



На правах рукописи

ЛОГИНОВА Екатерина Юрьевна

Е.Логина

**ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРАВЯЩЕЙ ЭЛИТЫ
И СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
(на примере Кемеровской области)**

23.00.02 – Политические институты,
этнополитическая конфликтология,
национальные и политические процессы и технологии
(политические науки)

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Кемерово – 2009

Работа выполнена на кафедре политических наук
ГОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

Научный руководитель: доктор политических наук, профессор
Омеличкин Олег Викторович

Официальные оппоненты: доктор исторических наук, профессор
Макарчук Сергей Владимирович

кандидат политических наук, доцент
Пустовойт Юрий Александрович

Ведущая организация: Кемеровский государственный университет
искусств и культуры

Защита состоится 2 июля 2009 года в 10.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.088.06 при Кемеровском государственном университете по адресу: 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6, зал заседаний ученого совета.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Кемеровского государственного университета.

Автореферат разослан 1 июня 2009 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат политических наук, доцент



Бирюков С. В.

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования проблем политико-властного регулирования коммуникативного пространства современной России обусловлена возрастающей сложностью и многообразием процессов, протекающих в данной сфере. В период второй половины XX – начала XXI в. революционные изменения произошли в системе средств массовой коммуникации (СМК): в связи с появлением ряда технических новшеств наблюдается серьезное расширение медиа-пространства. Это сказывается на информационной составляющей политической жизни общества. Усиливается роль общественного мнения как инструмента легитимизации властных полномочий, инициатив и т. п. Сегодня взаимоотношения правящей элиты и общества приобретают оформившийся посредством СМК дистанционный характер.

В настоящее время в России актуален вопрос функционирования СМК и политики в условиях формирующегося в мире информационного общества. Определение сути взаимопроникновения и взаимоотношений медиа и политики стало одной из проблем на пути оформления адекватного представления о современном, в том числе и российском обществе. Реальностью становится идея особого способа организации власти – медиакратии.

Означенные тенденции отмечаются не только на мировом и общероссийском уровнях, они экстраполированы и на уровень субъектов РФ. Как именно происходит реализация данных сюжетов в российских регионах с учетом особенностей организации политического пространства в том или ином субъекте Федерации, автор рассматривает на примере Кемеровской области, где сильная исполнительная власть определяет ситуацию и расстановку сил на региональном политико-экономическом поле и в информационной сфере.

В пользу актуальности выбранной темы диссертационного исследования говорит и тот факт, что сегодня, несмотря на обилие научных работ, посвященных теории и практике средств массовой коммуникации, еще не достаточ-

но глубоко проанализирован региональный аспект прикладных проблем отечественного политико-коммуникационного пространства. Понимание того, каким образом строится повседневное многовариантное взаимодействие региональной правящей элиты и средств массовой информации (СМИ) является определяющим для адекватного формирования и функционирования участников регионального политико-медийного пространства, может способствовать выработке оптимальной стратегии поведения участников общественно-политической жизни отдельно взятого субъекта Российской Федерации.

Степень разработанности темы. Научная литература, прямо или косвенно имеющая отношение к данному вопросу, многообразна и разнородна. Проблема коммуникации в политическом контексте влияния элит находится на стыке ряда научных дисциплин и активно разрабатывается политологами, социологами, теоретиками масс-медиа, историками, экономистами, юристами и т. п. Базовые представления по заявленной теме были заложены еще в учениях и концепциях, предложенных мыслителями и учеными, начиная с Античности и заканчивая Новым временем. Но в этот период коммуникационный аспект политики был представлен фрагментарно, и вплоть до середины XX в. подобное положение дел сохранялось.

Проблема правомерности господства меньшинства над большинством рассматривалась мыслителями и общественными деятелями еще в древности. Возникшие затем основные подходы в изучении элиты можно свести к двум ведущим направлениям: меритократическому (ценностному) и властному (функциональному).

В отечественной науке в силу объективных причин в целом проблемы элитологии стали активно разрабатываться только с 1990-х гг. К числу наиболее значимых работ советского периода относятся труды Г. Ашина, Ф. Бурлацкого, Е. Охотского и некоторых других авторов, посвященные проблемам становления и функционирования политических элит.

Интерес представляют работы современных авторов: Г. Аграната, М. Афанасьева, Д. Бадовского, С. Бирюкова, О. Гаман-Голутвиной, В. Гельмана, А. Дука, Н. Зубаревича, Ю. Когунюка, О. Крыштановской, Н. Лапиной, А. Магомедова, В. Мохова, Я. Паппэ, А. Пилясова, А. Понеделкова, Р. Туровского, Д. Шутова и др. В них поднимается проблема формирования постсоветской региональной политической элиты и бизнес-элиты, рассматривается специфика взаимодействия между участниками политической и экономической элит на федеральном и региональном уровнях.

Массовую коммуникацию как однонаправленный процесс передачи и приема информации от субъекта к объекту впервые представил Г. Лассуэлл, акцентируя внимание на методах пропаганды. В переход от теории «всемогущества» средств массовой информации к концепции «ограниченного воздействия», а затем к теориям «умеренного» и «сильного» воздействия вписывается большое количество работ, выполненных в течение 1920-1980-х гг. Некоторые современные авторы предлагают несколько иной подход, делая акцент на представлении неоспоримых доказательств существенного воздействия СМИ на аудиторию.

1990-е гг. ознаменовались появлением ряда отечественных исследований, рассматривающих вопросы взаимодействия масс-медиа и политико-экономической сферы в масштабах России и конкретных регионов. В частности, этим занимаются И. Засурский, М. Назаров, А. Соловьев, О. Карлова и др. Однако, невзирая на то, что средства массовой коммуникации воспринимаются как объективно необходимый участник политического процесса, они еще недостаточно исследованы в качестве публичного участника создания и функционирования политико-коммуникационного пространства региона.

Проблемная ситуация исследования. Взаимодействие участников российской политической элиты сопровождается сложными схемами очевидных и неявных договоренностей между федеральным центром и региональными властями. Бизнес-элита обладает высокой степенью закрытости, и поэтому

отсутствует достоверная информация о ней. Представители правящей элиты нередко демонстрируют «формально-инструментальное» отношение к масс-медиа.

С момента становления такого явления, как российская правящая элита (и региональная правящая элита) в рамках суверенного государства РФ прошел короткий промежуток времени 15-20 лет. Трансформационные процессы в различных сферах жизни российского общества не завершены.

Проблема исследования. Многие российские и зарубежные исследователи теории и практики масс-медиа заявляют о необходимости учета фундаментальных изменений политических ролей как на общемировом, так на федеральном и региональном уровнях. Но этому мешает узкое понимание масс-медиа в качестве инструмента возможного политического/административного влияния со стороны того или иного субъекта на другой субъект/объект политики или экономики, что препятствует восприятию средств массовой коммуникации в качестве полноправного участника политико-медийного процесса. Уровень разработанности проблемы акторов региональной политики в целом и их коммуникационной составляющей остается недостаточным.

Объект исследования – взаимодействие российской правящей элиты и средств массовой информации как участников политического процесса.

Предмет исследования – условия взаимодействия и модели взаимоотношений региональной правящей элиты и средств массовой информации на примере Кемеровской области.

Хронологические рамки исследования охватывают период начала 2000-х гг. Общественно-политическая и экономическая жизнь России претерпевает существенные изменения. Это находит отражение в кардинальных преобразованиях «правил игры» медиа-отрасли.

Цель диссертационной работы – рассмотреть основные тенденции и условия взаимодействия региональной правящей элиты и СМИ в контексте современного политического процесса.

Задачи исследования:

- охарактеризовать положение и функционирование российской региональной правящей элиты начала 2000-х гг. в контексте современного политического процесса;
- определить роль масс-медиа в современном политико-коммуникационном пространстве;
- раскрыть региональные особенности формирования и позиционирования правящей элиты Кемеровской области;
- выявить основные модели взаимоотношений СМИ и региональной правящей элиты Кузбасса.

Гипотеза исследования. В субъектах РФ наблюдается усиление зависимости региональных средств массовой информации от исполнительной власти субъекта Федерации. В условиях сосуществования в отечественном политическом пространстве политической и экономической групп региональной правящей элиты данная ситуация может воплощаться в различных моделях взаимодействия элиты и СМИ с учетом специфики конкретного региона.

Теоретико-методологическая база. В исследовании использованы системный и институциональный подходы. Автор руководствовался позиционным подходом при выделении правящей группы в общей структуре элиты. При определении понятия «правящая элита» и взаимоотношений между ее участниками диссертант опирался на теорию «властвующей элиты» Ч.Р. Миллса, авторские подходы О. Гаман-Голутвиной и О. Крыштановской к процессам отечественного элитообразования, исследования Я. Паппэ, посвященные интегрированным бизнес-группам как основной форме существования крупного бизнеса в современной России.

Выявляя особенности взаимоотношений правящей элиты и средств массовой информации, автор опирался на теорию информационного общества и идеи формирования медиакратии как способа организации власти, при которой информационные отношения превращаются в ключевой механизм формирования политического пространства и обеспечения взаимодействия между властью и обществом (А. Соловьев).

Методы исследования. В ходе работы автором применялись институциональный, структурно-функциональный и биографический методы, интервью с субъектами политики и экономики Кемеровской области и экспертами, изучались статистические материалы, использовался метод вторичного анализа источников.

Эмпирическую базу диссертации составили данные, полученные из открытых источников. Использовались статистические и справочные материалы, публикации проблемного и описательного содержания в российских и зарубежных масс-медиа конца 1990-х – начала 2000-х гг., результаты социологических опросов (Фонд «Общественное мнение», ВЦИОМ, «Левада-Центр», 1990-е – 2008 гг.), которые посвящены особенностям положения, функционирования и взаимодействия средств массовой коммуникации, власти и бизнеса на федеральном и региональном уровнях.

Автор использовал нормативно-правовые документы, определяющие систему организации федеральной и региональной властей (в частности, в Кемеровской области), регламентирующие деятельность средств массовой информации на территории РФ.

Особую группу эмпирической базы составили данные, полученные автором исследования в рамках интервью с представителями власти и бизнес-структур, чьи интересы сосредоточены на территории Кемеровской области, и экспертами в течение 2006-2008 гг. (17 интервью) в ходе работы в областном экономическом журнале «Деловой Кузбасс – новый век».

Научная новизна диссертационной работы состоит в следующем:

- проанализированы особенности положения и функционирования российской региональной правящей элиты в условиях рецентрализации политической власти в начале 2000-х гг.;

- масс-медиа рассмотрены автором с позиции политической субъектности в качестве со-участника конструирования образа действующих лиц и событий политико-коммуникационного пространства в условиях формирования глобального информационного общества и медиакратии как способа организации власти;

- дифференцирована правящая элита региона и выявлены особенности ее формирования под воздействием определяющих факторов: исполнительной власти и бизнес-структур системоопределяющих отраслей экономики региона;

- автор предлагает основные модели взаимоотношений региональной правящей элиты и средств массовой информации Кемеровской области.

На защиту выносятся следующие положения:

- Особенности положения и функционирования российской региональной правящей элиты определяются теми политико-экономическими преобразованиями, которые продолжаются в стране и сопровождаются усилением роли федерального центра в системе взаимоотношений «Центр – регионы». Ей свойственны жесткая подчиненность в отношениях «региональное руководство – федеральный центр» и в отношениях внутри региональной правящей группы, где зачастую доминирует глава исполнительной власти.

Отношения бизнес-элиты и политической элиты в регионе носят, как правило, договорной характер и формально касаются в большей степени социально-экономического комплекса.

- Масс-медиа – канал коммуникационного инфовзаимодействия (В.З. Коган) – в настоящее время выступают в качестве базового элемента конструирования современного политико-коммуникационного пространства. Сегодня особенно четко проявляется дуалистическая природа средств массовой информации: СМИ – не только инструмент, объект политического про-

цесса, но и его актор, который, с одной стороны, информирует о том или ином событии, с другой, — выступает в качестве со-участника конструирования образа действующих лиц и событий политико-коммуникационного пространства.

■ Кемеровская область начала 2000-х гг. представляет собой пример функционирования региональной правящей элиты на основе поддержки федеральным центром и при наличии сильного регионального лидера (губернатора), обеспечивающего взаимодействие политической власти и крупных бизнес-структур топливно-энергетического комплекса и горно-металлургической индустрии, имеющих интересы на территории Кузбасса.

■ В настоящее время полноправным «признаком влияния» акторов политико-экономического пространства является степень контроля над СМИ. Эта тенденция находит свое практическое воплощение в нескольких моделях взаимоотношений в системе: «средства массовой информации — региональная правящая элита Кузбасса»: модель сателлита, модель легионера, модель коммерсанта, модель оппозиционера и модель коммивояжера.

Теоретико-методологическая значимость диссертации. Предложена трактовка российской региональной правящей элиты как центростремляемой элиты, функционирующей в условиях формирования государства-корпорации в процессе рецентрализации управления страной. Выявлены особенности создания и функционирования региональной правящей элиты Кемеровской области с учетом этих условий. Тем самым формируется основа для анализа региональной политики в ее властном и коммуникативном измерении.

В работе представлены разработанные автором модели взаимоотношений в системе «средства массовой информации — региональная правящая элита Кузбасса».

Практическая значимость диссертационного исследования. Анализ сформировавшейся системы функционирования средств массовой коммуникации на территории Кемеровской области, общего состояния политического

медиа-процесса в регионе и выявленные в ходе исследования модели взаимоотношений СМИ и правящей элиты Кузбасса, по мнению автора, представляют определенный практический интерес для участников медиа-взаимодействия в рамках субъекта Российской Федерации и для структур, потенциально заинтересованных во вхождении в кузбасское политико-коммуникативное поле.

Результаты исследования могут быть использованы в процессе преподавания политологии, в частности, курсов, посвященных регионалистике и политическим коммуникациям. Полученные данные применимы в ходе подготовки кадров для масс-медиа, специализирующихся на экономической и политической тематике.

Основные понятия, используемые в диссертации: информация, средства массовой коммуникации, политические коммуникации, информационное пространство, информационное общество, политическая элита (региональная политическая элита), экономическая (бизнес-) элита, правящая элита (региональная правящая элита), региональные средства массовой информации, медиаобраз.

Апробация результатов исследования. Отдельные положения работы были изложены автором в рамках выступлений на XXX апрельской конференции студентов и молодых ученых Кемеровского государственного университета (Кемерово, апрель 2003 г.), III Всероссийской научно-практической конференции «Культура и власть» (Пенза, декабрь 2005 г.), 2-ой Международной научно-практической конференции «Составляющие научно-технического прогресса» (Тамбов, апрель 2006 г.), Всероссийской научно-практической конференции «Россия и мир: история, политика, культура» (Ульяновск, апрель 2007 г.).

Ключевые положения диссертации представлены в 12 статьях автора (общий объем публикаций – 7 п.л.), опубликованных в российских изданиях.

За одну из статей диссертант отмечен дипломом конкурса «Социальный медиа-вызов. XXI век» (Новосибирск, 2006 г.).

Диссертация обсуждалась на заседании кафедры политических наук Кемеровского государственного университета и была рекомендована к защите.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав (восьми параграфов), заключения и списка литературы. Содержание работы изложено на 243 страницах основного текста, включая список источников и литературы, содержащий 325 наименований. Приложения (9 приложений) содержат дополнительные статистические данные.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы диссертации, анализируется степень разработанности проблемы, определяется объект и предмет исследования, формулируются цель и задачи, характеризуется научная новизна работы, ее теоретическая и практическая значимость.

Глава 1. «Элита: общие характеристики, отношение к власти» представлена тремя параграфами. В 1. 1. **«Классические теории и современные подходы в изучении элиты»** автор рассматривает истоки возникновения и историю разработки концепции элитизма, основные концепции элиты, сформировавшиеся к настоящему времени в политологии, а также дает определение понятия «элита» в рамках данного диссертационного исследования. Основные подходы в изучении элиты сведены к двум ведущим направлениям: меритократическому и властному. В рамках меритократического направления вычленяют две ветви: технократическую и организационно-управленческую. Параллельно с меритократическими шло развитие властных функциональных подходов.

В диссертационном исследовании элита рассматривается в качестве группы, которая контролирует ресурсы, осуществляет властные функции и оказывает существенное влияние на общество.

Автор оперирует понятием «правящая элита». Правящая элита – это группа, реализующая функции общего политического руководства благодаря контролю над общественными ресурсами (политическими, экономическими, информационными и др.) и легитимным полномочиям в принятии стратегических решений с использованием рычагов власти. Используемый подход находится в русле продолжения традиции, определенной Ч.Р. Миллсом, и предполагает отнесение к правящей элите верхнего слоя политической элиты – высшее политическое руководство, «высших администраторов» – и ряда представителей экономической элиты (бизнес-элиты), обладающих ресурсами

и возможностью оказывать влияние на принятие тех или иных стратегических решений. В правящую элиту могут быть включены руководители так называемых «силовых» структур (армия, органы госбезопасности, прокуратура, суды, милиция и т. п.). Однако степень влияния данной группы на процесс принятия стратегически важных решений в силу ее профессиональной специфики и закрытости достаточно сложно поддается изучению.

Правящая элита рассматривается как часть элиты. К последней относятся также представители административно-управленческого аппарата и бизнес-структур, не входящие в число тех, кто непосредственно реализует функции высшего руководства. Кроме того, рассматривается место, которое занимает в этом контексте политико-информационная элита. Сегодня она, помимо прочего, становится со-участником конструирования образа действующих субъектов и событий политико-коммуникационного пространства.

В 1. 2. «Российская элита: критерии отбора и состав» анализирует такое явление, как «российская правящая элита», его политическая и экономическая составляющие.

По мнению автора, в посткоммунистической России сформировался новый правящий класс. И для него доступ к власти, управлению государством определил доступ к национальной собственности, вплоть до ее приватизации.

Правящая элита является практически единственным инициатором и организатором политической жизни в стране.

Политическая элита в рамках исследования рассматривается как группа, принимающая участие в осуществлении государственного управления на основе использования властных полномочий, административных и нормативных средств.

Особую подгруппу российской правящей элиты составляет экономическая элита (бизнес-элита). Процесс формирования российской бизнес-элиты еще не завершился. В настоящее время она выступает как группа, направляемая политической властью и развивающаяся под непосредственным контро-

лем со стороны государства. Созданию бизнес-элиты способствовали и те процессы, которые протекали в российской экономике в середине 1990-х гг. Тогда наряду со спадом и деградацией в промышленности, сельском хозяйстве и транспорте, шло интенсивное развитие финансового рынка, чьи структуры концентрировали у себя все большую массу доходов всего народнохозяйственного комплекса.

Появление так называемой олигархии возможно рассматривать как вполне естественное в сложившемся в экономике России положении. Автор полагает правильным определять олигархов как представителей отечественной бизнес-элиты в целом. Усиление финансово-экономических групп привело к тому, что они стали оказывать заметное влияние на государственную власть в завершающий период правления президента Б.Ельцина.

В начале 2000-х гг. с приходом к руководству страной В. Путина был провозглашен курс на «равное удаление» крупных предпринимателей от власти. На первый план вновь вышло государство. Избрание в 2008 г. президентом РФ Д. Медведева не внесло заметных корректив в систему взаимоотношений власти и бизнеса.

Главным признаком, позволяющим рассматривать представителей бизнеса как членов правящей группы, является наличие признаваемого государством статуса, позволяющего оказывать комплексное воздействие как в экономической, так и политической сфере. Автор трактует современную российскую бизнес-элиу как группу владельцев и наемных топ-менеджеров крупных частных и государственных компаний в стратегических отраслях и ведущих финансовых структур, которая контролирует ресурсы и оказывает определяющее влияние на развитие экономики.

В 1. 3. «Структура и специфика функционирования современной российской правящей элиты» автор предлагает трактовку российской правящей элиты как центроопределяемой элиты.

В политической правящей элите выделяются федеральная и региональная группы. За первой из них закреплены функции стратегического управления и распоряжения стратегическими ресурсами. Вторая сфокусирована в большей степени на принятии и осуществлении функций тактического, оперативного управления на ограниченной территории. В России наблюдается структурная и функциональная диверсификация региональных политических элит. Специфика территорий, их ресурсная база и личностные характеристики членов правящей элиты определяют расклад политических сил и особенности регионального институционального дизайна.

Автор полагает: в настоящее время окончательно закреплена моноцентричность существующей в России власти, где единственным центром инициирования и принятия решений становится федеральный центр. Региональная правящая элита, ранее, образно говоря, входившая в совет директоров корпорации «Российская Федерация», оказалась в роли менеджеров среднего звена. В начале 2000-х гг. происходит трансформация сути явления губернаторства: на смену губернатору-хозяину региона постепенно приходит губернатор-менеджер, отвечающий за регион, на который он поставлен, перед вышестоящей властью.

Одновременно принципы образования и функционирования регионально-го правящего меньшинства в основном остались неизменными. Региональная элита подконтрольна местной администрации, лично губернатору. Причем через губернатора осуществляется связь политической элиты с доминирующими на территории бизнес-группами. Для региональной правящей элиты характерна жесткая иерархичность и ориентация на патрона. Относительно размытая политико-идеологическая окраска оборачивается поддержкой «партии власти».

Провозглашенный в начале президентства В. Путина курс на «равное удаление» бизнеса от власти (в данном случае федеральной) привел к тому, что крупный бизнес стал активнее действовать на региональном политическом

поле. И, с точки зрения диссертанта, правомерно говорить о проникновении идей и практик корпоративного управления в деятельность региональных политических структур.

Возникающие конфликты между сегментами правящей группы региона разрешаются в соответствии с «линией Центра». Отношения бизнес-элиты и региональной власти носят договорной характер и формально касаются в большей степени социально-экономического комплекса, в то же время бизнес выступает сегодня в качестве официального или неофициального участника региональной политики, действующего в своих корпоративных интересах.

Глава 2. «Средства массовой информации и политика», состоящая из трех параграфов, посвящена ситуации, которая складывается в настоящее время в масс-медиа с учетом процессов медиатизации политики и политизации медиа.

В 2. 1. «Информационная сфера: аспекты и тенденции развития» проанализированы понятия «информация», «информационное взаимодействие» и рассмотрены подходы к трансформации общества под влиянием информационного фактора.

Важным в рамках исследования является понятие «информационного взаимодействия». Это – процесс обмена сведениями (информацией), приводящий к изменению знаний хотя бы одного из получателей этих сведений (Н. Кузнецов, Н. Мухелишвили, Ю. Шрейдер).

В настоящее время идет формирование нового правящего класса «петократии» (А. Бард и Я. Зодерквист): его представители манипулируют информацией, а не управляют собственностью или производят товары.

Сегодня информационная сфера становится определяющим моментом, в том числе и для политико-экономического аспекта функционирования современного общества. По мнению диссертанта, данный подход к вопросу информационализации общества является оптимальным с точки зрения соотнесения с российской реальностью, с отечественной сферой политики и бизнеса.

2. 2. «Масс-медиа в контексте политики» посвящен взаимодействию медиа и политики в русле формирования особого способа организации власти – медиакратии.

Информация – фактор, обеспечивающий функционирование системы «общество – власть» как устойчивого и мобильного образования.

На рубеже XX-XXI вв. благодаря Интернету произошло расширение спектра самих средств массовой коммуникации.

Автор констатирует: реальностью становится особый способ организации власти – медиакратия – способ организации власти, при которой информационные отношения превращаются в ключевой механизм формирования политического пространства и обеспечения взаимодействия между властью и обществом (А. Соловьев). Хотя политика еще отстает от темпов информационно-технической динамики и образования информационных сетей, однако логика медиа все больше влияет на логику принятия политических решений.

СМИ выполняют следующие политические функции: информационную; образовательную; функцию социализации; функцию контроля и критики; функцию выражения различных общественных интересов; функцию конструирования и интеграции различных политических субъектов; функцию формирования общественного мнения. Реализация основных функций СМИ делает возможным политическую мобилизацию общественности, побуждение людей к политическим действиям или сознательному бездействию.

В 2. 3. «Средства массовой информации современной России» автор показывает место и роль масс-медиа в отечественном политико-коммуникационном пространстве.

Спецификой российской медиакратии являются изменения в системе социального представительства гражданских интересов, происходящие под влиянием коммуникаций. Автор анализирует те изменения, которые претерпели взаимоотношения отечественных медиа и правящей элиты в течение 1990-2000-х гг.

Усиливается роль государства в сфере СМИ, что вызвано стремлением использовать средства массовой информации именно как средство, инструмент упрочения власти госадминистрации и управления населением страны. Современной ситуации в российских медиа присущи следующие особенности: усиление зависимости СМИ от государства, политической конъюнктуры (то есть происходит политизация медиа); укрупнение медиа-групп (концентрация масс-медиа).

Автор формулирует несколько моделей, точнее, идеологических ключей, используемых прессой при формировании информационной картины мира на уровне подбора фактов и их последующей интерпретации (на базе типологии М. Грондона): концепция продуктивной структуры личности; концепция контрпродуктивной структуры личности. Каждое средство массовой информации ориентируется в своей деятельности на определенную аудиторию, собирательный портрет которой – та или иная концепция структуры личности.

Глава 3. «Региональная правящая элита и СМИ Кузбасса: характеристики и модели взаимодействия» содержит два параграфа. Автор выявляет особенности формирования и функционирования региональной правящей элиты Кузбасса и предлагает модели взаимодействия средств массовой информации и правящей элиты в Кемеровской области.

В 3. 1. «Региональная правящая элита Кузбасса: сотрудничество власти и бизнеса». В параграфе рассматриваются политическая и экономическая подгруппы региональной правящей элиты, а также выявляется специфика их взаимоотношений на территории Кемеровской области.

Региональная правящая элита Кемеровской области имеет традиционные черты отечественной элиты. Элита формируется под сильным влиянием федерального центра и с учетом центра власти, присутствующего в самом регионе. Такое положение дел обеспечивает стабильность политико-экономической ситуации в области. Но есть риски, связанные с концентрацией политической власти в регионе в одних руках. Это приводит к некоторой

деформации во взаимоотношениях внутри правящей элиты, а также элиты и населения.

Формирование современной политэлиты Кемеровской области шло под значительным влиянием сильного харизматичного лидера, в роли которого выступил А. Тулеев, пришедший к руководству Кузбассом в 1997 г. В результате Кемеровская область оказалась регионом под сильной патерналистской властью одного лидера. В совокупности с другим, экономическим фактором и моноэкономической культурой (доминируют две отрасли: угольная и металлургическая), этот фактор определил тот политический ландшафт, который сегодня есть в Кемеровской области.

Занять высокий пост во властной иерархии Кемеровской области можно, как правило, лишь пройдя определенную школу на государственной службе. Примеров прихода во «властный эшелон» региона непосредственно из бизнеса немного. Характерная черта кузбасской правящей политической элиты – большое количество производственников, главным образом, ранее работавших в угольной отрасли. Особенностью Кемеровской области является то, что в правящую элиту практически не входят военные. Многие члены политической элиты родились, получили образование и проживали (проживают) на территории Кемеровской области.

Кузбасская региональная политэлита не противопоставляет себя федеральной власти. Связь с Центром, расположение Центра выступают в качестве одного из ресурсов местной власти. Вместе с тем влияние фактора главы региона велико. Необходимо учитывать и действие экономического фактора. Кузбасс – пример необходимости компромисса между сильным губернатором и не менее сильными бизнес-структурами, поскольку регион экономически интересен наиболее крупным из них.

Взаимодействие региональной власти и бизнес-элит в Кемеровской области приняло специфический, компромиссный вариант. В 1990-х – 2000-х гг. в период передела собственности на территории региона кузбасская регио-

нальная власть в лице губернатора А. Тулеева выступала в качестве «гаранта раздела сфер влияния». Примечательно, что глава региона оказался способен использовать и даже «сортировать» крупный российский бизнес, выдавливая из области неугодные структуры.

Модель взаимодействия с бизнесом, которую избрали власти Кемеровской области – модель партнерства – приносит позитивные результаты в виде стабилизации отношений крупных собственников и власти, что особенно заметно при сравнении нынешнего положения дел с периодом 1990-х гг. Региональная власть берет на себя функции лоббирования интересов крупных бизнес-структур, присутствующих в регионе, на различных уровнях власти: от местного до государственного. Бизнес-структуры получают поддержку власти субъекта Федерации на присутствие в данном регионе. По мнению автора, это является некой мягкой формой экспансии и легализации. В свою очередь областная власть за счет заключения соглашений о социально-экономическом сотрудничестве обеспечивает собственную стабильность и стабильность ситуации в Кузбассе в целом, так как соглашения формируют платформу для решения экономических и социальных вопросов, актуальных для региона.

3. 2. «Модели взаимоотношений СМИ и региональной правящей элиты» – это анализ взаимодействия масс-медиа и правящей элиты Кемеровской области.

Медиа Кузбасса вписываются в среднесибирские показатели: количество зарегистрированных СМИ, плотность информационного пространства – и поддерживают те тенденции, что существуют в отечественной медиа-отрасли. Так, в регионе достаточно велико присутствие муниципальных органов власти в числе учредителей СМИ (преимущественно печатных). При этом доля государственных органов в числе учредителей СМИ ниже, чем в среднем по Сибирскому федеральному округу. Но в Кемеровской области отработан механизм финансовой помощи из регионального бюджета областным и муниципальным СМИ. Тенденция доминирования негосударственных средств

массовой информации присуща всему современному российскому медиарынку.

Автор предлагает модели взаимоотношений в системе «средства массовой информации – региональная правящая элита Кузбасса»: модель сателлита, модель легионера, модель коммерсанта, модель оппозиционера, модель коммивояжера. В основу вычленения данных моделей положены несколько критериев: степень участия государства в уставном капитале средства массовой информации; сценарий поведения средств массовой информации в отношении региональной политической элиты; заинтересованность владельца (в случае с частными СМИ) в поддержке со стороны региональной правящей политической элиты; политическая позиция и политическая активность средства массовой информации.

В исследовании отмечается, что на примере Кемеровской области трудно говорить о существовании отдельной группы партийных средств массовой информации. Это объясняется специфической моноцентричной природой правящей региональной элиты: партийные предпочтения лидера элиты автоматически приводят к тому, что масс-медиа, поддерживающие региональную власть, поддерживают партию-фаворита.

Для кузбасских масс-медиа актуально сосуществование модели активного воздействия местной, областной администрации и модели корпоративной журналистики, но поведение последней находится в зависимости от политического вектора в регионе, то есть от политики, проводимой региональной правящей элитой. Параллельно действует и сугубо коммерческая модель.

Автор приходит к выводу о доминировании в Кемеровской области государственно- (или властно-) ориентированных региональных масс-медиа. Им свойственно позитивное освещение деятельности правящей элиты, минимизация негатива.

Власть в Кемеровской области сохраняет за собой доминирующее положение в сегменте политической журналистики, частный капитал практически

не инвестирует в медиа-бизнес, связанный с политикой, сосредоточиваясь на массовых, развлекательных печатных изданиях или радиостанциях. Ситуация развивается в русле общероссийской тенденции удаления частного капитала в медиа-бизнесе от политики.

Еще одна черта российского медиа-рынка, свойственная и его кузбасской составляющей, – концентрация средств массовой информации. В Кемеровской области можно выделить несколько местных групп, на долю которых приходится значительное число региональных медиа-ресурсов. И работают они, как правило, на уровне информационного пространства крупных городов, экономических центров Кемеровской области

В заключение работы обобщены результаты диссертационного исследования, намечены перспективные, по мнению автора, направления дальнейшей разработки темы диссертации. Представлены основные выводы:

С начала 2000-х гг. в России формируется центроопределяемая региональная правящая элита. Для нее характерна жесткая подчиненность регионального руководства федеральному центру в условиях наличия обширной базы официальных и теневых взаимозависимостей. В региональной правящей группе доминирует глава исполнительной власти. Отношения бизнес-элиты и региональной власти носят договорной характер и формально касаются в большей степени социально-экономической сферы, представители экономической элиты выступают в качестве полноправных участников регионального политического пространства. Кемеровская область является примером такой схемы функционирования региональной правящей группы.

Степень контроля над средствами массовой информации сегодня входит в число интегральных характеристик феномена влияния в политике. В Кузбассе данная тенденция воплощена в нескольких моделях взаимоотношений средств массовой информации и правящей элиты региона в условиях преобладания властноориентированных региональных масс-медиа.

Основное содержание работы отражено в следующих публикациях:

Публикации в научных изданиях, рекомендованных ВАК:

1. Логинова, Е. Ю. К вопросу о моделях взаимоотношений масс-медиа и региональной политической элиты [Текст] / Е. Ю. Логинова // МИТС-НАУКА: международный научный вестник: сетевое электронное научное издание. – Ростов-на-Дону, РГУ. – 2006. – № 4. Идентификационный номер: 0420600032/0077 – 2,25 п. л.

2. Логинова, Е. Ю. Феномен региональной правящей политической элиты в современной России [Текст] / Е. Ю. Логинова // Вестник ЧитГУ. – 2007. – № 3 (44). – 0,94 п. л.

3. Логинова, Е. Ю. Региональная политическая элита Кузбасса: особенности и специфика функционирования [Текст] / Е. Ю. Логинова // Вестник ЧитГУ. – 2008. – № 1 (46). – 0,81 п. л.

Публикации в других журналах и сборниках:

4. Логинова, Е. Ю. Газетный жанр как инструмент воздействия на массовое сознание [Текст] / Е. Ю. Логинова // Факультетские исследования. Вып. 2. Регион: власть, политика и местное самоуправление. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 2005. – 0,45 п. л.

5. Логинова, Е. Ю. Власть и СМИ: некоторые аспекты взаимодействия [Текст] / Е. Ю. Логинова // Культура и власть: сборник статей III Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза, 2005. – 0,16 п. л.

6. Логинова, Е. Ю. К вопросу о роли общественного мнения в современном мире [Текст] / Е. Ю. Логинова // Факультетские исследования. Вып. 3. Региональная политика и социальные отношения. – Кемерово: Полиграф, 2006. – 0,3 п. л.

7. Логинова, Е. Ю. Медиатизация политики: аспекты проблемы [Текст] / Е. Ю. Логинова // Составляющие научно-технического прогресса: сборник материалов 2-ой международной научно-практической конференции. 21-22 апреля 2006 года. – Тамбов: Першина, 2006. – 0,31 п. л.

8. Логинова, Е. Ю. Союз по расчету [Текст] / Е. Ю. Логинова // Деловой Кузбасс – новый век. – 2006. – № 5 (50). – 0,33 п. л.

9. Логинова, Е. Ю. Имидж всему голова [Текст] / Е. Ю. Логинова // Деловой Кузбасс – новый век. – 2006. – № 5 (50). – 0,33 п. л.

10. Логинова, Е. Ю. Отечественная бизнес-элита: подходы к определению понятия [Текст] / Е. Ю. Логинова // Россия и мир: история, политика, культура: сборник научных трудов. – Ульяновск: УлГТУ, 2007. – 0,31 п. л.

11. Логинова, Е. Ю. Модели освещения политико-экономической ситуации в России средствами массовой информации [Текст] / Е. Ю. Логинова // Россия и мир: история, политика, культура: сборник научных трудов. – Ульяновск: УлГТУ, 2007. – 0,33 п. л.

12. Логинова, Е. Ю. Кузбасс имущие [Текст] / Е. Ю. Логинова // Деловой Кузбасс – новый век. – 2008. – № 5-6 (74-75). – 0,42 п. л.

Подписано в печать 28.05.09. Уч.-изд. л. 1,5
Офсетная печать. Формат 60х84 1/16
Заказ № 127 Тираж 100 экз.

«Печать Мастер»
650099, Кемерово, ул. Демьяна Бедного, 6.
Тел. (3842) 58-23-70