

# Информационная политика – это реализация «властной идеи»

Виктория Шакирова

## Информационная сфера – объект государственного управления

**Н**а сегодняшний день представляется вполне очевидным, что информационная сфера стала играть всё большую роль в политической жизни страны. Она становится одним из важнейших объектов государственного управления: регулирование потоков информации и конструирование информационной «повестки дня» – важная и актуальная задача для руководства современных государств.

Регулирование направлений политической коммуникации, контроль за движением информационных потоков, формирование общественного мнения, отвечающего требованиям времени и политической модели, – всё это является одной

из задач эффективного управления государством. На выполнение данной задачи нацелена государственная информационная политика, которая составляет важную часть политической коммуникации в целом.

Проблемы информационной политики, политической коммуникации, а также идейной составляющей политического процесса занимают многих современных отечественных исследователей: А.В.Манойло, О.Ю.Малинову, С.Г.Кара-Мурзу, М.Н.Грачёва, В.Д. Попова, А.П.Кочеткова, В.Л.Иноземцева, Д.Б.Фролова, В.Ф.Ницевича, В.Э.Багдасаряна, С.С.Сулакшина и др.

В центре современного научного дискурса в области политической коммуникации, представителями которого являются А.В.Берг, Е.В.Ка-

---

**ШАКИРОВА Виктория Андреевна** – аспирант кафедры политологии и права Московского государственного областного университета. *E-mail:* Shakivika@yandex.ru

**Ключевые слова:** информационная политика, политическая коммуникация, «властная идея».

расёва, И.В.Мелюхин [1], Ю.А.Нисневич, В.Ф.Ницевич [2], О.Финько, Д.Черешкин, стоят действия по регулированию информационной сферы общественной жизни со стороны государства. Перечисленные исследователи определяют «информационную политику» через область её деятельности – «государственное регулирование всех сфер общественной жизни, направленное на развитие ин-

формационной сферы общества». Информационная политика трактуется в соответствии с её определением, указанным в Концепции государственной информационной политики России, как «совокупность целей, отражающих национальные интересы России в информационной сфере, стратегических направлений их достижения и система мер по их реализации» [3].

### «Властная идея» – форма – легитимации власти

**Д**ля долгосрочного стратегического успеха государства и стабильности властной элиты разрабатывается «властная идея» – некий стройный властный концепт, объясняющий приемлемость выбранной государственной модели, политического курса, нацеленный на легитимацию власти.

Сумма исходящих от представителей высшей государственной власти инициатив, идеологем, политических мифов, кейсов, брендов, ярлыков, идей, в том числе и обосновывающих исторический выбор страны, муссирующихся в информационном пространстве, составляет тот самый нематериальный «символический капитал» [4], называемый нами «властной идеей».

«Властная идея» – это теоретическая категория, имеющая образно-символический характер, включающая в себя элементы идеологии, политического мифа и манипуляции, артикулирующаяся властной элитой для укрепления своей легитимности.

Властная идея содержит не только объяснение решений власти, но и оправдание участников политического процесса, которые эти решения принимают.

Данный термин разработан нами на основе работ современных политологов В.Э.Багдасаряна и С.С.Сулакшина [5], анализа исследований в сфере российской идеологии, публичной и информационной политики, а также изучения официальных документов политических организаций и органов государственной власти.

Исходя из современных политологических подходов и интерпретаций представляем авторское определение. «**Властная идея**» – это теоретически обоснованный концепт управления, продвигаемый представителями высшей политической элиты, конструирующий общественные представления и запросы, формирующий некий гражданский консенсус относительно состава и способа формирования политической элиты, а также объясняющий приемлемость политического курса выбранной государственной модели, его соответствия исторической судьбе и цивилизационному выбору государства, а также современной политической обстановке.

«Властная идея» – в первую очередь властный ресурс, нацеленный на достижение общественного консенсуса относительно эффективности способа управления страной на

определённом историческом этапе, содержащий значимую идеологическую компоненту, но имеющий более прикладной конкретно-управленческий характер, так как концепт «властной идеи» способен трансформироваться в зависимости от политической конъюнктуры и подстраиваться под тенденции политического рынка.

Проведём некоторые аналогии «властной идеи» и идеологии. Действительно, «властная идея», как и идеология, включает в себя комплекс устойчивых представлений индивида об основополагающем в прошлом, настоящем и будущем страны, месте индивида в государственном развитии и т.д., однако «властная идея» не является некоей утопией, «идеальной мечтой живущих поколений о будущем», она скорее представляет собой синтез неких устойчивых и понятных формул, следование которым необходимо для укрепления авторитета существующей политической элиты и всестороннего развития государства.

Здесь уместны слова О.Дюргейма: «недостаточно постулировать определённые идеалы, надо объяснить их, надо показать, откуда они происходят, как они соединяются с опытом и в чём состоит их объективность» [6]. Именно привязка к опыту современной политической практики и заинтересованность политической элиты в генерации конкретных идеалов «под себя» и отличает «властную идею» от других теоретических категорий («идеология», «национальная идея» и т.д.).

Подчеркнём, что «властная идея» – это взгляд на устройство страны не столько в идеологическом, сколько в

управленческом контексте, взгляд, характеризующий политическую систему в разрезе эффективности управления на определённый период, являющийся обоснованием для государственного целеполагания и проектирования. Итак, подразумевается, что «властная идея» способна интерпретировать исторический и политический путь государства в соответствии со своим концептуальным содержанием, трансформироваться согласно политической конъюнктуре, а главное – сменой взглядов властной элиты на модель развития страны, а также сменой качественного состава властной элитной группировки. Поэтому (снова обращаясь к природе термина), категория «властная идейная трансформация», встречающаяся у С.С.Сулакшина и В.Э.Багдасаряна, характеризует «целенаправленную смену политической элиты в целях реализации государственно-управленческих задач» [5], а поэтому, очевидно, что задачи меняются в соответствии с «замыслом» конкретной политической элиты. В данном контексте, очень важно, чтобы артикулирующаяся «сверху» идея соответствовала общественным ожиданиям, чтобы озвучиваемые инициативы и оценки не вступали в острое противоречие с массовым пониманием политической реальности.

Центральными условиями выработки «властной идеи» (её ценностей-целей, которые были бы приняты обществом и смогли бы сплотить его, включить граждан в общую работу по реформированию общества [7]), по мнению Е.Б.Шестопаля, являются следующие факторы:

– во-первых, развитие такой многопартийной системы, в рамках которой и происходит осознание как национальных, так и частных интересов отдельных групп общества;

– во-вторых, необходимо грамотное создание организационных условий для проведения этой работы с учётом разных политических ориентаций самих экспертов;

– в-третьих, необходимы выработка некоего согласия по поводу базовых ценностей и целей развития страны внутри политического класса, а также налаживание диалога власти и общества.

Доминирующей формой трансляции «властной идеи» является государственная информационная политика.

### **Информационная политика – механизм реализации «властной идеи»**

**А**ртикулируется «властная идея» посредством информационной политики, адекватной времени, политической «повестке дня», культурным установкам, а также ментальности и интересам граждан.

Государственная информационная политика осуществляется и контролируется Департаментом информационной политики, Департаментом по взаимодействию с Федеральным Собранием РФ и политическими партиями в рамках Управления по внутренней политике Администрации Президента РФ и др. Государственные структуры в той или иной степени взаимодействуют со СМИ, конструируют и корректируют информационную повестку дня в соответствии концептами «властной идеи».

Элементы «властной идеи» находят отражение в нормативно-правовых государственных актах, атрибутике, символике, высказываниях представителей высшей политической элиты, деятельности доминирующей партии, СМИ, пропаганде и т.д.

Императивы «властной идеи» прослеживаются в официальных документах, доктринах, заявлениях, высказываниях руководителей Адми-

нистрации Президента, его пресс-секретарей, интервью политиков, комментариях функционеров «партии власти», дискуссиях экспертного сообщества – всё это образует конгломерат информационных поводов, муслирующихся в поле политической коммуникации.

Информационные поводы «властной идеи» могут преследовать разные цели, но ключевыми являются две: первая – создание востребованного образа (образа государственного института, политика, партии и т.д.) или поддержание этого образа в информационном поле [8]. Вторая – коррекция уже созданного образа и его трансформация. Современное информационное пространство не терпит однообразия, поэтому участникам политического действия необходимо периодически удивлять, даже забавлять потенциальных избирателей, вбрасывать в информационное поле противоречивые и неоднозначные элементы, ведь спорные и неоднозначные действия или высказывания представителей политической элиты часто бывают гораздо более обсуждаемыми, чем безусловно позитивные.

Посредством мониторинга общественного мнения выявляются негативные штампы, которые следует разрушать. Сформировавшиеся негативные стереотипы по возможности нейтрализуются или путём некоей корректировки переводятся в ряд положительных для престижа властной элиты тем. Наибольшую эффективность имеют долговременные информационные кампании, логически сбалансированные, освещающие разные контексты заданного информационного повода, реализуемые в течение определённого времени. Сущность таких кампаний состоит в муссировании заданной темы в разных ракурсах и форматах, провоцирующем общественные дискуссии.

Что касается формы информационного повода, то это может быть действие или высказывание. Большинству избирателей всегда интереснее наблюдать яркое действие с неожиданным сюжетом и действующими вне шаблонов лицами.

Поэтому ключевые медийные политические акторы предстают в информационном поле перед различными сегментами аудитории в разных имиджевых образах и географических пространствах.

Людям среднего и молодого возраста не интересны «разрезание ленточек» и дежурные высказывания «о любви к народу», в сообщении, адресатом которого является молодая аудитория, вводятся жаргонные и просторечные слова («мочить в сортире», «власть достала», «доили», «нагнули», «предатели» и т.п.) [9].

Эти «случайно проскользнувшие» слова на самом деле являются результатом работы политических тех-

нологов и профессиональных спичрайтеров. Технология внедрения таких слов в речи политиков направлена на получение политических очков для конструирования имиджа политических субъектов.

Субъекты информационной политики, чётко определив свою целевую аудиторию, выбирают ресурс и формат подачи политического сообщения.

Так, например, в сообщении, адресованной пенсионерам использование сленга нежелательно, однако в нём должна присутствовать образность, способствующая переводу его на второй уровень коммуникации – «сарафанное радио».

Также, например, обращаться к пенсионерам бессмысленно как по РБК, так и по СТС, потому что они не являются целевой аудиторией этих каналов, общение с данной категорией избирателей государство выстраивает через местные и районные газеты (чаще всего бесплатные), а также центральные федеральные каналы телевидения.

Важной работой по реализации легитимизации «властной идеи» являются упреждающие шаги. В частности, разъясняются законодательные нововведения, которые вступят в силу в следующем году, ведутся общественные дискуссии по важным социально-экономическим темам, объясняется позиция России во внешнеполитической сфере и т.д.

Примером упреждающих шагов в данном направлении являются публичные обращения президента, например, Послания Федеральному Собранию, публикация проектов законов) и их обсуждения в Интернете, а также политические ток-шоу на телевидении.

В самое последнее время власть пытается предложить обществу некую надпартийную систему идей и ценностей, которые призваны объединить людей вне зависимости от их

партийных и электоральных пристрастий [7].

Учитывая персонифицированный характер власти в России, отметим, что диалектика «властной идеи» прослеживается в Посланиях Президента РФ Федеральному Собранию. В этих официальных документах не только разъясняется политический курс, в них даются «управляющие инструкции», некие формулы, которые потом трансформируются в ту или иную политику. Такие формулы, лингвистические конструкции являются не только управляющими сигналами, обращениями и поручениями, но и в некотором роде идеологическими ориентирами, отражающими «властную идею». Политические спичрайтеры, создающие подобные тексты, заранее приспособливают речь политического актора под будущие цитаты в газетах и на телевидении [10].

Так, например, посредством комплексной информационной политики в политический дискурс были введены следующие смысловые единицы, отражающие её императивы и муссирующиеся в поле политической коммуникации: «вертикаль власти», «конституциональность», «гарант Конституции», «модернизация», «суверенитет», «ручное управление», «демократический консерватизм», «преемственность власти», «политика прагматизма», «духовные скрепы», «инновационное развитие», «контроль исполнения решений федерации», «международный

мир», «единство и целостность Российского государства» и др.

Президент не раз апеллировал такими лингвистическими конструкциям, как «энергия масс», «пассионарность» (обращение к Л.Гумелёву), «национальная духовная идентичность» и т.д.

Последнее время идея патриотизма как объединительной ценности не вызывает вопросов, она вполне органична российской политической культуре и стабильно занимает в сознании россиян весьма важное место, включает такие неполитические ценности, как ценности семьи, Родины, веры, традиционализма и др. [7].

Отметим, что вначале 2000-х годов в структуре президентской администрации было образовано особое экспертное управление, задача которого заключалась в заготовке ключевых тезисов, облекавшихся спичрайтерами в нужную политическую форму [11]. Работающие в подобных структурах профессионалы нередко остаются за кадром политической игры, однако играют не последнюю роль на поле восприятия власти. В созданных профессионалами текстах обязательно присутствует диалогичность, оценочность и эмоциональность. Объясняется это тем, что основная цель политической коммуникации состоит не в объективном описании ситуации, а в убеждении адресата и побуждении его к политическим действиям.

Следует отметить, что информационная политика является не только объективно необходимой частью государственной политики, направленной на развитие и укрепление государства, повышение качества жизни и обеспечение конституционных прав и свобод граждан, но и инструментом информационного давления, влияющим на формирование общественного мнения, политических взглядов граждан, а также поведение представителей управленческого эшелона. Информационная политика в тоже время является

и ресурсом для политической элиты, реализующей государственную «властную идею». Категория «властная идея», в свою очередь, характеризует некий комплекс концептуальных оснований курса политической элиты, учитывающий менталитет и особенности ценностных ориентаций граждан конкретной страны, поэтому именно она («властная идея») определяет направленность политико-коммуникационных процессов в стране и векторы развития реализации государственной информационной политики.

## Примечания

1. Мелюхин И.С. Правовые основы информационного общества в России (2008–2010 гг). // URL: [//20.05.2013](http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/26bfb00e47d68498c3257870003989db)
2. Нищевич В.Ф. Военно-информационная политика государства: теория, императивы, приоритеты. М.: ВУ, 2001. С. 23.
3. Концепции государственной информационной политики РФ // URL: <http://www.iis.ru/library/sip/sip.ru.html>
4. Бурдые П. Социальное пространство и символическая власть // THESIS. 1993. Вып. 2. С. 141.
5. Багдасарян В.Э., Сулакшин С.С. Властная идейная трансформация. Исторический опыт и типология. М.: Научный эксперт, 2011. С. 16.
6. Дюркгейм Э. Социология. Её предмет, метод, предназначение / пер. с фр., сост., послесл. и прим А.Б.Гофмана. М.: Канон, 1995. С. 9.
7. Шестопал Е.Б. Ценностные характеристики российского политического процесса и стратегия развития страны // Полис. 2014. № 2. С. 63, 68.
8. Материалы семинара «Основные направления идеологической работы партии «Единая Россия». М., 2008.
9. Бирюков С.Ю. Проблема перевода путинизмов (на материале публикаций франкоязычных СМИ). Материалы XIII Международной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов». М., 2006. С. 216–218.
10. Федорченко Л.В. Спичрайтинг как форма политического консалтинга в современной России // Вестник МГОУ. Серия «История политической науки». 2012. № 2. С. 158.
11. Ахмирова Р. Кто сочиняет речи президенту Путину // Собеседник. 2006. 4 мая.