

*На правах рукописи*



003062585

Олехнович Константин Сергеевич

**PR-технологии в региональных политических  
процессах  
(на примере Южного федерального округа)**

специальность 23.00 02 – политические институты,  
этнополитическая конфликтология,  
национальные и политические процессы  
и технологии

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата политических наук

*К. С. Олехнович*

Ростов-на-Дону, 2007

Работа выполнена на кафедре политологии  
Северо-Кавказской Академии Государственной Службы

|                       |                                                                                                                                                                      |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Научный руководитель  | Доктор исторических наук, профессор<br>Кислицын Сергей Алексеевич                                                                                                    |
| Официальные оппоненты | доктор философских наук, кандидат<br>исторических наук, доцент,<br>Попов Эдуард Анатольевич<br>кандидат политических наук, доцент,<br>Петрова Светлана Владиславовна |
| Ведущая организация   | Ростовская Государственная<br>Экономическая Академия (РИНХ)                                                                                                          |

Защита состоится 27 апреля 2007 года в 9 00 часов на заседании диссертационного совета Д 502 008.02 по политическим наукам при Северо-Кавказской академии государственной службы по адресу: 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 70, аудитория № 514

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Северо-Кавказской академии государственной службы.

Автореферат разослан 24 марта 2007 года.

Отзывы на автореферат. Заверенные печатью, просим присылать по адресу: 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 70, к 304

Ученый секретарь диссертационного  
совета,

 Агапов А. К.

**Актуальность темы исследования.** "Public relations" в настоящее время одной из самых известных и популярных тем обсуждения как в политических, так и в научных кругах общества. Это связано с созданием нового механизма взаимодействия власти и общественности на основе диалога, компромиссов, солидарности, согласования и гармонизации социальных интересов в условиях демократии. Связь с общественностью является необходимым условием ее развития по определению самого понятия. Однако в современных условиях проблемы политических технологий массовых коммуникаций, технологий избирательных кампаний, использование PR как средства политической борьбы вызывают политологической мысли повышенный интерес и в этом смысле. Это объясняется, в первую очередь тенденциями развития общественного мнения в условиях кризисного развития. Исторический опыт показывает, что в тех случаях, когда власть чрезмерно дистанцировалась от людей, формировались такие узлы противоречий, которые трансформировались в социальные катаклизмы, нередко приводившие к насильственной ликвидации того или иного политического режима. Системный кризис, затронувший все слои российского общества в 90-е годы, и не завершившийся до сих пор, оказал негативное влияние на общество в целом и на взаимоотношения его с властью в особенности. Это заставляет задуматься о том, как выглядит сегодня власть в глазах общества, чтобы своевременно принять меры по предотвращению возможных социальных конфликтов. Проблемное развитие демократической системы в современной России, возрастание роли PR-технологий в процессе манипуляции общественным сознанием, особенно так называемого «черного PR», дополнительно актуализирует данную проблему.

До 1991 г. отечественная политологическая школа практически не занималась изучением технологий массовых информационных коммуникаций. Это было связано с тем, что советское государство еще находилось на индустриальном этапе своего развития, а роль PR возрастает именно в период развития постиндустриализма, вследствие бурного развития манипулятивных технологий, средств массовой информации, прежде всего электронных. Безальтернативность советской

избирательной системы в стране не предусматривала профессиональную деятельность по продвижению кандидатов на политические посты. Использование СМИ по формированию и направлению информационного поля во внешнеполитической борьбе со странами Запада было сведено до неэффективной пропаганды, которая в принципе отличается от современных PR-технологий<sup>1</sup>

На современном этапе изучение PR-технологий в политическом процессе в России идет бурными темпами усилиями многих отечественных ученых<sup>2</sup>. Появляются институты по изучению массовых информационных коммуникаций. Это связано, прежде всего, с тем, что рыночная система предусматривает повышенное внимание к продвижению брендов, компаний и людей бизнеса с целью повышения лояльности покупателей к тому или иному товару. Это порождает повышенный интерес к развитию PR-технологий в бизнесе. Выборная система власти на различных уровнях порождает необходимость поиска аналогичных технологий для продвижения кандидатов и повышения лояльности электората к тем или иным личностям, политическим партиям, социальным и государственным институтам. Кроме того, можно отметить совершенствование информационных технологий как инструмента в политической борьбе с целью реализации национальных интересов одних стран в других. В этой связи можно вспомнить известный факт прозападной направленности некоторых политических режимов в странах СНГ и большой роли фондов США, спонсировавших оппозиционные демократические организации и определявшие их дальнейшую политику. «Бархатные» революции, произошедшие в Украине и Грузии, рельефно показывают, что средствами активного применения PR-технологий создается в масштабе страны или региона то явление, которое Г. Почепцов обозначил как «протестная инженерия»<sup>3</sup>. В.Д. Попов подчеркивает, что в открытом демократическом обществе «распахиваются

<sup>1</sup> Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. С. 39, 41.

<sup>2</sup> Связи с общественностью. Связи с общественностью и общественными организациями. Учебное пособие по курсу «Государственное и муниципальное управление». М.: РАГС, 1996. Информационная политика. Под ред. В.Д. Попова. М.: РАГС, 2003.

<sup>3</sup> Почепцов Г. «Революция com» // Европа, 2006. С. 13.

информационные границы противоборствующих сторон и главный объектом информационно- психологических ударов становится массовое сознание, социальная психика, морально- нравственные устои <sup>1</sup>

Аналитики подчеркивают возможность использования инструментария PR-технологий для скрытой информационной экспансии на Россию. Несмотря на то, что основные причины «бархатных» революцией объективной вызваны ситуацией кризиса власти, необходимостью смены существующих политических элит, и т.п. немаловажную роль в успехе переворотов сыграл комплекс массовых коммуникаций М. Гельман предложил термин «березовой революции», подчеркивая, что основная опасность есть именно на региональном уровне «В ситуациях, когда губернаторы назначаются, мы можем получить нечто подобное в отдельно взятом регионе, например, «оранжевый» Псков» <sup>2</sup> Угроза подобного развития событий на региональном уровне велика еще и потому, что на федеральном поле нет политических игроков, способных противостоять высоким рейтингам действующего Президента В свете наличия филиалов зарубежных фондов в России, в том числе и в ЮФО, следует внимательно отслеживать развитие и направленность информационного поля

Региональный аспект применения PR-технологий в политическом процессе является недостаточно изученной областью отечественной политической мысли Особенно много вопросов при выявлении общих тенденций применения информационных технологий в ходе проведения избирательных кампаний в рамках федеральных округов, особенно такого сложнейшего округа как Южный Федеральный округ, являющийся геополитическим узлом противоречий цивилизационного характера На наш взгляд, в действиях региональных властей в ходе тех или иных PR-кампаний, прослеживаются некорректные оценки, что приводит к определенным политическим последствиям

### **Степень разработанности проблемы**

---

<sup>1</sup> Информационная политика Под ред. В.Д. Попова М РАГС 2003 С.9

<sup>2</sup> Гельман М. «России придется расстаться с имперским проектом»//www.obozrevatel.com

Проблематика PR, технологический аспект применения паблик рилейшенз в ходе избирательных кампаний и информационных войн являются предметом исследования отечественной политологии с конца 80-х, начала 90-х годов В западной науке термин PR мы можем встретить гораздо раньше - принято считать, что появился он в 1807 г. в обращении третьего Президента США Джефферсона к конгрессу.

В 20-40-е годы XX в. наблюдается активное становление "public relations" как профессии и научной дисциплины В 1923 г выходит первая, посвященная PR-практике, книга Э Л Бернейза "Кристаллизуя общественное мнение" ("Crystallizing public opinion") Хотя развивавшаяся в Европе PR-деятельность находилась под сильным влиянием американских подходов, после войны здесь начали постепенно формироваться собственные научные школы "паблик рилейшнз". В Германии складывалась особая концепция "паблик рилейшнз", трактовавшая связи с общественностью как инструмент интеграции общественных сил, с помощью которого можно обеспечить постоянное взаимодействие в политической, экономической и социальной сферах и сдерживать так называемый эффект отчужденности людей.<sup>1</sup>

Как уже говорилось, отечественная политическая мысль занялась проблемами PR-технологий лишь с 1991 г. с появлением альтернативных выборов. Как таковые серьезные школы внутри России еще только формируются, однако уже исследуется и разрабатывается целый ряд важнейших проблем политической науки в сфере PR. Глубокий анализ проблемы самостоятельности политического PR, его отличия от политической рекламы и пропаганды провели такие ученые как С А Марков, Г Г. Почепцов, И Б Манн, которые утверждают, что PR – это самостоятельная область политической науки, занимающаяся организацией внешних связей, одной из сторон которых непременно является общественность, общественное мнение Этим они прямо оппонируют школе С Ф Лисовского, которая приравнивает политический PR к рекламе и сводит все к ситуации выборов, чем очень сужает подход Хотя еще Филипп Буари в 1964 г в своем «Манифесте PR» провозгласил

---

<sup>1</sup> Любашевский Ю Я Хронология и динамика развития «паблик рилейшенз» в мировом пространстве// <http://prduce.h10.ru>

несовместимость данных понятий. Анализом взаимосвязей PR и пропаганды занимались такие исследователи как Борисов Б.Л., в своей книге «Технологии рекламы и PR» утверждающий, что это тесно взаимосвязанные понятия, различия которых состоят лишь в среде обитания, а именно – в политическом режиме. Продолжая традиции профессора Тэйлора, российский ученый Э.Е. Старобинский утверждает, что PR – часть пропаганды. Ему оппонирует И.С. Березин, который посвятил целый ряд своих исследований тому, что пропаганда является частью PR.<sup>1</sup>

Важнейшей проблемой PR-технологий, изучаемой современной наукой является так называемый «черный» PR, исследованию которого посвятили свои работы такие видные специалисты как С.Ф. Лисовский, А.В. Пониделко, А.В. Лукашев, Г.Г. Почепцов, Ю.А. Деревницкий, О.Н. Карпунин, М.М. Григорьев. Лукашев и Пониделко в своем труде «Анатомия демократии, или Черный PR как институт гражданского общества» утверждают, что так называемые «грязные» технологии стали нормой общества в России и их применение вызвано общим падением морально-духовного уровня населения. Другие же специалисты, такие как А.В. Гусаковский и М.М. Григорьев, совершенно справедливо утверждают, что в случае выборов цель оправдывает средства, если эти средства не нарушают действующего законодательства, а значит, нет никакого «черного» или «белого» PR, есть лишь эффективные и неэффективные технологии предвыборной борьбы. Правда, есть еще такой немаловажный фактор как «чистота» технологий с морально-этической точки зрения, но здесь слишком высока размытость определения, как справедливо пишет в своих исследованиях С.Л. Слободнюк.

Вообще использование PR-технологий в избирательных кампаниях федерального уровня достаточно полно и глубоко исследовано в трудах целого ряда ученых, книг по данной тематике вышло довольно много и нет смысла все их перечислять. Вместе с тем, интересные тенденции и результаты региональных выборов, особенно на территории ЮФО нуждаются в системном осмыслении. Нам представляется, что оно возможно, если эти аспекты будут рассмотрены под углом

---

<sup>1</sup> Киселев М.В. - Психологические аспекты пропаганды, 2005 г. // <http://www.psychfactor.org/propaganda>

сравнительного анализа групп регионов ЮФО, разбитых по национальному признаку, поскольку таким образом станет отражено и влияние этнополитического аспекта на данную проблематику

Теория «информационных войн», как острой конфронтации PR-технологий, нашла свое отражение в трудах ведущих российских политологов с начала 1990-х гг. прошлого столетия. До этого все ограничивалось исследованием пропаганды, в основном зарубежной, как инструмента во внешнеполитической борьбе. Бурное развитие информационных технологий в эпоху глобализации породило изыскания ученых в этой отрасли<sup>1</sup>. С.П. Расторгуев утверждает огромное значение данного противостояния посредством технологий массовых информационных коммуникаций, считая, что «информационная война» — это война будущего, суть которой заключается в комплексе мероприятий по информационному воздействию на массовое сознание в условиях информационной открытости для изменения поведения людей и навязывания им целей, которые не входят в число их интересов<sup>2</sup>. И.И. Завадский утверждает, что в большей части того кризиса, который постиг СССР и современную Россию мы должны винить именно неумение элиты и системы государственной власти противостоять «информационной войне» извне, ведущуюся PR-технологиями на территории других стран и скрытно на территории России. А.В. Зиновьев определил такой термин, как «западнизация» России посредством данных технологий<sup>3</sup>.

В области ведения информационной войны в политике в последние годы появились труды таких ученых как Попов В.Д., Расторгуев С.П., Зиновьев А.В., Лисичкин В.А., Шелепин Л.А., Крупнов Ю.В., Дугин А.Г., Вахитов Р.А. и др. Так, например, определенно следует выделить такие работы как Лисичкин и Шелепин «Третья мировая информационно-психологическая война», дающая довольно полный анализ тактике и стратегии информационной войны современности, Почепцов Г.Г. «Революция com», где приводится анализ технологий так называемых «цветных» революций и ряд других

<sup>1</sup> Глобализация и информационные войны// Информационная политика. М. РАШС. 2003.

<sup>2</sup> Расторгуев С.П. Информационная война. М., 1998 г. С.230.

<sup>3</sup> Зиновьев А. Последнее интервью// [www.confr-tv.ru](http://www.confr-tv.ru)



серьезных исследований Однако региональный аспект в них освещен слабо, что подводит нас к необходимости изучения применения PR-технологий в информационных войнах на примере ЮФО

Усилиями ученых СКАГС последние годы изучены самые различные проблемы экономического, социального и политического процессов Южного Федерального округа, которые нашли свое отражение в работах В Г Игнатова, А В Понеделькова, Старостина А М, Кислицына С А, , Н И Бусленко, Н.П. Кутырева, А К Агапонова, Г П Зинченко Следует особо выделить работу Э А Капитонова «Корпоративная культура и PR»

В последние годы внимание многих ученых приковано к этнополитическим конфликтам на Северном Кавказе В литературе рассматриваются причины и следствия этнополитических конфликтов Так, следует отметить такие труды как «Сетевые стратегии Запада на Юге России», «Локальные межэтнические конфликты на Юге России», работы таких ученых как И П , Добаев В В Черноус и др Интересны диссертационное исследование Н Н Шипиловой «Региональные этнополитические конфликты технологии продуцирования и урегулирования», монографии С.А Кислицына, М.Б Смоленского, Е В Стуровой о проблемах формирования гражданского общества в России Однако, технологический аспект массовых политических коммуникаций, являющихся инструментом различных враждебных сил в стимулировании развития этнополитических конфликтов на Юге России, остается недостаточно изученной областью политической науки. Исходя из вышеизложенного, следует отметить, что региональный аспект PR-технологий в политике на Юге России актуален и нуждается в специальном изучении через призму методологии сравнительной политологии

Целью диссертационной работы является исследование применения политических технологий массовых коммуникаций в сфере региональных выборов и информационной политики на территории Южного федерального округа, выявление общих характерных черт и особенностей использования PR-технологий, технологий в управлении межэтническими конфликтами в Южном Федеральном округе

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи исследования:

- Выявить основные черты и тенденции изучения применения PR-технологий в политическом процессе в современной России,
- Провести сравнительное исследование избирательных кампаний глав краев и областей Южного Федерального округа и президентов национальных республик ЮФО в технологическом аспекте, выявить соотношение PR-технологий и административного ресурса, дать оценку использованию PR-технологий в контексте развития демократических институтов и развития политической культуры общества;
- Изучить использование PR-технологий как инструмента информационной политики различных политических субъектов в различных аспектах возникновения межэтнических конфликтов,
- Рассмотреть место и роль PR-технологий в разрезе основных этнополитических процессов на Северном Кавказе и выявить единую парадигму применения PR-технологий в ходе управления межэтническими конфликтами,
- Определить основные принципы формирования и применения PR-технологий для управления, предупреждения и ликвидации очагов политической напряженности

**Объектом** исследования являются политические процессы в сфере массовых информационных коммуникаций и воздействия масс-медиа в ходе демократического процесса в России

**Предметом** диссертационного исследования являются эффективные политические технологии, прежде всего из области Public Relations, применяемые в ходе политических избирательных кампаний и этнополитических конфликтов в ЮФО

**Рабочая гипотеза** диссертационного исследования состоит в обосновании позиции, согласно которой уровень применения PR-технологий в региональном политическом процессе в ситуации демократических выборов формируется

исходя из ментальности основных групп населения в регионе, а также с учетом того, что против России на территории ЮФО ведется «информационная война» с целью создания и поддержания этнополитической нестабильности.

Методологической основой исследования является ряд научных методов, характерных для политологической науки, прежде всего метод сравнительной политологии. Он в политической науке стал одним из центральных, так как многие исследователи считали и считают его наиболее подходящим заменителем метода эксперимента, широко используемого в естественных науках<sup>1</sup>

Сравнимость в политической науке часто достигается за счет сравнения не стран в целом, а отдельных их регионов. Повышается уровень сравнимости и при исследовании одной страны или исторически близкого региона в диахронном плане. Исследователь может повышать степень сравнимости за счет поиска однородных структурных контекстов изучаемой зависимости, а не за счет сравнения ее содержания. Проблема сравнимости часто решается за счет общей концептуальной схемы общества или его политической системы, приложимой к различным культурным и историческим средам. Из многочисленных видов сравнительного анализа в политологии в рамках данной диссертации автор в основном придерживается регионального сравнения и кросс-темпоральное сравнение, основу которого заложил Нейл Смейлзер<sup>2</sup>

Помимо метода сравнительной политологии автор исследования широко использовал системный и исторический метод изучения общественных явлений в их последовательном взаимообусловленном развитии, выявления связи прошлого, настоящего и будущего и выявлении общих взаимосвязей и закономерностей. В ходе анализа проведения избирательных кампаний был использован также институциональный метод, который позволил сделать комплексную оценку политических институтов, являющихся проводниками политических процессов, выступая при этом как активный его субъект. При анализе влияния PR-технологий на этнические стереотипы применялся социально-психологический метод, позволяющий изучать

---

<sup>1</sup> Сравнительная политология. СПб: Изд-во СПбГУ, 1999 г.

<sup>2</sup> Смейлзер Н. Социология. М.: Феникс, 1994.

зависимость поведения индивидов в обществе в зависимости от их принадлежности к социально-этническим группам

Кроме методов классической политологии в работе были использованы инструменты, методы и принципы public relations, основанных и сформулированных еще в начале прошлого века ведущими учеными в этой области познания, находящейся на грани науки и искусства, такими как С Блэк, Э Л Бернейз, А Ли, А Оэкл и др.<sup>1</sup> Западные классики в своих трудах исходят из того, что PR - это взаимоотношения между властью и общественностью, предполагая таким образом диалог между этими двумя субъектами PR(общественные отношения) в демократическом обществе должны основываться на добровольном желании общественности и власти получать информацию друг от друга, быть открытыми и готовыми к сотрудничеству. Для нас важен тезис, что общественность можно рассматривать либо как совокупность потребителей, либо как совокупность людей, имеющих определенное мнение. а задача PR - донести информацию до общественности и получить информацию от общественности и об общественности, чтобы затем использовать ее в управляющей деятельности

Нормативно-правовой базой исследования стали Конституция РФ, законодательство РФ о выборах, ФЗ «О выборах Президента РФ», «О выборах депутатов Государственной Думы», Указ Президента «О полномочных Представителях в Федеральных округах», ФЗ «О средствах массовой информации», Указы Президента РФ «О полномочном Представителе Президента РФ в Федеральных округах», «О размещении Центральной избирательной комиссии Российской Федерации», "О порядке рассмотрения кандидатур на должность высшего должностного лица (руководителя высшего исполнительного органа государственной власти) субъекта Российской Федерации", некоторые распоряжения Государственной думы РФ, распоряжение Правительства РФ об административной реформе

Следует отметить Федеральный закон "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме

---

<sup>1</sup> См напр Ли «Декларация о принципах» //http //preduc h10 ru, Бернейз Э Л «Кристаллизирова общественное мнение»//http //www letopis info, Блэк С. «Паблнк рилеппенз», - Сирпн, 2003 г

граждан Российской Федерации" от 12.06.2002, так как именно он трактует ряд положений PR-технологий в политической среде и определяет предвыборную агитацию как деятельность, осуществляемую в период избирательной кампании и имеющую целью побудить или побуждающую избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов, список кандидатов или против него (них) либо против всех кандидатов (против всех списков кандидатов). Таким образом, эффективные технологии по ведению политической конкуренции в предвыборной борьбе получают законодательную базу.

Эмпирической базой исследования стали материалы общественно-политической прессы, сети Интернет, социологические опросы, отчеты органов исполнительной власти регионов

**Научная новизна выводов и результатов исследования** состоит в том, что сделана одна из первых попыток системного анализа применения PR-технологий в региональных политических процессах Южного Федерального округа

Конкретно элементы научной новизны состоят в следующем

- На основе анализа процессов выборов глав регионов ЮФО выделены основные тенденции применения PR-технологий в региональном политическом процессе,
- Исследована специфика проблемы связи с общественности и PR-технологии в национальных республиках Юга России. Применение PR-технологий в избирательных кампаниях ЮФО рассмотрено с учетом характеристик национального менталитета основных групп избирателей, проведено сравнение процессов в русских регионах и национальных республиках,
- В управленческой деятельности рассмотрены не только в традиционном позитивном ключе, но и в контексте продуцирования определенными субъектами межэтнических конфликтов на Северном Кавказе. Анализ такой деятельности осуществлен как систематизация универсальной методики через призму PR-технологий на основе событийного ряда.

- Выявлена взаимосвязь между технологиями массовых политических коммуникаций, применяемых в ходе информационной политики различных стран и конкретными технологиями продуцирования и управления этнополитическими конфликтами в ЮФО;
- Выделены принципиальные вопросы формирования PR-технологий для управления и предупреждения межэтнических конфликтов на Юге России

На защиту выносятся следующие **основные положения**

- Используемые в политическом процессе PR-технологии, являются неотъемлемой частью управленческой деятельности органов власти демократического государства, в тоже время они могут рассматриваться как индикатор уровня политической культуры. Характер применения данных технологий показывает, что демократические институты в России все еще находятся в процессе становления PR, являющийся важнейшей частью политической коммуникации, некорректно в России делить только на «черный» и «белый», так как переходный период государства стимулирует развитие в России промежуточных т.н «серых» технологий. При систематизации PR-технологий трудно провести раздел по критериям законности и эффективности, но выделение морально-этического критерия не оправдано ввиду аморфности термина. Классические PR-технологии в России применяются несистематически, фрагментарно и политически ангажировано, что является проявлением незрелости политической культуры
- В избирательных кампаниях глав администраций Ростовской области, Краснодарского и Ставропольского краев активно используются административный ресурс и PR-технологии различного оттенка. Характерной чертой является то, что применение административного ресурса носит содержательно характер PR, включая, с одной стороны, коммуникативно-информационные, исследовательско-аналитические, организационно-координирующие, интегративные задачи, с другой стороны, задачи по дискредитации оппонентов, ограничение информационной

подачи программ конкурентов и превалирование ангажированной информации, тенденции административного давления Это свидетельствует как о недостаточно высоком уровне политической культуры всего российского общества, так и о происходящей эволюции практик и технологий связи с общественности

- В национальных республиках Северного Кавказа административный ресурс и PR-технологии применяются в деятельности управленческих структур в условиях, когда с одной стороны, имеется низкий уровень развития демократических институтов, подвластность избирателей местных кланово-этнических групп своим неформальным лидерам, а с другой стороны – налицо применение PR-технологий, не только традиционных, но и инновационных в борьбе за голоса русского населения,
- PR-технологии, основанные на этнических стереотипах, являются одними из основных технологий продуцирования и эскалации межэтнических конфликтов Благодаря информационной экспансионистской политике ряда политических субъектов становится возможным создание очагов этнополитической напряженности посредством PR-технологий на Северном Кавказе,
- Проведенный анализ этнополитических конфликтов на Юге России ясно указывает на существование единого алгоритма технологий PR в процессе продуцирования, эскалации и управления этнополитическими конфликтами, несмотря на отсутствие единых и универсальных PR-технологий в обычных условиях Алгоритм является частью общего инструментария процесса формирования, становления и управления конфликтов на Юге России,
- Для противодействия дестабилизирующим факторам в сфере продуцирования межэтнических конфликтов должны быть приняты серьезные меры на государственном уровне в виде выработки единой доктрины информационной политики России на Северном Кавказе, которая должна быть наднационального характера и нести в себе превентивные PR-технологии, способные не только управлять действующими этнополитическими конфликтами, но и предупреждать их

**Практическая значимость работы.** Результаты исследования могут быть использованы при выявлении причин возникновения конфликтов в регионе в области PR и ликвидации последствий, способных дестабилизировать обстановку. Реализованный в исследовании подход к анализу технологий продуцирования межэтнических конфликтов на территории ЮФО может быть экстраполирован на другие сложные регионы России. Предпринятый в работе алгоритм сравнения использования PR-технологий в избирательном процессе, исходя из национальных особенностей, может быть использован для анализа кампаний в любых регионах РФ, а выявленные тенденции могут быть характерны для целого ряда российских регионов.

**Апробация работы.** Диссертация обсуждена и рекомендована к защите кафедрой политологии и этнополитики Северо-Кавказской Академии государственной службы. Концепция исследования была представлена в докладах на научных конференциях СКАГС. в ряде публикаций, в том числе в брошюре и статье в ведущем журнале из списка ВАК.

**Структура работы.** В соответствии с решением поставленных задач, диссертация состоит из введения, двух глав включающих шесть параграфов, заключения и списка литературы из 185 источников. Диссертация имеет следующую структуру.

### **Введение**

**Глава 1. PR-технологии в избирательных кампаниях регионального уровня в ЮФО**

1.1 Методология и теоретические основы изучения PR-технологий в политическом процессе

1.2 Применение PR-технологий и административного ресурса в избирательных кампаниях на региональном уровне

1.3 Технологии PR и административный ресурс в избирательных кампаниях в республиках Юга России

**Глава 2. Основные направления и технологии информационной политики в условиях этнополитических конфликтов на Северном Кавказе.**

2.1 PR-технологии как инструмент информационной политики и методика продуцирования межэтнических конфликтов



2 2 PR-технологии в развитии межэтнических конфликтов на Юге России

2 3 PR-технологии урегулирования и предупреждения этнополитических конфликтов

**Заключение**

**Список использованной литературы**

## **Основное содержание работы**

Во введении обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, выявляется степень ее разработанности, определяются объект и предмет исследования, формулируются его цель и задачи, указываются элементы научной новизны, характеризуется методологическая основа работы, освещается теоретическая и практическая значимость проведенного исследования, излагаются основные положения, выносимые на защиту

Первая глава «PR-технологии в избирательных кампаниях регионального уровня в ЮФО» посвящена основным проблемам и острым вопросам изучения и применения PR-технологий в избирательных кампаниях в современной России и проводится дуалистический анализ такой малоизученной проблемы как региональные избирательные кампании Юга России за период 1991 – 2005 гг, проводя водораздел по этническому фактору

В первом параграфе «Методология и теоретические основы изучения PR-технологий в политическом процессе» анализируется современная теория политического PR, рассматриваются такие проблемы как самостоятельность политического PR, его взаимосвязь с пропагандой и политической рекламой, выделяются основные технологии избирательных кампаний в современной России. Диссертант пишет, что PR в политическом процессе – это самостоятельная и принципиально важная часть политической коммуникации, связанная с политической рекламой и пропагандой, но не являющаяся частью ее. Также автор проводит анализ такой

важной проблемы как так называемый «черный» PR, ставит вопросы применения технологий массовых политических коммуникаций различных оттенков в России в свете формирования демократических институтов

Анализируя PR-технологии, применяемые на пространстве России в целом и ЮФО в частности, необходимо помнить и понимать, что развитые и грамотные технологии "public relations" являются императивом только демократического государства. В авторитарных формах правления необходимость такого тонкого инструмента отсутствует и в ход идет только пропаганда. Как справедливо утверждает автор, доверие и понимание со стороны общества может быть достигнуто только в том случае, если государственные органы сами стремятся в максимально допустимых пределах предоставлять обществу объективную информацию о своих решениях и действиях, положении в стране, т.е. следовать принципам информационной открытости и прозрачности деятельности. И решение этих задач во многом определяется эффективностью информационного управления, реализуемого PR-службами аппарата государственных органов.

Диссертант утверждает, что в современной России демократические институты еще только формируются, а значит, и уровень PR еще далек от совершенства, более того, административная реформа, проводимая в России, дает двойственный результат – с одной стороны, идет формирование пресс-служб в органах государственной власти, которые активно занимаются связями с общественностью, а с другой, серьезного государственного подхода в этой сфере, на наш взгляд, не прослеживается. Последние новации в области избирательного права, например, отмена выборов губернаторов населением, отказ от мажоритарной системы голосования, элементы вмешательства в власти в партийное строительство оппозиционных партий, отмена порога явки избирателей и т.п., объективно ограничивают поле применения избирательных технологий.

Автор отмечает, что PR, являясь имманентной частью политической коммуникации, в России некорректно делить на «черный» и «белый», так как переходный период государства является следствием к наличию в России только условно «серых» технологий. Делая попытку систематизации PR-технологий,

диссертант проводит раздел по критериям законности и эффективности, разделение же по морально-этическому признаку не может быть четко сформулировано ввиду размытости данного термина и двойственности анализа PR-технологий с этого ракурса. Дискурсивность приводит к тому, что мы можем говорить лишь об условном характере моральных критериев PR-технологии в России: применяются несистематически, фрагментарно и политически ангажировано, что является индикатором демократической незрелости.

Второй параграф **«Применение PR-технологий и административного ресурса в избирательных кампаниях на региональном уровне»** посвящен исследованию опыта избирательных кампаний глав регионов Южного федерального округа, как индикатора всей ситуации в регионе в аспекте применения PR-технологий.

В ходе проведенной работы, автор выявляет, что затруднительно дать однозначную оценку о превалировании факторов административного ресурса или PR-технологий в ходе избирательных кампаний в русских регионах ЮФО. В избирательных кампаниях глав русских регионов активно применяются административный ресурс и PR-технологии различного оттенка. Особенностью является то, что применение административного ресурса носит содержательно характер PR, включая ограничение информационной подачи конкурентов и превалирование ангажированной информации. Однако, как справедливо указывает диссертант, в ряде случаев видны перегибы, в ходе которых глава региона, будучи в корпоративном единстве со всеми ветвями власти, варьирует в свою пользу законодательство, актами облизбиркомов устраняет конкурентов, привлекает силовые структуры. Автор работы указывает, что избирательные кампании 1990-х гг. дают нам возможность увидеть, что без эффективных PR-технологий, в том числе и из арсенала условно «серых», но законных, победить действующую в регионе власть невозможно. Очевидно, что демократические институты в нашей стране все еще находятся в стадии становления, что и объясняет применение административного ресурса в ходе выборов глав регионов в краях и областях ЮФО, причем проведенный темпоральный анализ показывает нам, что в 2000-е годы наметился откат от демократических ценностей.

западного образца, что в избирательных кампаниях выразилось в сокращении уровня применения PR-технологий в пользу административного ресурса и, в итоге, вылилось в административную реформу, в ходе которой были отменены региональные выборы

В третьем параграфе «Технологии PR и административный ресурс в избирательных кампаниях в республиках Юга России» автор, придерживаясь этнического критерия, проводит анализ выборов глав национальных республик Северного Кавказа и республики Калмыкия. Итоги данного исследования показывают, что хотя правовая база и декларирует гражданское общество в регионах Юга России, однако, как отмечает диссертант, полное отсутствие независимых СМИ, ангажированность и корпоративная солидарность органов власти всех уровней и избирательных комиссий не дают нам возможность говорить о построенном гражданском демократическом обществе в рамках республик ЮФО. В ходе избирательных кампаний в национальных республиках очевидно присутствие фактора родо-племенной клановости в борьбе за власть, причем, зачастую эти кланы носят ярко выраженный национальный характер. Проведенное диссертантом исследование показывает, что PR-технологии работают в основном на то, чтобы бороться за голоса нетитульной русской общественности (хотя и немалочисленной), кроме того, их применение носит ярко выраженный национальный контекст. Все применяемые PR-технологии направлены на борьбу не между партиями и движениями, а именно на создание негативного/позитивного образа того или иного кандидата в русле клановой этнической конфронтации.

Автор отмечает, что вследствие этого, соотношение применяемого административного ресурса и PR-технологий в республиках Северного Кавказа приблизительно равное, но имеет свои отличительные особенности от русских регионов. Очевидный полиэтнический состав населения создает двойственность данной ситуации, в которой, с одной стороны, имеется низкий уровень политической культуры в национальных республиках, выливающийся в ангажированности избирателей и давлении на электорат со стороны старейшин и «уважаемых людей» каждого клана или этноса, а с другой стороны – налицо

применение серьезных PR-технологий, не только традиционных, но и эффективных в борьбе за голоса русского электората, который отличается меньшей ангажированностью и более высоким уровнем политической культуры. Что касается разнообразия инструментария применяемых PR-технологий, то он здесь весьма обширен. На наш взгляд, он не является уникальным явлением, а непосредственно зависит от конкретного субъекта. В тоже время, среди характерных для республик Кавказа технологий прослеживается спектр именно инновационных PR-технологий, а не только стандартных.

Вторая глава диссертации называется «**Основные направления и технологии информационной политики в условиях этнополитических конфликтов на Северном Кавказе**» и посвящена исследованию применения технологий информационной политики, в частности публичных релейшенз в такой важной части политического процесса, как этнополитические конфликты 1990-е гг на Северном Кавказе.

Первый параграф «**PR-технологии как инструмент информационной политики и методика продуцирования межэтнических конфликтов**» является исследованием такого аспекта применения PR-технологий как использование их в качестве инструмента информационной политики различных стран, а именно в аспекте продуцирования и развития межэтнических конфликтов.

Автор справедливо утверждает, что в современном информационном обществе PR стал настоящим оружием скрытых и незаметных войн нового типа – «информационных». Очевидно, что в современном обществе межэтнические конфликты носят массовый характер, а значит, продуцируются и регулируются они во многом именно средствами массовой политической коммуникации, именно PR-технологиями. Диссертант выделяет, что вокруг Юга России идет очень серьезное политическое противостояние целого ряда сверхдержав и даже цивилизаций. Здесь плотно сплелись интересы России, США и исламского мира, что обусловило формирования узлов противоречий.

В современном обществе межэтнические конфликты носят повторяющийся характер, а значит, продуцируются, развиваются и регулируются во многом именно средствами массовой

политической коммуникации, а конкретной – PR-технологиями. Межэтнические конфликты на Юге России, в том числе и недавний конфликт в Чечне, и напряженность в отношениях с Грузией, с подрывной деятельностью со стороны ряда сетевых зарубежных организаций – все это, во многом, является конфронтацией в том числе и PR-технологий. По мнению исследователей это можно назвать крупной «информационной войной». Конфликт идей, стереотипов – предтечи межэтнических конфликтов, продуцирующие и эскалирующие факторы. Автор отмечает, что данные этнополитические конфликты являются с технологической точки зрения именно конфронтацией в поле связи с общественностью, поскольку детальные исследования «информационных войн» в ЮФО ясно показывают весь применяемый комплекс мероприятий по информационному воздействию на массовое сознание в условиях информационной открытости для изменения поведения людей и навязывания им целей, которые не входят в число их интересов. Именно это навязывание посредством PR-технологий, посредством СМИ и позволяет диссертанту говорить об этнополитических конфликтах в ЮФО именно как о конфликтах, в том числе и информационных, происходящих на межгосударственном и цивилизационном уровне, последствия которых еще полностью не определены. На территории ЮФО прослеживается достаточно последовательная политика, направленная на подрыв региона изнутри посредством обострения межэтнических отношений, в том числе и посредством PR-технологий. Данный процесс наблюдался отчетливо во всех без исключения межэтнических конфликтах от всплеска ксенофобии в российских городах до войны в Чечне и конфронтации с Грузией. По мнению ряда исследователей в ЮФО, несмотря на успехи политики президента В.В. Путина, сохраняются элементы межэтнической напряженности и информационного противостояния.

Второй параграф «PR-технологии в развитии межэтнических конфликтов на Юге России» посвящен исследованию конкретных технологий массовых политических коммуникаций, применявшихся в ходе продуцирования и развития межэтнических конфликтов на территории ЮФО. В ходе исследования автором PR-технологий, которые являются в

ряде случаев ведущими для провоцирования, разжигания, развития и поддержания очагов нестабильности в виде этнополитических конфликтов можно выявить достаточно универсальный их алгоритм, основанный на давлении на этнический стереотип, зачастую формируемый при помощи PR-технологий. Это дает основание автору говорить о направленности и управляемости данными конфликтами на макроуровне. Цель во всех случаях одна – создание очагов нестабильности и открытого вооруженного противостояния.

Вышеупомянутый единый универсальный механизм смело можно применять к любому межэтническому конфликту, происходящему на Юге России. Все PR-технологии, применяемые здесь, можно разделить на две большие группы, основанные на стадиях этнополитического конфликта: технологии продуцирующие конфликты и технологии эскалации и развития конфликта. PR-инструментарий **продуцирования конфликта**, основан на создании конфликтного этнического стереотипа, создании враждебных образов иных народов, полное искоренение толерантности, создания и поддержания кавказского ультранационализма, близкого к шовинизму, основанному, прежде всего, на русофобии. Инструментами и средствами здесь являются творческая, властная, культурная и религиозные элиты, которые, зачастую четко не осознавая, становятся проводником навязывания обществу изначально чуждых ему интересов, создавая при этом иллюзию свободы выбора. В первую очередь через элиты применяется группа методов, связанная искаженной передачей населению фактов исторического прошлого: подмена проблем современности историческим прошлым; проецирование современных проблем в прошлое; «историческая война»; создание версий прошлого своего народа — с непременно возвеличиванием его роли за счет соседних этносов»; проведение исторических параллелей, подталкивая население к нелепым выводам. Одновременно, благодаря духовной элите идет использование в искаженной форме постулатов религии, после чего идет планомерное создание образа врага в виде соседних этносов через СМИ, творческую интеллигенцию и властные структуры.

Данный набор методик был применен при продуцировании всех межэтнических конфликтов на Юге России, подготавливая к ним массовое сознание этносов, после чего формулировался вызов вызов и начиналось открытое противостояние. Естественно, что подобное манипулирование массовым сознанием долго не существует без своевременной поддержки, поэтому, для **развития конфликта** идет применение другого набора PR-технологий, выявленных диссертантом создание «независимыми» СМИ положительного образа одних и отрицательного образа других участников конфликта; активное использование Интернет-технологий в целях мистификации возможности выбора своего мнения у аудитории на одни и те же факты в ходе конфликта, при том, что все сервера антироссийских участников конфликта находятся на территории США и Европы, PR-акции некоторой части правозащитников, имеющие цель дестабилизацию этнополитической обстановки и направленные против российской власти в регионе, использование дестабилизирующей стороной заказной журналистики для подрывной деятельности в информационном поле, метод «барража» при анализе фактов конфликта, который подводит индивидуумов к необходимым действиям, зачастую прямо противоречащих его интересам.

В третьем параграфе «**PR-технологии урегулирования и предупреждения этнополитических конфликтов**» речь идет об основных принципах, на которых должны основываться технологии урегулирования и превентивного предупреждения этнополитических конфликтов на Юге России, а также автор делает предположения о дальнейшем развитии стратегии информационной политики России в контексте ведения «информационных войн». Межэтнические конфликты, «цветные революции» и много другое в современном медийном обществе формируются и реализуются прежде всего методами PR через политические и информационные элиты, сетевые организации. Современность даст нам такие понятия как «сетевые» войны. Соответственно, российское государство должно искать адекватные методы ответов на вызовы в поле массовых политических коммуникаций, что в информационном этапе развития цивилизации становится основополагающим моментом



По мнению автора, надо отдавать отчет, что в пространстве «постмодерна» защититься можно, только используя адекватные методы – методы «сетевых войн». Автор отмечает, что ни наличие многомиллионной армии, ни ядерное оружие, ни спецслужбы «старого образца» не гарантируют надежной защиты. Вернуть эффективность и действенность оружия прошлой исторической эпохи – индустриальной – можно только одним единственным способом. Для этого необходимо в масштабах планеты уничтожить технологическую инфраструктуру глобальных коммуникаций. Едва ли это реальная перспектива, за исключением, конечно, эсхатологического сценария глобальной «ядерной зимы». Таким образом, единственный вариант защиты, при невозможности как полной самоизоляции от глобального информационного сообщества, так и физического уничтожения его технологической инфраструктуры, – это подключение к уже существующей сети, но не в качестве пассивного объекта, а активно действующего субъекта. Органы власти, политические партии и движения выступающие с позиций государственного патриотизма должны изучить парадигмальные законы постмодерна не хуже его создателей и архитекторов и использовать их для защиты собственного права на культурную и цивилизационную идентичность, геополитическую суверенность в рамках определенного сегмента многополярного мира. Необходимо повышение PR-компетентности органов управления, представляющей собой единство диагностической, прогностической и программирующей коммуникативно-технологической деятельности. Необходимо создание новой наднациональной российской наступательной доктрины информационной политики, способной не только разрешать существующие межэтнические конфликты, но и превентивным образом разрушать агрессивные враждебные этнические стереотипы и политические модели поведения субъектов. Информационная политика, основанная на PR-технологиях, способна ликвидировать старые очаги напряженности и нестабильности и не допускать появления новых межэтнических конфликтов.

**В заключении диссертации автор формулирует основные выводы исследования, сделанные как в теоретической, так и в прикладной его части**

**По теме диссертации опубликованы следующие работы:**

1 Олехнович К С Проблемы изучения PR-технологий в региональном политическом процессе Южного Федерального Округа //Известия ВУЗов Северо-Кавказский регион Общественные науки Спецвыпуск Политология и социология (ведущий журнал) 2006 г , 0,5 п л

2 Олехнович К С Проблемы изучения PR-технологий в региональном политическом процессе Южного Федерального Округа //Ученые записки СКАГС № 3-4 2006 г , 0,5 п л

3 Олехнович К С Основные направления и технологии массовых информационных политических коммуникаций в условиях этнополитических конфликтов на Северном Кавказе, Ростов-на-Дону изд-во СКАГС, - 2007 г , 2,5 п л.

**Текст автореферата размещен на сайте Северо-Кавказской академии государственной службы: [www.skags.ru](http://www.skags.ru)**

Подписано к печати 21 03.07. Объем 1,5 п л. Усл п л 1.

Тираж 100 экз Заказ № 21/3

344002, Ростов н/Д, Пушкинская, 70, СКАГС.