, означает, «что некоторые идеи доминируют над другими» [12. С. 123], при этом приоритетный характер моделей объяснения существующих в общественной сфере норм определяется элитными группами.

В современных российских социально-политических исследованиях уже стало общим местом мнение о коммуникационном процессе в России как «нисходящем потоке» [13. С. 48]. Доступ элит к информационным ресурсам и технологическим средствам определяет их рефлексивное (аналитическое) понимание политики, с одной стороны, и возможность влиять и определять характер транслируемых символических конструкций – с другой. В этих координатах использование идеологических симулякров в посланиях, передаваемых СМИ, является манипулятивной практикой, которая реализуется через формирование соответствующей повестки дня. Так, политический процесс объясняется посредством символических конструкций, ценностный ряд которых отвечает складывающейся социально-политической конъюнктуре. Повестка дня «связана с идеями, целями и ценностями, которые власть [...] кладет в основу своей текущей политики» [14. С. 8] и выступает как система значений и знаков, своего рода информационно-тематический фильтр (технологический ресурс), устанавливающий рамки в дискурсивном пространстве политики, на основе которой конструируются различные виртуальные политические реальности.

Так, Е.Б. Шестопал предлагает выделять две основные повестки дня в нынешнем российском политико-дискурсивном пространстве. Во-первых, «модернизационная» повестка дня, формируемая на основе риторической практики Д.А. Медведева, и, во-вторых, «консервативная», связываемая с образом В.В. Путина и деятельностью партии «Единая Россия». Как две идеальные модели стратегического развития страны эти повестки дня являются одинаково востребованными, но, как отмечает автор, «нынешняя власть явно уступает периоду правления Путина и советскому периоду, хотя сильно превосходит ельцинскую» [14. С. 16], соответственно, и повестка дня Медведева характеризуется как менее поддерживаемая и актуализированная. В первую очередь, востребованность и поддержка представленных моделей определяются уровнем доверия к конкретному лидеру (который в нашей стране достаточно высок и в отношении президента, и в отношении премьера) и уровнем поддержки власти в целом и институтов, её представляющих, а также оценки её эффективности (который, согласно результатам опросов, представленных в статье Е.Б. Шестопал, существенно снизился в годы президентства Медведева). С другой стороны, существенным приоритетом либерально-модернизаторской повестки дня является её персонифицированность, тогда как консервативная повестка дня, по выражению Е.Б. Шестопал, не имеет «личного авторства»¹ [14. С. 13]. Таким образом, субъектность определяет конфигура-

¹ Е.Б. Шестопал отмечает: «В.В. Путин в своих публичных выступлениях не высказывает развернутого понимания консервативной повестки дня» [14. С. 13].

цию повестки дня. При этом соотнесение происходит с виртуальным имиджевым конструктом, а не с реальным политическим объектом или субъектом, чему способствует описанный выше характер коммуникативных процессов, и, следовательно, мы можем говорить, что представленные идеи несут в себе внесмысловую знаковую.

Отметим также, что ценностные структуры, постулируемые в модернизационной и консервативной повестках дня, с нашей точки зрения, носят имитационный и декларативный характер (опять же выступают как знаки), поскольку в большей степени акцент делается на технологическом воплощении идей и целей, где основную роль играют идеологические симулякры. И если говорить о соотнесении двух повесток дня с ценностями, существующими в массовом сознании, то, по мнению Е.Б. Шестопал, существует явный дефицит общечеловеческих, «гуманитарных» ценностей в пространстве политики в его символическом измерении, с одной стороны, и общественный запрос – с другой [14. С. 13]. Это означает, что нехватка смыслов в политическом пространстве вовсе не свидетельствует об отсутствии смыслов в общественной и гражданской сферах. Но, с нашей точки зрения, вполне уместно сегодня говорить о нехватке ценностных ориентиров и разворачивающемся кризисе ценностей в обществе и, в первую очередь, ценностей морального плана, которые, в силу государствоцентричного характера российской политической традиции, во многом должны предлагаться и реализовываться через властные структуры и институты.

Литература

1. *Ахиезер А.С.* Социокультурный субъект – перелом на рубеже тысячелетий: презумпция преодоления сложности // Субъект во времени социального бытия: историческое выполнение пространственно-временного континуума социальной эволюции. М.: Наука, 2006. С. 377–400.
2. *Кармадонов О.А.* Социология символа. М.: Academia, 2004. 352 с.
3. *Дубин Б.В.* Интеллектуальные группы и символические формы. Очерки социологии современной культуры. М.: Новое издательство, 2004. 357 с.
4. *Соловьев А.И.* Политическая идеология: логика исторической эволюции // Полис. 2001. № 2. С. 5–23.
5. *Разговор с Владимиром Путиным.* Продолжение. от 16. 12. 2010 // <http://premier.gov.ru/> Сайт Председателя Правительства РФ Владимира Путина [Электронный ресурс] – URL: <http://premier.gov.ru/events/news/13427/> (дата обращения: 22.07.2011).
6. *Гудков Л.Д., Дубин Б.В., Зоркая Н.А.* Постсоветский человек и гражданское общество. М.: Московская школа политических исследований, 2008.
7. *Соловьев А.И.* Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. 2002. № 3. С. 5–18.
8. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Культурная революция, Республика, 2006.
9. *Бауман З.* Индивидуализированное общество. М.: Логос, 2002.
10. *Ясперс К., Бодрийяр Ж.* Призрак толпы. М.: Алгоритм, 2007.
11. *Барматова С.* Изменение места и роли коммуникации в современном мире // Социология: теория, методы, маркетинг. 2009. № 3. С. 158–168.
12. *Лиллекер Д.* Политическая коммуникация. Ключевые концепты. Харьков: Гуманитарный Центр, 2010.
13. *Пищева Т.Н.* Политические образы: проблема исследования и интерпретации // Полис. 2011. № 2. С. 47–52.
14. *Шестопал Е.Б.* Политическая повестка дня российской власти и её восприятие гражданами // Полис. 2011. № 2. С. 8–24.