

*На правах рукописи*



**Фёдорова Светлана Андреевна**

**КОМПРОМЕТИРУЮЩИЕ МАТЕРИАЛЫ  
КАК СРЕДСТВО ПОЛИТИЧЕСКОЙ БОРЬБЫ**

Специальность: 23.00.02 – политические институты,  
этнополитическая конфликтология, национальные и политические  
процессы и технологии (по политическим наукам)

Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата политических наук

3 0 АПР 2009



Саратов – 2009

Диссертация выполнена в ГОУ ВПО «Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»

- Научный руководитель: доктор политических наук, профессор  
**Митрохина Татьяна Николаевна**
- Официальные оппоненты: доктор политических наук, профессор  
**Федотов Александр Сергеевич**  
кандидат политических наук  
**Баскакова Юлия Михайловна**
- Ведущая организация: **Пермский государственный университет**

Защита состоится 28 апреля 2009г. в 13.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.241.01 при Саратовском государственном социально-экономическом университете по адресу:  
410003, Саратов, ул. Радищева, 89 ауд. 843.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале библиотеки Саратовского государственного социально-экономического университета

Автореферат разослан « \_\_\_ » марта 2009 г.

Учёный секретарь диссертационного совета  Донин А.Н.

## Общая характеристика работы

**Актуальность исследования.** Использование компрометирующей информации для дискредитации конкурентов, противников, соперников и оппонентов в ходе политической борьбы становится не только объективной реальностью современного политического процесса, важнейшим элементом политических технологий и политических коммуникаций, компонентом «public relations», но и основой такого относительно нового явления как «война компроматов», получившего широкое распространение в политической практике. С наибольшей интенсивностью и остротой «война компроматов» разгорается в период избирательных кампаний как регионального, так и национального уровней.

Современные специалисты в области политических технологий на высоком уровне владеют искусством дискредитации, уничтожения и уничтожения политических противников. Однако компрометирующая информация, массированно давящая избирателя, особенно в период предвыборных баталий, являясь своеобразной разновидностью психологического террора, приводит к тому, что избиратель сознательно или на подсознательном уровне отторгает демократический институт выборов в ряду многих иных демократических институтов. Все это наносит существенный ущерб не только гражданам, но и государству в целом.

В современной России распространение компрометирующей информации, в том числе и заведомо ложной, приобрело настолько массовый и противоправный характер, что государственные органы считают своим долгом предпринимать меры не только по отслеживанию такого рода деятельности, но и по ужесточению ответственности за нее, создавая для этого специальные структурные подразделения. Так Центризбирком, учитывая негативный опыт предыдущих избирательных кампаний, предпринял ряд мер по противодействию этому явлению. Была создана комиссия по мониторингу российских СМИ «для выявления случаев экстремизма, незаконной агитации и черных «public relations».

Мониторинг показал, что политические силы во всех регионах активно использовали СМИ в борьбе за власть для организации «войны компроматов», однако чаще всего в отчетах фигурировала Саратовская область и «война компроматов» в региональных саратовских СМИ. Это обстоятельство, на наш взгляд, значительно актуализирует проблему диссертационного исследования.

Действенность и особая опасность компрометирующей информации заключается в том, что до сих пор не известны надежные, в том числе правовые способы защиты от такого рода технологических способов устранения конкурента.

Несмотря на широкое использование компромата в политической практике, его универсальность и многофункциональность, научные работы, посвященные изучению именно этого явления политической жизни, компромату как инструменту борьбы за власть или политической технологии, в отечественной политической науке практически отсутствуют, что, наряду с вышеизложенным, еще в большей степени актуализирует научное изучение данного феномена.

**Степень научной разработанности проблемы.** Компрометирующие материалы любого рода являются предметом изучения разных наук – лингвистики, культурологии, психологии, социологии, права, политологии, что свидетельствует о междисциплинарном характере предмета исследования.

Одним из наиболее ранних произведений, в которых анализируется распространение порочащих сведений как метод борьбы с конкурентом, является работа Г. Светония<sup>1</sup>. Профессиональные советы, относительно того, каким образом для удержания власти политик может и должен использовать компромат против соперника, дал итальянский мыслитель Н. Макиавелли<sup>2</sup>.

В рамках современной политической науки компромат изучается под различными углами зрения. Использование компрометирующей информации в борьбе за политическую власть является элементом политических технологий и манипуляций, рассматривается в качестве составной части политических коммуникаций, рекламы и политической культуры, способа формирования общественного мнения и политического имиджа.

Вброс компромата рассматривается в качестве многочисленных технологий формирования общественного мнения в работах А. Соловьева, Л. Максимова, М. Кастельса, Ю. Хабермаса, Н. Лумана, Э. Нозль-Нойман, Г. Дебора.

Политическая имиджология является одним из направлений, в рамках которого компромат анализируется как тактика и стратегия разрушения, дискредитации позитивного имиджа конкурента-политика. Использование компрометирующей информации в процессе формирования имиджа и антиимиджа публичного политика рассматривается в работах Т. Гринберга, С. Кара-Мурзы, О. Каюнова, А. Коноваленко, В. Корниенко, О. Вагина, С. Лисовского, Л. Максимова, А. Мальшева, А. Мухина, Г. Почепцова, А. Соловьева, А. Сухова, А. Цуладзе, Е. Савиной.

Вброс компромата как стратегия организации и проведения эффективной избирательной кампании анализируется в трудах О. Кудинова, Ю. Аверина, В. Амелина, А. Воеводина, С. Гладышева, А. Бузина, А. Любарева. Эти авторы уделяют внимание таким вопросам как механизмы создания компромата, его запуска и борьбы с ним. Из всех видов компрометирующей информации, пожалуй, более всего изучены слухи, их создание, виды, эффективность воздействия на общественное сознание.

Компромат занимает немаловажное место в исследованиях коммуникативной природы публичной власти Э. Кассирера, Х. Арендт, Т. Парсонса., Ю. Хабермаса, Ш. Эйзенштадта, а также при исследовании политических коммуникаций в трудах Э. Барноу, Дж. Гербнера, У. Шрама. В России исследования в данной области ведутся А. Соловьевым, А. Грачевым, А. Дмитриевым,

---

<sup>1</sup> Светоний Г.Т. Жизнь двенадцати Цезарей. М., 1993. С. 21., Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. М., 2006. С.210.

<sup>2</sup> Макиавелли Н. Рассуждения о первой декаде Тита Ливия М., 1997; Он же. Государь. М., 1997.

В. Латыновым, Л. Земляновой, которые выделяют коммуникативистику в качестве самостоятельной области научного знания.

Компромат как инструмент борьбы за политическую власть, «боевой запас» идеологических оппонентов и надежная форма защиты и нападения, входит в качестве составного элемента в политическую рекламу. Этот подход просматривается в трудах С. Лисовского, А. Баскакова, А. Соколова. Политическая реклама оценивается как часть политического шоу и арсенал воздействия СМИ в работах Г. Заславского, В. Комаровского, Л. Мартыновой, А. Ципкова, В. Рыжкова, А. Братерского, Г. Ильичева, А. Соловьёва, Т. Шауловой.

Частую использование компромата в процессе борьбы за политическую власть выходит на такую проблему как соотношение морали и политики, что подчеркивается в ряде работ А. Панарина, О. Гаман-Голутвиной, А. Дахина, М. Кастельса, И. Марченко, А. Флора, Е. Липатовой, Л. Писаренко, Э. Ожиганова, М. Григорьева.

Представители юриспруденции изучают различные способы правовой оценки деятельности по публичному или приватному распространению компромата. Нередко уделяется внимание и вопросам доступа граждан к информации о деятельности представителей власти.

Специфика политической коммуникации и политических технологий, порой, рассматривается в рамках концепта «политической культуры», а понимание содержания политических коммуникаций и компромата как одного из элементов этой коммуникации чаще всего редуцируется к взаимоотношениям политических и медиаакторов, опосредованных культурой. Сторонником такого подхода является К. Завершинский.

Многочисленны исследования, посвященные анализу средств массовой информации как важнейшего института гражданского общества, посредника между обществом и властью. Политические коммуникации связываются с изучением массовых информационных процессов и деятельностью СМИ. В этой связи анализируются разнообразные функции, выполняемые СМИ, плотность и направленность информационных потоков, модели взаимодействия СМИ и власти в ходе избирательных кампаний. В этом контексте компрометирующей информации уделяется определенное внимание, однако далеко не первостепенное. Основателями данного научного направления можно считать Г. Лассуэлла, П. Лазарсфельда, У. Липмана, Б. Берельсона, проводивших количественный контент-анализ зарубежной прессы с целью исследования направленности пропаганды союзников и врагов США. Авторы делали акцент на изучение форм организации публичных политических коммуникаций.

Среди советских ученых одним из первых обратился к исследованию прессы в 30-х годах прошлого века В. Кузмичев, осуществивший сравнительный контент-анализ американской и советской прессы, позже – в 70-80-х годах – Б. Грушин, изучавший механизмы функционирования СМИ и формирование общественного мнения в условиях однопартийной системы и жесткой идеологии.

В современной политической науке все чаще различные виды текстовой информации, посредством которой осуществляется воздействие на обществен-

ное сознание, изучаются с помощью специально разработанных методик лингвистического анализа или различных видов контент-, интент- и дискурс-анализа. Авторы изучают речь или политический язык как средство завоевания и удержания политической власти. В этой связи одним из наиболее продуктивных направлений исследования политической коммуникации стало изучение политических текстов. Здесь можно отметить как работы общетеоретического плана, так и более узкоспециализированные исследования, посвященные анализу языка отечественных и зарубежных СМИ с целью выявления специфики коммуникации регионального, государственного и межгосударственного уровня.

В отечественной политической науке формируется школа политического дискурс-анализа, представленная трудами В. Акимова, Н. Бирюкова, Л. Бляхера, К. Завершинского, А. Казанцева, М. Ильина, В. Сергеева, П. Паршина, В. Цыбурского, В. Герасимова, О. Толпыгиной, Н. Мухарямова, Л. Мухарямовой, М. Гавриловой, О. Русаковой. Одним из направлений политического дискурс-анализа является исследование конфликтологического политического дискурса, к которому мы относим и дискурс региональных СМИ в период смены власти.

Рассмотрение языковых конструкторов в СМИ как метафор является новым, развивающимся направлением, находящимся на стыке политологии, философии, лингвистики, психологии. В частности метафорические основания власти рассматриваются в работах В. Дубовцева, Н. Розова, В. Сергеева, Е. Алексеенко.

В целом, оценивая состояние научной разработанности проблемы исследования, нужно констатировать, что научных работ, посвященных анализу непосредственно компромата, в социальных науках крайне мало, в основном они имеют косвенное отношение к компромату, в связи с технологиями политической борьбы, политической коммуникативистикой, журналистикой и рекламистикой. Проблема компромата, с одной стороны, является слабо изученной на академическом уровне в рамках гуманитарных дисциплин. Ощущается недостаток исследований, способных дать основу для общетеоретического осмысления данного феномена, создания методологической и методической базы. Имеется дефицит междисциплинарных исследований данной проблемы, прежде всего на стыках политологии и психолингвистики, политологии и таких отраслей психологии, как социальная психология, психология влияния, политологии и социологии.

С другой стороны, имеется нарабатанная за последние годы значительная эмпирическая база по использованию компрометирующих материалов в СМИ в процессе борьбы за политическую власть. Сформировались профессиональные структуры и отдельные специалисты, осуществляющие планирование, разработку и внедрение компромата как на уровне массовых коммуникаций, так и на индивидуальном уровне. Интерес исследователей в основном сосредоточен в прикладной области, и феномен компромата чаще всего используется как одна из технологий в имиджологии, избирательных и PR-технологий, технологий политической рекламы, манипуляции массовым сознанием. Массив накоплен-

ной информации эмпирического характера требует систематизации и обобщения. Все вышеизложенное актуализирует проблему, избранную для научного исследования.

**Объект исследования** составили политические коммуникации в современной России.

**Предметом исследования** явились компрометирующие материалы в региональных СМИ как элемент политических коммуникаций и технологий в современной России.

**Цель исследования** заключается в выявлении специфики использования материалов компрометирующего характера в процессе борьбы за политическую власть. Для реализации поставленной цели были решены следующие научные задачи:

1. Выявить специфику компромата, связанную с различиями в определении понятия, с совершенствованием форм его подачи;
2. Изучить феномен компрометации публичного политика в региональной прессе как элемент современных политических коммуникаций;
3. Определить функциональность и эффективность политической компрометации как одной из технологий политической борьбы;
4. Оценить уровень правовой защищенности граждан от различных видов компромата;
5. Выявить специфику коммуникативного взаимодействия в региональной политике, основанную на использовании информации компрометирующего характера;
6. Изучить и систематизировать способы организации компромата в СМИ, основу которых составляет тематическая, фактологическая и терминологическая специфика.

**Источниковая база исследования.** Основу исследования составили научные труды по ряду направлений: работы, посвященные проблемам политического управления, труды по политической коммуникации, рекламистике, имиджелогии, труды по коммуникационно-информационным и PR-технологиям, работы, посвященные манипулятивным возможностям СМИ в политической сфере, в области когнитивной лингвистики, а также истории и теории развития дискурсного направления в науке. Эмпирическую базу исследования составили федеральные законы РФ, посредством которых осуществляется определение статуса, состава преступления и ответственности за него, регулирование применения компромата через средства массовой информации с целью дискредитации личности – Конституция РФ, законы «О средствах массовой информации», «О рекламе», «Об общественных объединениях», «О коммерческой тайне», Уголовный кодекс РФ, Гражданский кодекс РФ, «Об информации, информатизации и защите информации». Использовались тексты законов и официальные комментарии к ним. При написании диссертации использованы тексты Посланий Президентом РФ Федеральному собранию РФ.

Важный источник эмпирической информации составил большой объем несистематизированной информации – тексты в печатных региональных средствах массовой информации, в том или ином виде компрометирующие публич-

ного политика. Для исследования нами были взяты как проправительственные издания – «Саратовские вести» и «Общественное мнение», так и относительно независимые средства массовой информации регионального уровня – «Взгляд», «Саратовский репортер», «Репортер». Для анализа нами был выбран период 2003-2007 годов, который является периодом наиболее активной борьбы в регионе за политическую власть – периодом борьбы со слабеющим губернатором (2003-2005), периодом борьбы с мэром города (2005-2006), периодом формирования представительных органов власти (2007). В ходе исследования проводился социальный и экспертный опрос по проблеме компромата.

**Методология исследования.** Автором задействован комплекс методов работы с текстовой информацией – контент-, интент-, дискурс-анализ. Контент-анализ позволил осуществить количественный анализ печатных СМИ, а интент-анализ – выявить интенциональную направленность отобранных для анализа текстов. С помощью дискурс-анализа региональных СМИ исследовался политический процесс в регионе в таком его аспекте как политические коммуникации в период смены власти. Этот метод позволил выявить наиболее влиятельных субъектов регионального масштаба, их оппонентов, специфику политической борьбы.

Сравнительный анализ оказался востребован в процессе изучения плотности и специфики потока компрометирующей информации, публикуемой различными изданиями, в различные временные отрезки, направленного на публичных политиков регионального уровня. Типологический анализ позволил создать собственную типологию способов компрометации публичных политиков, основанием которой послужили тематическая и фактологическая направленность текстов, их жанровое и лексическое своеобразие. Нормативный подход позволил осуществить анализ российского законодательства, с целью выявления положений, посредством которых возможно юридическое регулирование процессов, связанных с использованием компромата, выявить уровень правовой защищенности граждан. Применение функционального подхода позволило выявить две группы функций, присущих этому явлению; методы социального и экспертного опросов позволили дать более четкое определение компрометирующих материалов, выявить отличительные признаки.

**Новизна проведенного исследования** заключена в постановке проблемы, формулировании исследовательских цели и задач, а также в полученных результатах, которые состоят в следующем:

1. Выявлена специфика компромата как средства политической борьбы в российской политике регионального уровня, связанная с разночтениями в определении понятия, совершенствованием стилистики компромата и форм подачи, функциональностью и эффективностью воздействия на российских граждан, формами моральной и юридической ответственности.

2. Проведен анализ функциональности компромата как средства политического воздействия. Выявлена двойственная функциональность компромата – выполняет как негативные, так и конструктивно-позитивные функции.

3. Осуществлен анализ региональных СМИ, с целью выявления наиболее действенных схем построения компрометирующих материалов в политике,

проведена количественная обработка, оценка и интерпретация формы и содержания информационных источников.

4. Выявлены устойчиво воспроизводимые схемы компрометации публичного политика, имеющие фактологическую, стилевую, терминологическую, жанровую специфику: психиатрическая, эйджистская, физиологическая, игровая, схема допущенной ошибки, криминальная, характерологическая, милитаристская, наукоподобная, оскорбительно-вульгарная, идеологическая, морализаторская, художественная.

5. Доказано, что криминальная составляющая организации компромата публичных политиков проходит красной нитью сквозь все схемы компрометации публичных политиков регионального уровня, являясь их базовой характеристикой.

6. Показано, что политический компромат является важнейшим элементом регионального политического дискурса, составляет основу такого явления как конфликт предвыборных дискурсов.

7. Проведен анализ эффективности использования компромата в СМИ, определены критерии, по которым можно судить об этой эффективности. Исследована эффективность различных видов компромата в отношении политиков регионального уровня.

8. Введен в научный оборот и проанализирован массив эмпирической информации в виде медиа-текстов региональных СМИ, содержание которых соответствует признакам политического компромата.

**Теоретическая и практическая значимость** результатов исследования состоит в том, что материалы диссертации могут быть полезны при разработке и совершенствовании инструментария исследования политической и массовой коммуникации, общественного мнения, политического имиджа, политической антирекламы, антипропаганды и антипиара, создании рекомендаций для совершенствования политики в области масс-медиа, при подготовке учебных курсов «Создание негативного имиджа политика» для студентов, магистрантов и аспирантов специальностей «Политология», «Имиджелогия», «Реклама и PR», «Журналистика», а также при чтении учебных курсов «Политические отношения и процессы в современной России», «Политическая регионалистика».

Полученные результаты могут служить основой для совершенствования законодательного регулирования СМИ и контроля в области масс-медиа, программ проведения избирательных кампаний, идентификации видов и стилей компромата с целью их конструирования или защиты от компроматной атаки, планирования стратегии «информационной войны» с учетом ситуации, имеющихся данных и индивидуальности объекта.

**Апробация результатов исследования** осуществлена в виде научных публикаций общим объемом 5,0 п.л., в том числе – в изданиях, реестра ВАК РФ; в ходе обсуждения проблем на научных конференциях. Апробация осуществлялась в процессе работы автора в качестве журналиста, корреспондента и обозревателя таких изданий как «Комсомольская правда» (2003-2005), журнал «ЧТО» (2006 г.), в качестве маркетолога саратовского филиала ОСАО «Ингострах» (2004–2009 г.). Автор исследования принимала участие в качестве поли-

толога-консультанта и заместителя начальника штаба кандидата на выборах в Камышинскую городскую Думу третьего созыва (2006).

### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Использование компрометирующих материалов в борьбе за власть и ее удержание является неотъемлемой частью современного политического процесса в России. Формы и способы распространения компромата постоянно совершенствуются. Существенно повышается эффективность использования компромата, связанная с эволюцией информационных технологий, совершенствованием стилистики и форм подачи компромата, что означает, по сути дела, увеличение общественной опасности этих действий за счет охвата широкой аудитории и слабого уровня правового контроля.

2. По своей природе политический компромат выполняет как негативные, так и позитивные функции, то есть обладает двойственной функциональностью. Использование компромата, с одной стороны, усугубляет конфликтные ситуации, деморализует участников процесса, дестабилизирует обстановку в обществе, подрывает доверие граждан к политикам, оказывает разрушительное психологическое давление, является средством шантажа и вымогательства. С другой стороны, компромат является источником скрытой для граждан объективной информации, формой борьбы и самозащиты, способом подавления конкурентов, нейтрализуя их действия имеющимися сведениями. Мобилизует сторонников мирного урегулирования конфликтной ситуации. Усиливая общественное разочарование и недоверие, компромат играет и важную роль в становлении информационного иммунитета граждан к сомнительным версиям и незрелым фактам. Стимулирует политиков сверять свои поступки с действующим законодательством, не выходить за рамки правового поля.

3. Компромат как политический феномен имеет достаточно сложную структуру, которую образуют такие компоненты как диффамация, клевета, оскорбление, инсинуация, слухи и сплетни. Компромат в современной политике весьма неоднороден и может иметь специфику в связи со следующими аспектами: субъект и объект информации, целевая аудитория формы компромата, жанры и стили подачи информации, каналы донесения информации, время подачи компромата, политическая ситуация. Компромат следует различать по целям, функциям и эффективности.

4. Региональными СМИ используются различные способы организации компромата в отношении публичного политика: психиатрическая, эйджистская, физиологическая, игровая, схема допущенной ошибки, криминальная, характерологическая, милитаристская, наукоподобная, оскорбительно-вульгарная, идеологическая, морализаторская, художественная. Схемы имеют терминологическую, жанровую и тематическую специфику. Наиболее универсальной становится криминальная схема компрометации, хорошо просматриваемая практически во всех текстах.

5. Политика и политические коммуникации могут базироваться на различных моделях, основанных на этике конкурентного политического поведения, партнерства, этике политической «игры» или этике монополизма, гегемонизма, политической «войны». На наш взгляд, основу российской политики, а,

следовательно, и борьбы за власть, составляет понимание политики как войны, предполагающее сокрушительную или окончательную победу над противником, полный перехвата инициативы, обеспечение перевеса в решающем месте. В этом контексте и компроматные атаки на противника свидетельствуют о намерениях полностью уничтожить его. Изначально не предполагается заключения компромиссов с проигравшими.

6. Активность публикаций компроматных сообщений говорит о степени влияния политика. В наибольшей степени подвергаются компроматным атакам заметные и влиятельные фигуры на уровне губернатора, мэра, представителя федерального центра, глав партий и движений. Компромат практически не используется против малозначительных акторов, исключая ситуации косвенного воздействия через них на имидж ключевых фигур. Компромат как таковой не мешает политике занимать даже самые высокие посты. Неуязвимость по отношению к компромату может свидетельствовать о принадлежности к сильной, устойчивой «группе влияния».

7. Печатные СМИ резко разграничивают компромат на любых политических персон (или партии) и отношение к действующему президенту – публикации даже резких материалов в адрес членов партии «Единая Россия» практически всегда сопровождаются противопоставлением факта нарушения политике президента, бесспорная поддержка которой постулируется изданием, и содержат элементы сравнения выявленного нарушения с политикой президента, апеллирования к «линии президента», иными словами, президент ставится вне любого компромата. Компромат любого рода часто подается как противоречие с политикой президента, как провокация местной власти или группы.

8. Законодательное регулирование деятельности по распространению компромата как в Интернет-ресурсах, так и традиционных СМИ не является совершенным, допускает разночтения, не защищает от злоупотреблений. В этой связи, первостепенным является совершенствование правовых способов ограничения использования компромата, а также защиты от него в условиях ослабления влияния религиозных, моральных форм контроля. Затрудняет нормативное регулирование этой сферы разночтение в идентификации феномена, как на уровне понятия, так и констатации факта и состава преступления.

**Структура работы** соответствует поставленным цели и задачам исследования, отражает особенности методологии исследования. Диссертация состоит из введения, двух глав, каждая из которых разделена на два параграфа, заключения, списка использованных источников и литературы.

### **Основное содержание работы**

**Первая глава диссертации «Компромат как феномен политической жизни»** посвящена анализу компромата как технологии политической борьбы в пространстве политических коммуникаций. **В рамках первого параграфа** главы «Компромат в пространстве современных политических коммуникаций» проведена работа с такими понятиями как «компромат», «диффамация», «инсинуация». В рамках параграфа показано, что компрометирующая информация является важнейшим элементом политических коммуникаций, вброс компро-

мата – одной из технологий политической борьбы, имиджевой технологией, неотъемлемым элементом PR и политической рекламы, определены критерии эффективности компромата.

В различные эпохи и в разных культурах применялись специфические виды компрометации соперника, использовались разные каналы распространения информации, менялись адресаты. Известно, что ещё во времена Цезаря для устранения конкурента глашатаям поручалось произносить опровергающие эдикты, в которых речь шла о неприглядных деталях личной жизни соперников, их чрезмерном честолюбии, моральной нечистоплотности.

Примеры использования компроматов против высокопоставленных лиц с целью их отстранения от должности в современной политической практике достаточно многочисленны. Так, например, министра внутренних дел Ирана – Кордана, считавшегося самым образованным политиком в окружении президента Махмуда Ахмади-Нежада, скомпрометировали распространением информации о фальшивости его диплома доктора юриспруденции Оксфордского университета, что стало одной из причин отстранения от должности. Жертвами компрометации были министр труда Греции – Цитуридис в кабинете К. Караманлиса, М. Салин как главный претендент-женщина на пост премьер-министра Швеции, министр образования Д. Бланкетт в кабинете Т. Блэра.

Термин «компромат» образовался путем слияния двух терминов – «компрометирующий» и «материал». В русский язык термин приходит из французского, где «compromettre» означает подрывать чью-либо репутацию, порочить доброе имя, оглашать сведения, порочащие кого-либо, подрывать доверие в обществе и коллективе, распространять порочащие слухи.

Как показало проведенное нами исследование, феномен компромата прочно вошел в жизнь среднестатистического российского гражданина, не стремящегося к власти и не включенного в процесс политической борьбы. В начале 2009 года нами был проведен экспертный опрос по проблеме исследования. В качестве экспертов по проблеме исследования нами были приглашены три практикующих юриста: Е. Кобзаренко, М. Лукавихина, С. Кочкалов; два практикующих политолога: Д. Олейник, А. Мержанов; два главных редактора региональных изданий: Д. Есипов («Репортер»), А. Колобродов «Общественное мнение»; два действующих политика Саратовской областной Думы: О. Алимова, Л. Писной; координатор объединения граждан «Стабильность» правозащитник А. Еделькин.

Далеко не случайным, на наш взгляд, и очень показательным оказалось то, что и рядовые граждане, и эксперты ассоциируют феномен компромата либо с борьбой за политическую власть, определяя как элементарный и неизбежный инструмент властной борьбы, либо в целом с политической сферой. Этот факт, хотя и косвенно, но свидетельствует о том, что в политической сфере компромат востребован наиболее широко.

Нами компромат определяется как достоверная или не достоверная информация, публичное распространение которой оказывает или способно оказать существенное негативное воздействие на властный ресурс политика (или

организации) – его (её) официальный статус или имидж в глазах общественности.

В отличие от термина «компромат», термин «диффамация», являясь практически синонимом, редко используется в отечественной научной литературе. «Диффамация» происходит от латинского термина «diffamo» и в переводе с латинского языка означает распространение порочащей человека информации. Понятием, сопряженным с понятиями «компромат» и «диффамация», но не тождественным, является понятие «клевета», которая представляет собой заведомо ложную негативную информацию об объекте. Против клеветы можно защищаться, против диффамации или компромата защищаться сложнее. Именно поэтому большинство политтехнологов практически не использует прямую клевету, хорошо зная, что это преследуется законом. Чаще используется информация, косвенно компрометирующая конкурента. В этой связи, с нашей точки зрения, клевета является всего лишь одним из элементов компромата, но далеко не единственным.

В определенной степени родственным понятием «компромату» и «диффамации» является «инсинуация». Термин происходит от латинского «insinuatō», в дословном переводе означающий «порочащий намек». Инсинуация, с одной стороны, есть заведомо ложное измышление, а, с другой стороны, вид намек, который трудно проверить, и который может порочить объект лишь косвенно. Цель инсинуации, как и иных компрометирующих сообщений – формирование отрицательного образа объекта, подрыв доверия к нему, будь-то одно или несколько лиц.

Составной частью компромата являются слухи, которые определяются как один из видов неформальной коммуникации в обществе, особая система интерпретации реальных или вымышленных событий. Использование слухов в ходе избирательных кампаний становится эффективной технологией политической борьбы, особенно в тех обществах, где доверие к официальным заявлениям власти в обществе невысоко.

Очевидно, что компромат в современной политике весьма неоднороден и может иметь специфику в связи со следующими аспектами: субъект информации, объект информации, целевая аудитория, формы компромата, жанры и стили подачи информации, каналы донесения информации, время подачи компромата, политическая ситуация. Компромат следует различать по цели, функциям и, конечно же, по эффективности.

Формы и способы получения, использования и распространения компромата политтехнологами постоянно совершенствуются. Совершенствуются технологии как создания и распространения, так и блокирования компромата, его инверсии в еще более сильнодействующие варианты. Существенно повышается эффективность использования компромата, связанная с эволюцией информационных технологий, что означает, по сути дела, увеличение общественной опасности этих действий за счет охвата и психологического терроризирования широкой аудитории граждан.

Для современной России просматривается следующая специфика компромата как технологии политической борьбы в пространстве политических

коммуникаций: основу российской политики составляет этика политической «войны», предполагающая полное уничтожение конкурента и не предполагающая партнерских отношений с ним в дальнейшем; этика политической «войны» определяет и характер «войны компроматов» в СМИ – одержать сокрушительную победу любой ценой – с этой целью публикуются эпатажные и шокирующие граждан материалы; расширение массовости и скорости распространения компромата, прежде всего в связи с развитием СМИ, а в последнее время – Интернета делает этот процесс мало контролируемым; профессионализация сферы политических технологий – появляются специалисты, организации, зарабатывающие на разработке и продвижении компромата; компромат все более технологизируется, превращаясь в специализированный и регулярный инструмент политической борьбы, причем усложнение технологий все более базируется на привлечении научных знаний из различных областей, прежде всего политологии, социологии, лингвистики, психологии, математики и статистики;

В силу того, что компрометация личности, в большинстве случаев, представляется нам общественно вредным явлением, считаем, что необходимо создавать правовой механизм предупреждения публичного распространения компрометирующих сведений. Необходима целостная система нормативно правовых актов различного уровня, которые бы в рамках соответствующих отраслей права согласованно регулировали распространения компромата в процессе борьбы за власть и ее использование. Поэтому второй параграф главы посвящен анализу российских законов, посредством которых, на сегодняшний день, можно осуществлять это регулирование.

**В рамках второго параграфа** главы «Проблемы правовой ответственности за использование компрометирующей информации в процессе политической борьбы» осуществлен анализ уровня правовой защищенности граждан в рыночных условиях и в условиях отсутствия традиционных общественных регуляторов – норм морали. Осуществлен анализ совершенствования стилистики и форм подачи компромата, следствием чего становится слабая степень правовой защищенности граждан от компрометации.

Очевидно, что ключевая роль в распространении компрометирующей политиков информации как достоверной, так и ложной принадлежит средствам массовой информации. При публичном распространении чаще всего используются печатные издания, теле-, радио-, видеопрограммы или иные формы периодического распространения. Широко используются в процессе политической борьбы и возможности виртуального пространства. Помимо уже ставших «классическими» форм публичного распространения компромата, современные технологии постоянно предлагают новые. Услуги, предоставляемые Интернет, становятся более разнообразными – блоги, социальные сети, электронная почта, списки рассылок, группы новостей, файлообменные сети, мессенджеры, Интернет-реклама. Все это можно использовать для распространения информации компрометирующего характера, надежно защититься от которой не представляется возможным.

Использование компромата в борьбе за политическую власть имеет выход на проблему соотношения морали и политики. Анализ научной литературы сви-

детельствует об активной дискуссии по проблемам моральной ответственности за использование такого рода технологий в борьбе за власть. Спектр оценок данного явления в политике достаточно широк – с одной стороны, резко негативные оценки, с другой стороны, оценка как объективной реальности современной политической жизни. Нам все же близка позиция, согласно которой, компрометирующая информация, массированно давящая избирателя, особенно в период предвыборных баталий, являясь своеобразной разновидностью психологического террора, приводит к тому, что избиратель сознательно или на подсознательном уровне отторгает демократический институт выборов в ряду многих иных демократических институтов. Все это наносит существенный моральный ущерб не только политикам и гражданам, но и государству в целом. По нашему глубокому убеждению, в рыночных условиях, когда практически перестают работать как регуляторы принципы морали, необходимо вводить жесткие юридические санкции за использование таких методов ведения политической борьбы.

Ответственность за компрометацию личности и государства в России менялась соответственно тому, как страна двигалась к более совершенным законодательным ступеням. Строже всего, разумеется, всегда преследовалась клевета на государство. История развития отечественного законодательства о посягательствах на честь и достоинство личности уходит корнями еще в «Русскую Правду», по которой предусматривалась ответственность за обиду, бесчестье, словесное оскорбление, так называемый «лай». Этот институт, в котором, сообразно соответствующему периоду времени, определялись понятия таких нарушений, их тяжесть, степень ответственности виновных лиц в зависимости от сословия и класса потерпевших, места совершения и других обстоятельств, содержался во многих других правовых памятниках – Уставной двинской грамоте, Судебниках 1497 и 1550 годов, Соборном уложении царя Алексея Михайловича, в Уложении о наказаниях уголовных и исправительных, Уставе о наказаниях, налагаемых мировыми судьями, в Уголовном уложении 1903 года.

Поскольку именно в СМИ обычно размещается компрометирующая информация, внесудебный порядок ответственности регламентируется с помощью Федерального законодательства, регулирующего деятельность СМИ. Защита чести, достоинства и деловой репутации возможна как в уголовном, так и в гражданско-правовом порядке. Различие заключается в том, что распространение умышленной, заведомо ложной информации попадает под состав клеветы и регулируется нормами уголовного права, если же отсутствует такой признак как заведомость, а соответственно и прямой умысел, то можно говорить лишь о гражданско-правовой ответственности.

Закон о СМИ и Гражданский Кодекс РФ содержат статьи об ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности, однако понятие «сведения» может иметь двоякий смысл. Сведения как сообщения о каком-либо событии, процессе, явлении, происшедшем в прошлом или происходящем в настоящее время, в конкретных условиях места и времени, могут быть или истинными, или ложными. За это несоответствие средство массовой информации несет ответственность. Иначе обстоит дело с оценочной ин-

формаций. Выраженные в ней мнения, оценки, убеждения, теории, гипотезы и прогнозы по своей сущности не могут быть истинными или ложными, не могут соответствовать или не соответствовать действительности. Они могут быть правильными или неправильными, обоснованными или необоснованными, убедительными или спорными. За высказанные идеи и мнения, оценочные суждения СМИ не несет ответственности, ибо по Конституции РФ каждый имеет право на свободу самовыражения, на свободу мнений и убеждений, за исключением случаев, когда их распространение прямо запрещено законом. Поэтому идеи, мнения, оценки не могут быть опровергнуты по решению суда как не соответствующие действительности. Они оспариваются в порядке ответа (реплики, комментарий) в том же средстве массовой информации.

В контексте данного исследования актуальны и следующие правовые положения, которые также выполняют регулирующие использование компромата функции: из перечня субъектов политической рекламы исключаются организации, «цели и/или действия которых направлены на насильственное изменение основ конституционного строя и нарушение целостности РФ, подрыв безопасности государства, создание вооруженных формирований, разжигание социальной, расовой, национальной или религиозной розни»<sup>3</sup>; запрещается распространение материалов, относящихся к государственной тайне, клевете, оскорблениям, запрещается использование в рекламных сообщениях скрытых вставок, воздействующих на сознание и психику людей<sup>4</sup>; устанавливается ограничение на политическое рекламирование в неустановленные сроки, например, до объявления выборной кампании; в ряде нормативных документов формулируется понятие «неподлежащая реклама», к которой относятся сообщения анонимных материалов, использование чужих имен без согласия их владельцев, чрезмерное для аудитории наступательное рекламирование; существуют законодательные акты в сфере обеспечения безопасности информации, защищающие саму информацию<sup>5</sup>.

Очевидно, что только законодательное регулирование «компроматных войн» и распространение «грязных» технологий не способно «усмирить» СМИ и иных агентов агрессивных политехнологий. Необходимо более квалифицированно формулировать критерии ответственности СМИ перед обществом, более четко определять меру ответственности в системе профессиональных ценностей журналистского сообщества, поощрять опору в политике на высшие этические ценности. Основными идеалами деятельности любого агента политической коммуникации – и политиков, и СМИ должны быть гуманизм, толерантность, гражданское согласие, духовное здоровье и совершенствование.

**Вторая глава исследования «Компромат в региональном политическом процессе: дискурс-анализ СМИ (на примере Саратовской области)» посвящена анализу феномена компромата в современной региональной политике сквозь**

<sup>3</sup> ФЗ РФ «Об общественных объединениях». В ред. ФЗ от 02.11.2004 №127-ФЗ. Ст. 16 // Сборник законов РФ. М., 2006.

<sup>4</sup> ФЗ РФ №113-ФЗ «О рекламе» в ред. от 21.07.2005 // Там же.

<sup>5</sup> ФЗ РФ «О коммерческой тайне» от 09.07.2004. Ст. 98 // Там же; ФЗ РФ «Об информации, информатизации и защите информации» от 20.02.1995. Ст. 24 // Там же.

призму региональных СМИ. В рамках первого параграфа главы «Контент анализ политических медиа-текстов в региональных СМИ» с помощью методов обработки текстовой информации отобран массив эмпирической информации компрометирующего характера, типологизированный по таким основаниям как терминологическая, жанровая и тематическая специфика. С помощью методики контент- и интен- анализа выявлены общие тенденции для всех анализируемых изданий.

В процессе исследования было проанализировано 1206 статей, опубликованных в следующих региональных изданиях: общественно-политический и экономический журнал «Общественное мнение», общественно-политическое правительственное издание «Саратовские вести», областная еженедельная газета «Репортер», областная еженедельная газета «Взгляд», газета «Саратовский репортёр».

При определении эмпирической базы в аналитическое поле были включены как проправительственные издания, так и относительно независимые. Определённый диапазон исследования с 2003-2007 год, является временем наиболее активной борьбы в регионе за политическую власть – борьбы со слабеющим губернатором (2003-2005), борьбы с мэром города (2005-2006), периодом формирования представительных органов власти (2007).

К компрометирующим материалам нами отнесена информация, удовлетворяющая следующим условиям: материалы должны содержать указания на поступки политика, которые могут вызвать неодобрение, осуждение, полное неприятие общественностью в целом, с точки зрения религиозных, традиционных, моральных, профессиональных, этических, правовых норм; представлять собой обвинение в этих поступках; содержать факты или якобы факты, подтверждающие обвинение, которые представляются на суд общественного мнения.

Тексты для анализа отбирались по следующим критериям: во-первых, материалы должны были иметь отношение к политической борьбе или к политическим региональным деятелям, участвующим в политическом процессе; во-вторых, содержать информацию компрометирующего характера, способную негативно повлиять на властный ресурс политика или общественное мнение в отношении него. Не политические компрометирующие тексты нами не рассматривались.

В ходе исследования было выделено четыре вида текстов, которые объединяет компрометирующий характер: тексты, содержащие негативную информацию и внятную фактологию о публичном политике; тексты с преобладанием диффамаций и инсинуаций; тексты информационного характера; смешанные тексты, в которых трудно выделить преобладание того или иного вида информации.

В количественном отношении динамика публикаций компрометных сообщений в исследованных изданиях привязана к смене власти. Так, общее количество компрометирующих текстов после выборов 2007 года снизилось почти в два раза. Частота компрометных «атак» в прессе зависит от расклада политических сил и степени влияния объектов компромата. Так, в исследуемый пе-

риод можно выделить две наиболее выраженных волны компромативных атак. Первая волна связана с ослаблением власти Д. Аяцкова. В период 2004–2005 годов наблюдается обвал компромата, насыщенного фактологией и обвинениями. Вторая волна компромата связана с выборами в Областную и Государственную думу. В этот период преобладает компромат, сопровождаемый фактами и апелляциями к правоохранительным органам. Увеличивается и количество материалов, авторы которых оперируют метафорами, что дает возможность уходить от ответственности.

В ходе исследования выявлено, что общими тенденциями для всех анализируемых изданий являются:

- преобладание в 2003–2005 годах эмоциональных текстов, больше похожих на нападки или намеки, и изменение их на более «оцифрованные», более конкретные и подкрепленные фактами сообщения к 2007 году;
- обилие текстов по поводу воровства, коррупции и уголовных расследований в отношении чиновников в 2006–2007 годах – криминальная схема компрометации политиков становится превалирующей во всех анализируемых изданиях;
- преобладание в качестве объектов компроматных текстов наиболее крупных политических фигур регионального уровня анализируемого периода;
- из политических партий наиболее частым объектом компрометации является партия власти – «Единая Россия»;
- обострение «войны компроматов», активизация так называемых «сливов» информации в отношении публичных политиков в предвыборные периоды;

Отобрав для анализа тексты с помощью контен- и интент-анализа, мы осуществили более глубокий анализ текстовой информации с помощью дискурс-анализа, результаты которого представлены во втором параграфе этой главы.

**Второй параграф главы «Способы компрометации политического конкурента в региональных СМИ в ходе борьбы за власть» посвящен выявлению и анализу основных схем компрометации политиков регионального уровня в прессе. Особое внимание уделено криминальной схеме организации компромата, используемого против регионального политика.**

Тексты рассматривались в качестве способа отражения типичных для данного социального сообщества практик коммуникативного взаимодействия. Компрометирующие материалы конструируют или делают попытку конструировать представления и понятия определенной категории граждан так, чтобы некие образы группы, персоны, их ценности или действия приобрели негативную окраску. Проведенный в таком контексте анализ региональных СМИ позволяет говорить о том, что компрометирующие материалы активно используются в процессе борьбы за политическую власть.

Анализ региональных СМИ позволил выявить несколько видов компрометирующих материалов, используемых в борьбе за политическую власть. По целевой направленности можно выделить следующие виды компрометирующих материалов: компромат-разоблачение, компромат личного плана, компро-

мат-обвинение, компромат-нападки, компромат-слухи, компромат-оскорбление. По способам оформления компромат можно разделить на компромат явный, завуалированный, намекающий, иронический, метафорический.

Исследованные издания различаются как наиболее характерными для них темами сообщений, стилевыми схемами, так и объектами компромата. Активность публикаций компроматных сообщений говорит о степени влияния политика. В наибольшей степени подвергаются компроматным атакам заметные и влиятельные фигуры на уровне губернатора, мэра, представителя федерального центра, глав партий и движений. Компромат практически не используется против малозначительных акторов, исключая ситуации косвенного воздействия через них на имидж ключевых фигур.

Компромат как таковой не мешает политику занимать даже самые высокие посты. Общественное мнение в отношении этого политика в расчет не принимается. Своеобразная «неуязвимость» политика по отношению к компромату может свидетельствовать о принадлежности к сильной, устойчивой «группе влияния». Можно выделить лишь одну тенденцию – не может не получить тот или иной заметный политический статус персона, которая имеет позитивный предвыборный рейтинг и при этом не является объектом компромата.

К дискурсивным тенденциям рассматриваемого периода, на основании анализа материалов СМИ, можно отнести следующие.

- Издания различаются по степени насыщенности материалами компрометирующего плана, что позволяет назвать издания, обильно и постоянно предоставляющие такие материалы, изданиями, специализирующимися на компроматных материалах.

- Издания отличаются по своим наиболее частым объектам компромата. К лидерам-персоналиям по количеству компроматных материалов принадлежат Д. Аяцков, Ю. Аксененко (также его личное и деловое окружение), В. Володин, А. Ландо, Л. Фейтликер. Компромат в адрес партий чаще всего касался партии «Единая Россия». Много меньше материалов по ЛДПР, СПС, «Яблоко».

- Для изданий характерна большая общность дискурса, т.е. параллельное освещение наиболее известных, «популярных» скандалов, персоналий, наряду с тем, что эти издания реже касаются более частных, «не модных» случаев.

- По форме компромат строится с помощью обтекаемых формулировок, оговорок, в статьях часто используются кавычки. Характерным становится избегание резких высказываний, выводов, шокирующих подробностей, эмоционального «прессинга» читателя.

- Издания резко разграничивают компромат на любых политических персон (или партии) и отношении к действующему президенту – публикации даже резких материалов в адрес членов партии «Единая Россия» практически всегда сопровождаются противопоставлением факта нарушения политике президента, беспспорная поддержка которой постулируется изданием, и содержат элементы сравнения выявленного нарушения с политикой президента, апеллирования к «линии президента». Иными словами, президент ставится вне любого компромата.

• Компромат на публичного политика любого рода часто подается как противоречие с политикой президента, как провокация местной власти или группы.

В процессе исследования удалось выявить ряд схем организации компрометирующего материала, которые условно обозначены нами как идеологическая, наукоподобная, психиатрическая, эйджистская, физиологическая, игровая, схема допущенной ошибки, криминальная, характерологическая, милитаристская, оскорбительно-вульгарная, морализаторская, художественная. Названия, которые нами даны схемам, условны и отражают лишь базовую интенциональность изучаемых нами текстов.

В большинстве случаев компрометирующие материалы в прессе выстраиваются по одной схеме, наиболее подходящей, по мнению автора, для нападения на конкретный объект. Гораздо реже используется комбинирование схем. Следование выбранной схеме предполагает использование соответствующего словаря стандартных языковых оборотов, метафор, ассоциаций, специальной политической терминологии.

Анализ региональных СМИ позволил увидеть, что основу всех схем компрометации все же составляет криминальная тематика и стилистика. Криминальная составляющая, так или иначе, явно или латентно проходит сквозь все схемы компрометации публичного политика. В нашем случае – губернаторы и мэры, министры и депутаты представительных собраний, главы администраций и их заместители – скорее имеют антиимидж в глазах граждан области, в силу того, что сообщения в СМИ изобилуют информацией о взятках, уводе денег в неизвестном направлении, хищениях, нецелевых расходах, незаконном приобретении собственности и недвижимости в том числе – за рубежом, злоупотреблении служебным положением, покупке законов, неуплате налогов, противоправных действиях, растратах, подлогах.

В заключении диссертации отражены основные выводы, ставшие результатом решения поставленных научных задач, а также сформулирован ряд практических рекомендаций.

### **Основные результаты диссертационного исследования отражены в авторских публикациях**

*Научные статьи, опубликованные в ведущих рецензируемых журналах реестра ВАК РФ*

1. Федорова С.А., Митрохина Т.Н. Компромат как феномен современной политической жизни // Правовая политика и правовая жизнь. 2008. №1. С. 30-35.

2. Федорова С.А. Политический компромат как средство борьбы за власть // «Избирательные процессы в современной России: теория и практика». Саратов, 2007. С. 171-175.

3. Федорова С.А. Диффамация в региональных СМИ // Общественное мнение. 2008. №5 (104). С. 24–25.

4. Федорова С.А., Митрохина Т.Н. Компромат как средство борьбы за власть: Дискурс-анализ региональных СМИ // Российская политика XXI века: неполитические потенциалы политического. М., 2009. С. 107-120.

5. Федорова С.А. Проблемы ответственности за размещение в СМИ информации компрометирующего характера // Политические проблемы современного общества. Саратов, 2007. Вып. 8. С. 76-84.

6. Федорова С.А. Пространство предвыборного дискурса региональных СМИ // Политические проблемы современного общества. Саратов, 2008. Вып. 9. С. 144-150.

7. Федорова С. А. Компромат в региональных СМИ: дискурс-анализ // Политические проблемы современного общества. Саратов, 2009. Вып. 10. С. 83-88.

8. Федорова С.А. Компромат и имидж политических акторов: исторический и современный аспект // Общественное мнение. 2008. №12 (111). С. 64-65.

9. Федорова С.А. Компромат и диффамация: дискурс-анализ региональных СМИ // Материалы Всероссийской молодежной политологической ассамблеи. Пермь, 2008. С. 63-68.

10. Федорова С.А., Митрохина Т.Н. Компрометирующие материалы в СМИ как средство политической коммуникации // Материалы VI Международной научно-практической конференции «Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики». Тольятти, 2009. С. 108-112.

**Фёдорова Светлана Андреевна**

**Компрометирующие материалы  
как средство политической борьбы**

Специальность: 23.00.02 – политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии (по политическим наукам)

Автореферат  
диссертация на соискание ученой степени  
кандидата политических наук

Объем 1,25 п.л. Тираж 120 экз.  
Подписано в печать 23.03.2009 г. Заказ № 108

Издательский центр Саратовского государственного  
социально-экономического университета  
410003, г. Саратов, ул. Радищева, 89