

**ПОТЕНЦИАЛ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КИНЕМАТОГРАФА В  
РЕАЛИЗАЦИИ ЗАДАЧ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ  
ПОЛИТИКИ**

THE POTENTIAL OF USING CINEMA AS A TOOL OF STATE  
INFORMATION POLICY

**УДК 369.032**

**Жидкина И. С.**, магистрант Института государственной службы и управления, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации, г. Москва

**Zhidkina I.S.**, [is.zhidkina@gmail.com](mailto:is.zhidkina@gmail.com)

**Аннотация**

В данной статье резюмировано исследование, целью которого являлось выявление потенциала использования кинематографа в реализации задач государственной информационной политики по трем ее направлениям. Актуальность исследования обусловлена активным развитием информационного общества в контексте обостряющегося недоверия к СМИ и информационного противоборства. В ходе анализа трудов зарубежных и отечественных ученых, законодательства и последовавшего синтеза было установлено, что в силу своих технических особенностей кинематограф является эффективным инструментом реализации государственной информационной политики. Были выявлены конкретные мероприятия и рекомендации по использованию кинематографа в указанных целях.

## **Annotation**

This article summarizes the research, the purpose of which was to identify the potential of using cinema in the implementation of the tasks of the state information policy in its three areas. In the course of the analysis of the works of international scientists, legislation and the subsequent synthesis, it was stated that, due to its technical features, cinema is an effective tool for implementing the state information policy. Specific measures and recommendations for the use of cinema for these purposes were identified.

**Ключевые слова:** информационная политика, государства, кинематограф, общественное мнение, пропаганда.

**Keywords:** Information Policy, State, Cinema, Public Opinion, Propaganda.

Научное осмысление и концептуализация основ государственной информационной политики (ГИП) приобретают особое значение в контексте глобализации, активного развития информационного общества и прогрессирующего информационного противоборства. В качестве основного инструмента реализации традиционно принято рассматривать средства массовой информации, однако, в условиях девальвации доверия к институту СМИ, встает вопрос о поисках альтернативных способов коммуникации. В качестве такого инструмента реализации ГИП предлагается рассмотреть кинематограф.

Выделяется три основных направления ГИП. Первое – **формирование ценностных ориентиров общественного развития**. Областью интересов государства в ходе реализации данного направления выступают общественные отношения, в ходе которых формируется политическое сознание общества, направляющая составляющая которого – духовные, культурные ценности социума, исторические традиции и обычаи. Деятельность государства в данной области характеризуется воздействием на упомянутые ценности с целью их сохранения, укрепления и развития.

Кинематограф является подходящим инструментом для реализации задач данного направления ГИП, потому что, во-первых, по М. Маклюэну кино относится к горячим медиа в силу возведения одного чувства до высокой определенности. Повествование киноленты наводнено образами, количество и содержание которых зависят только от создателя. Полнота и законченность повествования предлагают зрителю не только определенную картину мира, но и суждение о ней.

Во-вторых, распространяя культурные ценности в массах, следует помнить, что толпами бесполезно руководить «посредством правил, основанных на чисто теоретической справедливости, а надо отыскивать то, что может произвести на нее впечатление и увлечь ее»<sup>1</sup>, так как в ходе «развлечения» человек не выстраивает защитную реакцию и менее критично воспринимает предлагаемую интерпретацию фактов. Просмотр фильма воспринимается аудиторией как развлечение, что делает возможным его использования для внушения.

В-третьих, сама аудитория кинематографа обладает характерными чертами толпы (массы), что подразумевает эффективное распространение идей среди ее членов. Г. Лебон определяет толпу как собрание индивидов, характерная черта которого – потеря идентичности отдельных людей вследствие приобретения единого вектора чувств, носящая временный характер, что соответствует характеристикам аудитории кинематографа.

В-четвертых, признаки толпы, к которым относятся немедленное обобщение частных случаев, преувеличенные чувства, мышление образами, отсутствие критического мышления, ненужность обсуждения для вынесения итогового суждения, живое восприятие невероятных вещей, квалифицируют зрительскую аудиторию фильма как идеальную целевую аудиторию для психологического воздействия.

---

<sup>1</sup> Лебон Г. Психология народов и масс / Гюстав Лебон ; [пер. с фр. Э. Пименовой, А. Фридмана]. – Москва : Издательство АСТ, 2019. – С. 185.

В-пятых, как отмечает Д. В. Босов, кинематограф как средство массовой коммуникации уже «способствует распространению в обществе идей массовой культуры»<sup>2</sup>, однако эти идеи не соответствуют традиционной культуре. Именно поэтому включение кино в перечень инструментов ГИП в направлении формирования ценностных ориентаций общества представляется не просто разумным, но и необходимым.

В-шестых, кино само по себе есть искусство: кинематограф одновременно является и рупором культуры, и ее наследием, а культура сама по себе – мощный инструмент социализации человека.

Второе направление ГИП – **информационное обеспечение политики государства**, которое можно разделить на два самостоятельных направления – формирование позитивного имиджа государственной власти и ее представителей и обеспечение общественной поддержки мероприятий, проводимых государством в рамках намеченного политического курса. Направления имеют разную объектно-предметную составляющую (создание и поддержание позитивного политического имиджа государства и пропаганда политических решений соответственно), но совпадают в методе их реализации: обе области подразумевают управление общественным мнением.

Кино как средство массовой коммуникации в силу своих особенностей может выступать в качестве инструмента для изменения общественных оценок. Во-первых, «в кино весь процесс наблюдения, описания, сообщения и затем воображения»<sup>3</sup> проделан за зрителя, что позволяет контролировать восприятие аудитории и подводить ее к нужным создателю выводам. Это критически важно при управлении общественным мнением, так как

---

<sup>2</sup> Босов, Д. В. Мейнстрим-кинематограф как фактор формирования ценностных ориентаций студенческой молодежи: дис. ... канд. соц. наук: 22.00.06 / Босов Дмитрий Вячеславович. – СПб., 2017. – С. 3

<sup>3</sup> Липпман У. Общественное мнение [Текст] / У. Липпман; пер. с англ. Т.В. Барчуновой; под. ред. К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – С. 51.

невозможно контролировать воздействие, где «большое пространство отдано на откуп воображению»<sup>4</sup>.

Во-вторых, даже при массивном освещении нужной государству проблемы, она попросту может затеряться в медийном пространстве. Продукт кинематографа же сам по себе является своего рода сенсацией и обладает бóльшим жизненным циклом, так как к его просмотру можно вернуться необязательно в даты показа на экранах кинотеатров.

В-третьих, информация никогда не остается неизменной в общественном сознании. Следовательно, мы имеем дело с суррогатной реальностью, которая обуславливает поведение людей на инстинктивном уровне. По У. Липпману составная часть этой реальности – творческое воображение. Просмотр фильма же побуждает зрителя к творческому мыслительному процессу, вызывая ассоциативный ряд, сопряженный с эмоциональными переживаниями. Благодаря этому опыт, полученный во время просмотра, оседает в сознании.

В-четвертых, суррогатная реальность также состоит из набора стереотипов, которые выступают универсальным механизмом описания картины мира. С целью управления общественным мнением одни стереотипы стоит поддерживать, другие уничтожать, некоторые стоит укоренять в общественном сознании. Кинематограф может внести свой вклад в этот процесс, так как кино есть продукт компиляции насыщенных образов, помещенных в четко определенный контекст.

В-пятых, кино обладает сильным эмоциональным воздействием. Эмоции отключают критическое мышление и вовлекают зрителя в процесс, заставляя сопереживать, проживать опыт, который проживают герои картины. Это способствует усвоению той картины мира, которую транслирует создатель.

Третье направление ГИП – **политическое информационное противоборство**. Содержание этого направления можно определить как

---

<sup>4</sup> Там же. С. 56.

деятельность государственных представителей по предотвращению пропаганды враждебных проводимому политическому курсу идей и опасных учений и верований и введению в заблуждения населения страны и международного сообщества по мероприятиям, реализуемым в рамках государственного управления и политики.

Исходя из вышесказанного, возможности кинематографа можно использовать также и в реализации ГИП по данному направлению, так как основные предметные группы соответствуют предметным группам ранее описанных направлений, в рамках которых были доказаны уместность и целесообразность использования кинематографа. Речь идет об использовании кинематографа в качестве инструмента распространения идей и управления общественным мнением.

После анализа трех направлений можно сделать вывод, что инструментальная часть их реализации в контексте кинематографа встречается в одной точке, потому что все три области деятельности подразумевают работу с распространением идей. Отличается лишь содержательная часть этих идей:

1. Идеи духовно-нравственные, призванные сплотить людей вокруг определенного морального идеала;
2. Идея сильного, развитого, гуманного государства, которому можно и нужно доверять, чьи представители – люди, достойные уважения, а решения, этими людьми принимаемые, – обоснованы и отвечают интересам общества;
3. Перечисленные идеи объединяются, во-первых, для «укрепления тыла», так как в ходе информационной войны, как и в обычной войне, нужно поддерживать дух населения, во-вторых, для распространения своей культуры и картины мира за рубеж.

Говоря о конкретных примерах способов осуществления ГИП посредством кинематографа, после проведенного анализа научной

литературы, российского законодательства и прокатных фильмов, были выделены следующие:

- Создание на уровне государства системы, отвечающей за развитие кинематографа: соответствующих комитетов и кабинетов при министерствах, подотчетных государству;
- Формирование государственных требований к прокатным кинолентам, связанным с лицензированием и внесением фильмов в реестры;
- Экспансия государственной поддержки кинопроизводства с четко сформулированными критериями такой поддержки;
- Создание системы госзаказа на производство и прокат фильмов, пропагандирующих выгодные государству идеи;
- Экономическая поддержка отрасли кинематографа с целью минимизации издержек производителя для снижения конечной цены продукта;
- Субсидирование строительства кинотеатров и кинозалов, развитие государственно-частного партнерства в этой сфере;
- Моральное и материальное поощрение деятелей кинематографа и сотрудников данной отрасли, а также объектов материальной области – кинозалов, кинотеатров, студий, съемочных площадок и т.д.;
- Привлечение культурного наследия к процессу создания кинофильмов;
- Развитие международного партнерства в сфере кинопроизводства;
- Расширение международного культурного обмена;
- Введение цензуры, не противоречащей законодательству страны.

Если же говорить о мотивации государства использовать кинематограф в качестве инструмента ГИП, нужно отметить, что доступ к производству и контролю визуально-образных форм искусства, к которым относится кино, определяет наличие возможности диктовать собственные образы и идеи, именно поэтому довольно часто власть использует визуальные ресурсы,

которые предлагает киноискусство, для передачи своих концепций<sup>5</sup>, потому что управляет населением тот, кто моделирует его мировоззрение<sup>6</sup>. Как отмечает российский политтехнолог Тимофей Сергейцев, «современное государство, желающее быть суверенным и независимым, в принципе не может не осуществлять собственной политики в сфере кинематографа»<sup>7</sup>. Таким образом, кинематограф вносит свой вклад не только в культурное достояние страны, но и в сохранение её независимости и суверенности путём консервации и распространения национальных идей.

Таким образом, было установлено, что кинематограф можно использовать в качестве инструмента осуществления ГИП в каждом из направлений, так как его особенности равным образом успешно позволяют распространять идеи, воздействовать на эмоционально-психологическое состояние людей и управлять общественным мнением.

Также было установлено, что существенных различий в техническом применении кинематографа в трех описанных направлениях нет, так как в любом случае подразумевается трансляция и оседание в общественном мнении выгодных власти смыслов, стереотипов и картины мира. Отличается лишь содержательная составляющая, речь о которой пойдет в следующей главе.

## Литература

1. McLuhan, H. M. *Understanding Media: The Extensions Of Man*. 1st Ed.: McGraw Hill, 1964; Reissued by MIT Press, 1994. / Г. М. Маклюэн. *Понимание Медиа: Внешние расширения человека*. — Перевод с английского: В. Г. Николаев. — М., 2003.

---

<sup>5</sup> Ардент А. Кино как политический корнет // LeninCrew: информационный портал. URL: <http://lenincrew.com/cinema-as-a-political-cornet/>

<sup>6</sup> Сергейцев Т., Куликов Д. Зачем нам отечественное кино и как его реанимировать // Однако2: деловой аналитический интернет-журнал. URL: <http://www.odnako.org/almanac/material/zachem-nam-otechestvennoe-kino-i-kak-ego-reanimirovat-1/>

<sup>7</sup> Там же.



2. Босов, Д. В. Мейнстрим-кинематограф как фактор формирования ценностных ориентаций студенческой молодежи: дис. ... канд. соц. наук: 22.00.06 / Босов Дмитрий Вячеславович. – СПб., 2017. – 196 с.
3. Информационная политика: Учебник / Под общ. ред. В. Д. Попова. – М.: Изд-во РАГС, 2003. – 463 с., 3000 экз. В пер.
4. Коновченко, С.В., Киселев А. Г. Информационная политика в России. Монография. – М.: РАГС, 2004. – 528 с., илл.
5. Лебон, Г. Психология народов и масс / Гюстав Лебон; [пер. с фр. Э. Пименовой, А. Фридмана]. – Москва: Издательство АСТ, 2019. – 384 с. – (Эксклюзивная классика).
6. Липпман, У. Общественное мнение [Текст] / У. Липпман; пер. с англ. Т.В. Барчуновой; под. ред. К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 197 с.
7. Стрельцов, А. А. Государственная информационная политика: основы теории. – М.: МЦНМО. – 2009. – 99 с.

### **Literature**

1. McLuhan, H. M. Understanding Media: The Extensions Of Man. 1st Ed.: McGraw Hill, 1964; Reissued by MIT Press, 1994.
2. Bosov, D. V. Mainstream cinema as a factor in the formation of value orientations of students: dis. ... Phd sociol.: 22.00.06 / Bosov Dmitry Vyacheslavovich. - St. Petersburg, 2017. - 196 p.
3. Information Policy: Textbook / Under the general editorship of V. D. Popov. - M.: RAGS Publishing House, 2003. - 463 p., 3000 copies.
4. Konovchenko, S. V., Kiselev, A. G. Information policy in Russia. Monograph. - M.: RAGS, 2004. - 528 p., fig.
5. Lebon, G. Psychology of peoples and masses / Gustave Lebon; [translated from French by E. Pimenova, A. Fridman]. - Moscow: AST Publishing House, 2019. - 384 p. - (Exclusive classics).

6. Lippman, U. Public opinion [Text] / U. Lippman; translated from English by T. V. Barchunova; edited by K. A. Levinson, K. V. Petrenko. - Moscow: Institute of the Public Opinion Foundation, 2004. - 197 p.

7. Streltsov, A. A. State information policy: fundamentals of theory. - Moscow: ICNMO. - 2009. - 99 p.