

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

На правах рукописи

Кафедра политических наук

**Особенности использования КПРФ имиджевых технологий на
муниципальном уровне (на примере Балаковского муниципального
образования)**

АВТОРЕФЕРАТ
бакалаврской работы

Студента 5 курса 571 группы
направления 41.03.04 «Политология»
юридического факультета
Цыганова Ильи Михайловича

Научный руководитель
д.п.н., профессор

А.А. Вилков

Заведующий кафедрой
д.п.н., профессор

А.А.Вилков

Саратов 2020

Введение

Актуальность темы. С момента изменения политического строя в России в начале 1990-х гг. и возникновения института демократических выборов, а также с появлением публичных политиков большую актуальность приобрела проблема восприятия образа политического деятеля избирателями. Обусловлено это тем, что значительная часть коммуникаций между политиками и избирателями осуществляется не напрямую, а посредством различных СМИ, имеющих большие возможности для использования различного рода информационно-коммуникативных технологий воздействия на общественное мнение.

Повышенное внимание к рассмотрению проблем имиджа и имиджевых технологий также в значительной мере обусловлено возвращением смешанной избирательной системы на выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации. В результате, с одной стороны, сохранилось значение пропорциональной составляющей, в рамках которой возможность использования имиджевых технологий носит специфический характер, обусловленный особенностями институализированного имиджа. С другой стороны, в 225 одномандатных округах значительно выросло значение конкуренции персонализированных имиджей, особенно на региональном уровне, как ведущих акторов политики (в том числе и оппозиционных), так и мало известных кандидатов. При всей содержательности политического «послания», кандидату, особенно оппозиционному, необходимо обладать определенными личностными чертами, которые должны убедить избирателей в возможности реализовать его проект.

Научная актуальность исследования состоит в том, что должного внимания проблеме использования информационно-коммуникационных технологий формирования институциональных имиджей, а также имиджа общероссийских и региональных политических лидеров различного идеологического толка в современной России до сих пор не уделялось. Это особенно актуально в отношении оппозиционных партий и политиков, хотя наличие и качество политической оппозиции и ярких оппозиционных лидеров напрямую влияет на

то, насколько демократичный имидж имеет и сам регион, и государство в целом в глазах населения. Их наличие является важнейшей предпосылкой успешного функционирования политических механизмов на региональных уровнях государства. Именно им отведена роль критиковать сложившееся положение вещей, они ведут диалог с властью, предлагают альтернативные решения тех проблем, которые представляются важными для тех или иных социальных групп или общества в целом. Одной из таких партий в современной России является КПРФ, которая имеет специфические особенности своего возникновения и функционирования. Наиболее ярко данная специфика деятельности КПРФ проявляется именно на уровне муниципальных образований и определяется совокупностью конкретных территориальных, социально-экономических, демографических и иных параметров.

Степень научной разработанности имиджевой проблематики можно охарактеризовать как достаточно высокую. В настоящее время в России наблюдается рост общественного и научного интереса к проблематике имиджа в целом. Об этом свидетельствуют, прежде всего, вхождение категории «имидж» в понятийный аппарат различных наук (психологии, социологии, философии, политологии и др.). В начале XXI столетия появляются первые кафедры и факультеты имиджелогии в отечественных вузах, проходят защиты диссертационных исследований, посвященных проблематике имиджа, наблюдается рост научных и научно-популярных публикаций в данной области, осуществляется введение курсов имиджелогии в подготовку широкого круга специалистов и, наконец, увеличение количества специализирующихся в данной сфере организаций.

Первыми к научному изучению проблем имиджа, в современном понимании, обратились западные исследователи в середине XX века. Имидж, технологии его формирования и особенности восприятия изучались Л. Брауном, Дж. Джеймсом и др. Проблемами применения эффективных методик конструирования требуемого образа в политическом процессе занимались Г. Алмонд, Р. Далтон, Дж. Пауэлл, К. Стром и др.

В современных отечественных исследованиях политического имиджа можно выделить несколько основных направлений. Отдельные аспекты рассматриваемой темы отражены в исследованиях политико-психологической направленности. В них авторы, прежде всего, анализируют особенности восприятия людьми информации, которая способствует формированию имиджа и складыванию в сознании людей того или иного образа политического деятеля. Таким образом, основное внимание сосредоточено на раскрытии психологических проблем индивидуального имиджа политического лидера, общественного деятеля.

В проблеме изучения психологических моделей и технологий в формировании эффективного имиджа общественных деятелей и кандидатов в депутаты, можно выделить такого специалиста как Р.Ф. Фурс. Особенно интересной для нашего исследования является статья Е.Ю. Халитовой и Е.А. Слинко, в которой проблема имиджа и имиджевых технологий рассматривается через призму харизматического лидерства. Это позволило более четко определить в ВКР ракурс нашего исследования деятельности региональных лидеров КПРФ.

Большое количество исследований посвящено изучению теоретических основ имиджологии. В рамках данного научного направления происходит определение центральных понятий, выделение основных функций имиджа. В результате вырабатывается понятийный и категориальный аппарат данной проблематики. А так как данная дисциплина является сравнительно молодой, возникает неутвержденность в определении многих терминов и понятий. В данной сфере наиболее крупными специалистами являются А.А. Гравер, Г.Г. Почепцов, А.Ю. Панасюк, Е. В. Егорова - Гантман, В.М. Шепель, Я.С. Турбовский и др.. Системное обзрение различных трактовок имиджа дано в статье белорусского автора К.А. Алексеенко. Статья Р.М. Ибрагимова посвящена соотношению понятий имя, имидж, репутация. Ознакомление с данными материалами дало возможность более четко определиться с использованием категориального аппарата в рамках ВКР.

Политико-технологический аспект феномена имиджа в наибольшей степени отражен в работах Е. Абашкиной, Ю. Косолаповой и др. Основное внимание здесь уделяется воздействию различных технологий и приемов на развитие образа политика с целью победы в электоральной кампании. Стоит отметить, что эффект является кратковременным, хотя полностью отвечает назначению электорального имиджа кандидата. Такой подход укладывается в рамках распространенного понимания политических технологий в виде совокупности наиболее целесообразных приёмов, способов, процедур реализации функций политической системы, направленных к тому, чтобы повысить эффективность политического процесса и достичь желаемых результатов в сфере политики.

Непосредственно информационно-коммуникационным аспектам формирования имиджа посвящены исследования С.В. Володенкова, Ю.А. Митяевой, О.М. Шахмартовой, Е.Ю. Болтаги. В отдельную группу можно выделить исследования, посвященные специфике использования интернет-ресурсов для формирования институциональных и персонализированных имиджей. Они помогли выработать теоретико-методологическую базу нашей работы и определить ее структуру.

Еще одну группу представляют авторы, которые исследуют особенности использования имиджевых технологий на региональном уровне.

Значительный вклад в анализ феномена политического имиджа внесли и саратовские специалисты, среди которых стоит особо отметить А.А. Вилкова и А.А. Казакова, Н.В. Трошину. Особое внимание в работах уделяется особенностям институционального имиджа, а также политическим технологиям формирования имиджа.

В связи с тем, что тема ВКР связана с конкретным имиджем КПРФ, важное значение для ее раскрытия сыграли работы исследователей деятельности данной партии в современной России. Они позволили получить представление об основных институциональных, идеологических и социальных ресурсах КПРФ, об основных направлениях ее деятельности на федеральном уровне и в отдельных регионах. Это стало отправным пунктом для сравнительного анализа и выявления

специфики имиджевых технологий в Саратовской области и Балаковском муниципальном образовании.

Несмотря на то, что проблемы применения имиджевых технологий достаточно хорошо проработаны как зарубежными, так и отечественными авторами, обозначенные исследования не могут претендовать на роль исчерпывающих, особенно в контексте изучения региональных аспектов особенностей формирования имиджей конкретных российских партий. Таким образом, актуальность и социальная значимость проблемы имиджа, отсутствие масштабных исследований применения имиджевых технологий на региональном уровне определили общий замысел ВКР.

Целью ВКР является исследование особенностей использования информационно-коммуникационных технологий формирования институционального имиджа КПРФ на региональном уровне. Для реализации данной цели были сформулированы следующие **задачи**:

1. Изучить теоретико-методологические подходы к анализу политических имиджей и информационно-коммуникационных технологий их формирования.

2. Выявить и оценить институциональные, идеологические и информационные ресурсы деятельности КПРФ в Балаковском муниципальном образовании

3. Исследовать основные направления и особенности использования информационно-коммуникационных технологий для формирования имиджа КПРФ на региональном и муниципальном уровнях.

Объектом исследования является региональное политико-информационное пространство (на примере Саратовской области). **Предметом** исследования являются основные направления и информационно-коммуникационные технологии формирования, структурные компоненты, конкретные характеристики конструируемого и актуализованного имиджа КПРФ и ее партийных лидеров регионального и муниципального уровней.

Теоретико-методологическую базу исследования составляют как общенаучные, так и специализированные методы познания. Для достижения цели и решения поставленных задач в ходе исследования были изучены работы основных специалистов по имиджелогии в современной России. Это позволило изучить различные компоненты в создании институционального политического имиджа и контримиджа, а также персонализированных имиджей лидеров КПРФ. Кроме того, для получения более глубоких результатов в работе были дополнительно использованы сравнительный, структурно-функциональный и факторный анализ.

Сложность и многогранность изучаемой проблемы определили выбор *источниковой базы исследования*. Кроме теоретических исследований по имиджевой проблематике для анализа прикладных возможностей имиджа и имиджевых технологий были использованы различные публикации в региональных СМИ. В отдельную источниковую группу можно выделить разнообразный рекламный и агитационный материал КПРФ, применяемый в Балаковском районе и Саратовской области \в целом. Данная группа включает партийные платформы, программы отдельных кандидатов, заявления, выступления, листовки, публикации политических деятелей, где в обобщенном виде представлены позиции данных политических деятелей по различным социально – экономическим и социально – политическим проблемам.

Электронные источники информации составляют также очень важную, с большим количеством обработанной информации группу. В первую очередь – это сайты отдельных политических лидеров, политических партий и избирательных объединений, личные электронные страницы политиков, а также электронные информационно – аналитические издания, содержащие экспертные оценки в отношении акторов политического процесса, такие как известный региональный политический портал [http: \\ www.redcollegia.ru](http://www.redcollegia.ru)

В первом разделе «**Теоретико-методологические подходы в отечественной политологии к анализу информационно-коммуникационных технологий формирования имиджа**» рассмотрены различные трактовки понятия имидж в

отечественно политической науке и сделан вывод о том, что основной задачей имиджа является выделение объекта из ряда других подобных ему объектов. Достичь этого можно путем наделения объекта рядом определенных характеристик, в том числе и психологических, которые оказывают наиболее сильное влияние.

Политический имидж - одна из наиболее востребованных разновидностей имиджа на сегодня. Формирование политического имиджа кандидата - один из необходимых этапов любой избирательной кампании. Имидж политика складывается из целого ряда компонентов, которые, в идеале, должны «работать» на создание единого образа. Целостный имидж состоит из ряда «микроимиджей» - конкретных микромоделей, помогающих развертывать те или иные черты и характеристики целостного имиджа политического деятеля.

В целом, следует понимать, что имидж – комплексное явление, которое воспринимается в целостной форме. Каждая отдельная составляющая оказывает определенное воздействие на формирование целостного имиджа политического деятеля. Поэтому на практике необходимо учитывать взаимосвязи между всеми составляющими. Имидж создается не только работой профессиональных имиджмейкеров, но и собственной работой кандидата. Следует учитывать, что создать имидж «на пустом месте», наделять политического лидера совокупностью черт и характеристик, которыми он и близко не обладает, еще никому не удавалось. В этой связи одной из центральных проблем темы, является соотношение в имидже реальных качеств и тех, которые ему «приписывают СМИ, PR – специалисты. Объединяя все вышесказанное, нами сделан следующий вывод: общая задача политического имиджа – это, прежде всего, сближение политического лидера с населением, "очеловечивание" его образа, усиление его реально существующих личностных черт и характеристик.

Во втором разделе **«Институциональные, идеологические и информационные ресурсы деятельности КПРФ в Балаковском муниципальном образовании»** констатируется, что каких-либо статистических данных о количестве членов КПРФ на официальном сайте Саратовского

областного отделения КПРФ отсутствуют. Косвенно организационный масштаб КПРФ в регионе можно оценить по тому, что на этом сайте представлен список электронной почты всех районов Саратовской области, по которым можно обратиться для вступления в партию, или по другим вопросам. Это свидетельствует о том, что муниципальные отделения КПРФ охватывают все районы области, а в Саратове представлены в каждом районе города. О численности Балаковского отделения КПРФ данных также нет, но о ее масштабах и степени активности среди других муниципальных отделений свидетельствуют косвенные параметры данного сайта.

Идеологический ресурс КПРФ на региональном и муниципальном уровнях полностью определяется общефедеральной программой КПРФ. Каких либо региональных отличий не предусматривает ни устав, ни программа КПРФ. Поэтому имиджевая специфика КПРФ на региональном уровне определяется тем, как осуществляется воплощение идеологических ценностей в конкретной социально-экономической ситуации города Балаково и Саратовской области в целом. Поэтому главной источниковой базой для нашего анализа стал информационный ресурс регионального и муниципального отделения КПРФ, в котором находят отражение и основные направления деятельности коммунистов, уровень их активности, основные социальные группы поддержки и т.д.

Наиболее широко в виртуальном пространстве КПРФ и Саратовский областной комитет КПРФ представлены интерактивными формами коммуникации в виде сайтов, блогов, форумов, сообществ в социальных сетях, видеоканалов и т.д.

Деятельность КПРФ в Интернет-сфере довольно активна, однако содержание и оформление коммунистических Интернет-ресурсов значительно уступают сервисам «Единой России». Это связано как с тем, что КПРФ не обладает такими мощными, как партия власти, материальными, человеческими и административными ресурсами, так и с чрезмерной политизацией и идеологизацией представляемого материала, зачастую оторванного от действительных нужд представляемых слоев населения, что отталкивает многих

пользователей Сети. Кроме того, многие проекты являются заброшенными или не окончательно разработанными. Качество официального сайта Саратовского обкома КПРФ находится не на высоком уровне. КПРФ широко использует такую малоэффективную форму коммуникации, как форумы, причем открытые, используя при этом как собственную Интернет-платформу, так и другие сетевые ресурсы. Одним из интересных способов сетевой самопрезентации КПРФ являются партийные Интернет-телеканалы. Эффективность деятельности КПРФ в социальной сети «ВКонтакте» гораздо выше, чем у «Единой России», что можно объяснить высокой концентрацией в данной сети оппозиционно настроенной молодежи, примкнувшей к сообществам на пике протестных настроений 2011-2012 гг. Другим фактором мотивации протестного участия стала пенсионная реформа, которая вызвала волну негативных настроений во всех слоях российского населения.

В третьем разделе **«Основные направления и технологические особенности формирования имиджа КПРФ на региональном и муниципальном уровнях»** констатируется, что направления политической деятельности КПРФ в Саратовской области определяются двумя группами факторов. Первая обусловлена общепартийными интересами и определяется федеральными лидерами КПРФ в качестве руководства к действию для региональных отделений. Вторая группа факторов связана с конкретными обстоятельствами социально-политической и социально-экономической жизни региона и определяет пространство для партийной инициативы лидеров и активистов Саратовской области. В задачу данного раздела ВКР входило выявление особенностей реализации общефедеральных установок КПРФ и основные инициативные действия региональных лидеров, которые и определяют специфику формирования регионального и муниципального имиджа КПРФ. В качестве основных источников для данного анализа стали материалы сайтов КПРФ, материалы периодической печати и агитационные материалы.

Одним из важнейших информационных поводов для оппозиционной деятельности КПРФ и формирования соответствующего имиджа стали

предложения В.В. Путина по изменению Конституции. Вектор использования данного информационного повода задается на общенациональном уровне. Своё слово по этому поводу высказал лидер КПРФ Г.А. Зюганов. Выступая 6 февраля 2020 года на пленарном заседании Государственной Думы, он акцентировал внимание на том, что изменения Конституции не должны быть фиктивными. Это обусловлено тем, что, по его мнению, социально-экономическое положение большинства населения находится в плачевном состоянии. В качестве примера квинтэссенции проблем русского населения в стране он привел Саратовскую область, в которой демографическая убыль за год составила 19 тысяч человек.

Оценивая предложения депутатов коммунистов, можно отметить следующее. С одной стороны, эти поправки отражают суть программы КПРФ и её основные идеологические концепты и поэтому выглядят вполне логично. С другой стороны, будучи в явном меньшинстве в Саратовской областной думе, депутаты коммунисты не могут не осознавать, что шансов на внесение данных поправок у них никаких нет. Тем самым продолжает эксплуатироваться имиджевая характеристика КПРФ, как оппозиционной партии, которая могла бы устранить все существующие пороки сложившейся политической и социально-экономической системы России, но у неё нет для этого возможностей, т.к. на выборах она не получает большинства. Т.е. стратегически эта имиджевая характеристика нацелена на мотивацию голосования за КПРФ на выборах различного уровня и, прежде всего на выборах в Государственную Думу и на президентских выборах.

В целом, анализ фото и видеоматериалов с различных мероприятий КПРФ, посвященных экологической проблематике, показывает, что именно они вызывают наибольший отклик у балаковских жителей. В них реально принимают участие десятки, а иногда и сотни жителей. Поэтому не случайно, что из всех материалов пресс-службы КПРФ за 2019 год более половины посвящены именно данной проблематике. Кроме того, часть других информационных материалов, косвенно также связана с экологическими аспектами жизни города и области.

В **заключении** сделаны обобщения по ключевым аспектам разделов и по теме ВКР в целом. Исследование показало, что особенности формирования институционального имиджа КПРФ на региональном и муниципальном уровнях состоят в следующем.

С одной стороны, региональные и муниципальные лидеры КПРФ используют общенациональные характеристики своей партии, позиционируя ее как единственно реальную оппозицию в современной России. Кроме того, акцент делается на том, что это партия трудящихся, противостоящая негативным последствиям олигархического режима в стране, защищающая интересы большинства российского населения. Важнейшей структурной характеристикой партии является наличие у нее последовательной и проверенной временем идеологии, которая позволяет четко позиционировать мировоззренческое и ценностное ядро в образе партии. Идеология позволяет партийным лидерам также не только четко определять отношение к прошлому и настоящему России, но и обосновывать понятный для простых граждан образ будущего страны. В основе его лежит представление о социализме и коммунизме, как общественном устройстве, основанном на равенстве, социальной справедливости и социальной защищенности большинства населения.

Тем не менее, на региональном уровне данные структурные характеристики имиджа КПРФ дополняются использованием ряда специфических технологий, обусловленных особенностями информационно-коммуникационной деятельности партии на данном уровне. Суть ее состоит в том, что региональные партийные лидеры активно реагируют на конкретные региональные проблемы, заявляя о своей принципиальной позиции в их отношении. Эта тактика используется как Ольгой Алимовой, депутатом Госдумы РФ, первым секретарем областной партийной организации, так и депутатами фракции КПРФ в Саратовской областной думе Александром Анидаловым, Николаем Бондаренко и Владимиром Есиповым.

Важнейшим элементом имиджа регионального отделения КПРФ стала оппозиционная деятельность ее фракции в областной Думе. В свой актив

депутаты коммунисты записали приостановление или отложение многих «антинародных инициатив власти». К последним они отнесли попытку местной власти заставить население выполнять обязанности по уборке территории в населённых пунктах, предложение об исключении из программы капремонта многих домов с более чем 70% износа (дома сталинского или хрущёвского периода постройки), предложение губернатора об отмене компенсации за детсады, дезавуирование незаконного решения по наложению залоговых обязательств на бассейн «Саратов» и многие другие.

В качестве положительного результата региональные коммунисты записывают также организацию протестной деятельности против пенсионной реформы, против коррупции и чиновничьего беспредела в современной России.