



УДК 32.019.5: 342.25 (470+571)

## РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ РОССИЙСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

**А. М. МАКСИМОВ**

*Поморский государственный  
университет  
им. М. В. Ломоносова,  
г. Архангельск*

*e-mail: amtm15nov@yandex.ru*

Автор исследует проблему изменений, происходящих в пространстве политической коммуникации российских регионов под влиянием институциональной трансформации политической системы России в 2000-е годы. Анализ регионального пространства политической коммуникации позволяет выявить его структуру, определить качественный состав его основных субъектов, их позиции по отношению друг к другу и ведущие информационно-коммуникативные потребности. Утверждается, что трансформация политических институтов, наблюдаемая в России в начале XXI века, является основным фактором изменений в политико-коммуникативных стратегиях и практиках региональных акторов. На примере отдельных акторов в общих чертах раскрывается механизм воздействия институциональной структуры политической системы российского общества на динамику политико-коммуникативных отношений в регионах.

Ключевые слова: политическая коммуникация, региональная власть, политическая система, политические институты, политическая трансформация.

В современной политической науке публично-властные отношения все чаще рассматриваются сквозь призму коммуникативного подхода. Как известно, ключевым аспектом коммуникации является взаимный обмен информацией между участвующими в ней сторонами. В сфере же политики информация в настоящее время представляет собой один из важнейших видов стратегических ресурсов, широко используемый различными акторами для закрепления или переопределения своих политических статусов.

Вместе с тем, коммуникативные процессы в политике не являются чем-то самодостаточным и автономным, а тесным образом связаны с состоянием институциональной структуры политической системы конкретного общества. Это обстоятельство подводит нас к проблеме взаимосвязи между характером политических институтов и доминирующими формами политической коммуникации.

Из указанной проблемы следует вопрос о том, каким образом результаты институциональных преобразований в политической системе страны сказываются на специфике политической коммуникации. Для России этот вопрос является весьма актуальным, поскольку в настоящее время дают о себе знать последствия тех политических изменений, которые имели место на протяжении первого десятилетия XXI века.

Для адекватного ответа на поставленный выше вопрос необходимо системное изучение публичных коммуникаций основных политических акторов. Взятые в своей совокупности, они образуют целостную многоуровневую систему. Вслед за В. В. Силкиным, в нашей работе мы будем именовать такую систему пространством политической коммуникации<sup>1</sup>.

Преимущество описания политической коммуникации в пространственных категориях заключается в том, что такой подход позволяет исследовать динамические процессы в политико-коммуникативной сфере в их связи с изменениями во внешней среде<sup>2</sup>, в

<sup>1</sup> Силкин В. В. Влияние пространства политической коммуникации на процессы модернизации государственного управления: дис. ... д-ра полит. наук. М., 2006. С. 31.

<sup>2</sup> По отношению к пространству политической коммуникации внешняя среда представляет собой многообразие элементов политической и социальной систем, для которых коммуникация выступает





том числе раскрыть взаимозависимость между трансформацией политических институтов и сменой форм коммуникативных практик отдельных акторов.

Взаимосвязь наиболее значительных институциональных изменений, произошедших в российской политической системе в 2000-е годы, и коммуникативных практик политических акторов, действующих на федеральном уровне публично-властных отношений, в общих чертах исследована в работах М. Н. Грачева, А. Г. Киселева, С. В. Коновченко, В. И. Кравченко, В. В. Силкина, А. В. Шевченко, С. А. Шомовой<sup>3</sup>. В данной же статье предпринята попытка осветить региональный аспект обозначенной проблемы, предварительно обрисовав контуры теоретико-методологической схемы, к которой обращается автор.

Пространство политической коммуникации – сложноорганизованная система, обладающая гетерогенной структурой. Оно состоит из множества элементов, относящихся к различным типам. В структуре пространства политической коммуникации В. В. Силкин выделяет следующие комплексы элементов<sup>4</sup>: 1) субъекты коммуникации; 2) информация (ее содержательные аспекты); 3) политико-коммуникативные процессы и отношения; 4) система политико-коммуникативного управления; 5) политическая культура.

Важнейшим из указанных комплексов является комплекс субъектов политической коммуникации. В обоснование этого можно привести несколько соображений. Во-первых, именно субъекты коммуникации в силу наличия у них определенных потребностей, удовлетворение которых возможно лишь при условии участия в социальном взаимодействии, инициируют и поддерживают информационно-коммуникативные процессы и отношения. Во-вторых, только субъекты коммуникации могут являться источником осмысленной информации, а также ее реципиентом – участие субъектов коммуникации необходимо как на стадии производства и кодирования информации, так и на этапе восприятия и интерпретации. Таким образом, субъекты политической коммуникации, их потребности, интересы и цели – первичное и необходимое условие возникновения, сохранения и развития пространства политической коммуникации

Состав субъектов политической коммуникации весьма разнообразен. В него могут быть включены как политические акторы в полном значении этого термина, так и индивиды, группы и организации, которые участвуют или вовлекаются в политические процессы и отношения, не являясь при этом частью политической системы.

Опираясь на классификацию, предложенную А. И. Соловьевым<sup>5</sup>, субъектную составляющую политико-коммуникативного пространства региона можно дифференцировать следующим образом<sup>6</sup>: 1) региональные органы государственной власти и органы местного самоуправления; 2) региональные отделения политических пар-

в качестве механизма, обеспечивающего их функциональное взаимодействие (например, между федеральным центром и региональными элитами, политическими партиями и электоратом). В настоящей статье речь идет преимущественно о тех элементах, которые связаны с политическими институтами.

<sup>3</sup> Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М., 2004; Коновченко С. В., Киселев А. Г. Информационная политика в России. Монография. М., 2004.; Кравченко В. И. Власть и коммуникация: проблемы взаимодействия в информационном обществе. СПб., 2003; Силкин В. В. Влияние пространства политической коммуникации на процессы модернизации государственного управления: дис. ... д-ра полит. наук. М., 2006; Шевченко А. В. Информационная устойчивость политической системы: Монография. М., 2004; Шомова С. А. Политическая коммуникация: социокультурные тенденции и механизмы. М., 2004.

<sup>4</sup> Силкин В. В. Влияние пространства политической коммуникации на процессы модернизации государственного управления: дис. ... д-ра полит. наук. М., 2006. С. 104.

<sup>5</sup> Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. 2002. №3. С. 13-14.

<sup>6</sup> В структурировании пространства политической коммуникации кроме собственно региональных акторов участвуют также акторы, которых можно обозначить как «внешние». К ним относятся территориальные органы федеральных ведомств, региональные подразделения корпораций общероссийского уровня, центральные СМИ. Однако в представленный перечень они не включены, поскольку рассматриваются нами как факторы внешней среды.





тий, региональные общественно-политические организации и движения; 3) региональные бизнес-структуры; 4) региональные средства массовой информации; 5) различного рода некоммерческие общественные объединения – так называемый «третий сектор».

Обратимся к общей характеристике указанных субъектов политической коммуникации. С этой целью определим позицию каждого из них в структуре политико-коммуникативного пространства региона и выявим их основные информационно-коммуникативные потребности.

В отношении региональных органов государственной власти (далее – региональная власть) можно утверждать, что они являются своеобразным «ядром» пространства политической коммуникации<sup>7</sup>. Это связано с их особым статусом и функциями в политической системе региона. Во-первых, региональная власть является системообразующим компонентом политических отношений в регионе. Во-вторых, региональная власть претендует на роль единственного легитимного представителя интересов населения региона в целом. В-третьих, региональная власть имеет в своем распоряжении средства нормативно-правового и административного воздействия, позволяющие ей перераспределять ресурсы (в том числе и информационные) между другими акторами. В-четвертых, поскольку региональная власть стремится сохранить за собой свой статус в региональной политической системе, постольку ей необходимо отслеживать все информационные потоки в регионе и вступать в коммуникации с как можно большим числом других акторов.

Информационно-коммуникативные потребности региональной власти весьма разнообразны. В качестве основных отметим следующие: 1) сбор максимально полной информации о тенденциях социально-экономического, общественно-политического и культурного развития региона с целью повышения эффективности государственного управления; 2) создание и распространение информационных сообщений о собственной деятельности; 3) регулирование информационных потоков с целью упорядочения публичных коммуникаций и стабилизации структуры политико-коммуникативного пространства региона; 4) формирование позитивного имиджа региональной власти и благоприятного по отношению к ней общественного мнения; 5) согласование деятельности региональной власти с деятельностью иных значимых акторов.

Наряду с органами государственной власти в качестве одного из основных субъектов политической коммуникации традиционно выступают политические партии и движения. Их деятельность направлена на формирование устойчивых взаимоотношений как с организованной общественностью и населением, так и с государственными структурами. Таким образом, политические партии и движения занимают позицию посредника в системе коммуникативных отношений между гражданами и государством.

Следует отметить, что российскую партийную систему с момента ее формирования и вплоть до настоящего момента отличает крайне неравномерное распределение финансовых, кадровых, информационных и иных ресурсов и, как следствие, неравенство шансов на победу в предвыборной борьбе. Этим фактором определяются различия в позиции отдельных политических партий в структуре пространстве политической коммуникации.

Функциональная ориентация политических партий как организаций, представляющих в агрегированном виде интересы определенных социальных слоев и нацеленных на легальное участие в политической конкуренции, предопределяет круг их основных информационно-коммуникативных потребностей. Среди них: 1) мониторинг социально-экономического и общественно-политического состояния региона с целью выработки оптимальной стратегии политической борьбы; 2) укрепление взаимоотношений со сторонниками, увеличение их численности; 3) публичная арти-

<sup>7</sup> Тамицкий А. М. Региональная власть как актор информационной политики // Вестник Поморского университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». 2006. №8. С. 259.





куляция определенных политических идей и партийных программ; 4) формирование благоприятного общественного мнения и конструирование имиджей политических партий и партийных лидеров; 5) мобилизация электоральной поддержки в период избирательных кампаний.

Особую нишу в пространстве политической коммуникации региона занимают коммерческие организации. Основная доля публичных коммуникаций предпринимательских структур направлена на потенциальных потребителей, инвесторов, партнеров и конкурентов, иными словами приходится на рыночные коммуникации. Политическая коммуникация имеет для частного бизнеса второстепенное значение, но при этом объективно выполняет важную функцию в региональной политической системе: коммуникации коммерческих организаций с региональными политическими акторами ведут к выстраиванию таких взаимоотношений между ними, в результате которых происходит обмен экономических ресурсов первых на политическую поддержку вторых<sup>8</sup>.

Таким образом, информационно-коммуникативные потребности частного бизнеса в политической сфере сосредоточены вокруг обеспечения наиболее благоприятных политико-административных условий для своей коммерческой деятельности. Достижимый в процессе политической коммуникации результат в данном случае может рассматриваться как специфическое конкурентное преимущество тех или иных компаний.

«Третий сектор» как субъект политической коммуникации представлен разнообразными некоммерческими организациями, общественными и религиозными объединениями, профессиональными союзами, благотворительными фондами и другими формами гражданской самоорганизации.

Описывая современное состояние «третьего сектора» в России, Ю. В. Ирхин отмечает следующие его характерные черты: фрагментарность; низкий уровень интеграции; слабость социальной основы; отсутствие согласия относительно главных ценностей; недостаточная структурированность интересов; общественно-политическая пассивность граждан; неэффективность воздействия общественных объединений на деятельность государственной власти<sup>9</sup>. То же самое наблюдается и на региональном уровне<sup>10</sup>.

Учитывая незавершенность процесса формирования российского гражданского общества можно констатировать, что некоммерческие объединения (НКО), будучи ограничены в своих ресурсах, оказываются на периферии пространства политической коммуникации. Вместе с тем, проблемы, возникающие в деятельности «третьего сектора» в регионах, являются мощным стимулом к росту политико-коммуникативной активности общественных организаций. Так, например, дефицит экономических ресурсов у отечественных НКО ведет к интенсификации коммуникативного взаимодействия между ними и региональной властью, которая в данном случае рассматривается как потенциальный спонсор, необходимый для финансирования социальных и культурных проектов.

Средства массовой информации в системе политических отношений выступают в двойном качестве: как совокупность каналов трансляции политической информации и как самостоятельный субъект политической коммуникации. Двойственным характером функционирования СМИ обусловлена неоднозначность их позиции в пространстве политической коммуникации региона. С одной стороны, они представляют собой важнейший элемент информационно-коммуникационной инфраструктуры и, как следствие, используются другими акторами в качестве инструментов поли-

<sup>8</sup> Лысенко В. Взаимодействие власти и бизнеса в регионах: российская версия // Федерализм. 2002. №4. С. 74.

<sup>9</sup> Ирхин Ю. В. Гражданское общество и власть: проблемы взаимодействия и контроля в современной России // Социально-гуманитарные знания. 2007. № 5. С. 11-12.

<sup>10</sup> Белокурова Е. Модели взаимодействия Третьего сектора с региональными органами власти в России // Гражданское общество: Первые шаги / Под ред. А. Сунгурова. СПб., 1999. С. 245.





тической коммуникации. С другой стороны, СМИ обладают в своей коммуникативной деятельности относительной автономией и имеют собственные политические интересы.

В условиях относительной стабильности пространства политической коммуникации структурные позиции рассмотренных нами субъектов остаются в целом неизменными, а их информационно-коммуникативные потребности, являются инвариантными, поскольку определяются сущностными характеристиками самих субъектов. Однако же коммуникативные стратегии и практики, ориентированные на удовлетворение обозначенных потребностей, в значительной мере зависят от колебаний состояния внешней среды. Неустойчивость ее состояния связана с множеством факторов, например, с перераспределением ресурсов между акторами или институциональными изменениями в политической системе как отдельного региона, так и страны в целом. В последнем случае, если изменения достаточно глубоки и при этом труднообратимы, то есть имеют характер трансформации, возможна не только смена коммуникативных стратегий и практик, но и реструктуризация самого пространства политической коммуникации.

Подобного рода трансформация институциональной структуры политической системы наблюдается в России с начала 2000-х. В эти годы происходит несколько взаимосвязанных процессов: во-первых, существенное по сравнению с предшествующим периодом укрепление позиций федерального центра во взаимоотношениях с регионами<sup>11</sup>; во-вторых, общее усиление государства как политического актора, что стало возможным благодаря формированию единой вертикали исполнительной власти<sup>12</sup>; в-третьих, нарастание в российской политической системе авторитарных тенденций<sup>13</sup>. Указанные процессы ведут к изменению условий, в которых флуктуирует пространство политической коммуникации, и становятся, таким образом, предпосылками качественных изменений в коммуникативных практиках отдельных акторов.

Одним из важнейших факторов, воздействующих на политико-коммуникативное пространство региона, выступают федеративные отношения. Среди основных итогов реформирования этих отношений в начале XXI века стала замена прямых выборов глав субъектов РФ косвенными при ключевой роли в этом процессе президента страны<sup>14</sup>. Это позволило встроить региональные властные структуры в единую вертикально интегрированную систему государственного управления. В результате интенсифицировались процессы интеграции публичных коммуникаций на разных уровнях государственной власти, что было связано с целенаправленными усилиями федерального центра по унификации государственной информационной политики<sup>15</sup>. Как следствие, происходит постепенная переориентация коммуникативных стратегий руководства регионов на интересы федеральной власти.

В пространстве политической коммуникации субъектов РФ центральная позиция региональной власти по-прежнему сохраняется, но ее политико-коммуникативные практики перестают определяться исключительно собственными потребностями. Репрезентация, интерпретация и оценка политических событий, решений и действий руководства страны, содержащаяся в информационных сообщениях федеральных органов, становятся ориентирами для региональной власти. Кро-

<sup>11</sup> Маклашова Е. Г. Властное пространство федеративной России: региональное развитие и интересы федеральной власти // Региональные проблемы. 2009. №12. С. 87.

<sup>12</sup> Холодковский К. Г. К вопросу о политической системе современной России // Полис. 2009. №2. С. 11.

<sup>13</sup> Там же. С. 9-12.

<sup>14</sup> О внесении изменений в Федеральный закон «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» и в Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»: Федеральный закон от 11 декабря 2004 № 159-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2004. № 50. Ст. 4950.

<sup>15</sup> Кушнарев Ф. Ю. Информационная политика современной России в условиях модернизации политической системы: дис. ... канд. полит. наук. Ярославль, 2005. С. 127-128.





ме того, меняется характер организуемых региональными органами мероприятий по взаимодействию с общественностью. Отныне эти мероприятия являются не просто отдельными PR-акциями регионального значения, но становятся органичной частью общегосударственной политико-коммуникативной стратегии российской власти.

В партийной системе страны также произошли существенные изменения. В частности, впервые в постсоветской России появилась политическая партия, которая объективно может претендовать на статус доминирующей. Одновременно посредством законодательных мер были созданы условия для резкого сокращения общего числа политических партий. Следствием этого на региональном уровне стало с одной стороны повышение упорядоченности партийных коммуникаций с региональной властью и общественностью, а с другой – крайняя асимметричность позиций доминирующей партии «Единая Россия» и оппозиционных партий.

Закономерный результат перестройки партийной системы – интенсификация коммуникаций всех сколько-нибудь значимых региональных акторов с соответствующими структурами доминирующей партии. Наиболее явно это проявляется во взаимоотношениях региональных органов власти с отделениями «Единой России» в субъектах РФ, что даже дало повод некоторым исследователям утверждать об этатизации «Единой России»<sup>16</sup>. Это, впрочем, не означает переплетения государственных и партийных структур, а скорее свидетельствует о попытках усилить позиции партии в отношениях с бюрократией.

Стремление руководства «Единой России» играть более весомую роль в региональной политике указывает на желание федеральной власти усилить свой контроль над региональными политическими элитами через еще один мощный канал влияния. Таким образом, трансформация партийной системы в России, так же как и реформирование федеративных отношений, является средством консолидации политической элиты в центре и регионах.

Характерным является и открыто выражаемое стремление частного бизнеса установить тесные взаимоотношения со структурами доминирующей партии<sup>17</sup>. Поскольку лица, замещающие важнейшие должности в региональных администрациях, как правило, имеют членство в «Единой России», организация эффективных коммуникаций с этой партией рассматривается деловыми кругами как один из действенных инструментов лоббирования своих экономических интересов.

Что же касается состояния «третьего сектора» в регионах, то трансформационные процессы в политической системе страны в целом оказали на него незначительное влияние. Региональные НКО как и в предшествующие годы остаются малочисленными, не обладают достаточными ресурсами, чтобы поддерживать свою автономность по отношению к иным акторам, а их взаимодействие с органами государственной власти носит явно асимметричный характер. Показательны в связи с этим данные опроса, проведенного в 2007 году Фондом «Общественное мнение». На вопрос «знаете ли Вы, что-то слышали или ничего не знаете о работе некоммерческих организаций в вашем регионе (области, крае, республике)?» 67% опрошенных ответили отрицательно<sup>18</sup>.

Общественные объединения, действующие в регионах, по-прежнему сталкиваются с целым комплексом проблем: недостаток финансирования, квалифицированных кадров, а также острый дефицит информационных ресурсов, в том числе ограниченность доступа к СМИ. Серьезным препятствием для развития «третьего сектора» является невысокая степень интеграции и слабость горизонтальных связей. Все

<sup>16</sup> Перегудов С. П. Политическая система России после выборов 2007-2008 гг.: факторы стабилизации и дестабилизации (Часть 1) // Полис. 2009. №2. С. 30-31.

<sup>17</sup> Перегудов С. П. Политическая система России после выборов 2007-2008 гг.: факторы стабилизации и дестабилизации (Часть 2) // Полис. 2009. №3. С. 146.

<sup>18</sup> Некоммерческие организации: осведомленность и отношение. Опрос населения // База данных Фонда «Общественное мнение» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bd.fom.ru/report/cat/socium/notcomm/do74324>





это вынуждает региональные НКО решать задачи по налаживанию взаимодействия с теми акторами, которые потенциально могли бы оказать помощь в устранении указанных проблем.

В каждом конкретном случае степень успешности коммуникативной деятельности региональных общественных объединений различна. Вместе с тем, необходимо отметить, что в рассматриваемый период наблюдается стремление со стороны государства к расширению и одновременно с этим упорядочению и унификации взаимодействия со структурами некоммерческого сектора. Данный тренд проявился в создании Общественной палаты Российской Федерации и почти повсеместном учреждении региональных общественных палат, активном участии представителей государственной власти в Общероссийских Гражданских форумах, повышении роли связей с общественностью в деятельности региональных органов власти. Данный вектор в коммуникативной стратегии государства, на наш взгляд, обусловлен потребностью правящей элиты в эффективных средствах легитимации собственной власти и мобилизации общественной поддержки.

Специфика взаимоотношений государственных органов и общественных объединений в конце 2000-х характеризуется активным встраиванием последних во «властную вертикаль»<sup>19</sup>. Интенсивность коммуникаций в системе «государство – гражданское общество» при сохранении невысокого уровня консолидации некоммерческого сектора ведет к тому, что общественные объединения постепенно утрачивают свою самостоятельность, превращаясь из партнеров государственной власти в средство управления общественным мнением.

Еще одним важным следствием трансформации российской политической системы стало реформирование отношений средств массовой информации с государственной властью, выразившееся в повышении степени государственного контроля над ключевыми российскими СМИ. Первоначально это было продиктовано стремлением руководства страны решить вполне конкретные задачи: 1) увеличить объем информационных ресурсов, чтобы с их помощью успешно противостоять в «информационной войне» политически активным представителям крупного бизнеса; 2) с помощью медиатехнологий сконструировать и внедрить в массовое сознание позитивно окрашенные образы нового главы государства, что должно было придать легитимность его действиям по преобразованию политической системы<sup>20</sup>. В последующие годы мобилизация властью ресурсов массмедиа осуществляется в основном тогда, когда возникает необходимость информационного сопровождения правительственных мероприятий, которые могут вызвать негативную реакцию определенных социальных слоев. В остальное время подконтрольные властям средства массовой информации осуществляют трансляцию официального дискурса с характерными для него идеями внутренней стабильности и растущего влияния России в международных отношениях.

В субъектах РФ складывается аналогичная ситуация: новые принципы взаимоотношений СМИ и государственной власти, оформившиеся на федеральном уровне, переносятся в регионы, незначительно модифицируясь в соответствие с их социально-политической спецификой. И если в начале 2000-х годов еще наблюдается определенная дифференциация моделей взаимодействия региональной власти и средств массовой информации<sup>21</sup>, то к концу десятилетия четко обозначилась тенденция к унификации этих моделей на базе патерналистских отношений между региональной властью и СМИ. Таким образом, складываются предпосылки для утраты ре-

<sup>19</sup> Перегудов С. П. Политическая система России после выборов 2007–2008 гг.: факторы стабилизации и дестабилизации (Часть 2) // Полис. 2009. №3. С. 153.

<sup>20</sup> Засурский И. И. СМИ и власть. Россия девяностых // Средства массовой информации России / М. И. Алексеева [и др.]; под ред. Я.Н. Засурского. М., 2008. С. 108.

<sup>21</sup> Подробнее см.: Общественная экспертиза: Анатомия свободы слова / Ред. И. Яковенко. М., 2000.





гиональными средствами массовой информации своей субъектности в пространстве политической коммуникации и превращении их в технический инструмент артикуляции дискурсов наиболее сильных региональных акторов.

Оценивая характер и масштабы влияния институциональной трансформации российской политической системы на структуру пространства политической коммуникации регионов и реализуемые в его границах коммуникативные практики, необходимо подчеркнуть два основных момента. Во-первых, в наибольшей степени изменения в политических институтах отражаются на политико-коммуникативной деятельности тех акторов, которые локализованы в «ядре» пространства политической коммуникации региона. Прежде всего, речь идет о региональных органах государственной власти, испытывающих на себе непосредственное воздействие результатов политических преобразований на высшем уровне. Во-вторых, переопределение структурных позиций в пространстве политической коммуникации региона затрагивает преимущественно тех субъектов, которые локализируются на его периферии. Это относится к акторам, занимавшим данные позиции на предыдущем этапе (некоммерческие объединения, позиция которых в целом улучшается в связи с усилением взаимодействия со структурами государственной власти), а также к тем, которые подверглись маргинализации (некоторые политические партии, которые утратили свой прежний юридический статус<sup>22</sup>, и организации, представляющие так называемую несистемную оппозицию). Все вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что результаты трансформации политической системы страны оказывают значительное влияние на состояние пространства политической коммуникации в российских регионах, хотя это влияние и проявляется в неодинаковой мере в отношении региональных акторов различного типа.

## **REGIONAL POLITICAL COMMUNICATIONS UNDER THE RUSSIAN POLITICAL SYSTEM'S TRANSFORMATION**

**A. M. MAXIMOV**

*M.V. Lomonosov Pomor  
State University, Arkhangelsk*

*e-mail: ammi5nov@yandex.ru*

The author researches the problem of the changes in the political communication space of Russian regions occurring under the Russian political system's institutional transformation in 2000s. The analysis of regional political communication space allows of detecting its structure, defining its general subjects' qualitative composition, their relative positions and main information and communication needs. The author claims that the transformation of the political institutes observed in Russia at the beginning of XXI century is the main factor of the changes in regional actors' political and communicative strategies and practices. The author shows generally by single actors' example the mechanism of the Russian society's political system's institutional structure's influence on the political communicative relations' dynamics in regions.

**Key words:** political communication, regional authority, political system, political institutes, transformation.

<sup>22</sup> См.: О политических партиях: Федеральный закон от 11 июля 2001 № 95-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2001. № 29. Ст. 2950.