

На правах рукописи



КОРКМАЗОВ РУСЛАН РАМАЗАНОВИЧ

**РОЛЬ РЕГИОНАЛЬНЫХ
СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО
ИМИДЖА АКТОРОВ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО
ПРОЦЕССА
(НА ПРИМЕРЕ КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКОЙ
РЕСПУБЛИКИ)**

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

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Ставрополь – 2006

Работа выполнена в Ставропольском государственном университете,
Южном научном центре Российской академии наук

Научный руководитель кандидат политических наук, доцент
Воробьев Сергей Михайлович

Официальные оппоненты: доктор политических наук, профессор
Савва Михаил Валентинович

кандидат философских наук, доцент
Марьевский Николай Семенович

Ведущая организация Карачаево-Черкесский государственный
университет

Защита состоится 28 марта 2006 года в 16.00 на заседании диссертационного совета Д 212.256.06 при Ставропольском государственном университете по адресу: 355009, г. Ставрополь, ул. Пушкина, 1, корп. 1а, ауд.416.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Ставропольского государственного университета по адресу: 355009, г. Ставрополь, ул. Пушкина, 1.

Автореферат разослан 26 февраля 2006 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета



Г.Д. Гриценко

2006 А

4290

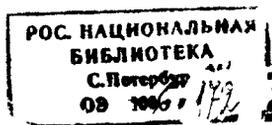
I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИССЕРТАЦИИ

Актуальность темы исследования. Переход к гражданскому правовому обществу в России сопровождается созданием новых институтов и механизмов формирования политической структуры общества. Выборность представителей законодательной и исполнительной власти различных уровней стала носить системообразующий характер. На сегодняшний день средства массовой информации являются мощным орудием влияния на политическое сознание населения. Сила воздействия СМИ на электорат позволяет судить об их высокой значимости в развитии и становлении политических процессов общенационального и, что особенно актуально, регионального уровня.

Многоаспектность использования СМИ в целях воздействия на формирование отношения электората к тому или иному политическому событию или политическому актору предполагает более подробное изучение функциональной роли средств массовой информации в развитии электоральных процессов, что обеспечит прирост нового научного знания и позволит не только объяснять текущие политические процессы в обществе, но и прогнозировать их.

Актуальность исследования усиливается в связи с тем, что на данный момент российское общество находится на стадии формирования демократических традиций и переживает постепенную замену заимствованных выборных технологий на технологии и методики, адаптированные к электоральной действительности современной России. Но пока еще практика российских электоральных процессов свидетельствует о том, что в них широко применяются западные технологии и методики без учета как отечественной, так и региональной специфики. Особенно это актуально для регионов, отличающихся сложным этническим составом, как, например, Северный Кавказ в целом и Карачаево-Черкесская Республика в частности.

Динамика российского электорального процесса достаточно высока и это предполагает постоянное изменение объекта научного исследования. В различных избирательных кампаниях роль и функции СМИ существенно различаются, и данные различия носят как функциональный, так и структурный, как федеральный, так и региональный характер. Следовательно, научное осмысление различных сторон этой проблемы является



актуальной и представляет собой для политической науки несомненный теоретический и практический интерес.

Степень разработанности проблемы. Основная масса публикаций, содержащих исследования по данной проблеме, посвящена теории и практике использования СМИ в политическом процессе, политическом маркетинге, политической имиджелогии, политических технологиях. Основной и неотъемлемой частью политического процесса является электоральный процесс и, исходя из этого, исследование электоральных процессов необходимо рассматривать в контексте исследования политического процесса в целом, в первую очередь следует назвать работы М. Вебера, А. Гидденса, У. Изарда, Д. Истона, Д. Робертса и А. Эдвардса. В современной российской политологической науке можно выделить работы Г.А. Аграната, Т.А. Алексеевой, О.В. Гаман и др.

Наряду с работами, посвященными исследованиям политического процесса, следует выделить исследования, посвященные теории и практике коммуникации, так как роль средств коммуникации в политическом процессе достаточно велика. Это труды представителей западной политологической мысли Г. Лассуэлла, Д. Зеллера, Б. Коэна, Дж. Клаппера, У. Липпмана, П. Лазарфельда, Р. Мак-Клюз, В. Проппа, П. Сопера, К. Хофланда и работы российских политологов Е.Л. Доценко, Е.Н. Зарецкой, А.Д. Кривоносова, Д.А. Мисюрова, А.К. Михальской, А.П. Назаретяна, С.П. Расторгуева, О.И. Ребули, С.И. Сметаниной, Л.Н. Федотовой, В.А. Чередниченко, Ю.А. Шерковина.

С середины XX века в западной и советской политологической науке усиленное внимание стало уделяться вопросам социальной ответственности в функционировании средств массовой информации. Появились публикации, которые в основном рассматривали СМИ в качестве главного инструмента, применяемого в электоральных процессах. В диссертационном исследовании были использованы работы, посвященные теории и практике СМИ, следующих западных авторов Г. Альтшул, Э. Денис, Д. Мэррилл, С. Фред, С. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон. На ряду с ними использовались работы представителей отечественной политологической науки, таких как С.И. Беглов, С.В. Большаков, И.В. Жуков, Я.Н. Засурский, М.Н. Ким, А.К. Михальская, А.Н. Назайкин, Е.А. Сарасов, Н.И. Трефилова, О.В. Федотова, Е. Фомичева, Ю.В. Чемякин, В.И. Чигарев, Ю.А. Шерковин и др.

В процессе становления и развития гражданского общества, демократических выборов и политической власти в России получили дальнейшее развитие и теоретические, и методологические аспекты политического управления региональным электоральным процессом.

Появилось достаточно большое количество публикаций, посвященных теоретическим выводам и методическим рекомендациям, применяемым политическими лидерами, организациями, партиями, публичной властью для определения своих целей, методов и программ и воздействия на поведение граждан. К наиболее значимым среди подобных публикаций относятся работы И.Л. Викентьева, Б.Н. Головки, В.П. Дубицкой, В.А. Евстафьева, В.И. Егорова, Т.А. Кузнецовой, С.Ф. Лисовского, Т.В. Ляпиной, Л.С. Макарова, И.Я. Мельника, Е.Г. Морозовой, В.Л. Музыканта, Г.В. Пушкаревой, Д.Я. Райгородского, М.И. Тарарухина, В.И. Яссонова.

Наряду с исследованиями, посвященными рассмотрению теоретических и методологических проблем электоральных процессов в отдельную группу можно выделить исследования, посвященные технологиям избирательных кампаний. Авторы в своих исследованиях в основном анализируют наиболее применяемые подходы и технологии и на их основе предлагают обобщенные модели построения избирательных кампаний (Д. Блэк, М. Брайн, А. Вилдавский, Д. Гаречт, Р. Катц, Б. О'Дей, Н. Полсби). Особое значение имеют исследования, рассматривающие избирательные технологии, учитывая российские особенности проведения выборов (В.Н. Амелин, Г.В. Голосов, Д.М. Дурдин, Н.В. Ильин, С.В. Устименко, А.Н. Жмыриков, З.М. Зотова, А.А. Максимов, Е.П. Малкин, Е.А. Сучков, В.В. Полуэктов, Д.Г. Ротман, В.А. Рыжков, Т.М. Рыскова, В.С. Топоров, И.Р. Яновский).

Опыт проведения выборов в России хотя и является относительно небольшим по своей продолжительности, тем не менее, на его основе был накоплен богатый материал для общего и более детального анализа избирательных кампаний, позволяющего выявить ведущие тенденции и отдельные черты электоральных процессов нашего государства. Исходя из этого, можно выделить авторов, уделяющих главное внимание рассмотрению последних избирательных кампаний в России: Ю.А. Веденеев, В.Н. Гельман, А.С. Журавлев, Г.М. Заболотная, З.М. Зотова, А.П. Кабаков, О.П. Кудинов, М.И. Кукушкин, А.В. Лукашев, В.И. Лысенко, А.В. Пониделко, В.П. Пугачев, М.В. Савва, В.В. Согрин, А.Ю. Шутов, А.А. Югов.

Политическая ситуация и избирательные кампании в Карачаево-Черкесии анализируются в исследованиях следующих авторов: С.А. Абдоков, А.М. Абдукадыров, А.К. Баташева, А.Х. Ерижева, В.Ш. Нахушев, Е.А. Щербина.

Несмотря на достаточно глубокое и разностороннее рассмотрение региональных электоральных процессов в научной среде, а также накопленный практический опыт и эмпирический материал, собранный в период избирательных кампаний в КЧР в период с 1991 по 2005 гг., существует потребность в обобщающих исследованиях, синтезе и углубленном исследовании проблемы взаимодействия региональных СМИ и основных акторов электоральных процессов.

Объектом исследования являются деятельность региональных средств массовой информации.

Предмет исследования – роль средств массовой информации в формировании политического имиджа акторов электорального процесса Карачаево-Черкесской Республики.

Цель исследования – определить политические возможности региональных средств массовой информации в формировании политического имиджа акторов электорального процесса.

Для достижения поставленной цели предполагается решение следующих исследовательских задач:

- изучить и систематизировать основные современные теоретико-методологические подходы к исследованию роли региональных средств массовой информации в электоральном процессе;
- выявить основные тенденции в развитии регионального электорального процесса современной России;
- рассмотреть содержание и возможности применения современных политических технологий формирования имиджа акторов электорального процесса;
- определить основные особенности в формировании политического имиджа акторов электорального процесса Карачаево-Черкесской Республики;
- показать роль СМИ в формировании политического имиджа основных акторов электорального процесса Карачаево-Черкесии;
- исследовать межэтническую напряженность как фактор электоральных процессов в Карачаево-Черкесской Республике.

Теоретико-методологическая основа диссертационного исследования. В качестве теоретико-методологической основы диссертант рассматривал

теорию социальной коммуникации, изложенную в работах Лассуэлла Г., а также Берельсона Б. и Яновица М., Липпманна У., Лазарсфельда П. Коммуникативная модель Лассуэлла Г. была выбрана в связи с тем, что она является наиболее полной системой методов исследования массовых коммуникативных процессов. Теория социальной коммуникации в рамках электорального процесса позволяет наиболее эффективно определить роль СМИ в формировании политического имиджа акторов электорального процесса, а также основные способы воздействия СМИ на региональный электорат.

В диссертации в качестве основных эмпирических методов рассмотрены и применены методы социологического количественного анализа (контент-анализ), и методы качественного анализа текстов – (интент-анализ). Использование данных методов определено особенностями самой политической науки, широко использующей методики, разработанные в рамках других научных дисциплин, а также системностью объекта диссертационного исследования.

Для решения поставленных задач автором использовались некоторые общенаучные методы такие, как системный и сравнительный анализ. Рассмотрение электорального процесса как динамичной системы дало возможность выявить взаимодействия акторов этого процесса в использовании СМИ. Сравнительный анализ был использован для определения особенностей участия СМИ в различных избирательных кампаниях.

В качестве **информационно-эмпирической базы** исследования использованы материалы региональных СМИ, в том числе материалы государственных и оппозиционных газет, издающихся на пяти языках народов Карачаево-Черкесии (“Возрождение республики”, “День республики”, “Карачай”, “Ата Джурт”, “Юйге игилик”, “Джамагъат”, “Черкес хэку”, “Абазашта”, “Ногай давысы”); архивные передачи Государственной телерадиовещательной компании “Карачаево-Черкесия”. Были проанализированы выборы в Государственную Думу Российской Федерации (1993, 1995, 1999 гг.), выборы депутатов Народного Собрания Карачаево-Черкесской Республики (1995, 1999 гг.), мэров городов КЧР (1997-2001 гг.), глав и депутатов выборных органов (1997-2003 гг.).

Научная новизна исследования состоит в следующем:

- определено, что средства массовой информации в электоральном процессе конституируют публичную сферу как коммуникацию между

политической элитой и объединенными в аудитории индивидами и оказывают значительное воздействие на формирование политических ориентаций и установок избирателей;

- обосновано, что региональный электоральный процесс является неотъемлемой частью сложной, открытой российской политической системы и особенности электората рассматриваемого региона обуславливают специфику формирования политического имиджа акторов электорального процесса;

- выявлено, что наиболее эффективными из политических технологий при формировании политического имиджа акторов электорального процесса являются информационно - коммуникационные технологии;

- определено, что в силу малочисленности населения и избирателей Карачаево-Черкесии, а также компактного проживания людей независимо от их социального статуса, в республике отсутствуют возможности эффективного применения манипулятивных технологий формирования политического имиджа электоральных акторов;

- на основе сравнительного анализа деятельности СМИ в формировании политического имиджа акторов электорального процесса в двух избирательных циклах выборов в федеральные и региональные органы государственной власти показано, что стремление политических акторов контролировать и использовать государственные и муниципальные СМИ наталкивается на их определенную независимость и это снижает возможности по манипуляции общественным сознанием;

- установлено, что население республики в период выборов в основном политизируется по этническому признаку в связи с полиэтничностью населения, а так же в связи с активной деятельностью основных акторов электорального процесса по политизации этничности.

Положения, выносимые на защиту:

1. Средства массовой информации обладают различными возможностями и силой воздействия и оказывают значительное влияние на формирование политических ориентаций и установок избирателей. Особенно велика роль средств массовой информации в переходные периоды общественного развития, поскольку без их активной деятельности невозможно изменить политическое сознание, ценностные ориентации и цели широких слоев населения и добиться массовой поддержки политики социальных

преобразований. Наиболее массовое и сильное политическое влияние оказывают аудиовизуальные СМИ и, прежде всего, радио и телевидение. Они активно влияют не только на восприятие гражданами отдельных политических явлений и событий, но и на их отношение к политике в целом.

2. В региональных электоральных процессах современной России можно отметить усиление роли федерального центра, связанное с выстраиванием так называемой «вертикали власти», усиливается влияние федеральной власти на региональном и муниципальном уровнях, слабеет реальная оппозиция существующей власти, происходит возрастание роли политических партий, а также происходит снижение влияния ключевых промышленно-финансовых олигархий на региональные политические процессы, возрастает голосование «против всех», уровень абсентеизма, увеличивается электорат «партии власти».

3. Применение технологий формирования политического имиджа акторов электорального процесса является необходимостью в силу того, что современные избиратели не воспринимают обезличенные, абстрактные идеи, в центре внимания на выборах оказывается воплощение некоего образа политического лидера, который ассоциируется у населения с определенными проблемами, стоящими перед обществом, и путями их решения. Особенности политических процессов в Российской Федерации определяют специфику российских электоральных технологий. Наиболее применяемыми и показавшими достаточную эффективность являются информационно - коммуникационные технологии. Средства массовой информации выступают одним из основных инструментов при использовании электоральных технологий.

4. В Карачаево-Черкесии в силу территориальных особенностей, основная масса населения республики проживает в городе Черкесске и его пригородах и в связи с этим имеет место широкая информированность населения о реальных действиях политических акторов, их целях и задачах, последствиях политических решений, что не позволяет политическим деятелям манипулировать общественным мнением и массовым сознанием в целом. В республике отсутствуют возможности эффективного применения манипулятивных технологий формирования политического имиджа электоральных акторов.

5. Итоги выборов 1991-2005 гг в Карачаево-Черкесской Республике показали, что средства массовой информации играют определенную, достаточно

заметную роль в формировании имиджа основных акторов электорального процесса. В связи с этим, наряду со стремлением контролировать и использовать государственные и муниципальные СМИ в регионе, основные акторы электорального процесса создают свои печатные издания. Другой особенностью функционирования СМИ в КЧР является наличие реальной свободы слова и независимых средств массовой информации, не позволяющих политическим деятелям манипулировать общественным мнением избирателей и массовым сознанием в целом.

6. Рассмотрение имиджей кандидатов в органы государственной власти и местного самоуправления КЧР на основе материалов в региональных СМИ подтвердило проявление в КЧР общей закономерности, которая проявляется и в других полиэтничных регионах. Каждый из реально претендующих на победу акторов электорального процесса в качестве опоры определяли для себя в основном не социальные, а этнические группы, тем самым раскалывая электорат на этнические составляющие, порою враждебные по отношению друг к другу. Таким образом межэтническая напряженность стала одним из существенных факторов электоральных процессов в Карачаево-Черкесии.

Теоретическая значимость исследования определяется его новизной и состоит в том, что изложенные в диссертации положения позволяют расширить спектр знаний о методах исследования роли региональных средств массовой информации в электоральном процессе в полиэтничных субъектах РФ на примере Карачаево-Черкесии. На основе результатов исследования возможно усовершенствовать формы и методы конструирования политического имиджа акторов электорального процесса с учетом особенностей политической культуры населения региона.

Практическая значимость исследования. Итоги работы позволяют сформулировать ряд практических рекомендаций по нормативному регулированию деятельности средств массовой информации в электоральном процессе. Возможно применение технологии анализа использования СМИ в электоральном процессе на уровне города – административного центра субъекта РФ. Результаты диссертационного исследования могут быть использованы при подготовке учебных курсов для студентов, обучающихся по специальностям «Связи с общественностью» и «Политология».

Апробация диссертации. Диссертация выполнена и прошла обсуждение на кафедре философии СГУ и отделе социально-политических проблем

Кавказа Южного центра РАН и рекомендована к защите в диссертационном совете по специальности 23.00.02 – Политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии. Основные положения диссертации были представлены научной общественности на следующих научных конференциях: Международная конференция «Горные страны: расселение, этнодемографические и геополитические процессы». (Ставрополь – Домбай, 2005 г.); Российско-германская научно-практическая конференция «Инновации в местном самоуправлении: Юг России в контексте национального и европейского опыта». (г. Ростов-на-Дону, 2005 г.); 50-я юбилейная научно-методическая конференция «Университетская наука региону». (Ставрополь, 2005г.). Основные идеи диссертационного исследования были апробированы в рамках российского образовательного проекта «Медиакратия», (Москва, 2005.).

Основные положения и выводы диссертации изложены в 7 публикациях общим объемом 3,2 п.л.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, содержащих шесть параграфов, заключения и библиографического списка использованной литературы. Общий объем работы - 175 страниц. Список литературы включает 285 наименований.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении дается обоснование актуальности диссертационного исследования, делается краткий анализ степени разработанности темы, определяется объект и предмет, формулируется цель и задачи исследования. А так же описывается методология диссертационного исследования, раскрываются факторы научной новизны и теоретической и практической значимости, представляются положения, выносимые на защиту.

В первой главе «Теоретико-методологические основы анализа роли средств массовой информации в формировании политического имиджа акторов электорального процесса», посвященной изучению наиболее важных теоретико-методологических подходов к анализу роли региональных СМИ в формировании политического имиджа акторов электорального процесса, рассмотрены возможности влияния СМИ на избирателей и характер

предполагаемой реакции электората на это влияние. Описаны особенности регионального электорального процесса и стратегия, в русле которой применяются различные риторические средства и специфические методы использования языка СМИ.

В первом параграфе главы «Средства массовой информации: основные теоретико-методологические подходы» сравниваются два основополагающих подхода к изучению способов воздействия средств массовой информации на электоральное поведение, установки избирателей и той роли, которую играют СМИ в политическом процессе. В рамках первого подхода ученые и исследователи утверждают, что средства массовой информации оказывают значительное воздействие на аудиторию, формирование политических ориентации и установок избирателей. В рамках второго подхода роль средств массовой информации в этом процессе сводится к минимуму, их воздействие определяется рядом опосредованных факторов.

Средства массовой информации обладают различными возможностями и силой воздействия, которые зависят, прежде всего, от способа их восприятия реципиентами. Наиболее массовое и сильное политическое влияние оказывают аудиовизуальные СМИ и, прежде всего, радио и телевидение. Они активно влияют не только на восприятие гражданами отдельных политических явлений и событий, но и на их отношения к политике в целом.

Особое место в ряду аудиовизуальных СМИ занимает Интернет. Интернет стал мощным информационным пространством, и онлайн-технологии в значительно большей степени востребованы в политической и медиасреде. Увеличение числа пользователей неизбежно влечет за собой и постепенное увеличение влияния сети на политическую жизнь страны.

Исследователи влияния средств массовой информации на электоральное поведение выделяют 3 модели реагирования избирателей на воздействие масс-медиа:

1. Модель максимальной информационной чувствительности, при которой электоральные предпочтения аудиторией конкретного СМИ напрямую связаны с соответствующим представлением политической партии или политика в этом СМИ.

2. Модель минимальной информационной чувствительности, когда связь между предпочтениями избирателей и информацией, поступающей от средств массовой информации, отсутствует или не является значимой.

3. Модель обратной чувствительности, когда реакция аудитории конкретного СМИ обратная представлению политика в этом СМИ.

Важнейшим фактором, обеспечивающим влияние СМИ на электоральное поведение, является язык политики. Язык политики – особый язык, насыщенный абстракциями, эвфемизмами и иносказаниями. Одними из основных методов выявления особенностей этого языка являются методы контент-анализа и интент-анализа.

Влияние СМИ имеет «кумулятивный» характер, т.е. его эффект может накапливаться. Это влияние больше тогда, когда направленное информационное воздействие по поводу того или иного политического персонажа в СМИ является устойчивым и долговременным. В определенной степени такое воздействие возможно еще и потому, что СМИ в современном обществе выполняют ряд общих политических функций, основными среди которых являются информационная, образовательная, социализации, критики, контроля, артикуляции и интеграции. А также инновационная, оперативная, функция формирования общественного мнения, мобилизационная. Все рассмотренные выше политические функции СМИ объединены мобилизационной функцией или же прямо или косвенно способствуют ее осуществлению. Она выражается в побуждении людей к определенным политическим действиям (или сознательному бездействию), в их вовлечении в политику.

В силу широкого применения региональных средств массовой информации в электоральных процессах, в качестве ведущей электоральной технологии по формированию политического имиджа используется – конструирование и распространение в первую очередь через средства массовой коммуникации образа привлекательного политика, а так же - распространение негативного имиджа оппонента. Соотношение акцентов между этими сторонами определяется в зависимости от конкретных условий и избранной тактики политической борьбы, так как электоральный процесс в большей степени это процесс манипуляции сознанием избирателей. Манипулятивный характер средств массовой информации в электоральном процессе объясняется следующими причинами: субъективизмом журналистов, политическими и экономическими условиями деятельности СМИ, самим процессом функционирования медиа, среди которых постоянно идет борьба за аудиторию. Под манипуляцией понимается вид пси-

хологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями.

Принимая во внимание особенности рассматриваемых подходов к изучению способов воздействия средств массовой информации на электоральное поведение и установки избирателей, нельзя отрицать значимости той роли, которую играют СМИ в политическом процессе в целом.

Во втором параграфе «Региональный электоральный процесс в современной России» дается определение электоральному процессу как неотъемлемой части политической действительности и сложной структуре, имеющей нелинейную организацию. Акторы электорального процесса – все действующие субъекты политики, способные влиять на поведение и сознание избирателей. К актерам относятся партии, лидеры, элиты, общественные движения, сами избиратели.

Региональные политические процессы имеют сложное пространственное строение. Избиратели голосуют на общенациональных выборах, на выборах региональных органов власти (президента или главы администрации, парламента), на муниципальных выборах. Мотивы голосования на каждом пространственном уровне своеобразны, т.к. различаются размеры округов, их электоральный ландшафт, который определяется как устойчивая во времени и в пространстве система закономерно взаимосвязанных элементов электорального поведения. Главной ячейкой российского электорального ландшафта является регион – субъект федерации. В российской политологии выделяется пять основных групп регионов: «твердые реформаторские», «умеренно реформаторские», «консервативные», «с неустойчивыми предпочтениями», «управляемые». В последнее время наметилась однозначная тенденция увеличения группы «управляемых» регионов в связи с усилением вертикали политической власти в стране и новым порядком наделения полномочиями руководителей субъектов РФ.

Региональный и федеральный электоральный процесс имеет свои особенности. Отмечается присутствие ярко выраженной миграции избирателей между политическими полюсами в региональном электоральном процессе, которая имеет достаточно простое объяснение: определяющими характеристиками электората следует считать определения не идеологические, а социально-психологические. Так, к коммунистическому полюсу

тяготее пассивный, не самостоятельный, безынициативный, недовольный, обиженный электорат; к национал-патриотическому полюсу решительный, скорее агрессивный, нежели миролюбивый, любящий силу и порядок, возмущенный; к демократическому полюсу – рациональный, критично мыслящий, инициативный электорат.

Электорат Карачаево-Черкесии имеет следующие характеристики: управляемость и манипулируемость республиканским электоратом стабильно превышает общероссийские показатели; электорат в масштабах этого отдельно взятого региона менее политизирован, но более этнизирован и больше, чем федеральный, склонен отождествлять власть с «сильной рукой»; в Карачаево-Черкесии безоговорочно верят в существование простых решений и лидеров, способных эти решения найти и реализовать. В республике сильнее, нежели в России, опускается роль этнической комплиментарности в процессе политического выбора: поддерживаются в основном только представители своей этнической элиты.

Региональный электоральный процесс является неотъемлемой частью сложной открытой политической системы общенационального масштаба и во многом определяет ее особенности. Основные характеристики электората рассматриваемого региона обуславливают специфику формирования политического имиджа акторов электорального процесса.

В третьем параграфе «Современные политические технологии формирования политического имиджа электоральных акторов» на основе работ отечественных и зарубежных исследователей рассматриваются основные технологии формирования политического имиджа акторов электорального процесса.

Политическая технология – система целенаправленных, последовательных, заведомо эффективных действий, рассчитанных на достижение необходимого (заданного) политического результата. Политическая технология включает в себя как приемы достижения немедленного локального кратковременного результата (тактика), так и получение глубинного, глобального, длительного эффекта (стратегия). Технология формирования политического имиджа актора электорального процесса является необходимостью в силу того, что современные избиратели не воспринимают обезличенные, абстрактные идеи, в центре внимания на выборах оказывается воплощение некоего образа политического лидера, который ассоциируется у

населения с определенными проблемами, стоящими перед обществом, и путями их разрешения. Существует множество факторов, которые помимо прочих как прямо, так и косвенно влияют на формирование имиджа кандидата, на его успех или неудачу. Так, формирование политического имиджа акторов электорального процесса проходит в определенных политических условиях, на которые влияет уровень развития демократических институтов, социально-экономическое положение региона. В этом же контексте можно рассматривать политическую культуру, поведение избирателей на выборах. Управлять этими факторами, использовать их положительные моменты, создавать их искусственно для пользы кандидата могут только профессионалы в области политического маркетинга, имиджеологии.

При формировании политического имиджа акторов электорального процесса широко применяются информационно – коммуникационные технологии. Проблема манипулирования личностью, человеком, его сознанием и поведением неоднократно ставилась в XX веке отечественными и зарубежными исследователями. Исследователи, занимающиеся разработкой проблемы манипулирования личностью, придерживаются той точки зрения, что управление человеком или группой людей может осуществляться двумя способами. Первый – явный (авторитарный), при котором человек не скрывает своего намерения заставить другого делать то, что хочет человек, оказывающий давление. Второй – скрытый, при котором насильственное давление маскируется. Манипулирование как раз и относится к такому способу воздействия на человека или группу людей. На основе всевозможных определений понятия «манипуляция» делается заключение, что большинство отечественных ученых предпочитают занимать промежуточную позицию, и манипуляции ими признаются необходимыми, даже приносящими пользу, но в определенных случаях.

В начале нового тысячелетия сложились как весьма благоприятные социальные условия, так и соответствующие технические предпосылки для широкомасштабного манипулирования сознанием и поведением людей. Для освоения социального пространства, в т.ч. политического, в нынешних условиях нет необходимости разделять его последовательно сначала на крупные, а потом на все более мелкие сегменты. Теперь внушение, воздействие, влияние могут быть проецированы на множество людей одновременно, но при этом на каждого отдельно, индивидуально и непосредственно.

К настоящему времени в России сложились опытные команды политических технологов, способные технологически эффективно проводить избирательные кампании с использованием различных методов, утвердился маркетинговый характер выборов, отработаны методы изучения настроений и предпочтений электората. Манипулирование мнением избирателей выдвинулось на первый план. Широко применяются вербальные и знаковые методы воздействия на электорат, при этом определяющая роль отводится средствам массовой информации.

Вторая глава «Роль и место региональных средств массовой информации в процессе формирования политического имиджа электоральных акторов в Карачаево-Черкесской республике» посвящена изучению процесса формирования политического имиджа электоральных акторов как в Карачаево-Черкесии в целом, так и столице региона г. Черкесске. Особое внимание уделялось функциональной роли и месту региональных средств массовой информации в этом процессе. Материалом для исследования послужили печатные публикации, рекламные аудио- и видеоролики периода выборов Законодательное Собрание 1998, 2002 гг., в Государственную Думу РФ 1999, 2003 гг. и выборов органов местного самоуправления 2000 - 2005 гг.

В первом параграфе «Особенности формирования политического имиджа основных акторов электорального процесса Карачаево-Черкесии в период становления демократических институтов политической власти» на основе экскурса в историческое и географическое прошлое Карачаево-Черкесии объясняются и характеризуются современные особенности формирования политического имиджа основных акторов электорального процесса республики.

Жители исследуемого региона в начале постсоветского периода проявляли явное нежелание оказаться активными или пассивными участниками политических процессов. Это было связано, прежде всего, с тем фактом, что около 90% населения в последних трех поколениях жили и живут в многонациональных и поликонфессиональных семьях. Поэтому население не поддерживало многих политических и административных решений, несших раскол в общество и вызывающих социальную напряженность.

Все электоральные технологии, применяемые основными политическими акторами, на первых порах формирования демократического, политического устройства КЧР, были использованы со знанием возможностей

масштабного воздействия имиджево-рекламных приемов, однако их реализация происходила или на грани или с нарушениями законодательных норм избирательного процесса. Широко применялись так называемые «серые» технологии, впервые в республике были использованы технологии «мертвых душ». За несколько месяцев до выборов в 1999 году Президента Карачаево-Черкесской Республики временно прописались 30000 человек из Абхазии, Адыгеи, и Кабардино-Балкарии. Однако с совершенствованием избирательного процесса совершенствовались и технологии ведения предвыборной борьбы. Широкое использование электоральных технологий нарушающих избирательное законодательство привело к тому, что существенно увеличились факты судебных разбирательств и опротестования результатов выборов. Со временем стало очевидно, что противозаконные приемы и методы ведения предвыборной борьбы дают все меньше и меньше политических результатов.

Выборы в республике показывают, что некоторые PR-технологии, которые в других регионах приводили к ошеломляющему успеху, в КЧР становились причиной катастрофического провала, так как они совершенно не учитывали поликонфессиональную, полиэтничную, культурно – историческую специфику региона. В ходе первых демократических выборов стало очевидным, что возможности манипулировать сознанием избирателей региона не велики и манипулятивные технологии не достаточно эффективны. Возникла необходимость сформировать новые подходы к формированию имиджа политиков.

5. Применение технологий формирования имиджа политиков КЧР нельзя рассматривать без учета тяжелой социально - экономической ситуации в регионе, массового недовольства большинства населения, низким уровнем благосостояния, неэффективностью регионального и муниципального управления. А это предполагает совершенно иные качественные приемы и методы ведения предвыборных кампаний в КЧР. От выборов к выборам происходит трансформация не только мнения избирателей, но и способов ведения политической борьбы.

Во втором параграфе «Роль СМИ в формировании политического имиджа основных акторов электорального процесса Карачаево-Черкесии» определяется уровень значимости роли СМИ в формировании политического имиджа основных акторов электорального процесса.

Первые итоги выборов в КЧР показали, что средства массовой информации играют определенную, достаточно заметную роль в формировании имиджа основных акторов электорального процесса. Однако эта роль в ходе первых выборов, как представителями действующей региональной власти, так и оппозицией, явно недооценивалась. Политические лидеры, борющиеся за власть, считали ненужным использовать финансовые ресурсы на формирование собственных средств массовой информации, а действующая власть удовлетворялась административным контролем над государственными СМИ. Недооценка роли СМИ в электоральном процессе явилась “ахиллесовой пятой” и действующей власти и тех, кто к ней стремился и таким образом резко снизила эффективность их предвыборных компаний.

Основной отличительной особенностью формирования политического имиджа акторов электорального процесса КЧР является то, что в силу малочисленности населения и избирателей и их компактного проживания, независимо от социального статуса, предполагает широкую информированность населения о реальных действиях региональной власти, их целей и последствий управленческих решений. Особенностью так же является активная роль СМИ в информированности населения и наличие реальной свободы слова и независимых средств массовой информации, не позволяющих политическим деятелям манипулировать общественным мнением и массовым сознанием в целом.

6. Смена власти – процесс неотвратимый и в основном происходит путем смены политических лидеров. Процесс смены политических лидеров, его цикличность достаточно глубоко и аргументировано описал итальянский ученый Моска. Согласно его концепции, политические лидеры, несмотря на все разнообразие задач и целей, делятся на два имиджевых типа – “лис” и “львов”. После 1999 года в Карачаево-Черкесии стали приходиться к власти политические лидеры согласно формуле смены политических имиджей основных акторов электорального процесса от “льва” к “лису” - и наоборот. Таким образом, в республике открылось широкое поле действий для политтехнологов и политических психологов по выявлению и формированию имиджевых качеств у акторов электорального процесса - “львов” или “лисов” (в зависимости от потребностей избирателей).

Наряду с имиджем политических лидеров большое значение в формировании электорального процесса имеет и репутация политика. Избирате-

ли судят о политиках по изменениям в своей жизни. Представления, складывающиеся таким путем, уже не носят имиджевый характер. Поэтому принято разделять понятия имиджа и репутации политика. Роль и значимость репутации акторов электорального процесса в Карачаево-Черкессии гораздо выше его формирующегося имиджа.

Одним из основных факторов формирования политического имиджа акторов электорального процесса в КЧР является наличие у политических лидеров харизмы. Важная роль в популяризации харизматических качеств политического имиджа принадлежит СМИ, поэтому борьба за контроль над региональными СМИ в электоральных процессах имело очень большое значение. Основная борьба в КЧР наблюдалась за контролем над ГТРК. Эта телерадиокомпания охватывает большую часть территории республики и вещает на пяти языках и, учитывая ее значимость в предвыборной компании, борьба за контроль над ГТРК КЧР свелась к стремлению во что бы то ни стало завладеть этой структурой.

В третьем параграфе «Межэтническая напряженность как фактор электоральных процессов в Карачаево-Черкесской Республике» рассматривается формирование и использование межэтнической напряженности в борьбе основных акторов регионального электорального процесса в КЧР.

Северный Кавказ, как и КЧР, является зоной конфликтности: социальной, политической, межнациональной. Попытки федерального центра урегулировать конфликты в большей степени не удаются. Большинство конфликтов загоняются вглубь, а не разрешаются (как это происходит сейчас в КЧР). Поэтому они в определенных условиях возникают еще с большим размахом и ожесточенностью.

Основными субъектами политического конфликта в республике являются группы, выражающие мнение своего народа или присваивающие себе это право (к ним относится политическая и экономическая элита). Этнотрупповые устремления в республике настолько сильны, что политические процессы в КЧР во многом стали носить характер этнополитических. Доверенные лица народа (лидеры национально-общественных движений КЧР, партии, элита, представители ветвей власти) монополизируют права на институционализацию политических интересов, при этом под видом интересов доверителей выставляют свои собственные (все политические конфликты в республике, как правило, сводятся к борьбе за власть отдельных этногруппировок, прикрывающихся этноинтересами отдельных народов КЧР). Для

достижения поставленных целей широко используются представители научной, творческой интеллигенции. Поддерживает национальные движения и часть представителей региональной власти. К внешнему ресурсному потенциалу национально-общественных движений нужно отнести и средства массовой информации (большинство общественных организаций имели или имеют свои газеты, телеканалы). Характер требований, решительность в достижении цели, принципы жесткого противостояния, неуступчивость, бескомпромиссность в острых конфликтных ситуациях, умение воздействовать на массы и на конфликтную ситуацию - перечень характерных особенностей внутреннего и внешнего ресурсного потенциала национальных общественных организаций.

В политическом пространстве Карачаево-Черкесской Республики, складывался и продолжает складываться комплекс недовольства основной массы населения региональной властью, так как по их мнению деятельность власти в основном приобретают корыстный характер. На протяжении последних 10 лет этнополитические и социальные конфликты в республике имеют тенденцию повторяться через определенные промежутки времени (3-4 года), то есть все они совпадают с выборами в органы государственной и муниципальной власти различных уровней. Политическое поле республики характеризуется в основном политическими конфликтами, имеющими этническую окраску. В Карачаево-Черкесии, как показывает политическая практика, основной конфликт возникает в борьбе за должность президента. Борьба за власть прикрывается защитой национальных интересов, борьбой за демократические преобразования, повышение жизненного уровня. При этом предыдущая власть представляется не отвечающей интересам многонационального народа республики.

Национальные элиты, как экономические, так и политические, в период предвыборной кампании стремятся, во что бы то ни стало привести к власти своего кандидата, развязывают новый виток политического конфликта, который продолжается по сей день. В этой борьбе за власть сталкиваются противоположенные интересы. Это есть политический конфликт с национальным оттенком в многонациональном регионе. Таким образом межэтническая напряженность стала одним из существенных факторов электоральных процессов в Карачаево-Черкесии.

В заключении подводятся итоги исследования, делаются выводы и обобщения, намечаются перспективные направления работы по данной теме.

III. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ВЫВОДЫ ДИССЕРТАЦИИ ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ:

1. Коркмазов Р.Р. Языковые средства в процессе манипуляции политическим сознанием //Философия науки, культуры, языка: Материалы 50-й юбилейной научно-методической конференции «Университетская наука - региону».- Ставрополь: Изд-во СГУ, 2005. – С. 98-101.

2. Коркмазов Р.Р. К вопросу о теоретико-методологических основах анализа средств массовой информации в формировании политического имиджа акторов электорального процесса // Социально-политические процессы в трансформирующемся российском обществе: Материалы 50-й юбилейной научно-методической конференции «Университетская наука - региону». Ставрополь: Изд-во СГУ, 2005. – С. 63-71.

3. Коркмазов Р.Р.Основные акторы регионального электорального процесса и их роль в современных политических процессах России// Социально-политические и культурно-исторические проблемы современности: философская рефлексия и научный анализ: Сборник статей. Вып. 1. - Ставрополь: Изд-во СГУ, 2005. – С. 36-41.

4. Коркмазов Р.Р. Основные факторы, определяющие особенности формирования имиджа политиков в Карачаево-Черкесии// Социально-политические и культурно-исторические проблемы современности: философская рефлексия и научный анализ: Сборник статей. Вып. 1.- Ставрополь: Изд-во СГУ, 2005. – С. 84-89.

5. Коркмазов Р.Р. Основные формы осуществления народовластия в местном самоуправлении//Инновации в местном самоуправлении: Юг России в контексте национального и европейского опыта: Тезисы выступлений на Российско-германской научно-практической конференции: Вып. 1. - Ростов-на-Дону: Изд-во СКАГС, 2005. – С. 101-104.

6. Коркмазов Р.Р. Межэтническая напряженность как фактор электоральных процессов на Северном Кавказе (на примере Карачаево-Черкесской Республики)//Горные страны: Расселение, этнодемографические и геополитические процессы, геоинформационный мониторинг: Материалы Международной конференции. – Москва - Ставрополь: Изд-во СГУ, 2005. – С. 123-126.

7. Коркмазов Р.Р. Современные политические технологии формирования политического имиджа электоральных акторов в Российской Федерации // Известия Карачаевского научно-исследовательского института. Т. 2. - Черкесск: Изд-во Карачаевского НИИ, 2006. – С. 42-56.

Изд. лиц.серия ИД № 05975 от 03.10.2001	Подписано в печать 21.02.2005	
Формат 60×84 1/16	Усл.печ.л. 1,28	Уч.-изд.л. 1,16
Бумага офсетная	Тираж 100 экз.	Заказ 94

Отпечатано в Издательско-полиграфическом комплексе
Ставропольского государственного университета.
355009, Ставрополь, ул.Пушкина, 1

2006 A
4290

W - 4290