

инском языке. При этом Нина Ивановна широко использует диалектные и просторечные формы, что наиболее ярко проявляется на фонетическом уровне: например, «скока», «шо такое», «зовуть ii» и т.д. Речь Гали и соседа Гриши наиболее близка к такому языковому феномену как суржик, Степан Петрович говорит на русском языке с «вкраплениями» украинских слов, дети — на достаточно чистом русском.

Итак, на примере одной украинской семьи иллюстрируется неоднородность социокультурного пространства современной Украины, соответственно ценностных установок, что определяет, в свою очередь, разновекторность политических ориентаций, как конкретных членов семьи, так и населения страны в целом. К тому же, различия между возрастными субкультурами усугубляются их соотносительностью к разным социально-идеологическим традициям, в частности к советской и постсоветской. Отметим, что функционирование той или иной субкультуры, как правило, обусловлено региональными особенностями. Но для Украины характерна слабая унификация пространства городов [2, 48]. Киев, например, как столица, куда съезжаются со всех регионов, и большой город, где можно заработать деньги, отличается наличием в его пределах ареалов различных субкультур и различных укладов жизни. Поэтому можно утверждать, что в «СГ» представлена именно киевская семья.

На сегодня тенденции развития общественно-политических процессов в Украине по сравнению с периодом избирательных кампаний 1999 и 2002 гг. отражают активное смещение с левого полюса — идейных противников реформ — в сторону поддержки реформаторского курса проевропейского направления, который реализуют национально-демократические силы. Данные тенденции отчетливо иллюстрируют масс-медийные проекты «ВП» и «СГ». Они подчеркивают связь между реальными социокультурными слоями населения и существующими политическими партиями и объединениями, которых персонифицируют, апеллируя к образам политических лидеров. При

этом программно-идеологическое наполнение политических сил становится не столь существенным, заменяясь противостоянием политических имиджей. Таким образом, анализируемые проекты иллюстрируют традиционную ориентацию политической пропаганды на театральный дискурс, который умело воздействует на эмоции зрителя, в данном контексте отражая реальную обусловленность политических симпатий избирателей личностными характеристиками лидеров. «ВП» и «СГ» представляют ситуацию де-факто, когда основным избирательным ресурсом политических сил, как правило, выступает политическая фигура лидера, часто в силу недостаточно убедительной идеологической основы.

¹ Справочник по политическому консультированию / Под ред. проф. Дэвида Д. Перлматтера: Пер. с англ. — М., 2002. — 330 с.

² Паламарчук В.М., Литвиненко О.В., Янішевський С.О. Трансформації демократії та пошук стратегії суспільно-політичного розвитку України. — К.: НіСД, 2003. — 120 с.

³ www.7ya.org.ua

⁴ Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. — К.: Оріяни, 2000. — 448 с.

⁵ Джангиров Д., Зайцев В. У нас в Окраине: Сборник сценариев и пьес — Винница: ГЛОБУС-ПРЕСС, 2000. — 240 с.

⁶ Выборы в Госдуму РФ и украинско-российские отношения // Круглый стол от 9 декабря 2003 г. // Понедельник. — 2003. — №44 (15 дек.). — С.13.

⁷ «Бесплатный сыр» из рук... Шендеровича? // <http://www.telekritika.kiev.ua/comments/?id=10866>

⁸ Пивоваренко О. Психологія українських політиків. Портрети відомих політичних діячів України крізь призму соціоніки // <http://www.pravda.com.ua/vybyry/?20325-w1-print>

⁹ Башук А. И. Реализация коммуникативного воздействия в формате флэш-мультфильма («Семья Грищенко») // Наук. зап. ЛНПУ: Зб.наук.праць. — Серія «Філологічні науки» — Вип. 4. — Т. 2: Структура представлення знань про світ, суспільство, людину: у пошуках нових змістів. — Луганськ: «Альма-матер», 2003. — С. 30-40.

КАК УСТАНОВЛИВАЕТСЯ ПОВЕСТКА ДНЯ НА ВЫБОРАХ ПО ПАРТИЙНЫМ СПИСКАМ?

Е.Г. Дьякова

Общепризнанно, что установление повестки дня является весьма эффективной электоральной технологией в условиях выборов по мажоритарным округам, когда конкурируют между собой кандидаты, каждый из которых является человеком с определенным набором личностных качеств, конкретной политической позицией и тем или иным набором реальных дел. В этих условиях политические технологи научились весьма эффективно воздействовать на процессы установления повестки дня с целью обеспечить нужный эффект — формирование у избирателя осознания важности тех проблем и тем, которые наиболее выгодны тому или иному кандидату и могут способствовать формированию его позитивной репутации. Однако насколько эффективна данная технология в условиях выборов по партийным спискам, когда кон-



Елена Григорьевна Дьякова,
доктор политических наук,
старший научный сотрудник
Института философии и права УрО РАН

курения осуществляется прежде всего на уровне политических программ, и затем уже — отдельных представителей партий и их реальных дел. Можно ли сформировать у избирателей личностную повестку дня, благоприятную не для отдельного кандидата, а для партии?

Чтобы ответить на этот вопрос, рассмотрим основные положения теории установления повестки дня. Как известно, создатели теории установления повестки дня М. Маккумз и Д. Шоу утверждают, что средства массовой информации, хотя и не могут предопределить отношение аудитории к той или иной теме или проблеме, могут ранжировать эти темы и проблемы в сознании аудитории по степени важности, так что медиаповестка задает публичную повестку.

Исследования механизмов установления повестки дня развиваются в двух основных направлениях: исследования *эффекта* установления повестки дня и исследования *процессов* установления повестки дня. В первом случае изучается, каким именно образом средства массовой информации формируют представления аудитории о том, что важно, а что не важно на текущий момент, т.е. исследуется становление публичной повестки. Во втором случае изучается, каким образом в процессе функционирования СМИ как социального и политического института происходит отбор тем и проблем, которые считаются важными, т.е. исследуется становление медиаповестки. И те, и другие исследования весьма интересны для ответа на интересующий нас вопрос.

Что касается первого направления исследований, то в его рамках был сделан вывод о том, что средства массовой информации эффективно воздействуют на аудиторию только, когда работают с «ненавязанными» проблемами и сюжетами. В теории установления повестки дня «навязанными» называются те проблемы, «относительно которых люди имеют непосредственный и постоянный опыт, такие как инфляция и безработица, и которые приобретают общественную значимость вследствие личного опыта», а «ненавязанными» — те, по отношению к которым у людей нет личного опыта, и «средства массовой информации выступают в качестве единственного учителя и источника сведений об этих проблемах»¹. В своей основе данное разделение базируется на оппозиции «неопосредованный опыт» — «опосредованный опыт» и представлений о средствах массовой информации как о посреднике между этими двумя видами опыта. Только когда данное разделение было произведено, было обнаружено наличие «сильных позитивных корреляций в отношении ненавязанных проблем и слабых и в основном негативных корреляций в отношении навязанных проблем»². Иными словами, *эффект установления повестки дня принципиально ограничен*: средства массовой информации весьма успешно ранжируют в сознании аудитории не навязанные, но значимые проблемы, но не могут скрыть действительно существующие проблемы, знакомые каждому по личному опыту, и не могут задавать приоритеты и стандарты на пустом месте.

Данный тезис в полной мере подтвердился в ходе последних думских выборов 2003 г., который принес успех именно тем партиям и движениям, которые обращались к проблемам, волнующим людей на повседневном уровне. Именно этим объясняется

успех блока «Родина», апеллировавшего к вполне реальному факту резкого социального расслоения общества и стремившегося превратить проблему социального неравенства в повесткообразующую (что им, до определенной степени, и удалось). Этим же объясняется и провал правых партий, которые вели пропагандистскую кампанию исключительно в сфере «ненавязанных» проблем. Не менее характерен и явный, хотя вызвавший заметно меньшей резонанс провал партий «православного направления» («Народная партия», общероссийская партия «Русь», «Русь святая» и др.), которые попытались сделать повесткообразующими религиозные темы, однако потерпели очевидную неудачу.

Таким образом, еще раз подтвердилось, что возможности манипуляции электоратом далеко не безграничны, и публичная повестка дня в значительной мере формируется самостоятельно.

Выборы в Государственную Думу по партийным спискам выявили и устойчивость процессов, связанных с временной динамикой эффекта установления повестки дня. Как в свое время показал М. Маккумз, данный эффект сильнее всего проявляется в начале кампании и существенно ослабляется к ее концу, что вполне объяснимо: в начале кампании у людей еще нет никакого мнения по большинству ненавязанных проблем, поэтому средства массовой информации легко привлекать к ним внимание — срабатывает эффект новизны. По мере развития кампании у избирателей формируется личная повестка (по подсчетам М. Маккумза, временной лаг, необходимый для того, чтобы она установилась, составляет примерно два месяца с момента начала кампании). К концу кампании ненавязанные проблемы приобретают в сознании избирателей такую же устойчивость, как навязанные, а вся иерархия проблем в целом — жесткость и однозначность. Последний факт неоднократно фиксировался социологическими исследованиями, занимавшимися изучением динамики общественного мнения в ходе думских выборов.

Как известно, М. Маккумз попытался эмпирически установить, какой тип средств массовой информации сильнее влияет на установление повестки дня — газеты или телевидение. Он пришел к выводу, что в то время как печатные СМИ задают избирателям общую иерархию проблем или базовую повестку кампании, телевидение, ориентируясь на эту базовую иерархию, привлекает внимание то к одной, то к другой теме. Маккумз даже предложил различать повесткообразующую функцию печатных СМИ и «высвечивающую» функцию телевидения, которое действует во время предвыборной кампании подобно лучу прожектора. Поэтому влияние печатных СМИ на личную повестку дня является кумулятивным и проявляется только после достаточно большого промежутка времени, в то время как телевидение оказывает более краткосрочный и непосредственный эффект. При этом чем ближе к концу предвыборной кампании, тем сильнее воздействие телевидения, поскольку к этому времени иерархия проблем, как правило, устанавливается окончательно и средства массовой информации занимаются в основном высвечиванием ее составляющих.

Данный вывод также в полной мере подтвердился в ходе думских выборов, поскольку влияние телевидения в ходе выборов вряд ли можно преуменьшить. Однако подчеркнем еще раз, что

кампания, которая не касалась «ненавязанных» тем, действительно волнующим аудиторию, даже при активной поддержке телевидения была обречена на провал, в чем и имели возможность убедиться политические консультанты «Союза правых сил».

Чрезвычайный интерес представляет вопрос о том, как выглядели при этом процессы формирования медиа-повестки. Напомним, что данная проблема стала изучаться в теории установления повестки дня сравнительно поздно, и поэтому отличается меньшей степенью разработанности.

Полученные результаты позволили сделать вывод о том, что решающее влияние на формирование повестки дня оказывают те средства массовой информации, которые имеют особый, повесткообразующий статус и выполняют роль «спускового крючка» по отношению ко всем остальным. Однако только тогда, когда количество средств массовой информации, освещающих определенную тему, позволяет преодолеть порог публичного внимания (К. Нейман), происходит реальное установление повестки дня. Очевидно, что в условиях последнего электорального цикла роль «спускового крючка» выполняли «Общественное российское телевидение» и «РТР». Именно они «высвечивали» повесткообразующие темы и определяли направления деятельности всех остальных СМИ.

В теории установления повестки дня активно изучается, как повесткообразующие СМИ взаимодействуют с другими социальными и политическими институтами. При этом особое внимание уделяется тому, какую роль играют органы исполнительной и законодательной власти и особенно — президент США. Например, Дж. Коген показал, что президент в качестве фигуры, постоянно находящейся в центре внимания средств массовой информации и фактически доминирующей в информационном пространстве, обладает способностью реструктурировать повестку дня путем привлечения внимания к одним проблемам и отвлечения его от других. Для достижения подобного эффекта ему даже не требуется подробно обосновывать свои приоритеты — достаточно их символического называния в ходе публичных выступлений, чтобы общественное мнение сдвинулось в нужную сторону.

Думается, тезис о способности главы исполнительной власти путем символического называния структурировать публичную повестку дня в полной мере подтвердился в ходе думской избирательной кампании. Собственно, победа на выборах партии «Единая Россия» во многом была следствием именно такого рода деятельности Президента РФ. Без публичных выступлений В.В. Путина, игравших ключевую роль в формировании повестки дня выборов, успех «Единой России» вряд ли стал бы возможным.

Обобщая результаты многочисленных исследований установления повестки дня, Дж. Диаринг и Э. Роджерс построили модель, показывающую, как взаимодействуют между собой несколько конкурирующих повесток: политическая повестка дня, которую устанавливает государство; медиаповестка, которую устанавливают средства массовой информации; публичная повестка дня, которая формируется в общественном мнении под влиянием двух предыдущих повесток, а также под влиянием личного опыта, который, будучи «индикатором реальности», существенно ограничивает возможности манипуляции общественным мнени-

ем со стороны государства и средств массовой информации³.

Эта «трехполюсная модель», описывает основные типы повесток дня и их взаимодействие между собой. Нетрудно заметить, что в условиях последних думских выборов цикла политическая повестка во многом определяла медиа-повестку, а не наоборот, как было в ходе предыдущего электорального цикла.

Данное соотношение политической повестки и медиа-повестки не только не означает, что средства массовой информации утратили свои основные функции, но является вполне нормальным. Для сравнения укажем, что когда Дж. Кингдон в свое время занялся изучением того, каким образом формируется проблемная повестка органов исполнительной власти в США, он обнаружил, что средства массовой информации играют при ее формировании минимальную роль.

Дж. Кингдон рассматривал процесс установления политической повестки дня как результат конкуренции. По Кингдону, конкуренция на политической арене носит еще более анархический характер, чем конкуренция на публичной арене, поскольку между собой одновременно и совершенно хаотично конкурируют не только проблемы, но и возможные решения проблем, сами функционеры и случайные возможности для привлечения внимания к той или иной проблеме. Политическая повестка зачастую формируется самым парадоксальным образом в силу того, что решения генерируются и обсуждаются не в результате реакции на те или иные проблемы, а потому, что функционеры заинтересованы в таких решениях по собственным организационным мотивам (чтобы обеспечить себя или свое подразделение работой или мотивировать необходимость его расширения). Иными словами, не проблемы порождают решения, а существующие решения ищут проблемы, к которым они могли бы быть приложены: «решения и проблемы имеют равный статус в качестве самостоятельных потоков внутри системы, и популярность определенного решения в определенный промежуток времени часто влияет на то, какие проблемы станут предметом рассмотрения»⁴. То, какие проблемы в результате все-таки будут решены, зависит от того, насколько совпадут между собой проблемы, решения, функционеры и случайные возможности.

Нетрудно заметить, что этот взгляд на процесс формирования политической повестки дня является взглядом изнутри, взглядом «инсайдера», который вместе со своими любимыми решениями или проблемами маневрирует в неподвластных его контролю правительственных информационных потоках. Неудивительно, что «инсайдеры», непосредственно участвующие в принятии решений, неоднократно заявляли Дж. Кингдону, что при решении вопроса о том, какие социальные проблемы подлежат включению в политическую повестку дня, они не нуждаются в подсказках масс-медиа и опираются на другие, независимые источники. В лучшем случае средства массовой информации обеспечивают коммуникацию по поводу проблемных приоритетов между различными слоями правительственной элиты и усиливают воздействие уже установившейся политической повестки дня на общественное мнение. Из-за того что средства массовой информации ориентированы на сенсационные и драматические сюжеты, происходит резкое

уменьшение их воздействия на правительственную политику, «поскольку такого рода сюжеты обычно появляются в самом конце процесса принятия политических решений, а не в его начале»⁵. Так, с точки зрения правительственного чиновника, такое медиасобытие, как драматичное слушание в Конгрессе, является не более чем тщательно подготовленным и отрежиссированным спектаклем, сценарий которого был написан заранее и без всякого влияния средств массовой информации.

Сделанный Дж. Кингдоном вывод о минимальном воздействии средств массовой информации на формирование политической повестки в условиях американской политической системы, естественно, не может быть механически перенесен на отечественную политическую систему, однако он позволяет предположить, что по мере достижения этой системой зрелости в ней начинают происходить процессы, типологически сходные с американскими. Тогда можно сделать вывод, что формирование политической повестки под сильным влиянием медиа-повестки, типичное для предыдущего элек-

торального цикла, свидетельствовало прежде всего о незрелости и неустойчивости существующей системы власти.

В целом анализ выборов в Государственную Думу по партийным спискам показывает, что технология установления повестки дня вполне применима и к политическим партиям, а не только к отдельным кандидатам.

¹ *McCombs M., Eyal Ch., Graber D., Weaver D. Media Agenda-Setting in the Presidential Election. N.Y.: Praeger Scientific, 1981. P. 155.*

² *Ibid.*

³ См.: *Dearing J., Rogers E. Agenda-setting, Where Has It Been, Where Is It Going? // Communication Yearbook 11. L.A., 1987.*

⁴ *Kingdon J.W. Agendas, Alternatives and Public Policies. Boston, Toronto: Little, Brown and Company, 1984. P. 91.*

⁵ *Kingdon J.W. Op. cit. P. 63.*

СИМУЛЯТИВНАЯ ДЕМОКРАТИЯ (РЕФЕРЕНДУМ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДЛЕНИЯ СРОКА ПОЛНОМОЧИЙ ГЛАВЫ ГОСУДАРСТВА)

В.Н. Руденко



Виктор Николаевич Руденко,
директор Института философии и права
УрО РАН

Конституции всех государств, образовавшихся после распада бывшего СССР, учли опыт державы, чье конституционное законодательство на протяжении всех лет ее существования, за исключением двух последних, не предусматривало ограничений по количеству сроков замещения должности главы государства. В текстах конституций новых независимых государств были закреплены традиционные для стран развитой демократии нормы, согласно которым одно и то же лицо не может избираться на должность главы государства более двух раз подряд. Следуя опыту стран развитой демократии, срок исполнения полномочий главы государства во

вновь образовавшихся странах также был ограничен четырьмя – пятью годами.

Между тем, за истекшие с момента распада Союза ССР годы в ряде стран (государства Центральной Азии, Казахстан) выявилась ярко выраженная тенденция развития государственного строительства, состоящая в продлении срока полномочий главы государства. Обозначенная тенденция находит свое выражение, во-первых, в увеличении количества сроков полномочий главы государства, во-вторых, в продлении самого срока полномочий; в-третьих, в увеличении количества сроков полномочий с одновременным продлением их продолжительности. Отличительной особенностью этого процесса является следование установленным конституционным правилам, приверженность законодателей общепризнанным демократическим ценностям. Продление полномочий главы государства осуществляется посредством реализации одного из наиболее известных институтов современной демократии – института референдума. В период с 1992 года по настоящее время в указанных странах имели место следующие всенародные голосования, на основании которых было осуществлено продление срока полномочий главы государства: референдум, проведенный 15 января 1994 года в Туркменистане; референдум, проведенный 28 апреля 1995 года в Казахстане; референдум, проведенный 30 января 1994 года в Кыргызстане; референдумы, проведенные 26 марта 1995 года и 27 января 2002 года в Узбекистане; референдумы, проведенные 26 сентября 1999 года и 22 июня 2003 года в Таджикистане.

Продление срока полномочий главы государства посредством конституционного института референдума осуществлялось следующими способами: