

УДК 32.019.51

## **Информационная составляющая современных политических процессов**

**Дуняева Мадона Муразовна**

Заместитель директора службы информации телеканала Life News,  
аспирант, Сибирский институт управления, филиал  
Российской академии народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте РФ,  
630102, Российская Федерация, Новосибирск, ул. Нижегородская, 6;  
e-mail: madonna-05@mail.ru

### **Аннотация**

Статья посвящена особенностям политической стороны перехода от средств массовой информации (СМИ) к средствам массовой коммуникации (СМК). Автор освещает особенности информационной политики в России с окончания советского периода до настоящего времени. Заключение статьи содержит рекомендации по использованию СМК в качестве инструмента диалога между обществом и властью.

### **Для цитирования в научных исследованиях**

Дуняева М.М. Информационная составляющая современных политических процессов // Теории и проблемы политических исследований. 2014. № 6. С. 66-83.

### **Ключевые слова**

Медиакоммуникации, СМИ, СМК, общество, информационная политика, перестройка, диалог власти и общества.

## Введение

В современную эпоху массовой культуры и массовых коммуникаций существенно усиливается власть СМК в информационно-символическом поле политики, что проявляется в формировании и интенсивном развитии коммуникативной среды. СМК выступают, таким образом, с одной стороны, фильтрами, отбирающими для массовой аудитории группы и направления актуальных политических проблем, а, с другой стороны, – «дизайнерами» виртуальной политической реальности, на основании которой граждане выносят свои суждения о политике.

Более того, именно СМК обладают сегодня наибольшими техническими и идеологическими возможностями по формированию векторов общественного мнения и доминант политических предпочтений публики. Все эти возможности могут использоваться и уже активно используются в качестве инструмента медиакommunikаций в процессе развития диалога между обществом и государством. Косвенным подтверждением этого процесса, на наш взгляд, является тот факт, что основные общественно-политические силы все больше внимания уделяют этой новой информационно-коммуникативной среде.

С теоретических позиций информационная составляющая политических процессов изучена достаточно хорошо. Перечислим лишь некоторые из наиболее известных теорий: это теория социального научения, теория культивирования, теория унификации, теория использования и удовлетворения, теория установления повестки дня.

В контексте нашей тематики наиболее интересной представляется последняя теория. Впервые теория «установление повестки дня» («agenda setting») была сформулирована в начале 70-х гг. XX в. американскими исследователями Максвеллом Маккоумзом и Дэвидом Шоу, по мнению которых СМК постоянно подсказывают гражданам, какие проблемы считать актуальными, на текущий момент, а какие – не стоящими особого внимания. Повестка дня складывается как в зависимости от сложившейся в обществе политической конъюнктуры, так и стихийно в результате конкуренции между средствами массовой информации.

Применительно к сегодняшним реалиям – чем выше уровень доверия к СМИ, тем успешнее осуществляется технология установления повестки дня. Главными медийными конструктами, из которых складывается виртуальная политическая реальность, выступают события, новости и медиаобразы (имиджи) политических субъектов и институтов. Можно утверждать, что с развитием системы коммуникаций политика вновь возвращается в «повестку дня», и, что еще важнее, происходит постепенное повышение интереса общества к политике и к политическому участию. Однако этот процесс не был одномоментным, напротив, он развивался постепенно, по ходу формирования информационного общества.

### **Информационное общество и политическое пространство**

Понятие информационного общества появилось уже достаточно давно, однако в рамках данного понятия информация рассматривается с позиций скорее экономических, в качестве специфического товара. На сегодняшний день подобного рода подход к пониманию информации уже недостаточен – информация сегодня выступает в качестве мощного и эффективного ресурса управления, в первую очередь управления государственного.

Сторонники технологического детерминизма считают, что основой политических, социально – экономических, социокультурных и иных изменений является преобразование технологической сферы, следствием чего явилось формирование информационного общества [Харрис, 2003, 43]. Технологии не только создают комфортную атмосферу повседневной жизни, но и изменяют образ жизни общества.

Э.Тоффлер, рассматривая общественное развитие как смену «волн», вводит понятие демассификации производства, в том числе и производства масс-медиа [Тоффлер, 2002]. Демассификация является одной из характеристик информационного общества. Относительно производства этот процесс означает проявление масштабного разнообразия товаров и услуг. То же самое происходит и с формами средств массовой коммуникации.

Поясним этот тезис. До 1980-х годов СМИ представляли собой печатные издания, телевидение и радио. Обозначим их как традиционные или «старые».

Под воздействием развития компьютерных технологий медиа стали видоизменяться.

Внедрение цифровых технологий в массовую коммуникацию дало возможность к концу XX века передавать разнообразный цифровой контент на огромнейшие географические расстояния. Большим шагом в развитии интернета стало явление «Web 2.0». Данный термин введён в 2005 году Тимом О'Рейли, основателем американской издательской компании «O'Reilly media», специализирующейся на информационных технологиях. О'Рейли определяет «Web 2.0» как принцип организации веб-системы, когда ее оптимизация и наибольшая эффективность достигается за счет привлечения максимального количества пользователей.

Технологические новинки мира технологий и коммуникаций, например электронные библиотеки, социальные сети, онлайн радио и прочее прочно укрепились в жизни современного человека и позволяют судить о смене образа его жизни, а так же о смене роли средств массовой коммуникации. Теперь каждый, кто имеет доступ к интернету, обладает возможностью не просто потреблять информационный контент, но и видоизменять его, создавать свой, а также публично обсуждать.

Для современных СМК характерны следующие признаки: принцип взаимодействия с пользователем, принцип свободного создания контента, принцип модификации контента любым пользователем. Если ранее существовала модель: производитель контента – потребитель контента, то сейчас добавляется еще одно звено – его модификатор.

Быстрый рост роли информации в жизни общества продолжается по сей день. Это обусловлено бурным развитием высоких технологий, всех отраслей производства и накопления опыта рыночных отношений [см. Тютюнджи, 2012]. Владение информацией стало определяющей предпосылкой успеха в условиях жесткой рыночной конкуренции; технологические усовершенствования, изобретения, ноу-хау превратились в ценный товар.

Однако рост веса информационного фактора в политической сфере обусловлен не только влиянием сферы технологической или экономической. Разработка эффективной долгосрочной стратегии, адекватное реагирование на

события и изменения в политической среде невозможны без полной и достоверной информации о состоянии политической среды, действия и намерения других политических игроков [Кравцов, 2012]. Особое значение информационный фактор приобрел еще в середине XX в. в связи с развитием и распространением демократии как формы правления, при которой источником власти является не одно лицо или группа лиц, а весь народ.

Превращение народа в субъект политики требует максимально полного и объективного информирования всех граждан о политической жизни. Так, в середине XX века, возникла потребность в средствах массовой информации (СМИ).

В современном информационно-коммуникативном пространстве потребность объективного информирования о политической жизни, проявляется на новом уровне в новых формах информационно-коммуникативных взаимодействий, основным институтом которых являются СМК.

Однако в рамках современных демократических представлений о взаимоотношениях государства и общества более корректно и целесообразно говорить не столько об управлении, сколько о взаимодействии общества и государственной власти, эффективность которого во многом становится залогом стабильного и успешного развития ведущих мировых держав. При этом сегодня на первый план выходит взаимодействие в первую очередь именно информационное, как одно из наиболее перспективных направлений дальнейшего развития современных демократий.

В этих условиях СМК выполняют и еще одну функцию – связующего звена между государством и гражданским обществом. Эта функция тесно связана с наличием и развитием следующих составляющих:

– широко развитой деятельности некоммерческих организаций, которая, в свою очередь, стимулирует систему социального партнерства, а также накопление так называемого «социального капитала» (продукта организованного взаимодействия, имеющего общественную, а не индивидуальную природу);

– наличия широкого межсекторного взаимодействия структур и институтов государства и гражданского общества. При оптимальной модели этого взаимодействия, происходит определенная трансформация обоих акторов, обогащение их новым опытом, методиками и кадрами;

– широкого применения во взаимоотношениях государства и гражданского общества возможностей информационных технологий, что в свою очередь, ведет к формированию новых институтов, сообществ, методов коммуникаций в политике;

– политической модернизации государства, основная цель которой – построение реально функционирующего социального государства, которое, с точки зрения современной политологии, есть высшая цель в современном государственном строительстве [см. подробнее: Малышев, 2003]. Социальное государство, находясь в постоянном контакте с гражданским обществом, аккумулируя общественную и государственную волю, сохраняет собственную макросоциальную идентичность, исторический опыт и социокультурную преемственность, противостоя тем самым фрагментации, распаду и криминализации общественных отношений;

– формирования, под воздействием тенденций глобализации, гражданского общества глобального типа, не имеющего границ, что в свою очередь ведет к тому, что ограничивать его деятельность со стороны власти становится все сложнее. Государство в этих условиях фактически вынуждено искать точки соприкосновения с гражданским обществом.

В целом можно утверждать, что средства массовой коммуникации в настоящее время активно взаимодействуют со всеми институциональными системами общества – политическими, экономическими, социальными структурами. При этом современные медиа активно влияют на национальную и мировую политику. Среди особенностей этого «влияния» можно отметить следующее:

– во-первых, государство, точнее его политические институты, постепенно теряют контроль над содержанием информационных сообщений;

– во-вторых, СМК получают все больше возможностей влиять на общественное мнение, мобилизовать его;

– в-третьих, развитие новых коммуникационных технологий и реальные диспропорции между развитыми и бедными странами относятся к СМИ новые требования, на которые те не всегда реагируют адекватно. Все упомянутые аспекты являются важными ориентирами, как для политиков, так и информационной среды.

Данные особенности и тенденции характерны практически для всех современных государств, развивающихся по демократическому пути [см. Иванов, 2002]. Не исключением здесь является и Россия, в которой, однако, информационная составляющая политической жизни формировалась под влиянием целого ряда особенностей, которые мы кратко проследим.

### **Особенности перехода от СМИ к СМК в России**

Исторический переход от СМИ к СМК в России происходил под влиянием экономических и политических изменений в стране, по сути революционно, в отличие от схожих процессов в развитых странах, где можно говорить об эволюционности этого процесса.

Специфические условия развития современных СМК в России изучены достаточно хорошо. К примеру, в работах Я.Н. Засурского «Система средств массовой информации России» [Засурский, 2007] и «Масс-медиа второй республики» подробно описаны изменения средств массовой информации, а также анализируются условия и факторы, повлиявшие на процесс их развития и образования «новых» форм средств массовой коммуникации. Ученый, в частности, выделяет два фактора, обусловивших изменение системы СМИ в России – технологический, о котором уже говорилось выше, и социальный, связанны со сменой структуры власти и переходом от плановой экономики к рыночной.

Речь идёт о периоде перестройки. До этого периода можно говорить скорее не о модели информационного взаимодействия общества и государства, а о модели информационного управления обществом со стороны государства.

По большому счету, подавляющее большинство информационных ресурсов в СССР реализовывало пропагандистскую функцию советского государства, направленную на формирование четко сформулированных идеологических установок в общественном сознании [ср. Кара-Мурза, 2007]. В рамках модели информационного управления реализовывался механизм внедрения сверху вниз (от государства к обществу) определенного контента, имевшего следующую специфику:

- соответствие идеологическим установкам государства (цензурирование информации);
- дозированность (как в смысле малого объема предоставляемой о событиях информации, так и в смысле запрета на освещение определенных тем и событий);
- сквозное проникновение информации (от федеральных СМИ до полиинформаций на предприятиях и в учреждениях образования);
- низкая степень оперативности информации (о многих событиях население узнавало через значительный промежуток времени);
- ограниченное число коммуникационных каналов;
- отсутствие интерактивности (горячих линий, прямых эфиров, голосований в режиме реального времени и т.д.).

Описанная специфика представлявшегося населению «контента» была напрямую связана с информационной политикой государства, направленной в первую очередь на контроль за получаемой обществом информацией.

Можно говорить о том, что на данном этапе развития государства существовала односторонняя коммуникация между государством и обществом, полностью контролируемая партийными органами власти.

Безусловно, в Советском Союзе существовала определенная обратная связь, без которой принципиально была бы невозможна даже минимальная коррекция и оптимизация государственного управления. Однако данная связь была настолько слабой и неэффективной (а также достаточно специфичной, обеспечивавшейся преимущественно компетентными органами государственной безопасности, служившими зачастую передаточным звеном между обществом и властью), что государство объективно было неспособно адаптировать свой механизм управления к социальным запросам своих граждан.

В конечном итоге это явилось немаловажным негативным фактором, во многом определившим дальнейший распад СССР, не обладавшего на протяжении длительного времени вплоть до распада сколь-либо эффективным механизмом адаптации к изменениям внутри системы [Кара-Мурза, 2007, 265] (механизм реактивной и даже экстенсивной адаптации государства был рассчитан в первую очередь на внешнюю среду).



В период перестройки со стороны государства была предложена концептуально иная модель информационного взаимодействия с обществом, заключающаяся в отказе от тотального контроля за информационным полем и предоставлении возможности создания и развития независимых от власти информационных ресурсов.

Именно на это время приходится создание таких независимых от государственных властей СССР средства массовой коммуникации, как телепрограммы «Взгляд» и «Вести», «Радио России», ряда печатных изданий. Более того, учредителями многих изданий становились сами редакционные коллективы, проводившие в большинстве случаев независимую от властей информационную политику в рамках своих изданий (яркий пример – молодежная редакция Центрального телевидения).

В регионах интенсивно создавались альтернативные государственным электронные и печатные средства массовой коммуникации. Как следствие, можно говорить о том, что в советском государстве, за очень короткий промежуток времени, появилась массовая и серьезная альтернатива государственным информационным источникам, образовалось конкурентное поле на информационном рынке

В отношении СМИ в этот период произошёл переход от вертикальной партийной структуры к горизонтальной коммерческой. До периода распада СССР деятельность СМИ полностью управлялась решениями Центрального комитета КПСС и советом министров СССР, а сами СМИ выступали в роли орудия агитации и пропаганды коммунистической идеологии, а также управления обществом. Функциями СМИ являлись социализация, неформальный социальный контроль, мобилизация. Существовала группа СМИ, деятельность которых была направлена на международную аудиторию в целях создания позитивного имиджа государства. Партийное управление заключалось в участии руководства партии во всех процессах деятельности СМИ, включая отбор тематических направлений публикаций, деятельность редакций и информирование журналистов.

В 1990 году произошло принятие закона о СМИ, который определял некоторую свободу действий, которая предполагала осуществление политики гласности. Гласность являлась инструментом достижения целей М.С. Горбачё-

ва в осуществлении реформ и демократизации общества. Получив небольшую независимость, средства массовой информации показали, что могут содействовать власти в принятии управленческих решений, а также выступать инструментом формирования популярности личности, попросту говоря, проводить политические акции. Этим незамедлительно воспользовался М.С. Горбачев и позже оценили другие политические деятели. В финансовом отношении издания независимыми в этот период не являлись.

В 1991 году Б.Н. Ельцин подписал закон «О средствах массовой информации», действующий с некоторыми поправками по сей день. Основные принципы закона включают свободу слова, запрет на цензуру, идеологический плюрализм. Влиятельным аспектом на СМИ в этот период явилась легализация частной собственности, способствующая коммерциализации. Снятие цензуры и переход в «частные руки» позволили журналистскому сообществу занять собственную позицию, открыто выражать своё мнение и развивать различные средства массовой коммуникации (СМК).

Важным следствием является также и то, что появляются независимые СМК. В связи с новой нормативно-правовой базой, изменилась сама функция масс-медиа. В это время формируется концепция «четвертой власти» применительно к отечественным реалиям. Суть её заключается в том, что средства массовой коммуникации представляют собой самостоятельный и независимый общественный институт, который параллельно с законодательной, судебной и исполнительной ветвями власти, участвует в управлении обществом [Берёзкин, 2008, 23-32]. Запрет на цензуру, с одной стороны, определил свободу средств массовых коммуникаций и слова, с другой стороны, стал инструментом влияния коммерческих организаций в реализации их корпоративных интересов. Появляются в массовом порядке коммерческие масс-медиа, которыми управляют различные холдинги.

Таким образом, СМК становятся одновременно экономическим и политическим инструментом в борьбе между коммерческими структурами и государством, а не социальным институтом, как это было прежде.

Подобное изменение механизмов и модели информационного взаимодействия власти и общества в 1990-е годы привело к существенным негативным

моментам, которые непосредственным образом выступали в качестве мощного дестабилизирующего фактора во взаимоотношениях общества и власти.

Обратная связь от общества к государству приобрела весьма специфический характер в силу того, что различные группы влияния (как внутри страны, так и вне ее) получили возможность артикулировать свои интересы на уровне государственной власти опосредованно, через манипулирование общественным сознанием (посредством подконтрольных им средств массовой информации).

Сформированный посредством интенсивной информационной манипуляции социальный запрос общества, по сути, являлся опосредованным запросом именно тех сил, которые активно использовали доступные им СМИ с целью получения возможности влияния на принятие решений на уровне государства, т.е. на процесс государственного управления в целом в собственных интересах.

Формирование подобного рода механизма влияния на власть привело к тому, что информационные взаимоотношения между властью и обществом по большому счету стали носить характер псевдовзаимодействия. Сформированные под влиянием средств массовой информации массовые установки и общественные запросы зачастую не имели ничего общего с объективными интересами общества. Более того, общество стало своего рода ресурсом во взаимоотношениях государства и групп влияния, которые апеллировали к «общественному мнению», сформированному ими же самими.

Именно поэтому, на наш взгляд, в данный период времени возникли предпосылки к развязыванию широкомасштабных информационных войн, которые, по сути, являлись механизмами борьбы за получение влияния над общественным мнением, а следовательно, влияния на государство через обратную связь от общества к федеральной власти. В качестве показательного примера такой «информационной войны» можно привести избирательную кампанию на президентских выборах в 1996 году.

В то же время и в этот период можно найти положительные аспекты. К примеру, можно констатировать тот факт, что в сформировавшейся модели информационного взаимодействия между властью и обществом появилось промежуточное звено (в виде СМИ).

В дальнейшем, с развитием информационных технологий, влияние с государства на информационное поле во многом было минимизировано, отсутствовала сколь-нибудь вменяемая информационная государственная политика, и, строго говоря, возникла достаточно серьезная угроза вытеснения государственной власти из информационного пространства страны, что напрямую могло повлиять на уровень безопасности государства в целом (особенно в условиях крайне активного на тот момент времени присутствия в российском информационном пространстве внешних сил влияния).

По мере улучшения политической ситуации в стране государству удалось частично взять под свой контроль средства массовой коммуникации. Государственное управление ими осуществлялось в соответствии с законодательством на федеральном уровне и на местном. Государство выступало как регулятор деятельности организаций СМК. Владельцами могли быть государственные и коммерческие структуры, местные властные структуры, политические партии, церковь и любые другие организации. В связи с этим меняется типология СМК – все больше появляется электронные СМИ, ориентированных на целевые аудитории, так же в целях сохранения существования организации многие виртуальные площадки предлагают продукт развлекательного формата.

В процессе информационно-технологического развития и преобразования экономики происходит конвергенция средств массовой коммуникации (в составе одной медиакомпании появляются разные типы СМК).

В новых условиях роль владельцев СМК определенным образом сказывается на функциях журналистов как субъектов коммуникации. Если до отмены цензуры журналисты выполняли функцию информатора населения, то после запрета цензуры некоторый промежуток времени медиа пользовались неограниченной свободой: журналисты писали и говорили, что хотели. В процессе приватизации опять изменилась функция и роль журналистов. Они, образно выражаясь, превратились в рупор с голосом своих хозяев, выполняя определенные политические задачи, что в свою очередь, поставило проблему сохранения свободы слова и печати.

В связи с разногласиями о свободе слова журналисты все чаще начинают говорить о создании общественных средств массовой коммуникации, ко-

торые не являются коммерческими, а существует за счёт вложений общества, и также не зависят от власти, что способствовало развитию целого ряда независимых СМИ, в настоящее время реально влияющих на информационное пространство современной России.

Однако, определенные выводы из «неблагополучных 1990-х», российским государством также были сделаны. В 2000-е годы информационная безопасность государства начинает рассматриваться в качестве одного из приоритетов внутренней политики российского государства, что в свою очередь приводит к активизации деятельности государства в медийном поле, в том числе и с помощью введения целого ряда ограничений для средств массовой коммуникации.

В настоящее время тенденция взятия под контроль основной части российских информационных ресурсов сегодня только усиливается. Так, в последнее время прослеживается четкая линия на установление контроля со стороны власти над онлайн-ресурсами в сети Интернет (МВД РФ и Генеральная Прокуратура РФ уже выступили с инициативой приравнивания онлайн-ресурсов к средствам массовой информации с соответствующим законодательным ограничением их деятельности).

По сути, при реализации данной инициативы и сохранении обозначенной тенденции в России возможна реализация китайской модели информационного взаимодействия власти и общества, которая в значительной мере содержит в себе основные элементы информационного управления обществом.

Однако, с другой стороны, мы вынуждены констатировать, что чрезмерный контроль за российским информационным пространством может иметь и явные негативные последствия, которые заключаются в снижении общего уровня демократичности политического процесса в Российской Федерации, напрямую связанного с наличием в стране института независимых СМИ и возможностью публичного и конкурентного соревнования различных политических идей и платформ, что невозможно в условиях реализации модели информационного управления обществом со стороны государства.

Кроме того, при наличии жесткого и необоснованного с точки зрения интересов гражданского общества государственного контроля за информационными ресурсами объективные проблемы социально-экономического и по-

литического характера не могут артикулироваться обществом в явном виде, что может привести к потере обратной связи государства с населением страны (средства массовой информации мы считаем одним из наиболее эффективных механизмов реализации такой связи в системе отношений государства и общества), а это в свою очередь представляет серьезную угрозу стабильности социально-политической ситуации в России.

Однако это лишь одна из тенденций. Другая значимая тенденция развития современных медиа в России связана с процессом медиатизации российской власти по всем направлениям от прессы до интернета, причем подобная медиатизация ассоциируется с необходимостью для политических элит «обеспечить одобрение» масс и коммуникативно их «регулировать» [см. Кравцов, 2012].

В этой связи следует ожидать дальнейших качественных системных изменений не только в структуре современных медиакоммуникаций (а точнее возможностей их использования), но и в реализации стратегии вовлечения общества в процессы управления посредством коммуникативной составляющей, расширяющей рамки традиционного поля общественно-политической тематики в сторону ее большей открытости и диалогического общения. Также немаловажной является проблема эффективности механизма адаптации государства к внешним информационным воздействиям на российское общество.

В условиях интеграции России в глобальное международное пространство имеющиеся на сегодняшний день в России методы государственного контроля за информационными ресурсами представляются малоэффективными, что приводит к необходимости постановки вопроса о развитии современных способов коммуникации между властью и обществом и корректировки существующей модели информационного взаимодействия. Выработка эффективного баланса между интересами государства и общества в рамках их коммуникации друг с другом является залогом стабильного и демократичного развития государства в долгосрочной перспективе.

### **Заключение**

В настоящее время можно обозначить некоторые общие направления, необходимые для дальнейшей активизации использования современных ин-

струментов медиакоммуникаций в качестве ресурса для диалога общества и власти. Основные перспективы, на наш взгляд, здесь, могут заключаться в:

1) совершенствовании существующих и выработке новых механизмов поддержки органами государственной и муниципальной власти общественных и иных некоммерческих организаций в реализации ими социально значимых мероприятий, проектов и программ. Основой их должны стать информационные технологии. Внедрение в политику новых информационных технологий приводит к модернизации коммуникативного обмена между государством и развивающимися институтами гражданского общества;

2) совершенствовании федерального, регионального и муниципального законодательства в части формирования условий для развития институтов гражданского общества с использованием инструментов средств массовых коммуникаций. Основой, здесь, является расширение нормативной базы для информационного обмена гражданское общество – власть, основа которой в современных условиях – интернет-технологии;

3) обеспечении прозрачности и открытости деятельности органов государственной власти и местного самоуправления (которая, в частности, может реализовываться через различного рода электронные приемные, другие формы интернет взаимодействия). Здесь, основная задача состоит в том, чтобы сделать эти инструменты реально работающими, а не существующими, как в большинстве случаев сейчас, для «галочки».

## Библиография

1. Берёзкин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: РИП-холдинг, 2008. 174 с.
2. Засурский Я.Н. (ред.) Средства массовой информации постсоветской России. М.: Аспект-Пресс, 2007. 303 с.
3. Иванов Д.В. Виртуализация общества. Версия 2.0. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002. 96 с.
4. Кара-Мурза С.Г. Власть манипуляции. М.: Акад. проект, 2007. 380 с.

5. Кравцов В.В. Инновационная журналистика и власть в современном медийном пространстве: автореферат дисс. ... докт. филос. наук. М., 2012. 52 с.
6. Малышев А.Ю. Формирование модели «управляемой демократии» и задачи модернизации России // Вестник общественных наук. 2003. № 1. С. 98-102
7. Тоффлер Э. Шок будущего. М.: АСТ, 2002. 557 с.
8. Тютюнджи И.М. Интернет-коммуникации общества и власти в России и США в XXI веке: сравнительный социологический анализ: автореф. дисс. ... канд. соц. наук. М., 2012. 23 с.
9. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: Нева, 2003. 208 с.

## **Information component of modern political processes**

**Madona M. Dunyaeva**

Deputy director of information service channel Life News,  
graduate student, Siberian Institute of Management, of  
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,  
630102, 6 Nizhegorodskaya str., Novosibirsk, Russian Federation;  
e-mail: madonna-05@mail.ru

### **Abstract**

The article is devoted to the features of the political aspect of the transition from the media to the new-communication media. New-communication media act as filters to select topical political issues for a mass audience and as the designers of virtual political reality. The author highlights the features of information policy in Russia since the end of the Soviet era to present day. The vast majority of information resources in the USSR implemented propagandistic role of the Soviet state. During perestroika a different model of information interaction with society was proposed, to avoid the total control over the information field and enabling the creation and development of independent information resources. The ban on censorship, on the one hand, defined the freedom of mass commu-



nication and expression, on the other hand, it has become a tool of influence for commercial organizations. In the 2000s, the information security begins to be seen as one of the priorities of the internal policy of the Russian state, which in turn leads to the revitalization of the state in the media field. In conclusion, the author gives recommendations for the use of the new-communication media as a tool for dialogue between society and government.

### **For citation**

Dunyaeva M.M. (2014) *Informatsionnaya sostavlyayushchaya sovremennykh politicheskikh protsessov* [Information component of modern political processes]. *Teorii i problemy politicheskikh issledovaniy* [Theories and Problems of Political Studies], 6, pp. 66-83.

### **Keywords**

Media communications, media, new-communication media, society, information policy, perestroika, dialogue between authorities and society.

## **References**

1. Berezkin V.M. (2008) *Massovaya kommunikatsiya: sushchnost', kanaly, deistviya* [Mass communication: essence, channels, action]. Moscow: RIP-kholding Publ.
2. Harris R. (2003) *Psikhologiya massovykh kommunikatsii* [A Cognitive Psychology of Mass Communication]. Saint Petersburg: Neva Publ.
3. Ivanov D.V. (2002) *Virtualizatsiya obshchestva. Versiya 2.0* [Virtualization of society. Version 2.0.]. Saint Petersburg: Peterburgskoe Vostokovedenie Publ.
4. Kara-Murza S.G. (2007) *Vlast' manipulyatsii* [The power of manipulation]. Moscow: Akad. proekt Publ.
5. Kravtsov V.V. (2012) *Innovatsionnaya zhurnalistika i vlast' v sovremennom mediinom prostranstve. Avtoreferat. Doct. Diss.* [Innovative journalism and power in contemporary media space. Doct. Diss. Abstract]. Moscow.
6. Malyshev A.Yu. (2003) *Formirovanie modeli "upravlyaemoi demokratii" i zadachi modernizatsii Rossii* [Formation of the model of "managed democracy" and the problems of modernization of Russia]. *Vestnik obshchestvennykh nauk* [Bulletin of the social sciences], 1, pp. 98-102

7. Toffler A. (2002) *Shok budushchego* [*Future Shock*]. Moscow: AST Publ.
8. Tyutyundzhi I.M. (2012) *Internet-kommunikatsii obshchestva i vlasti v Rossii i SShA v XXI veke: sravnitel'nyi sotsiologicheskii analiz. Avtoreferat. Doct. Diss.* [Internet communication society and the authorities in the United States and Russia in the XXI century: a comparative sociological analysis. Doct. Diss. Abstract]. Moscow.
9. Zasurskii Ya.N. (red.) (2007) *Sredstva massovoi informatsii postsovetskoi Rossii* [The media in post-Soviet Russia]. Moscow: Aspekt-Press Publ.