

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО ДИРИЖИЗМА В ИНФОРМАЦИОННОЙ СФЕРЕ РФ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

Д.Н. Нечаев

Кафедра политологии, государственного и муниципального управления
Орловский филиал
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте России
б. Победы, 5а, Орел, Россия, 302028

В настоящей статье рассматривается категория государственного дирижизма в информационном пространстве на региональном уровне. Автор соотносит понятие государственного дирижизма в экономической сфере с особенностями государственного управления в информационной сфере, иллюстрируя региональными практиками.

Ключевые слова: государственный дирижизм, информационная сфера, средства массовой информации.

Новые явления в политическом развитии России и ее регионов со всей необходимостью актуализируют вопрос об исследовании проблематики государственного дирижизма, его специфике, области применения, а также получаемого эффекта. Ранее зарубежная и отечественная научная мысль оперировала этим понятием применительно к экономической сфере. Однако, изучая особенности государственной информационной политики в РФ, в особенности ее вариации в территориях, новые тенденции во взаимодействии власти и медиасообщества, логично поставить проблему государственного дирижизма в информационной сфере в научный и прикладной дискурс в условиях интенсивного «насыщения общества информацией и бурного развития информационных технологий» [19. С. 11].

Стоит отметить, что феномен экономического дирижизма оформился во Франции и как научная категория (Ф. Перру и его исследование «Экономика XX века») и как экономическая практика, касающаяся прямого контроля национального правительства инфраструктуры и транспортной системы (железных дорог, авиаперевозок), ТЭКа (производства электроэнергии, добычи природного газа), а также отрасли телефонной и почтовой связи. При этом директивное регули-

рование не затрагивало остальных отраслей экономики, где частный сектор мог с успехом функционировать самостоятельно, без государственной поддержки.

Как отмечает российский исследователь В. Андрианов, практика государственного дирижизма во Франции сводилась к ключевым направлениям контроля правительства за экономикой: «1) стимулирование спроса с помощью инвестиций в сферу высоких технологий и научно-исследовательских работ; 2) маневрирование государственными расходами в зависимости от экономической конъюнктуры; 3) индикативное планирование экономики, обеспечивающее условия для долгосрочных инвестиций, и направленность на поддержку крупных, доминирующих на национальном рынке предприятий и экспортеров; 4) повышение уровня жизни трудящихся и удовлетворение их потребностей» [1. С. 4 — 6].

Современное понимание государственного дирижизма укладывается в осознание особого явления, где выделяется «руководящая и направляющая роль государства в управлении экономикой, активное участие органов государственной власти в регулировании экономических процессов и отношений» [13. С. 106].

Если рассматривать, что на сегодня СМИ в России являются и бизнес-проектом, и источником информации, и «четвертой властью» и т.д., то логично представить себе интерес, в первую очередь власти исполнительной, к управлению и контролю за информационной сферой, где «общественное мнение выступает объектом множества разнообразных влияний, формирующих и видоизменяющих взгляды практически по каждому аспекту нашей жизни» [2. С. 149]. Кроме того, к этому также стоит добавить, что в основе теории и практики дирижизма лежит убеждение, что все экономические проблемы могут быть преодолимы политической волей.

Как отмечает один из основоположников понятия «информационное общество» У. Дж. Мартин, в развитом постиндустриальном обществе наравне с технологическими, социальными и экономическими критериями большое значение имеет и политический критерий, рассматривающий «значимость свободы информации» [10. С. 115—123].

Для того, чтобы представить влияние государства на медиабизнес как на один из сегментов экономики России (это более корректная форма воздействия, чем на источник информации или «четвертую власть»), обратимся к классической типологии общественного статуса медиа, предложенной в свое время Фредом С. Сиббертом, Уидбуром Шраммом и Теодором Питерсоном, в рамках которой они выделили четыре главные модели: либертарианскую (или модель «четвертой власти»), социально-ответственную, авторитарную, советско-тоталитарную.

Как отмечала российский исследователь В. Усачева в начале 2000 г., «либертарианская и социально-ответственная модели предполагают установление баланса между экономическим благополучием средств массовой коммуникации, профессиональной этикой журналистов и интересами общества... В вопросе о том, кто же владеет российскими средствами информации и определяет их политику, ясности нет. Сходство с авторитарной моделью и в этом отношении сильнее, чем с либертарианской. Последняя строится на независимости СМИ, принадлежащих

преимущественно частным собственникам, в то время как возникновению авторитарной модели благоприятствует такое сосуществование частной собственности с государственной, когда власть активно регулирует отношения в информационном поле» [17. С. 110, 124].

Однако за тринадцать лет так называемой «путинской стабильности» государство усилило свое влияние на СМИ, учрежденных государственными ведомствами (к примеру, на канал «Россия») или выступающего одним из соучредителей (например, на «Первый канал», где государство через Росимущество, ИТАР-ТАСС и ТТЦ «Останкино» принадлежит 51 процент акций канала), а также на абсолютное число электронных СМИ, где учредителями выступают частные лица или корпорации (к примеру, на канал НТВ, входящего в холдинг «Газпроммедиа»).

Данное влияние сопровождалось и сопровождается финансовой поддержкой в различных формах, прямой (бюджетное финансирование) и опосредованной (система госзакупок по итогам проведения конкурсов), и участием наравне с редакцией в формировании информационной повестки дня по наиболее важным вопросам внутренней и внешней политики, в особенности тех, где идет речь о главе государства и председателе правительства. Что касается конкретных моделей взаимодействия органов государственной власти со СМИ, то в данном контексте заслуживает внимания предложенная отечественным исследователем Н.Н. Фигуровским концепция существования в России в пореформенный период «двух существенно-функциональных моделей информационной политики органа власти — административно-ресурсной и открыто-коммуникативной — с адекватными для каждой из них системами принципов и механизмов» [18. С. 10].

Более того, данная линия поведения государства в информационной сфере укладывается в государственную информационную политику, которую исследователь И.Д. Волченков определяет как «инструмент государственного управления информационной сферой общества, позволяющий регулировать протекающие в ней информационные процессы, а также деятельность субъектов информационного пространства» [5. С. 14]. Вместе с тем было бы неверно предполагать, что управление контентом большинства федеральных СМИ со стороны государственных структур осуществляется грубо, прямолинейно и сопоставимо с авторитарным дирижированием массовыми коммуникациями времен СССР.

Нет, формально редакционная политика средств массовых коммуникаций была и остается независимой, в отличие от ситуации в российских регионах, что соответствует либеральному законодательству России о СМИ. Однако это вовсе не исключает «мягкой силы» государственного авторитета при освещении тех или иных политических событий (к примеру, отражении акций внесистемной оппозиции).

Поэтому, по большому счету, линия государства в информационной сфере на федеральном уровне в период 2000—2013 гг. характеризовалась борьбой двух основных подходов: дирижистского (патерналистская традиция) и либерального (требование времени), с учетом «футурмедиа — медиа будущего, средств массовой коммуникации грядущего постиндустриального общества» [12. С. 73].

В определенной мере наличие данных подходов отражалось и на информационной политике органов государственной власти и управления в российских регионах, которая однозначно имеет авторитарную специфику.

Вместе с тем изучение официальных документов региональных властей, мониторинг СМИ, опрос экспертов методом Делфи ориентирует автора на утверждение о том, что в субъектах РФ в 2005—2010 гг. окончательно оформилась дирижистская модель управления информационной сферой в территориях.

Основываясь на опросе тридцати экспертов в областях ЦФО (за исключением Москвы), автор выделяет три разновидности дирижистской информационной политики на региональном уровне (ДИПРУ).

Это *традиционалистско-провинциальная разновидность* (Тамбовская, Курская, Ивановская и др.), предполагающая опору на традиции «послушного» отношения населения и медиасообщества к власти как таковой, *авторитетно-властная* разновидность (Белгородская, Липецкая, Калужская и др.), ориентирующаяся на успехи исполнительной власти данных регионов в социально-экономическом развитии, высоком личном реноме губернаторов в общественном мнении, *властно-диктующая* разновидность (Воронежская, Орловская, Ярославская и др.), базирующаяся на высокой политической конкуренции финансово-политических кланов в информационном пространстве данных субъектах РФ, следствием которой выступает диктат точки зрения доминирующего регионального политического актора в подконтрольных СМИ.

Стоит отметить, что целью региональной государственной информационной политики, несмотря на территориальные вариации, является формирование посредством СМИ лояльности населения региональной и федеральной власти, формирование высокого рейтинга доверия главы области, мобилизация жителей территории на решение задач социально-экономического развития территории, поддержка нужных персоналий при проведении избирательных и политических кампаний.

Характерно, что выбор инструментов и технологий, которые бы позволили руководителям администраций (правительств) субъектов РФ в осуществлении имеющихся целей и задач, отличались и отличаются в зависимости от политических традиций и менталитета населения территории, уровня поддержки губернаторов и партии власти, наличия организационных и материальных ресурсов для конструктивного диалога с региональной медиабюрократией и др. Информационные же меседжи населению, исходящие от СМИ и касающиеся деятельности региональных органов власти, подтверждают тенденции «к высокому уровню персонификации данных структур» [11. С. 80].

Вместе с тем реализация дирижистской информационной политики на региональном уровне (ДИПРУ), согласно опросу экспертов, осуществляется в схожих социально-экономических и политических условиях и предполагает «массированные финансовые госвливания в обмен на контроль контента» (К. Чаплин, журналист), «многоканальное финансирование из регионального и местных бюджетов».

тов в сочетании с совместной работой журналистов и государственных пресслужб над основными темами, касающихся деятельности органов государственной власти и управления» (П. Кабанов, политолог), «формирование региональной информационной повестки дня усилиями госвласти и медиасообщества» (В. Бренделев, экономист) и др.

Кроме того, на наш взгляд, направления государственного дирижизма в информационной сфере региона сочетается с направлениями классического государственного дирижизма. Во-первых, государство в лице региональной власти посредством бюджетных вливаний стимулирует спрос на продукцию подконтрольных СМИ с помощью инвестиций в технологическую модернизацию печатных и электронных СМИ; во-вторых, оно маневрирует государственными расходами на СМИ в зависимости от экономической конъюнктуры (вливание бюджетных средств в государственные СМИ в период экономического кризиса и послекризисных явлений 2009—2013 были наиболее масштабными); в-третьих, направленность на поддержку крупных государственных медиахолдингов, доминирующих в региональном информационно пространстве и, в-четвертых, повышение уровня оплаты труда для работающих в государственных (бюджетное финансирование) и частных (система госзакупок) в сочетании с укреплением их социального статуса.

Стоит отметить, что властно-диктующая разновидность дирижистской информационной политики в субъекте РФ осуществляется в условиях декларируемого регионального плюрализма СМИ.

К примеру, в Орловской области в 2012 г. официально было зарегистрировано более 210 СМИ, из них более 170 периодических изданий и около 40 электронных СМИ: телевизионных и радиоканалов, интернет-изданий и информационных агентств, что позволяло главе региона рассматривать основную миссию данного института как создание условий «для укрепления в государственном аппарате, российском обществе и в общественном сознании ценностей патриотизма, гражданственности, ответственного отношения к настоящему и будущему России» [7].

Однако в условиях усиления региональной политической конкуренции это не помешало местной власти в 2011 г. провести реформу средств массовой информации, финансируемых из бюджета Орловской области, целью которой стало укрепление влияния правительства области на общественное мнение. В результате данной реформы был «создан Первый областной канал и „Орловский Издательский дом“, в который вошли областная газета „Орловская правда“, газета „Орловская губерния“, 24 районные газеты, молодежный журнал „ОМГ“, аналитическое интернет-издание „Орел-регион.РФ“» [7].

Проведенные организационные реформации не смогли скрыть глубинные задачи региональной власти, состоящие в расширении аудитории информационного воздействия, финансовой подпитке собственных СМИ и контроле контента с новым планированием, играющем «ключевую роль в стратегии управления но-

востями любой политической организации» [9. С. 41], что, в свою очередь, подчеркивает суть государственного дирижизма информационной сферой региона. Представители медиасообщества по итогам преобразований отмечают, что «региональные чиновники буквально вцепились в идею „подкормить“ будто бы недоедающее ГУП ООО „Орловский издательский дом“ и прочих представителей областных госмедиа, запросив на их нужды в следующем году 92 миллиона рублей против 82-х, заложенных в 2012-м. Эти планы впервые получили огласку при рассмотрении проекта областного бюджета-2013» [8].

Как отмечал в свое время Э. Бернейс, «через свой рупор — средства массовой информации — наши лидеры передают нам различные доводы и сведения по вопросам, поступающим на суд общественности» [3. С. 3].

По аналогичной схеме в сентябре 2012 г. реорганизация областных и районных СМИ произошла и в Воронежской области. Причем региональные власти не скрывали целей дирижизма, включая контроль контента и обеспечения выгодных конкурентных условий для государственных СМИ. В частности, в рамках реорганизации государственных СМИ «на базе облгазеты „Молодой коммунар“ создано региональное информационное агентство (РИА) „Воронеж“. Оно объединит 32 районные газеты и будет контролировать их дизайн, контент и расходы на основании еще не утвержденного спецрегламента» [6].

Не скрывался и масштаб бюджетного обеспечения подконтрольных средств массовой информации. Например, изначально было заявлено, что расходы на СМИ в 2013 г. вырастут «в полтора раза — до 363 млн рублей, и затем до 2015 г. планируется ежегодный рост этих затрат на 5%. То есть обещанное от создания медиахолдинга снижение затрат пока в бюджете не отражено» [15].

Проявления государственного дирижизма в виде создания неравных финансовых условий для государственных и негосударственных СМИ вне всякого сомнения встречает непонимание со стороны различных структур (к примеру, Федеральной антимонопольной службы [14]). Однако это не вызывает кардинального отпора со стороны частных СМИ, поскольку региональные администрации осуществляют государственный дирижизм данного вида СМИ через систему госзакупок по информационному обеспечению органов власти.

Подводя итоги, стоит выделить два ключевых положения.

Первое. Если в экономике России, как и в экономике других стран, допускается в различных масштабах государственное регулирование и государственный дирижизм, а СМИ — один из сегментов экономики, то вследствие этого логичны и практики государственного дирижизма в информационной сфере, причем как на федеральном, так и на региональном уровнях. При этом государственные органы власти и управления, обеспечивая финансирование государственных и частных средств массовой информации, содействуют продвижению определенных идей и оценок в общественном мнении, поскольку для СМИ характерна «способность определенных видов медиапродукции (рекламы, пропагандистских материалов, медиакампаний) оказывать побуждающее воздействие на аудиторию» [4. С. 22].

И второе. Государственный дирижизм в информационной сфере РФ, особенно на региональном уровне, распространяется в первую очередь на контент средств массовой информации по ключевым вопросам социально-экономического и политического развития территорий. В данном случае можно допускать и дирижизм журналистикой, «когда ею манипулируют, чтобы она манипулировала обществом в целях служения интересам узких групп, и тогда она наносит ущерб демократии» [16. С. 6].

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Андреанов В.* Государственный дирижизм во Франции: история и современность // Маркетинг. — 2006. — № 1.
- [2] *Бернейс Э.* Манипуляция общественным мнением: как и почему. — Полис. — 2012. — № 4.
- [3] *Бернейс Э.* Пропаганда / Пер. с англ. И. Ющенко. — М.: Hippo Publishing, 2010.
- [4] *Брайант Д., Томпсон С.* Основы воздействия СМИ / Пер. с англ. В.В. Кулебы и Я.А. Лебеденко. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2004.
- [5] *Волченков И.Д.* Разработка и реализация информационной политики органами государственной власти Российской Федерации: Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. — М., 2008.
- [6] Воронежские чиновники коммунарят районки // Коммерсантъ. Черноземье. — 2012. — 11 сентября. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2019816>.
- [7] Губернатор Орловской области поздравил региональных журналистов с профессиональным праздником // Официальный сайт правительства Орловской области. — 2012. — 13 января. URL: <http://www.orel-region.ru/index.php?head=1&unit=2508>.
- [8] Издательский дом, который «построил» бюджет // Орловский вестник. — 2012. — 30 ноября. URL: <http://www.vestnik57.ru/page/izdatelskij-dom-kotoryj-postroil-bjudzhet#print>.
- [9] *Лиллекер Д.* Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Пер. с англ. С.И. Остнек. — Харьков: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2010.
- [10] *Мартин У.Дж.* Информационное общество: реферат // Теория и практика общественно-научной информации. АН СССР. ИНИОН / Редкол.: В.А. Виноградов и др. — М.: ИНИОН, 1990. — № 3.
- [11] *Нечаев Д.Н.* Образ власти в массовом сознании населения РФ: социологический анализ (на примере Воронежской области) // Реформирование системы государственного управления в субъекте Российской Федерации: традиции и инновационные практики. Сборник статей и материалов VIII Международной научно-практической конференции: в 2 ч. — Ч. I / Под общ. ред. Т.С. Болховитиной. — Брянск: Изд-во Брянского филиала РАНХиГС, 2012.
- [12] *Орехов А., Шадьманова Ж.* Футурмедиа. Массовая коммуникация в постиндустриальном обществе // Свободная мысль. — 2011. — № 11.
- [13] *Райзберг Б.А.* Современный экономический словарь. 6-е изд., перабот. и доп. / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. — М.: ИНФРА-М, 2011.
- [14] Решение Управления ФАС по Воронежской области от 28.05.2013 г. по делу № 53-15к // Официальный сайт УФАС. — 2012. — 28 мая.
- [15] Созданный на базе «Молодого коммунара» холдинг РИА «Воронеж» должен выйти на окупаемость через три года // ABIREG.RU. — 2012. — 11 декабря. URL: http://www.abireg.ru/n_29786.html.
- [16] *Уайт А.* Этические вызовы для меняющегося ландшафта СМИ // Журналист. Социальные коммуникации. — 2011. — № 3.

- [17] Усачева К. Власть и СМИ в России: как изменились их взаимоотношения? // Pro et Contra. — Осень 2000. — Т. 5. — № 4.
- [18] Фигуровский Н.Н. Информационная политика законодательного органа власти: алгоритмы социальной идентичности: Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. — М.: РАГС, 2007.
- [19] Швецов А.Н. «Информационное общество»: теория и практика становления в мире и в России. — М.: КРАСАНД, 2012.

REFERENCES

- [1] *Andrianov V.* Gosudarstvennyj dirizhizm vo Francii: istorija i sovremennost' // Marketing. — 2006. — № 1.
- [2] *Bernejs Je.* Manipuljacija obshhestvennym mneniem: kak i pochemu // Polis. — 2012. — № 4.
- [3] *Bernejs Je.* Propaganda / Per. s angl. I. Jushhenko. — М.: Hippo Publishing, 2010.
- [4] *Brajant D., Tompson S.* Osnovy vozdejstvija SMI: per. s angl. V.V. Kuleby i Ja.A. Lebedenko. — М.: Izdatel'skij dom «Vil'jams», 2004.
- [5] *Volchenkov I.D.* Razrabotka i realizacija informacionnoj politiki organami gosudarstvennoj vlasti Rossijskoj Federacii: Avtoref. diss. ... kand. polit. nauk. — М., 2008.
- [6] Voronezhskie chinovniki kommunarjat rajonki // Kommersant#. Chernozem'e. — 2012. — 11 sentjabrja. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2019816>.
- [7] Gubernator Orlovskoj oblasti pozdravil regional'nyh zhurnalistov s professional'nym prazdnikom // Oficial'nyj sajt pravitel'stva Orlovskoj oblasti. — 2012. — 13 janvarja. URL: <http://www.orel-region.ru/index.php?head=1&unit=2508>.
- [8] Izdatel'skij dom, kotoryj «postroil» bjudzhet // Orlovskij vestnik. — 2012. — 30 nojabrja. URL: <http://www.vestnik57.ru/page/izdatelskij-dom-kotoryj-postroil-bjudzhet#print>.
- [9] *Lilleker D.* Politicheskaja kommunikacija. Ključevye koncepty / Per. s angl. S.I. Ostnek. — Har'kov: Izd-vo «Gumantarnyj Centr», 2010.
- [10] *Martin U.Dzh.* Informacionnoe obshhestvo: referat // Teorija i praktika obshhestvenno-nauchnoj informacii. AN SSSR. INION / Redkol.: V.A. Vinogradov i dr. — М.: INION, 1990. — № 3.
- [11] *Nechaev D.N.* Obraz vlasti v massovom soznanii naselenija RF: sociologičeskij analiz (na primere Voronezhskoj oblasti) // Reformirovanie sistemy gosudarstvennogo upravlenija v sub#ekte Rossijskoj Federacii: tradicii i innovacionnye praktiki. Sbornik statej i materialov VIII Mezhdunarodnoj nauchno-praktičeskoj konferencii: v 2 chastjah. — Chast' I / Pod obshh. red. T.S. Bolhovitinoj. — Brjansk: Izd-vo Brjanskogo filiala RANHiGS, 2012.
- [12] *Orehov A., Shadymanova Zh.* Futurmedia. Massovaja kommunikacija v postindustrial'nom obshhestve // Svobodnaja mysl'. — 2011. — № 11.
- [13] *Rajzberg B.A.* Sovremennyj jekonomičeskij slovar'. 6-e izd., perabot. i dop. / B.A. Rajzberg, L.Sh. Lozovskij, E.B. Starodubceva. — М.: INFRA-M, 2011.
- [14] Reshenie Upravlenija FAS po Voronezhskoj oblasti ot 28.05.2013 goda po delu № 53-15k // Oficial'nyj sajt UFAS. — 2012. — 28 maja.
- [15] Sozdannyj na baze «Molodogo kommunara» holding RIA «Voronezh» dolzhen vyjti na okupacnost' cherez tri goda // ABIREG.RU. — 2012. — 11 dekabrja. URL: http://www.abireg.ru/n_29786.html.
- [16] *Uajt A.* Jetičeskie vyzovy dlja menjajushhegosja landshafta SMI // Zhurnalist. Social'nye kommunikacii. — 2011. — № 3.
- [17] *Usacheva K.* Vlast' i SMI v Rossii: kak izmenilis' ih vzaimootnoshenija? // Pro et Contra. — Osen' 2000. — Т. 5. — № 4.
- [18] *Figurovskij N.N.* Informacionnaja politika zakonodatel'nogo organa vlasti: algoritmy social'noj identičnosti: Avtoref. diss. ... kand. polit. nauk. — М.: RAGS, 2007.
- [19] *Shvecov A.N.* «Informacionnoe obshhestvo»: teorija i praktika stanovlenija v mire i v Rossii. — М.: KRASAND, 2012.

**TO THE PROBLEM OF STATE DIRIGISME
IN THE INFORMATION FIELD OF THE RUSSIAN FEDERATION:
REGIONAL LEVEL**

D.N. Nechaev

The Department of Political Science and Public Administration
Oryol branch of Russian Academy of National Economy
and Public Administration under the President of Russia
b. Pobedu, 5a, Orel, Russia, 302028

In this article the category of state dirigisme in the information space at the regional level is analyzed. The author relates the concept of state dirigisme in the economic field with the characteristics of public administration in the information sphere, illustrating regional practices.

Key words: state dirigisme, the media sphere, media information counter.