



МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ЛЕГИТИМАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОВЕСТКИ: ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЛАСТИ, ОТРАСЛЕВЫХ ЭКСПЕРТОВ И СМИ

*Алибекова П.Х.,
Международный медиа-менеджер,
интервьюер, специалист по PR-продвижению,
Голливуд, г. Флорида, США*

E-mail: patyvip@icloud.com

Аннотация. В статье исследуется механизм легитимации государственной повестки через отраслевые и профильные медиа в современной России. Опираясь на концепции Хабермаса и Бурдьё, предлагается авторская модель векторной легитимации, в рамках которой ключевую роль играют институциональные альянсы между властью, экспертным сообществом и специализированными медиа. На основе кейс-анализа проектов Минздрава РФ, Минцифры и издательского дома «Евромедиа» выявлены основные триггеры и практики формирования доверия и согласия. Статья содержит аналитический обзор, практические примеры, схемы и таблицы, позволяющие рассмотреть практическую реализацию процесса легитимации через медиа.

Ключевые слова: легитимация, медиа, государственная повестка, эксперты, институциональные альянсы, Евромедиа.

Введение

В условиях цифровой трансформации политической коммуникации легитимация государственной повестки приобретает новые формы. Прямая пропаганда уступает место сложным партнерским моделям взаимодействия между властью, экспертами и медиа. Современные исследователи (Habermas, 1989; Bourdieu, 1998) отмечают, что формирование общественного согласия всё чаще осуществляется не через директивные нарративы, а через институциональные альянсы, в которых медиа играют ключевую роль как посредники и фасилитаторы повестки.

Теоретические основания

Ю. Хабермас предложил концепцию публичной сферы как арены рационального обсуждения, в которой легитимация политических решений достигается через согласие, основанное на аргументации. В современных условиях эта модель трансформируется: публичная дискуссия фрагментирована, а символическая власть перераспределяется между институтами (Bourdieu, 1998), в том числе медиа и экспертным сообществом. Легитимность всё чаще

опирается на восприятие «экспертного консенсуса», конструируемого в медиапространстве.

Цель и гипотеза исследования

Цель настоящего исследования – выявить механизмы легитимации государственной повестки через медиа на основе взаимодействия с экспертами и органами власти.

Гипотеза: легитимация осуществляется через векторную модель передачи – от государственной инициативы через экспертную фильтрацию в специализированные отраслевые медиа с последующей трансляцией в массовое сознание.

Методология исследования

Методы: контент-анализ, кейс-анализ, интервью с представителями медиа и ведомств. Объекты анализа: альманахи и спецпроекты издательства «Евромедиа», публикации в CNews, Digit.ru, а также пресс-материалы Минздрава и Минцифры РФ. Выборка: более 120 публикаций за 2020-2022 гг.

Практические триггеры легитимации

Выделены семь устойчивых триггеров, используемых в процессах легитимации:

1. Экспертный лейбл (использование авторитета учёных)
2. Институциональный логотип (символическая гарантия достоверности)
3. Медиафорумы и премии (инфраструктура согласия)
4. Визуальные нарративы (образы успеха, заботы, прогресса)
5. Медийные советники (эксперты как постоянные комментаторы)
6. Формат «официальное + человеческое» (эмпатический стиль)
7. Принцип зеркалирования (повторение ключевых тезисов через разные источники)

Эмпирический анализ: кейсы из практики

Кейс 1: «Здравоохранение России» – альманах с участием Минздрава, НМИЦ и РАН. Включает статьи, интервью и аналитику с визуальным позиционированием государственной реформы как согласованной и научно обоснованной.

Кейс 2: «Цифровая трансформация» – цикл публикаций в Digit.ru и CNews, сопровождаемых комментариями вузов и ИТ-компаний, создающих ощущение согласия ИТ-отрасли с цифровой стратегией государства.

Кейс 3: «Премия «Лидеры здравоохранения» (Евромедиа) – медиаподдержка и ритуализация признания лучших региональных практик, что легитимирует выбранную модель управления.

Концептуальная модель: вектор легитимации

Модель включает четыре этапа:

1. Инициирование повестки (ведомство).
2. Экспертная фильтрация (научные центры, лидеры мнений).
3. Отраслевое освещение (специализированные медиа).
4. Массовое восприятие (через агрегаторы, соцсети и вторичные публикации).

Таблица 1

Форматы легитимации в отраслевых медиа

Формат	Участники	Пример
Интервью	Чиновник + медиа	Интервью замминистра в альманахе
Колонка	Эксперт	Комментарий по реформе здравоохранения
Спецвыпуск	Госорган + медиа	Тематика цифровизации в CNews
Премия/форум	Медиа + власть	Премия «Лидеры здравоохранения»

Выводы

Легитимация госповестки в России осуществляется не в лобовой пропагандистской манере, а через сложную архитектуру согласованных действий. Медиа выступают посредниками между властью и обществом, формируя контур доверия и нормализации. Предложенная модель и триггеры могут быть использованы как аналитический инструмент в изучении политической коммуникации и медиапрактик.

Литература:

1. Habermas, J. (1989). The Structural Transformation of the Public Sphere. MIT Press.
2. Bourdieu, P. (1998). On Television. The New Press.
3. McNair, B. (2017). An Introduction to Political Communication. Routledge.
4. Пилипенко А.В. (2020). Политическая коммуникация в цифровую эпоху. М.: Аспект Пресс.
5. Романюк Н.С. (2021). Легитимация государственной власти в СМИ. // Журналистика и медиаобразование, №2.
6. Кузнецов И.А. (2022). Экспертиза как медиастратегия. // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика, №5.
7. Степанова Ю.Л. (2022). Публичность власти в новых медиа. // Информационное общество, №4.