

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

На правах рукописи

Кафедра политических наук

**ИНФОРМАЦИОННАЯ КОММУНИКАЦИЯ ВПП «ЕДИНАЯ РОССИЯ»
С ОБЩЕСТВЕННЫМИ ИНСТИТУТАМИ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**АВТОРЕФЕРАТ
магистерской работы**

студентки 3 курса 370 группы

Направление подготовки 41.04.04 «Политология»; «Государственная
политика и управление»

юридического факультета

Витулевой Юлии Владимировны

Научный руководитель

д.п.н., профессор_

Н.И. Шестов

Зав. кафедрой:

д.п.н., профессор_

А.А. Вилков

Саратов 2018

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

Актуальность темы магистерской диссертации

Всероссийская политическая партия «Единая Россия» вот уже 14 лет доминирует в региональных парламентах и активно участвует в работе органов местного самоуправления. Во многом потому, что сумела наладить широкую сеть коммуникаций с социальными институтами и использует для этих коммуникаций разнообразные коммуникативные технологии. В этом сегменте партийной работы накоплен определенный опыт, актуальный для изучения, обобщения и практического применения другими партиями, сотрудничающими с «ЕР» в демократической политике.

Мы полагаем, что в настоящее время существует потребность в изучении этого опыта и с точки зрения политической практики. Тем самым может быть обеспечена большая открытость политики для массы рядовых граждан и повышено доверие последних к региональной власти и самой «Единой России», а также к российским политическим партиям, в целом. Это предпосылка к минимизации рисков возникновения конфликтных ситуаций в партийно-общественных коммуникациях в пространстве региона и, в целом, это будет способствовать гармонизации общественно-политических отношений в регионе.

Изучение опыта информационных коммуникаций «ЕР» актуально и в аспекте той роли, которую в этих коммуникациях играют такие институты общественно-государственного партнерства, как Общественная палата Саратовской области, уполномоченные по правам человека и ребенка, общественные советы при министерствах и т.д. Это существенно обогащает конкретикой научное знание о факторах и особенностях развития гражданского общества в современной России. В частности, о таком факторе, каким является активная деятельность новейших средств массовой коммуникации, организационная и технологическая архитектура которых позволяет партиям и гражданам выстраивать и поддерживать политический диалог.

Степень научной разработанности проблемы

Большинство отечественных исследований по проблеме партийных коммуникаций группируется вокруг традиционной тематики: распределение медиа-ресурса между политическими элитами и обществом; формирование повестки дня, качественные характеристики аудитории, «цифровой барьер» и т.д. Отечественные исследователи изучают политико-коммуникативные технологии «Единой России» преимущественно в контексте избирательных кампаний, в то время как технологические аспекты и ресурсная база коммуникации вне электорального цикла освещены значительно слабее. Особенно это касается проблематики коммуникативного взаимодействия «ЕР» и общественных институтов в региональном политическом процессе.

В то же время зарубежных исследователей больше интересует анализ информационных коммуникаций российских политических партий и общественных институтов в связи общими процессами демократизации российской политической системы. Основная задача таких исследований – дать ответ на вопрос о том, как кооперация между оппозиционными партиями и структурами гражданского общества может способствовать преодолению авторитарных тенденций во внутренней политике современной России; в каких случаях и с какой целью оппозиционные партии могут и должны примыкать к массовым неполитическим протестным акциям российских граждан. Такой ракурс исследования проблематики партийных коммуникаций представляется более актуальным в условиях современной российской политики. В силу того, что он подразумевает не только анализ самих коммуникативных ресурсов, но и политического результата их использования. С той лишь оговоркой, что для многих зарубежных исследований свойственна априорная установка на то, что партия «Единая Россия» в системе политических коммуникаций (информационных, в том числе) является силой, противостоящей демократическим изменениям в стране. Более продуктивной в научном отношении представляется подход, согласно которому информационные коммуникации являются механизмом решения проблем функционирования самой партии, и лишь во вторую очередь общих проблем политического процесса.

При рассмотрении феномена информационной коммуникации мы опирались на работы таких отечественных авторов, как Г.А. Голицын и В.М. Петров¹, М.А. Штанько², Н.Ю. Хлызова³, А.А. Вилков, С.Ф. Некрасов, А.В. Россошанский⁴, А.А. Казаков⁵, П.Н. Киричек⁶, А.Г. Блудова⁷,

¹ Голицын Г.А., Петров В.М. Информация. Поведение. Творчество. М.: Наука, 1991. 340 с.

² Штанько М.А. Модель как результат исторического компаративного анализа // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2012. № 9 (23): в 2-х ч. Ч. 1. - С. 206-209.

³ Хлызова Н.Ю. Средства массовой информации и средства массовой коммуникации как основные понятия медиаобразования // Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи / под ред. Л. П. Громовой. СПб., 2008. С. 289.

⁴ Вилков А.А., Некрасов С.Ф., Россошанский А.В. Политическая функциональность современных российских СМИ. Саратов: Издательский центр «Наука», 2011.

⁵ Казаков А.А. Взаимодействие информационной и политической «повесток дня»: к постановке проблемы // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия «Социология. Политология». Выпуск 3. 2011. Том 11. С. 70-74.

⁶ Киричек П.Н. Публицистика и политика: природа альянса. Саранск, 1995. С. 12.

⁷ Блудова А.Г. Особенности взаимодействия субъектов политической коммуникации в пространстве политической культуры: региональный аспект // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2012. Выпуск 18. С. 133.

Г.Н. Сербина⁸, Н.И. Сухих⁹. В этих работах представлены важные для нашего исследования теоретические аспекты изучения практики партийных коммуникаций и обобщен опыт таких коммуникаций в границах последних электоральных циклов.

Также данная проблематика рассматривается в работах Ч. Райта¹⁰, Г. Блумера¹¹, С. Чаффи и М. Метцгера¹², Дж. Вебстера¹³, С. Варда¹⁴, В. Сандет и Е. Итреберга¹⁵, П. Норрис¹⁶, М. МакКомбса¹⁷. Эти исследования дали нам возможность осуществить сравнение российского опыта коммуникаций «партии власти» с тем, как зарубежная наука представляет такие коммуникации в либерально-демократической политике.

Исследования С.В. Серебрянского и И.Н. Терентьева¹⁸, А.М. Максимова¹⁹, Е.Б. Малкина, Е.Б. Сучкова, А.К. Мамина,

⁸ Сербина Г.Н. Роль Интернета в формировании новостной повестки дня: критический анализ теории «Agenda-setting» // Вестник Томского государственного университета. 2015. № 397. С. 56–59.

⁹ Сухих Н.И. Формирование повестки дня как метод политического воздействия [Электронный ресурс] // Уральский федеральный университет – офиц. сайт. URL: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/52017/1/klo_2014_113.pdf (дата обращения 10.10.2017).

¹⁰ Wright C.R. Mass communication: A sociological perspective. New York, NY: Random House, 1959.

¹¹ Blumer H. Collective behavior. In A. Lee (Ed.), Principles of sociology, New York, NY: Barnes and Noble. 1946. pp. 185-186.

¹² Chaffee S.H., Metzger M.J. The End of Mass Communication? // Mass Communication & society. 2001. № 4(4). P. 365-379.

¹³ Webster J., Ksiazek T.B. The dynamics of audience fragmentation: Public attention in an age of digital media // Journal of Communication. 2012. № 62. P. 39-56.

¹⁴ Ward S., Vedel T. (2006). Introduction: The potential of the Internet revisited // Parliamentary Affairs. № 59. С. 210-225.

¹⁵ Sundet V.S., Ytreberg E. Working notions of active audiences: Further research on the active participant in convergent media Industries // Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. 2009. № 15(4), P. 383-390.

¹⁶ Norris, P. Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the internet worldwide. New York, NY: Cambridge University Press. 2001. P. 157.

¹⁷ McCombs M. Setting the agenda: The mass media and public opinion. Cambridge, England: Polity Press. 2004.

¹⁸ Серебрянский С.В., Терентьева И.Н. Коммуникация в логике развития социальной системы: от природной определенности к политическому определению // Вестник НГТУ им. Р.Е. Алексеева. Серия «Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии». 2015. С. 11-12.

¹⁹ Максимов А.М. Региональные политические коммуникации в условиях трансформации российской политической системы // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. 2011. № 1 (96), вып. 17. С. 206.

В.В. Петрова²⁰, Д.В. Чинова²¹, Т.Э. Гринберга²², С.В. Чуева²³, Г.В. Пушкарева²⁴, А.В. Шубина²⁵, В.Г. Мещерякова²⁶, С.В. Бондаренко²⁷ позволили нам обобщенно представить картину коммуникативных ресурсов и технологий современных российских политических партий, определенное место в которой занимают и коммуникативные ресурсы и технологии «ЕР».

Эти проблемы партийных коммуникативных ресурсов и технологий также нашли решение в работах таких зарубежных исследователей, как Б. Бимбер²⁸, Г. Гроссман²⁹, Д. Вайт³⁰, М. Говард³¹, Г. Нодиа³², Дж. Поттер³³, Р. Дэвис³⁴, А. Чадвик³⁵, Н. Джэксон³⁶, В. Грант³⁷.

²⁰Малкин Е.Б., Сучков Е.Б., Маминов А.К., Петров В.В. Политические технологии: Работа над ошибками. Изд-во «Русская панорама». 2016. С. 78.

²¹Чижев Д.В. Формирование имиджа российских политических партий в сети Интернет // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 1. С. 330.

²²Гринберг Т.Э. Политические технологии. М.: Аспент Пресс. 2005. С. 120.

²³Чуев С.В. Коммуникативные технологии политического менеджмента. Изд-во: Litres. 2017. сс. 348.

²⁴Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. М.: Дело. 2002.

²⁵Шубин А.В. Преданная демократия и неформалы (1986-1989). Москва, 2006. С. 313.

²⁶Мещерякова В.Г. Теоретические основы политических коммуникаций в современной России // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. 2016. № 11. С. 133.

²⁷Бондаренко С.В. Особенности создания и функционирования площадок электронной демократии // Полис. 2011. № 5. С. 164-178.

²⁸Bimber B. Information and American democracy: Technology in the evolution of political power. New York, NY: Cambridge University Press. 2003. P. 203.

²⁹Grossman G., Humphreys M., Sacramone Lutz G. «I wld like u WMP to extend electricity 2 our village»: On information technology and interest articulation // American Political Science Review. 2014. № 108 (3). P. 688–705.

³⁰White D. Political opposition in Russia: the challenges of mobilisation and the political–civil society nexus // East European Politics. № 31:3. P. 315.

³¹Howard M. The Weakness of Civil Society in Post-Communist Europe // Cambridge University Press. 2003. P. 35-36.

³²Nodia G. Civil Society Development in Georgia: Achievements and Challenges [Электронный ресурс] // Caucasus Institute for Peace, Democracy and Development. URL: <http://www.csogeorgia.org/uploads/developmentTrends/56/CivilSocietyDevelopmentinGeorgia-eng.PDF> (дата обращения 15.10.2017).

³³Potter J.D., Dunaway J.L. Reinforcing or Breaking Party Systems? Internet Communication Technologies and Party Competition in Comparative Context // Political Communication. 2015. 00:1-22. P. 12.

³⁴Davis R. Typing politics. New York, NY: Oxford University Press. 2009; Hindman M. The myth of digital democracy. Princeton, NJ: Princeton University Press. 2009.

³⁵Chadwick A. Internet politics: States, citizens, and new communication technologies, New York, NY: Oxford University Press. 2006.

³⁶Jackson N. Banking online: The use of the Internet by political parties to build relationships with voters. Manchester: MUP. General Election. pp.157–184.

³⁷Grant W.J., Moon B., Grant J.B. Digital dialogue? Australian politicians use of the social network tool Twitter // Australian Journal of Political Science. Vol. 45. pp. 579-604.

Тенденции и опыт развития политических коммуникаций партии «Единая Россия» с общественными институтами в Саратовской области в предшествующее время были проанализированы в работах А.Ю. Сунгурова, Н.П. Распопова, А.Ю. Беляева³⁸, М.Н. Концыбовской³⁹, А.В. Богданова⁴⁰, Н.Ю. Беляевой, Ш.Ш. Какабадзе, Д.Г. Зайцева⁴¹, Н.В. Черкашиной⁴², О.В. Ивановой⁴³, Д.А. Егоренкова⁴⁴, А.Ю. Янкловича⁴⁵.

Исследования специалистов по партийным коммуникациям, изученные нами в ходе работы над диссертацией, дают основание заключить, что проблема информационных коммуникаций современных партий изучена глубоко как в теоретическом, так и прикладном аспектах. В том числе, это касается и коммуникаций «Единой России». Несколько меньше, но также достаточно основательно, данная проблематика изучена применительно к российской региональной политике. Вместе с тем, система партийных коммуникаций постоянно меняется, приобретает большую или меньшую результативность в меняющихся условиях общероссийского и регионального политических процессов. Это делает необходимым ее постоянный мониторинг и оправдывает внимание к тому, в каком направлении эти изменения происходят и с какими позитивными возможностями и рисками для функционирования партийных структур в регионе они сопряжены. Все это оправдывает написание магистерской диссертации на выбранную нами тему.

Объектом исследования является Саратовское региональное отделение партии «Единая Россия», в качестве участника информационных коммуникаций в региональной политике.

³⁸ Сунгуров А.Ю., Распопов Н.П., Беляев А.Ю. Институты-медиаторы и их развитие в современной России. II. Фабрики мысли и центры публичной политики. // Полис. 2012. №4. С. 99-116.

³⁹ Концыбовская М.Н. Особенности политической субъектности региональных общественных палат (на примере Приволжского федерального округа) // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. 2014. Выпуск 4, том 14. С. 103.

⁴⁰ Богданов А.В. Партия «Единая Россия». Технология политических коммуникаций. 2011. Изд-во LambertAcademicPublishing. С. 51.

⁴¹ Аналитические сообщества в публичной политике: глобальный феномен и российские практики / [редкол. Н.Ю. Беляева, Ш.Ш. Какабадзе, Д.Г. Зайцев]. М: Российская ассоциация политической науки (РАПН). 2013. С. 167.

⁴² Черкашина Н.В. Пути и механизмы совершенствования деятельности политической партии «Единая Россия» // Электронный вестник Ростовского социально-экономического института. 2014. № 3.

⁴³ Иванова О.В. «Партия власти» в системе власти современной России: дис. ... канд. полит. наук. Саратов, 2006.

⁴⁴ Егоренков Д.А. Практика и перспективы партнерского взаимодействия Всероссийской политической партии «Единая Россия» и государственной власти в сфере здравоохранения на территории Саратовской области // Вестник Поволжского института управления. 2012. № 4, С. 131-138.

⁴⁵ Янклович А.Ю. Технологии праймериз на российской политической почве // Власть. 2016. № 4. С. 62-67.

Предметом исследования выступают организационно-политические и процедурно-технологические проблемы информационных коммуникаций регионального отделения партии «Единая Россия» и общественных институтов в Саратовской области в электоральном цикле 2012-2017 гг.

Целью исследования является обобщение опыта, выявление особенностей и тенденций развития информационных коммуникаций «Единой России» и общественных институтов Саратовской области в рамках демократического процесса в регионе.

В соответствии с вышесказанным, нами были поставлены следующие **задачи**:

- выявить актуальные проблемы и подходы к изучению партийно-общественных коммуникаций, представленные в научной литературе и приложимые к исследованию партийной политике в российском регионе;
- проанализировать коммуникативный потенциал (ресурсы и технологии) участия современной политической партии в региональной демократической политике;
- структурировать коммуникативное взаимодействия партии «Единая Россия» и общественных институтов в Саратовской области по институциональному основанию и предложить способы его оптимизации;
- структурировать коммуникативное взаимодействия партии «Единая Россия» и общественных институтов в Саратовской области по технологическому основанию и предложить способы его оптимизации.

Гипотеза

Мы полагаем, что в последнее десятилетие в Саратовской области накоплен значительный опыт коммуникаций «партии власти» с институтами гражданского общества. Возможно, если этот опыт будет изучен, обобщен и взят на вооружение другими субъектами региональной демократической политики, это будет позитивный и значимый вклад в практику демократической региональной политики, понизит градус ее конфликтности и придаст ей импульс развития в направлении большей публичности.

Теоретико-методологические основы исследования

Характер методологии исследования обусловлен поставленными задачами. К основным подходам, использованным в данной работе, относятся:

- **Институциональный метод.** Позволил изучить потенциал и фактическое состояние партийно-общественных коммуникаций с точки зрения уровня институционализированности (а, значит, устойчивости и прогнозируемости) таких коммуникаций в российском регионе (в Саратовской области).
- **Коммуникативный метод.** Позволил выделить в системе коммуникаций ключевые каналы и направления партийно-общественных взаимодействий, оценить их соответствие принципам публичной демократической политики и особенностям информационной среды Саратовской области.

- **Функциональный метод.** Был использован для изучения результативности политических коммуникаций в регионе, выявления достоинств и недостатков технологий, посредством которых эти коммуникации реализуются субъектами региональной политики, оценки и прогнозирования.

Кроме того, в исследовании нами был использован **нормативный метод**, позволяющий сопоставлять (посредством анализа нормативной базы участия в политике государственных и общественных институтов) проектируемые результаты партийно-общественных коммуникаций в Саратовской области с их фактическим состоянием и практическими результатами.

При проведении исследования были использованы личные наблюдения автора и личный опыт участия в партийно-общественных коммуникациях в качестве руководителя отделения партии «Единая Россия» в Ленинском районе г. Саратова.

Характеристика источников

Комплекс источников настоящего исследования был сформирован нами исходя из поставленных научных задач. Источниками настоящего исследования послужили нормативные документы. В частности:

- Закон Саратовской области «Об Общественной палате Саратовской области»⁴⁶;

- Закон Саратовской области «Об Уполномоченном по правам человека в Саратовской области»⁴⁷;

- Положение о партийных проектах ВПП «Единая Россия»⁴⁸;

- Положение о порядке проведения предварительного голосования по кандидатурам для последующего выдвижения от партии «Единая Россия» кандидатов в депутаты законодательных (представительных) органов государственной власти субъектов Российской Федерации⁴⁹. Использование этого типа источников позволило построить общую картину того состояния

⁴⁶ Закон Саратовской области «Об Общественной палате Саратовской области» [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. URL: <http://docs.cntd.ru/document/933010401> (дата обращения 05.11.2017).

⁴⁷ Закон Саратовской области «Об Уполномоченном по правам человека в Саратовской области» [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. URL: <http://docs.cntd.ru/document/977400225> (дата обращения 08.11.2017).

⁴⁸ Положение о партийных проектах ВПП «Единая Россия» [Электронный ресурс] // «Единая Россия»: офиц. сайт. 2017. URL: <http://er.ru/news/151571/userdata/files/2017/02/09/polozhenie-o-partijnyih-proektah.pdf> (дата обращения 01.12.2017).

⁴⁹ Положение о порядке проведения предварительного голосования по кандидатурам для последующего выдвижения от партии «Единая Россия» кандидатов в депутаты законодательных (представительных) органов государственной власти субъектов Российской Федерации [Электронный ресурс] // Единая Россия: офиц. сайт. URL: <http://saratov.er.ru/predvaritelnoe-gokosovanie/polozhenie/userdata/files/2017/02/26/polozhenie-ppg-zs-07022017.pdf> (дата обращения 21.11.2017).

партийно-общественных коммуникаций, к которому стремится сегодня «ЕР» в качестве участника региональной политики.

В качестве источника нами были также использованы научные публикации (монографии, статьи, научные доклады, диссертационные исследования) по проблематике информационной коммуникации «Единой России» и других политических партий. Информация, взятая из этого источника, позволила критически проанализировать плюсы и минусы коммуникативных ресурсов и технологий, используемых сегодня «ЕР». Эта информация позволила автору определиться с основными теоретическими позициями своего исследования и понять, в каком направлении сегодня идет развитие политических коммуникаций в российских регионах и как опыт таких коммуникаций обобщается политологами.

В качестве источника информации нами были использованы материалы средств массовой информации (в том числе областных), посвященные различным аспектам рассматриваемой нами темы. Этот тип источника был нами использован для характеристики общественных реакций на коммуникативные усилия «ЕР» и для характеристики, собственно, коммуникативных усилий самой партии.

Новизна и практическая значимость исследования

Научная ценность исследования определяется тем, что осуществлен мониторинг процесса информационных коммуникаций субъектов демократической политики в российском регионе в течение последнего электорального цикла и тем самым созданы возможности для уточнения научных прогнозов развития демократических процессов нашей стране, для прогнозирования позитивных тенденций и рисков. Практическая значимость исследования состоит в том, что в нем обобщен опыт политических коммуникаций «партии власти», который может быть использован другими политическими партиями в интересах прогресса российской демократии.

На основе проведенного исследования сформулированы следующие основные **положения, выносимые на защиту**:

1) Наше исследование выявило, что современные средства массовой коммуникации и их использование политическими партиями оказывают влияние на демократические процессы в российском регионе, но не в тех масштабах, какие необходимы для устойчивого развития этих процессов. С чем связаны периодически возникающие в обществе и СМИ дискуссии о том, кто и что мешает, или содействует прогрессу информационных коммуникаций. В таких дискуссиях, как показало наше исследование, не всегда во внимание принимается ряд обстоятельств. Во-первых, сама по себе активная информационная коммуникация пользователей СМК не расширяет автоматически их возможности политического участия, если таковое не находит опору в политических институтах. В этом отношении региональные отделения политических партий объективно обладают рядом преимуществ перед другими субъектами коммуникаций. Многие решает в этом случае масштаб партийной работы и уровень организованности партийной

структуры. Во-вторых, для российского общества все еще актуальны такие проблемы, как медиа-гегемония (концентрация СМИ в руках крупных медиа-холдингов), «цифровой барьер» и т.д. На региональном уровне данная проблема усиливается не столько вследствие того или иного расклада партийных сил, сколько по причине зависимости кадрового состава СМИ от работодателя, от инвесторов, каковыми нередко являются местные органы власти.

2) Для «Единой России» статус «партии власти» является определенным преимуществом в информационных коммуникациях в регионе. Вместе с тем, проведенное нами исследование показало, что региональные структуры «ЕР» (как, впрочем, и региональные структуры других крупных партий) практически не используют такие возможности Web 2.0, как опросы общественного мнения, голосования и другие функции, предполагающие совместное производство информационного контента его пользователями. В эпоху политического маркетинга так называемые «большие данные» могли бы быть весьма ценными ресурсами в партийной работе. Практически не задействованным в последние годы оставался такой важный, на наш взгляд, ресурс информационных коммуникаций регионального отделения «ЕР», как личные страницы членов партии. Это, на наш взгляд, практически не освоенный партийной работой ресурс повышения уровня доверия непартийных граждан и членов других партий к той политической информации, которая распространяется руководящими структурами «ЕР» среди рядовых членов своей партии. Положительным образом подобная практика отразится и на доверии граждан к государственным институтам.

3) Общественные институты в некоторой степени перенимают функцию ретранслирования общественных интересов у политических партий. Для того, чтобы коммуницировать с органами региональной государственной власти по вопросам общественной жизни активистам не принципиально посредничество собственно партийных структур, поскольку такая возможность существует в рамках общественных институтов. То есть для партий возникает риск ущерба их медиативной функции.

4) Объединение ресурсов государственных и общественных институтов на уровне субъектов РФ, с одной стороны, дает последним дополнительный позитивный импульс к развитию; с другой стороны, в условиях, когда одна партия доминирует в региональном парламенте, а ее представители занимают ключевые посты в Правительстве области, существуют риски формализации взаимодействия между государственными и общественными институтами.

Работа состоит из введения, двух глав, четырех параграфов, заключения и списка использованной литературы. Общий объем работы составляет 122 с.

Апробация результатов исследования.

Витулева Ю.В. Властно-общественная коммуникация в современной России / Теории и технологии революций в XX-XXI вв. Сборник научных статей по материалам IV Международной научно-практической

конференции (Саратов, Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, 26 мая 2017г.) Ч.1. Саратов: Изд-во «Саратовский источник», 2017. С.47-41.

СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** прописаны цель, задачи, объект и предмет исследования. Обосновывается актуальность темы, анализируется степень ее научной разработанности, выдвигается гипотеза, излагается методологическая основа исследования, научная новизна и характеристика источников. Формулируются положения, выносимые на защиту.

Первая глава посвящена теоретическим основаниям исследования партийных информационных коммуникаций. Она состоит из двух параграфов: в первом рассматривается феномен информационной коммуникации в научно-исследовательской литературе, проблемы политической коммуникативистики и подходы к их изучению; во втором – основные коммуникативные ресурсы и технологии, используемые современными политическими партиями.

При изучении массовых политических коммуникаций в регионе и участия в них политических партий, мы считаем важным руководствоваться рядом принципиальных соображений.

Во-первых, в условиях новой медиа-среды можно говорить лишь о частичном «смещении власти» в сторону пользователей СМК. Хотя производители информации могут выступать и в качестве ее потребителей, они по-прежнему не взаимозаменяемы, и такие проблемы, как концентрация средств массовой информации, медиа-гегемония, а также отсутствие демократического доступа к СМИ, по-прежнему сохраняются даже в новой медиа-среде. На региональном уровне данная проблема усиливается по причине дефицита независимых от властного аппарата СМИ.

Во-вторых, несмотря на описанные изменения, традиционные СМИ все еще собирают большие аудитории. Сегодня телевидение остается основным каналом, через который россияне узнают новости. Мы полагаем, что старые медиа не исчезают полностью, но начинают существовать в других формах. Кроме того, нет никаких доказательств того, что медиа-эффекты, оказываемые крупными изданиями, в действительности ослабевают. Напротив, уместно говорить о закономерной экспансии традиционных СМИ в онлайн-пространство, а также о той роли своеобразного ориентира, которую они играют для значительной части аудитории.

В-третьих, некогда цельная сфера технически опосредованного информационного воздействия заменяется множеством не перекрывающих друг друга сегментов, относящихся к тем или иным группам людей. Кроме того, поисковые системы, контекстная реклама и смарт-ленты позволяют удерживать внимание пользователей в пределах узкого круга тем – например, в соответствии с личными предпочтениями, политической ориентацией или партийной принадлежностью.

Анализ ресурсной базы и коммуникативных технологий современных партий позволяет сделать следующие выводы.

Во-первых, партийная система в современной России характеризуется крайне неравномерным распределением финансовых, кадровых, информационных и иных ресурсов. Сегодня «Единая Россия» является наиболее устойчивой и стабильной партией, обладающей широкой ресурсной базой и пользующейся государственной поддержкой. Эти факторы обеспечивают доминирующее положение «ЕР» в пространстве политических коммуникаций как на федеральном, так и на региональном уровнях. Но при этом в подобных условиях коммуникации партии с общественными институтами могут становиться менее интенсивными и носить скорее формальный характер.

Во-вторых, можно утверждать, что партии практически не используют такие возможности Web 2.0, как опросы общественного мнения, голосования и другие функции, предполагающие совместное производство контента, хотя в эпоху политического маркетинга такие данные могли бы быть весьма ценными.

В-третьих, новая медиа-среда предоставляет широкие возможности для персонализированного пиара. В социальных сетях политикам необходимо конструировать персональный имидж не только на основе политической программы и предложений, но и на основе личных качеств, интересов и увлечений. Таким образом, новые СМК представляют собой такое пространство для самопрезентации, где стираются границы между межличностной и технически опосредованной видами коммуникациями.

Вторая глава посвящена тенденциям развития политических коммуникаций партии «Единая Россия» с общественными институтами в Саратовской области. В первом параграфе речь идет об организации коммуникативного взаимодействия партии «Единая Россия» и общественных институтов. Во втором – непосредственно о современных технологиях информационных коммуникаций «Единой России».

Развитие общественных институтов в Саратовской области (например, Общественной палаты, уполномоченных по правам человека и т.д.) дает основания говорить о возрастающей роли гражданского общества в региональном политическом процессе. Благодаря работе подобных институтов реализуются принципы межсекторного социального партнерства, происходит постепенное развитие публичной сферы, а сама политика становится более открытой для участия не только политических элит, но и общественности.

Однако с учетом того, что «Единая Россия», по сути, сосредоточила в своих руках основные рычаги государственного управления (доминирующее положение в региональном парламенте, решающая роль в работе областного правительства и местных органов власти), обнажаются риски формализации коммуникаций между государственными и общественными институтами.

Анализ технологий информационной коммуникации, используемых партией «Единая Россия» в Саратовской области, позволяет сделать следующие выводы.

Во-первых, наибольшей интенсивности подобные технологии достигают в период избирательных кампаний и праймериз.

Во-вторых, праймериз, как коммуникативная технология, позволяет решить множество задач партии: обновление (или даже «омоложение») депутатского корпуса; ранний старт избирательной кампании и, как следствие, полное доминирование в информационном пространстве региона; мобилизация сторонников и «сочувствующих». Вместе с тем, победа на праймериз отнюдь не гарантирует выдвижение того или иного кандидата, а окончательное решение принимается на партконференции «Единой России». То есть итоги предварительного голосования не связаны напрямую с формированием списков партии.

В-третьих, сайт Саратовского регионального отделения «Единой России» обладает достаточным функционалом для ведения эффективной информационной политики в регионе. Тем не менее, мы вынуждены констатировать, что в настоящее время партией используются не все возможности, которые дают современные СМК. В ряде случаев политики индивидуально налаживают коммуникации с общественностью, однако данная практика не является широко распространенной. В качестве рекомендации мы предлагаем проведение обязательных тренингов для представителей партии, которые ведут активную публичную деятельность, но не используют (или используют неграмотно) современные средства коммуникации.

В **Заключении** формируются основные выводы исследования. Мы считаем, что в Саратовской области «Единая Россия» использует богатый арсенал технологий, направленных на упрочнение коммуникативного взаимодействия с обществом. Однако целью оптимизации коммуникационной стратегии «Единой России» в отношении структур гражданского общества Саратовской области предлагается усилить взаимодействие с пользователями социальных сетей как на уровне партийных аккаунтов, так и на уровне личных страниц членов партии.