

ТЕМА ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В АГИТАЦИОННОЙ КАМПАНИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ В РАМКАХ ВЫБОРОВ В ГОСУДАРСТВЕННУЮ ДУМУ

***Аннотация.** Представленное исследование посвящено теме инновационной политики в агитационной кампании политических партий в рамках выборов в Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации в 2021 году. В качестве цели работы обозначена оценка роли темы инновационной политики в предвыборном дискурсе партий, участвовавших в выборах. Методология исследования сформирована посредством сочетания элементов сравнительного анализа с использованием киберметрии. Эмпирическая база работы выстроена на основе агрегирования агитационных публикаций, размещенных политическими партиями в русскоязычных социальных медиа. Автор приходит к выводу, что в рамках избирательной кампании 2021 года репрезентация темы инновационной политики в партийной агитации носила достаточно ограниченный характер. В структуре корпуса выявленных агитационно-пропагандистских материалов доля публикаций, затрагивающих соответствующие сюжеты, составляет около 11 процентов. Активнее всего тему инновационной политики в своей предвыборной агитации использовали политические партии «Единая Россия», КПРФ и «Новые люди».*

***Ключевые слова:** инновационная политика, выборы, Государственная Дума, агитация, пропаганда, политические партии.*

THE THEME OF INNOVATIVE POLICY IN THE AGITATION CAMPAIGN OF POLITICAL PARTIES IN THE FRAMEWORK OF ELECTIONS TO THE STATE DUMA OF THE RUSSIAN FEDERATION

***Abstract.** The presented research is devoted to the study of the application of the topic of innovation policy in the campaign of political parties within the framework of the elections to the State Duma of the Russian Federation in 2021. The purpose of the work is to assess the role of the topic of innovation policy in the pre-election discourse of the parties that participated in the elections to the State Duma of the Russian Federation in 2021. The research methodology is formed by combining elements of comparative analysis using cybermetry. The empirical basis of the work is built based on aggregation of campaign publications posted by political parties in Russian-language social media. The author concludes that within the*

framework of the election campaign in 2021, the representation of the topic of innovation policy in party agitation was rather limited. In the structure of the corpus of the identified propaganda materials, the share of publications affecting the relevant topics is about 11%. United Russia, the Communist Party of the Russian Federation and New People used the topic of innovation policy most actively in their election campaigns.

Keywords: *innovation policy, elections, the State Duma, agitation, propaganda, political parties.*

Инновационная политика по своей природе представляет собой продукт деятельности законодательных и исполнительных органов власти. Ее нельзя жестко привязать к стратегии конкретного политического актора в лице партии или группы интересов. Последние активно заимствуют друг у друга программные тезисы, адаптируя их к собственной системе идеологием, ценностных ориентиров и прикладных задач. Как следствие, на уровнях анализа состояния внешней и внутренней среды, оценки трендов развития текущих процессов и стратегического целеполагания инновационные парадигмы утрачивают привязку к конкретным партийно-идеологическим платформам и за счет синтеза приобретают универсальный характер.

За счет этого конкуренция между партиями и группами интересов в рамках презентации программ инновационного развития в пределах электорального цикла приобретает характер неформального «мозгового штурма», превращаясь в фактор, влияющий впоследствии на принятие политических решений актором-победителем по итогам процедуры голосования.

Одновременно репрезентация инновационной тематики в предвыборных программах партий и кандидатов выполняет роль индикатора, позволяющего измерить степень заинтересованности общества во внедрении инноваций, масштабы выраженности соответствующего запроса внутри конкретных групп электората и статус повестки модернизации в пределах неформальной иерархии приоритетов социума.

Последнее имеет важное значение в том числе с точки зрения прогнозирования динамики внешнеполитического курса и темпов макроэкономического развития. Так, претензии общества на политическое доминирование и лидерство в рамках системы мирового хозяйства на фоне отсутствия четкой ориентации на инновационное развитие являются важной переменной в рамках системы оценки дальнейших перспектив трансформации государств, общественных движений, групп интересов и иных акторов мировой политики.

Дополнительную актуальность изучению обозначенной темы придает фрагментарный характер ее изученности. Во-первых, большинство исследователей, изучающих содержательную сторону программ и предвыборной риторики российских партий, концентрируют внимание на внешнеполити-

ческом [9, с. 109–115; 14, с. 308–323] и социальном блоках [4, с. 129–133; 7, с. 128–143]. Тема инновационной политики редко приобретает статус самостоятельного объекта исследования. Чаще всего она получает освещение в контексте разработки более широких по объему вопросов или смежной проблематики [1, с. 140–147; 3, с. 2474–2488; 5, с. 163–170; 10, с. 54–57; 11, с. 104–107; 15, с. 133–138; 16, с. 44–48]. При этом она изучается преимущественно на примере зарубежных кейсов [13, с. 24–25].

Во-вторых, для исследования заявленной темы характерно наличие значительного временного лага между периодом проведения выборов и появлением публикаций, в рамках которого обобщается и подвергается анализу соответствующий опыт [6, с. 458–460; 7; 8, с. 191–211; 12, с. 268–273]. При этом избирательная кампания 2021 года остается наименее освещенной в данном отношении.

Целью данной работы является оценка роли темы инновационной политики в предвыборном дискурсе партий, участвовавших в выборах в Государственную Думу 2021 года. Методология исследования выстроена путем комбинации сравнительного анализа с использованием киберметрических инструментов (мониторинговой программы IQBuzz) в рамках изучения «больших данных» (Big Data).

Эмпирическая база работы сформирована за счет привлечения материалов, размещенных партиями в русскоязычных социальных медиа. Выбор в качестве основы эмпирической базы исследования материалов социальных сетей обусловлен двумя обстоятельствами: общим ростом значимости данного канала агитации и увеличения масштабов его использования по причине блокирования потенциала «полевых технологий» противоэпидемическими ограничениями.

В рамках представленной работы под термином «инновационная политика» подразумевается составная часть реализуемого государством курса социально-экономического развития, ориентированная на внедрение в соответствующие процессы ранее неизвестных технологий, способных качественно повысить эффективность функционирования систем хозяйствования и общественной организации [2, с. 19]. Согласно данной позиции, к числу базовых структурных направлений инновационной политики можно отнести научно-техническую, индустриальную, кредитно-денежную, бюджетную, фискальную, внешнеэкономическую, валютную, социальную, образовательную политику, регулирование рынка труда, правотворчество и правоприменительную практику [2, с. 19].

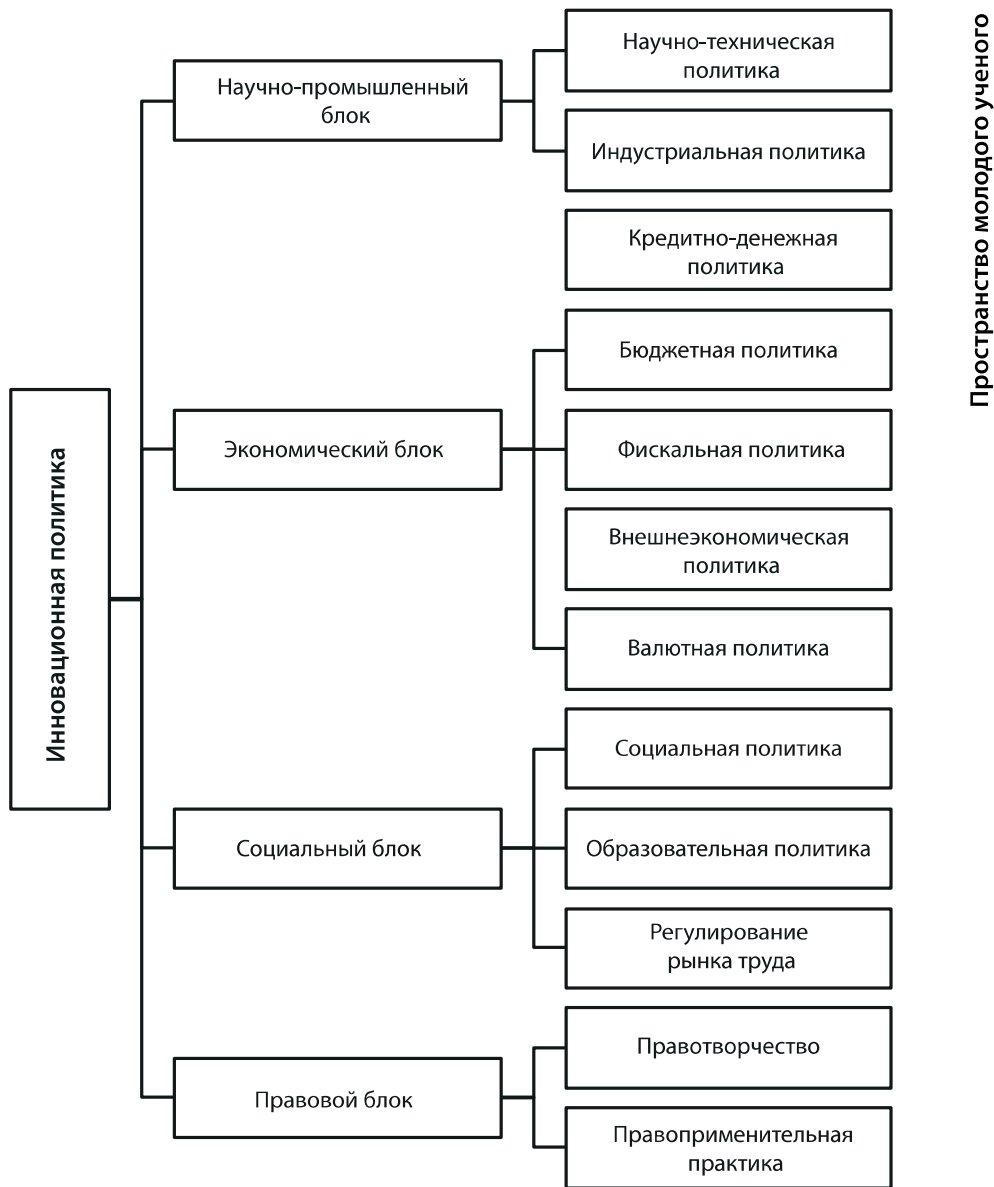


Рисунок 1. Структура инновационной политики

В структуре выявленных нами посредством сервиса IQBuzz массива информационных и агитационных материалов политических партий (более 150 тыс. записей), участвовавших в выборах в Государственную Думу в 2021 года, удельная доля сообщений, посвященных инновационной тематике, составила 11,3 процента. Активнее всего соответствующие сюжеты в своих публикациях использовали такие партии, как «Единая Россия», КПРФ и «Новые люди».

Таблица 1

Репрезентация темы инновационной политики в материалах политических партий (% от удельной доли в рамках генеральной совокупности записей)

Название партии	% от общего числа упоминаний инновационной политики
Единая Россия	32,7
КПРФ	24,8
Новые люди	21,4
Справедливая Россия — За правду	10,9
ЛДПР	6,4
Прочие	3,8

При этом можно отметить наличие существенных структурных отличий между контентом, продвигаемым, с одной стороны, «Единой Россией» и «Новыми людьми», а с другой, — прочими политическими партиями. Среди материалов единосроссов и «Новых людей» преобладали позитивно окрашенные публикации. В первом случае речь идет о записях, содержащих упоминания о достижениях на поле инновационной политики за последние годы, во втором — о перспективных программах ее реализации и их вероятном влиянии на социально-экономическую конъюнктуру. В публикациях большинства оппозиционных партий тема инновационной политики раскрывалась преимущественно с позиции критики действий официальных властей. Однако имелись и позитивные по тональности материалы, комплексным образом преподносящие научно-технические достижения России в патриотическом ключе.

Таблица 2

Тональность освещения инновационной политики в дискурсе ведущих политических партий

Название партии	% позитивно окрашенных публикаций	% негативно окрашенных публикаций
Единая Россия	100	0
КПРФ	13,4	86,6
Новые люди	73,3	26,7
Справедливая Россия — За правду	18,5	81,5
ЛДПР	22,8	77,2

Необходимо отметить, что для предвыборного дискурса ведущих политических партий характерно повышенное внимание к элементам экономического и социального блоков в структуре инновационной политики.

Вопросы, связанные с научно-промышленным и правовым блоками инновационной политики, освещались по остаточному принципу. Исключением является лишь партия «Единая Россия», относительно равномерно позиционировавшая каждый из структурных элементов инновационной политики.

Как выяснилось в результате нашего исследования, акцент на описании экономического и социального блоков не подразумевал равномерного освещения их элементов. Так, в рамках социального блока большинство партий (помимо «Новых людей») акцентировали свои взгляды на образовательной политике.

Таблица 3

Структура освещения социального блока инновационной политики в дискурсе ведущих политических партий

Название партии	Образовательная политика (в %)	Социальная политика (в %)	Регулирование рынка труда (в %)
Единая Россия	53,2	37,8	9
КПРФ	59,3	19,5	21,2
Новые люди	34,6	45	20,4
Справедливая Россия – За правду	44,1	38,7	17,2
ЛДПР	51	42,5	6,5

В структуре экономического блока инновационной политики райтеры и спикеры большинства политических партий заостряли внимание на бюджетной и кредитно-денежной политике.

Таблица 4

Структура освещения экономического блока инновационной политики в дискурсе ведущих политических партий

Название партии	Кредитно-денежная политика	Бюджетная политика	Прочие элементы экономического блока
	(в %)		
Единая Россия	31,4	48,3	20,3
КПРФ	38,4	33,4	28,2
Новые люди	35,9	41,3	22,8
Справедливая Россия – За правду	36,8	32,4	30,8
ЛДПР	29,5	44,3	26,2

Таким образом, мы приходим к выводу, что в рамках «думской» избирательной кампании 2021 года репрезентация темы инновационной политики

в партийной агитации носила достаточно ограниченный характер. В структуре корпуса выявленных агитационно-пропагандистских материалов доля публикаций, затрагивающих соответствующие сюжеты, составляет около 11 процентов. Активнее всего тему инновационной политики в своей предвыборной агитации использовали «Единая Россия», КПРФ и «Новые люди». Большинство партий выстраивали свой дискурс в критическом направлении, в то время как «Единая Россия» и «Новые люди» генерировали преимущественно позитивно окрашенный контент, — в ключе апологии достигнутых ранее результатов в первом случае и в рамках построения положительного образа будущего во втором.

Также необходимо отметить структурные диспропорции в рамках освещения конкретных элементов инновационной политики в случае большинства политических партий. За исключением кейса «Единой России» фиксируется перекокс внимания в сторону экономического и социального блоков. При этом их структурные элементы освещаются неравномерно: внимание акцентируется, с одной стороны, на бюджетной и кредитно-денежной политике, а с другой, — на образовательных программах. Вопросы, связанные с научно-промышленным и правовым блоками инновационной политики получили сравнительно невысокую степень репрезентации.

Соответственно, небольшой уровень представительства инновационной тематики в структуре агитационного контента сочетался с фрагментарностью ее освещения и акцентированием внимания на проблемных аспектах (в ущерб конструированию позитивного образа будущего). Последнее позволяет предположить, что потенциал инновационной тематики как ресурса политической агитации использовался ведущими партиями лишь частично и не сыграл значимой роли в привлечении электоральной поддержки.

Однако в данном случае отсутствие полноценного внимания к инновационной тематике могло представлять собой рациональный ход как со стороны правящей партии, так и оппозиционных структур. В первом случае актер мог столкнуться с негативной реакцией широких масс, привыкших воспринимать инновационный дискурс как элемент популизма. Во втором случае лидеры оппозиции должны были учесть то, что в глазах большинства избирателей шансы «Единой России» на получение хотя бы простого большинства были абсолютными, а это автоматически ставило под сомнение реалистичность программ «перезапуска» прочими партиями экономики и социальной сферы.

Список литературы

1. Аверин А.Н., Понеделков А.В. Проблемы образования, здравоохранения, культуры в предвыборных программах политических партий на выборах депутатов Государственной Думы VII созыва // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2016. № 12 (79).

2. Голиченко О.Г. Проблемы модернизации инновационной системы и инновационной политики России // Инновации. 2008. № 10.
3. Зорин В.Ю., Аствацатурова М.А. Большие выборы — 2021 как контекст упрочения гражданского единства и этнокультурного разнообразия российского общества // Вопросы политологии. 2021. Т. 11. № 9 (73).
4. Понеделков А.В., Аверин А.Н., Овчиева Л.В. Предвыборные программы политических партий на выборах депутатов Государственной Думы VII созыва о решении жилищной проблемы // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2017. № 3 (82).
5. Притчина Е.В. Предвыборные программы политических партий в политическом дискурсе страны // Российский политический процесс в региональном измерении: история, теория, практика. 2012. № 5.
6. Руденкин Д.В. Динамика идеологической ориентации российских политических партий: сравнительный анализ предвыборных программ 2011 и 2016 годов // Политика развития, государство и мировой порядок. Материалы VIII Всероссийского конгресса политологов. Под общ. ред. О.В. Гаман-Голутвиной, Л.В. Сморгунова, Л.Н. Тимофеевой. Москва, 2018.
7. Сафонова О.Д. Социальные компоненты партийных предвыборных программ (Государственная Дума VI созыва, 2011 г.) // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2013. Т. 9. № 1.
8. Сморгунов Л.В. «Новые партии», управляемость и потребности инновационной политики в России // Политическая наука. 2010. № 4.
9. Татаркин В.Е. Вопросы внешней политики в предвыборных программах политических партий современной России // Среднерусский вестник общественных наук. 2017. Т. 12. № 2.
10. Теймурова А.Б., Зырянова О.Г. Анализ предвыборных программ современных политических партий России // Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2016. № 12–5.
11. Утенков Г.Н. Прикладная идеология предвыборных программ политических партий РФ // Власть. 2011. № 11.
12. Фомин А.В. Проблемы государственной инвестиционно-инновационной политики в программных документах политических партий // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2014. № 4.
13. Черноуцан Е.М. Инновационная политика в предвыборных программах основных кандидатов // Президентские выборы во Франции-2017. Материалы межинститутского круглого стола. М., 2017.
14. Шаповалов В.Л. Внешнеполитические взгляды российских политических партий накануне выборов 2016 года (анализ партийных предвыборных программ) // Мировой порядок — время перемен. Сборник статей. Под ред. А.И. Соловьева, О.В. Гаман-Голутвиной. Москва, 2019.
15. Шеховцева Л.А. Блогосфера как инструмент продвижения политических брендов // Социальные явления — журнал международных исследований. 2012. № 1 (1).
16. Шлычков В.В. Российский электоральный цикл 2021 г. и его воздействие на протекающие социально-экономические процессы и состояние национальной экономики // Вестник экономики, права и социологии. 2021. № 3.