



[Научные статьи]

Васильев А. С.

*Информационная политика России
в предвыборный период в 2023–2024 гг.*

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ В ПРЕДВЫБОРНЫЙ ПЕРИОД В 2023–2024 ГГ.

Васильев А. С.

Преподаватель Новосибирского государственного
технического университета

(Новосибирск, Россия)

vasilev.artyoms@yandex.ru

Аннотация:

В данной статье представлены результаты исследования, которые помогают оценить влияние информационной политики на успех предвыборной кампании кандидата в Президенты Российской Федерации — В. В. Путина, который 7 мая 2024 года официально вступил в должность Президента в пятый раз. На основе нашего анализа мы предполагаем, что одной из причин успешной кампании В. В. Путина стала конвергенция предвыборной агитации и информационной политики государства. В нашей статье мы подтверждаем это предположение, одновременно анализируя форму и особенности данного процесса. В качестве основного инструмента исследования мы использовали автоматизированный сервис анализа и мониторинга СМИ «Медialogия». Для анализа мы взяли период с 2022 по 2023 и с 2023 по 2024 годы. Это позволило нам сравнить изменения в информационном фоне в эти два периода. Результаты анализа показали, что В. В. Путин на протяжении всей кампании был далеко впереди других кандидатов по количеству упоминаний. Однако нужно отметить, что по числу сообщений с позитивной тональностью лидировали другие кандидаты. Результаты исследования также подтверждают предположения экспертов о том, что информационная политика все больше превращается в практику пресс-службы.

Ключевые слова: выборы президента РФ, информационная политика, российские СМИ

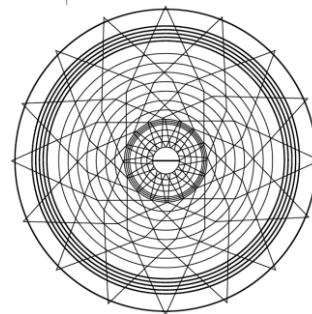
Введение

На выборах президента России В. В. Путин набрал 87,28%, Н. М. Харитонов — 4,31%, В. А. Даванков — 3,85%, Л. Э. Слуцкий — 3,20% голосов. Таким образом, В. В. Путин побил собственный рекорд по абсолютному и относительному числу голосов на выборах президента, установленный в 2018 году (56 млн голосов и 76,69%).

[Научные статьи]

Васильев А. С.

*Информационная политика России
в предвыборный период в 2023–2024 гг.*



Наибольшими результатами в изучении вопросов информационной безопасности, распространения, конфиденциальности и других аспектов дисциплины отличились западные исследователи, в частности, представляющие американские университеты. Э. Орна – пионер исследований по управлению «информационными продуктами» (Orna, 1999). К примеру, её книга «Практическая информационная политика», в которой исследователь анализирует информационные политики и их преимущества, объясняет, как приступить к разработке политики на основе «информационного аудита» и рассматривает роль специалистов по информации в разработке и управлении информационной политикой (Orna, 2008). В статье «Определение информационной политики» С. Браман исследует определение, объем и актуальность понятия «информационная политика» (Braman, 2011).

В 1980-х годах ряд ученых рассматривал информационный менеджмент с точки зрения государственной политики. О профессиональных ассоциациях писал П. Хернон в книге «Принципы государственной информационной политики», о федеральной политике – Ф. Уэйнгартен в «Развитие федеральной информационной политики: конгрессные перспективы», о библиотечном деле – М. Мэйсон в «Государственная роль в библиотечном и информационном деле» (Hernon, 1991).

Российская практика проведения исследований в сфере информационной политики сосредоточена на отражении концепции государственной политики. Например, исследования В. Попова в работах «Информациология и информационная политика» и «Государственная информационная политика: состояние и проблемы формирования». А. Манойло в труде «Государственная информационная политика в особых условиях: Монография» рассматривает информационную политику в контексте геополитики (Манойло, 2003).

В. Попов пишет, что информационная политика — это особая сфера жизнедеятельности людей, связанная с воспроизводством и распространением информации, удовлетворяющей интересы государства и гражданского общества, и направленная на обеспечение творческого, конструктивного диалога между ними и их представителями. По мнению ученого, информационная политика должна удовлетворять, защищать интересы государства, власти, в какой степени государство реализует и защищает интересы гражданского общества и каждой личности. Объект информационной политики как отрасли научного знания — это информационная сфера жизни общества (Попов, 2002).

Согласно доктрине информационной безопасности РФ, информационная политика — это совокупность информации, информационной инфраструктуры, субъектов, осуществляющих сбор, формирование, распространение и использование информации, а также системы регулирования, возникающих при этом общественных отношений. В более узком смысле слова объект информационной политики — это массовое сознание, система СМИ и массовой коммуникации, информационные процессы прав личности и политики государства. Предмет ИП — тенденции, закономерности развития информационной сферы,



[Научные статьи]

Васильев А. С.

*Информационная политика России
в предвыборный период в 2023–2024 гг.*

общественных информационных отношений, информационных процессов, методы анализа и прогноза их развития, выявление эффекта воздействия СМИ и МК на массовое сознание, на гражданское общество и государство (Попов, 2003)

А. В. Овруцкий полагает, что в России ведение информационной политики превращается в практику пресс-службы, которая отличается только субъектом сопровождения (Овруцкий, 2020). Такие отделы обычно обслуживают чиновников и представителей власти. В том числе, в информационную политику обычно вмещают мероприятия для СМИ, их финансирование и создание государственных СМИ. В таких случаях, как пишет исследователь, суть информационной политики выхолащивается и её функции не реализуются. С другой стороны, В. Ю. Бровко обозначает концепцию информационной политики как маркетинговую (Бровко, 2010). В коммуникационном маркетинге существует модель управления спросом через системы маркетинговых коммуникаций. Относительно властей такая концепция держится на понятии «репутация». Здесь информационная политика управляется через принципы репутационного менеджмента. Овруцкий заявляет, что такая модель не прижилась в России (Овруцкий, 2020).

Методы исследования

Чтобы оценить актуальную информационную политику в предвыборный период 2023–2024 года, мы проанализировали предвыборную кампанию кандидатов в президенты по результатам мониторинга системы «Медialogия». Анализ проводился по кандидатам:

- Путин Владимир Владимирович
- Слуцкий Леонид Эдуардович
- Харитонов Николай Михайлович
- Даванков Владислав Андреевич

Запрос был задан по всем категориям СМИ: газеты, журналы, интернет-медиа, информагентства, радио и телевидение.

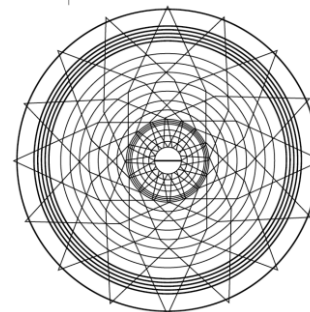
Для запроса нами был взят временной период с 1 ноября 2023 года по 14 марта 2024 года. Выбор отправной точки в данном периоде был обусловлен стартом выставки «Россия» на ВДНХ, которую политические аналитики и ряд СМИ называли неофициальным началом предвыборной программы президента¹. Дата окончания периода соответствует последнему дню перед началом восьмых выборов президента Российской Федерации, которые прошли с 15 по 17 марта 2024 года. Для сравнения объема сообщений нами был взят такой же предыдущий период ровно год назад с 1 ноября 2022 года по 14 марта 2023 года.

¹ Винокуров, А. (2023, 3 октября). Предвыборная цивилизация. Администрация президента вычерчивает «идеологическую рамку» президентской кампании. [kommersant.ru.
https://www.kommersant.ru/doc/6252103?ysclid=m46smx56cv575126047](https://www.kommersant.ru/doc/6252103?ysclid=m46smx56cv575126047)

[Научные статьи]

Васильев А. С.

Информационная политика России
в предвыборный период в 2023–2024 гг.



Мониторинг СМИ в предвыборный период

За период с 1 ноября 2023 года по 14 марта 2024 года с использованием сервиса «Медиалогия» нами было зафиксировано 2 969 066 сообщений с упоминанием «Путин Владимир Владимирович». В сравнении с предыдущим периодом год назад число сообщений увеличилось на 445 360, при этом самое заметное сообщение с заголовком «В Палестине разозлились из-за вето США на прекращение огня в Газе»² было опубликовано РИА Новости.

С упоминанием Слуцкого Леонида Эдуардовича было зафиксировано 96 236 сообщений. В сравнении с предыдущим периодом число сообщений увеличилось на 58 704.

С упоминанием Даванкова Владислава Андреевича было зафиксировано 46 787 сообщений. В сравнении с предыдущим периодом число сообщений увеличилось на 24 329.

Что касается кандидата от КПРФ, то указанный период с упоминанием Харитонов Николая Михайловича было зафиксировано 48 350 сообщений. В сравнении с предыдущим периодом число сообщений увеличилось на 46 416. В отличии от статистики президента Путина самое заметное сообщение у трех других кандидатов было опубликовано под заголовком «Схватка за второе место: у кого есть реальные шансы»³.

Кандидат	Число упоминаний
Путин Владимир Владимирович	2 969 066
Слуцкий Леонид Эдуардович	96 236
Харитонов Николай Михайлович	48 350
Даванков Владислав Андреевич	46 780

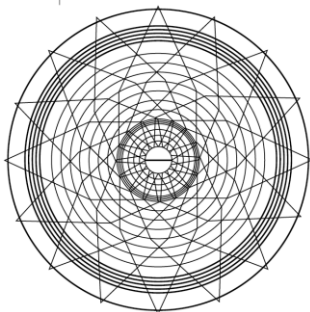
Количество сообщений с главной ролью Путина с прошлого года выросло на 28% до 1 175 647 публикаций, с цитированием выросло на 23% и составило 1 147 646 публикаций.

Количество сообщений с главной ролью Слуцкого Леонида Эдуардовича выросло на 46% до 43 110 публикаций, с цитированием выросло на 37% и составило 44 419 публикаций.

Количество сообщений с главной ролью Даванкова Владислава Андреевича выросло на 23% до 9 839 публикаций, с цитированием уменьшилось на 8% и составило 8 911 публикаций. Количество сообщений с главной ролью Харитонova Николая Михайловича выросло на 98% до 15 536 публикаций, с цитированием выросло на 93% и составило 11 447 публикаций.

² ria.ru. (2023, 10 декабря). В Палестине разозлились из-за вето США на прекращение огня в Газе. <https://ria.ru/20231210/gaza-1914925490.html>

³ ural-meridian.ru. (2024, 11 марта). Схватка за второе место: у кого есть реальные шансы. <https://ural-meridian.ru/news/477986/>



[Научные статьи]

Васильев А. С.

Информационная политика России
в предвыборный период в 2023–2024 гг.

Кандидат	Число цитирований
Путин Владимир Владимирович	1 147 646
Слуцкий Леонид Эдуардович	43 110
Харитонов Николай Михайлович	11 447
Даванков Владислав Андреевич	9 839

Самым цитируемым сообщением Путина стало «Путин подписал закон о конфискации имущества за фейки об армии». Самым цитируемым сообщением Слуцкого стало «Володин прилетел в Саудовскую Аравию». Самым цитируемым сообщением Даванкова и Харитонова стало «ЦИК утвердил график телерадиоэффира для кандидатов в президенты РФ».

Наибольшее количество публикаций, связанных с Путиным, имеет нейтральную тональность — 92,42%. Доля позитивных сообщений больше (5,42%), чем доля негативных упоминаний (2,15%). Позитивный характер упоминаний увеличился на 43%, а негативный снизился на 7%. Наибольшее количество публикаций объекта Даванкова Владислава Андреевича имеет нейтральную тональность - 91,23. Доля позитивных сообщений больше (8,11%), чем доля негативных упоминаний (0,65%). Наибольшее количество публикаций объекта Слуцкого Леонида Эдуардовича имеет нейтральную тональность - 90,44. Доля позитивных сообщений больше (8,84%), чем доля негативных упоминаний (0,72%). Наибольшее количество публикаций объекта Харитонова Николая Михайловича имеет нейтральную тональность - 84,46. Доля позитивных сообщений больше (14,87%), чем доля негативных упоминаний (0,68%).

Кандидат	Позитивная тональность	Негативная тональность
Путин Владимир Владимирович	5,42%	2,15%
Слуцкий Леонид Эдуардович	8,84%	0,72%
Харитонов Николай Михайлович	14,87%	0,68%
Даванков Владислав Андреевич	8,11%	0,65%

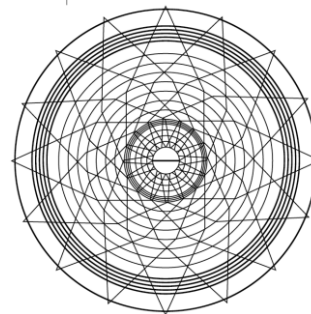
Заключение

По результатам мониторинга российских СМИ в предвыборный период мы можем сделать вывод, что один кандидат в президенты имел информационное преимущество в период предвыборной программы по показателям упоминаний, количеству сообщений с главной ролью, цитируемостью и медиаиндексу. Однако другие кандидаты имеют большую долю сообщений с позитивной тональностью. Результаты исследования свидетельствуют о тенденции к трансформации информационной политики в повседневную деятельность пресс-служб. Однако мы не можем полностью согласиться с утверждением, что в российской практике информационной политики не находят применения принципы репутационного менеджмента.

[Научные статьи]

Васильев А. С.

*Информационная политика России
в предвыборный период в 2023–2024 гг.*



БИБЛИОГРАФИЯ

Бровко В. Ю. (2010). Концептуальные модели информационной политики: к вопросу систематизации. Вестник Московского университета. 12(5). 67–79.

Манойло, А. В. (2003). Государственная информационная политика в особых условиях: Монография. МИФИ.

Манойло, А. В., Петренко, А.И., Фролов, Д.Б. (2003). Государственная информационная политика в условиях информационно–психологической войны: Монография. Горячая линия — Телеком.

Овруцкий А. В. (2020). Информационная политика как коммуникативный концепт. Вопросы теории и практики журналистики. 9(2). 307–321. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9\(2\).307-324](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9(2).307-324)

Попов В. Д. (2003). Информациология и информационная политика. Издательство РАГС.

Попов, В. Д. (2002). Государственная информационная политика: состояние и проблемы формирования. Массовые информационные процессы в современной России. В А. В. Шевченко (ред.). Издательство РАГС.

Braman, S. (2011). Defining information policy. Journal of Information Policy, 1(5), 112–124.

Hernon, P. (1991). Government information policy principles. Government Information Quarterly, 8(4), 393–399.

Orna, E. (2008). Information Policies, yesterday, today and tomorrow, Journal of Information Science, 34(4), 547–565. <https://doi.org/10.1177/0165551508092256>

Orna, E. (1999). Practical Information Policies. Gower.



[Научные статьи]

Васильев А. С.

*Информационная политика России
в предвыборный период в 2023–2024 гг.*

RUSSIA'S INFORMATION POLICY IN THE 2023–2024 PRE-ELECTION PERIOD

Vasiliev A. S.

Lecturer, Novosibirsk State Technical University (NETI)

(Novosibirsk, Russia)

vasilev.artyoms@yandex.ru

Abstract:

This article presents the findings of a study that explores the impact of information policy on the success of the pre-election campaign of V.V. Putin, the candidate for President of the Russian Federation, who officially took office for the fifth time on May 7, 2024. Our analysis suggests that one of the key factors behind this candidate's successful campaign was the integration of election campaigning and the information policy of the state. In this article, we aim to validate this claim while also evaluating the form and characteristics of this process. To conduct our study, we utilized the automated real-time media monitoring and analysis service "Medialogia". We focused on the periods from 2022 to 2023 and from 2023 to 2024, allowing us to compare the changes in the information landscape during these time frames. Our analysis revealed that one of the candidates had an advantage in terms of the number of mentions of his name during the election campaign. However, other candidates were ahead in terms of the positive tone of the messages they generated. Additionally, the study findings confirm the assumptions of experts regarding the trend of turning information policy into the practice of the press service.

Keywords: presidential elections of the Russian Federation, information policy, Russian media

REFERENCES

Coggins, O. (2021). Ecology, Estrangement and Enchantment in Black Metal's Dark Haven. *Green Letters. Studies in Ecocriticism*, 25(2), 130–142.

<https://doi.org/10.1080/14688417.2021.1965901>

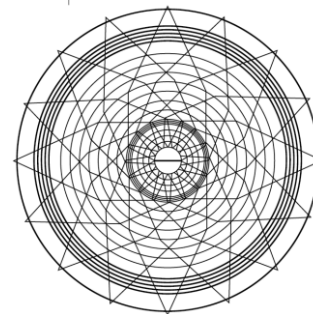
Braman, S. (2011). Defining information policy. *Journal of Information Policy*, 1(5), 112–124.

Brovko V. Yu. (2010). Conceptual models of information policy: on the question of systematization. *Lomonosov pedagogical education journal*, 12(5). 67–79.

[Научные статьи]

Васильев А. С.

*Информационная политика России
в предвыборный период в 2023–2024 гг.*



Hernon, P. (1991). Government information policy principles. *Government Information Quarterly*, 8(4), 393–399.

Manojlo, A. V. (2003). *Gosudarstvennaya informacionnaya politika v osobyh usloviyah: Monografiya*. MIFI.

Manojlo, A. V., Petrenko, A.I., Frolov, D.B. (2003). *Gosudarstvennaya informacionnaya politika v usloviyah informacionno–psihologicheskoy vojny: Monografiya*. Goryachaya liniya — Telekom.

Orna, E. (1999). *Practical Information Policies*. Gower.

Orna, E. (2008). Information Policies, yesterday, today and tomorrow, *Journal of Information Science*, 34(4), 547–565. <https://doi.org/10.1177/0165551508092256>

Ovrutsky A. V. (2020). Information policy as communication concept. *Theoretical and practical issues of journalism*. 9(2). 307–321. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9\(2\).307-324](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2020.9(2).307-324)

Popov V. D. (2003). *Informaciologiya i informacionnaya politika*. Izdatel'stvo RAGS.

Popov, V. D. (2002). *Gosudarstvennaya informacionnaya politika: sostoyanie i problemy formirovaniya*. *Massovye informacionnye processy v sovremennoj Rossii*. In A.V. Shevchenko (ed). RAGS.