

ТОТАЛИТАРИЗМ И ТОТАЛИТАРНОЕ СОЗНАНИЕ



11

ВЫПУСК

Март 2013

гражданами для изменения социальной и политической реальности. Данный институт в западных государствах активно развивается и поддерживается. В России же ситуация совершенно иная. В 2000-х годах мы столкнулись с ситуацией, когда любое несанкционированное проявление политического участия воспринимается как угроза власти, стабильности страны и резко пресекается [3. С. 94-95].

Необходимо прочувствовать саму природу политического участия граждан – ему чуждо насильственное управление или насаждение «сверху». Институт политического и гражданского участия должен развиваться в условиях гражданской солидарности, ответственности – в общем, гражданского общества. России движется вперед, несмотря на свою столь короткую историю демократической власти и некоторые явные недостатки.

Литература

1. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. М., 2010. 592 с.
2. Зарубежная политология: Словарь – справочник. / Под редакцией А.В. Миронова, Г.А. Цыганкова. М.: Социально-политический журнал, Независимый открытый университет, 1998. С.239-241.
3. Какабадзе Ш.Ш., Зайцев Д.Г., Звягина Н.А., Карастелев В.Е. Институт гражданского участия: проверка деятельностью субъектов // Полис. 2011. №3. С.88-107.
4. Петухов В.В. Гражданское участие в контексте политической модернизации России // Социс. 2012. №1. С.48-60.
5. Петухов В.В. Поколение «нулевых»: социальные настроения, идеологические установки и политическое участие // Полис. 2012. №4. С.56-62.

Дубиненко А.А.

О ПУБЛИЧНОСТИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ БИЗНЕС СТРУКТУР В РЕГИОНАЛЬНОМ ПАРЛАМЕНТЕ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

В связи с тенденцией взаимопроникновения бизнеса и власти, получившей широкое распространение после распада СССР, отношения двух этих социальных субъектов представляются большим и перспективным полем для исследования. Отношения власти и бизнеса складываются как на федеральном, так и на региональном уровнях. Неоднократно различными авторами поднимался вопрос о том, кто же

на самом деле стоит у руля политической жизни. Представители бизнеса воздействуют на политику различными способами, как неформальными, так и формальными, например, через выдвижение своих кандидатов в органы власти. Таких «выдвиженцев» достаточно и в федеральных органах власти, и в региональных. В данной работе речь пойдет о публичности политического представительства интересов бизнеса в Законодательной думе Томской области. Основная цель работы состоит в том, чтобы прояснить, насколько населению области известно об экономической деятельности депутатов, не скрывается ли она?

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- определить численность и долю бизнесменов в составе депутатов Законодательной думы Томской области;
- проанализировать томские СМИ на предмет упоминаний о соответствующих лицах за период с сентября 2012 по март 2013гг.

Методология исследования позаимствована у С.В. Расторгуева [3] и включает в себя следующие методы: статистический и выведение среднеарифметической величины. Кроме того, использовался контент-анализ СМИ. Однако, данное исследование имеет более узкие временные и географические рамки по сравнению с тем, что проводил С.В. Расторгуев. Сужение исследования в указанных плоскостях отчасти компенсируется расширением источников для анализа. Если, С. В. Расторгуев использовал только один интернет ресурс, то в данном исследовании был задействован еще и печатный источник для исключения возможности «попадания в ловушку», представляющей собой односторонность источника.

Итак, для выполнения первой задачи мы воспользовались официальным сайтом Законодательной Думы Томской области [2] и ознакомились с биографиями депутатов текущего созыва. На основе полученной информации, мы можем говорить, что из 40 (без учета депутатов, полномочия которых прекращены досрочно) депутатов Законодательной Думы 17 являются представителями бизнеса, что составляет 42%. Данный факт, безусловно, указывает на весомую степень влияния бизнеса на политику в исследуемом регионе.

Так же из полученных данных следует, что депутатов-представителей бизнеса, избранных по одномандатным округам больше, нежели тех, кто был избран по партийным спискам (10 и 7 соответственно). Это подтверждает тот факт, что одномандатные округа более благоприятны для прохождения бизнесменов, так как они собирают голоса местных избирателей под свои персональные

обещания, а не под партийный бренд. А доля бизнесменов, избранных таким образом, зависит от авторитета каждого из них.

Следующая задача – выяснить степень публичности представителей бизнеса в данном органе. Для этого возьмем один печатный источник – газету «Томская неделя», и один интернет ресурс – сайт новостной компании ТВ-2, и проанализируем упоминания депутатов-бизнесменов за период с сентября 2012 по март 2013 г. Представители бизнеса публичны, если в СМИ предоставляют сведения об их деятельности в сфере бизнеса, а в случае, если они пишут исключительно как о политиках – они не публичны.

Получилось, что из семи случаев упоминания исследуемой категории людей в печатном источнике, 5 раз их представляют как бизнесменов и 2 исключительно как политиков. В процентном соотношении это 71% и 29% соответственно.

Схожая ситуация и с интернет ресурсом: из 37 упоминаний 26 содержат в себе информацию о причастности соответствующих лиц к бизнесу и в 11 они представлены только как политики. В процентах – 70% и 30%.

Основная доля упоминаний приходится на И.Г. Кляйна (23%), Е.М. Собканюк (23%) и А.П. Тютюшева (16%), а вовсе не упоминались Семкин В.В., Кормашов М.Б., Звонарев С.В., Терещенко А.А., Маркелов В.А., Музалеев В.Н., Серeda Н.И., Френовский А.Н., Баранов Е.В.

Может быть 2 причины, по которым информация по данным депутатам не освещается в СМИ: недостаточная активность политиков, либо соответствующая позиция СМИ.

Но как известно, Томская неделя и ТВ2 – совершенно разные по направленности информационные ресурсы, поэтому совпадение их позиций говорит об объективности причин умолчания. По крайней мере, мы не можем отнести причины отсутствия упоминаний об этих депутатах только на счет редакционной политики этих СМИ. Следовательно, можем предположить, что эти депутаты действительно не очень активны.

Таким образом, анализ двух источников информации показал, что в обоих случаях упоминаний об исследуемых лицах в качестве бизнесменов приблизительно на 40% больше, чем таких сообщений, где про их экономическую деятельность умалчивается. Такой результат свидетельствует о том, что в Томской области высока степень публичности депутатов Законодательной Думы, связанных с бизнесом. Данное положение дел смотрится выигрышно на фоне Центрального федерального округа, где по результатам схожего (но не идентичного) исследования С. В.Расторгуева, можно сделать вывод, что средний

процент публичности представителей бизнеса в местном парламенте - 43% [З. С. 118].

Результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что СМИ Томской области достаточно открыто освещают бизнес-происхождение депутатов законодательного органа региона. Такие результаты могут служить не только демонстрацией особенностей медийной среды Томской области. Они свидетельствуют о том, что здесь, в отличие от многих областей средней полосы России, тесная связь депутатского корпуса с предпринимательским сектором не является негативным фактором формирования репутации региональных политиков.

Литература и источники

1. Агентство новостей ТВ2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tv2.tomsk.ru/tmg> (дата обращения 01.04.13)
2. Официальный сайт Законодательной Думы Томской области. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://duma.tomsk.ru/> (дата обращения 10.12.12.).
3. Расторгуев С.В. Инкубенты-бизнесмены в областной законодательной власти в ЦФО в 2000 - 2011гг. // Полис. № 4, 2012, С. 117-125.
4. Томская неделя. Областная независимая газета. №36, 07.09.12 - №13, 29.03.13.

Кошечко И.В.

ДЕПУТАТЫ «МАЛЫХ ДЕЛ» (О ФОРМИРОВАНИИ ПАРЛАМЕНТСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ)

Устав - основной закон Томской области - закрепляет за Законодательной Думой Томской области весьма широкий спектр полномочий в различных сферах, таких как организация и обеспечение государственной власти и местного самоуправления, обеспечение экономического и социально-экономического развития области, обеспечение прав и свобод человека и гражданина. Поэтому было бы интересно посмотреть на то, как депутаты пользуются предоставленными полномочиями, в чём они видят основные цели и задачи своей деятельности, какие ставят приоритеты, какие успехи считают главными. В качестве источника были взяты отчёты депутатов Законодательной Думы Томской области V созыва за 2012 год, которые