

Секция «Политические науки»

Средства массовой информации как фактор формирования образа политической партии в регионе

*Ахматнурова Светлана Фаатовна*

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет*

*политологии, Москва, Россия*

*E-mail: shambala384@ya.ru*

Проблемой исследования выступает специфика освещения средствами массовой информации каждой из 4 парламентских партий и особенности формирования их образа в Орловской области.

1. В начале 1990-х годов Орловская область относилась к так называемому «красному поясу» – регионам с высокой поддержкой КПРФ. В период президентских сроков В. Путина политические представления жителей трансформировались в сторону поддержки «Единой России». Однако на выборах муниципального уровня в г. Орел в марте 2011 года «Единая Россия» потерпела поражение – места в Орловском городском совете разделились практически поровну между ЕР и КПРФ. Конфронтация между основными соперниками обострилась. На декабрьских выборах разница между процентами голосов, набранных ЕР (49,32%) и КПРФ (19,19%), вновь вырастает. Автор связывает такой «маятниковый» характер отношения жителей области к партиям с агитационной кампанией, направленной против КПРФ в СМИ регионального уровня. Нас интересует наличие связи между позицией СМИ и степенью влияния на нее местной власти, зависимость СМИ от монетарного фактора и административного ресурса.

2. Исследование формирования образов партий опиралось на теорию стереотипов У. Липпмана [1], концепцию Г. Лассуэлла [2] о выделении трех видов пиара, модель двухступенчатой коммуникации П. Лазарсфельда [3]. В исследовании был использован метод количественного и качественного контент-анализа материалов Орловских региональных СМИ, опубликованных в агитационный период избирательной кампании выборов в Государственную Думу VI созыва. Автором не рассматривались источники информации, которые являются официальными печатными органами политических партий в регионе. Теоретической основой анализа образов политических партий в зеркале орловских СМИ стали в первую очередь концепции формирования и восприятия образа власти Е. Б. Шестопаля, Т. Н. Пищевой: в частности персонифицированность восприятия власти и система параметров оценки образа власти Ч. Осгуда, доработанная Е. Б. Шестопаля [4].

3. Проблему действующих политических партий автор видит в том, что у них нет устойчивого электората. Ни в сознании граждан, ни в программах партий не находит отражения четкое определение того, интересы какого класса представляет та или иная партия. Связано это в первую очередь с тем, что в России нет четко сложившейся социальной структуры общества с присущими каждому классу определенными ценностями и интересами. Большинство российских партий представляют собой партии не «идеологического» типа, а «вождистского». Единственным исключением из этого правила можно считать КПРФ, но и эта партия в качестве идеологии принимает не собственную – КПРФ провозглашает себя продолжателем идей КПСС [5]. Отсутствие

сформировавшейся социальной базы снижает стимулы к производству идеологического продукта. Все это порождает возможности для воздействия средств массовой информации на общественное сознание.

4. Личный доступ к информации о политических деятелях и политических событиях затруднен, поэтому получение ее членами общества происходит опосредованно – через СМИ. Информационное пространство в России на данный момент фрагментировано и неоднородно в своем развитии от Центра к периферии [6]. Вследствие этого наблюдается переизбыток информационных средств в одних регионах России и жесткая конкуренция между ними или, наоборот, слабая информированность населения и отсутствие у него возможности получать актуальную информацию о проблемах страны и своего региона в других. С середины 1990-х годов на рынок СМИ начинается приток политизированного капитала. СМИ стали основной средой политических коммуникаций, начали играть ключевую роль в политических конфликтах.

5. Вышеозначенное обуславливает актуальность исследования, проведенного автором в 2011-2012 годах. По итогам исследования мы приходим к следующим выводам.

Во-первых, в информационном пространстве Орловской области наблюдается сильный перекос в сторону освещения деятельности КПРФ и «Единой России» и недостаточно освещение деятельности двух других партий: ЛДПР и «Справедливой России».

Во-вторых, мы замечаем, что складывается определенная традиция освещения каждой партии в положительном или негативном контексте. Возникает закономерный вопрос – чью точку зрения представляют СМИ. С одной стороны, можно сделать выводы, что небольшая представленность партии в информационном пространстве влечет за собой слабую поддержку партии избирателями и, как следствие, ее незначительный политический вес в регионе. Однако такая ситуация складывается при условии наличия независимых СМИ, которые выражают свою собственную точку зрения относительно политической ситуации и ее участников. Оценивая соотношение положительных и негативных комментариев в адрес партий, в освещении каждой из них можно выделить определенные тенденции. Результаты предыдущих выборов регионального и муниципального уровня демонстрируют, что в регионе еще сильны коммунистические настроения. Весьма сомнительным представляется, что они не нашли отражения в прессе. Поэтому автор склонен считать, что здесь можно выявить обратную зависимость – интерес прессы к политическим партиям и активность их освещения (преимущественно в негативном свете) прямо пропорциональны политическому весу этой партии и угрозе, которую она представляет для партии власти на выборах. Причем те же самые события освещаются в Интернет-пространстве с нейтральной оценкой.

Следовательно, мы можем делать выводы о том, что монетарный фактор действительно играет большую роль в работе печатных средств массовой информации, а Интернет-источники пока менее подконтрольны региональным органам власти.

## **Литература**

1. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. – М.: Прометей, 2004.
2. Коргунюк Ю. Г. Становление партийной системы в современной России. – М., 2007.

3. Липпман У. Общественное мнение. – М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2004.
4. Политические отношения и политический процесс в современной России: учебное пособие / Под общ. ред. В. И. Коваленко. – М.: Издательство московского университета, 2010.
5. Шестопап Е. Б. Образы власти в постсоветской России / Под ред. Е. Б. Шестопап. – М., 2004.
6. Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice. – New York, 1944.