

Галина ЗВЕРЕВА

Построить Матрицу: дискурс российской власти в условиях сетевой культуры

*"Изменить к лучшему повседневную жизнь простых людей —
вот главная цель всей нашей работы...
Сначала мы делаем свою часть работы...
Затем свою часть работы делаете вы...
Так вместе мы делаем нашу жизнь лучше".*
Брэнд ИКЕА

Поиск государственной идеологии? Поиск национальной идеи в России в начале 2000-х годов внешне выглядит как строительство новой государственной идеологии. Построением государственной идеологии озабочены представители центральной политической власти — администрации президента РФ и "Единой России". Обсуждением форм государственной идеологии занимаются разные общественно-политические объединения, бизнес-сообщества и группы интеллектуалов, которые стремятся быть в орбите внимания власти. Эта тема выходит в "мейнстрим" публичной политики и средств массовых коммуникаций. К ней обращаются профессионалы-аналитики, работающие в социологии, политологии, социальной психологии и т.п.

Публичное обсуждение контуров идеологии фокусируется на задаче выработки *адекватного политического дискурса*, который служил бы фактором общенациональной государственной консолидации.

Слово "дискурс" плотно вошло в лексикон российских топ-политиков. "Забота о терминологии" приобретает перманентный характер в высших структурах администрации президента и "партии власти"¹.

Однако набор идейных ориентиров, вербализуемых государственной властью, вызывает в обществе немало вопросов, побуждая публицистов к критическим и ироническим высказываниям. Например, к такому: «Полчища врагов окружают Россию. Из-за кордона грозит костлявым кулаком надменная шляхта. Призрак цветочных революций, обезумев от опиумных запахов, стремглав преодолевает гигантские расстояния по скифским степям... Кольцо сжимается:

все хотят ослабления России, расчленения России, падения России. Таковы приблизительные контуры еще не до конца оформившейся государственной идеологии Российской Федерации... Это не вязкая заумь национал-социалистического "гексогена", постепенно превращающегося в салонный мейнстрим. Это последний писк кремлевской моды, продукт маргинального консерватизма, взятый, наконец, на вооружение "центральным комитетом" ввиду отсутствия каких-либо иных видов идеологического стрелкового оружия»¹.

Идейные построения, спускаемые "сверху", порождают и недоуменные реакции: "Это похоже на тихую шизофрению. Но еще больше на советский синдром. Миробоязнь. Отторжение от нормы. Искусственная ненависть к иностранному. Казалось бы, он помер своей смертью еще при Горбачеве — Ельцине... Ан нет, вновь возрождается вместе с железной птицей Феликсом. При всей своей шизофреничности эта сверхценная идея очень практична. Власть разом отпускает себе любые грехи. Не только прошлые, но и будущие"².

Стоит, однако, более внимательно приглядеться к феномену, который маркируется словами "маргинальность" и "шизофрения". В дискурсивных поисках новой национальной идеи и медийных репрезентациях ее контуров действительно проглядывают слегка подзабытые элементы советского идеологического опыта. Однако при ближайшем их рассмотрении возникает мысль о том, что референт дискурса, способы его производства, средства продвижения и среда бытования качественно иные.

¹ Этот тренд уже замечен в российской публицистике. См., например: Бадковский Д. Вавилонская башня Кремля. Кремль хочет создать новый политический язык и национальную "сигнатуру образов и смыслов" // <http://www.gazeta.ru/comments/2006/08/31_a_757758.shtml>.

¹ Колесников А. Пограничное состояние // <<http://www.gazeta.ru/column/kolesnikov/264277.shtml>>.

² Пумпянский А. Новая дискуссия о языкознании. Заметки о вертикально интегрированной публицистике // <http://www.newtimes.ru/artical.asp?n=3143&art_id>.

Обратимся к текстам документов, исходящих из президентской администрации и партии "Единая Россия", а также к тем работам, авторами которых являются официозные активисты общественно-политических, интеллектуальных, деловых сообществ, используя процедуры дискурсного анализа¹.

"Брэнд — это восприятие продукта в сознании потребителя, общая сумма всех впечатлений потребителя".

Ли Хант

Построить Матрицу — построить брэнд. То, что репрезентируется в российском обществе как поиск государственной идеологии, скорее представляет собой опыт конструирования *информационной сетевой Системы* в целях упрочения политической власти. Практический результат такой работы выглядит как создание *Матрицы, сложного информационного продукта*, адресованного обществу и способного обеспечивать функционирование государственной власти в тех параметрах, которые для нее представляются оптимальными.

Сама *цель* сознается разработчиками такой идеи как вполне *прагматическая*. А конкретные *задачи и средства* ее обеспечения формулируются как *проектно-технологические*. Для построения такого *информационного продукта* активно привлекаются технологии постсовременного *менеджмента и маркетинга*², применяемые с учетом специфики культуры информационного общества и общества массового потребления (с поправкой на российские условия).

Догадки на этот счет уже начали появляться в среде российских аналитиков: "Риторика в политической сфере постоянно сближается с управленческой. Термины, которыми описывается политика и политическое, мало отличаются от

языка бизнеса, пиаровской лекции. Мегатренды бизнеса и политики становятся *project management*"¹.

Разработчики *Системы* не склонны скрывать *проектно-технологический*, прикладной характер своей работы. В публичных выступлениях неизменно ими подтверждается актуальность "взаимобратимости" больших концептуальных построений и техник их инструментализации: "Поиск национальной идеи имеет оборотную сторону — это продуктивная конвертация теоретических идей в пропагандистский продукт"².

Проблема, однако, состоит в том, что создание *Системы* — *Матрицы* как *сложного информационного продукта*, по замыслу разработчиков, должно быть осуществлено в *сжатые сроки*. Другая трудность состоит в том, что *одновременно с проектированием* концептуальной схемы продукта необходимо проводить его *практическую наладку, обеспечивать успешное продвижение* на рынке, т.е. в обществе, и *заботиться о его массовом потреблении*.

Такой *multi-task* подход к осуществлению проекта побуждает разработчиков ставить на первый план *задачу brand-building*, т.е. задачу "отстраивания брэнда" *Матрицы*.

Постановка такой задачи обуславливает известную смену "оптики" при определении содержания деятельности аппарата государственной власти. Госаппарат рассматривается как *корпорация — команда*, лояльные участники которой объединяются вокруг *идеи "строительства брэнда"* и работают во имя ее осуществления.

На вооружение берется мысль о том, что современная Россия представляет собой часть мирового информационного общества — общества, где ключевую роль играют *технологии* производства, распространения и потребления *информации*. Характерные черты такого общества — *глобальность, сетевой* принцип его организации, *медийный* характер означивания и бытования информации.

В соответствии с выбранной позицией усваивается и мысль о том, что информационные технологии создают *новые формы отношений* в системе "государство — политика — экономика — общество", качественно меняют облик политической, социальной, экономической культуры.

Разработчики делают акцент на том, что в условиях информационного общества происходят качественные сдвиги в способах производства

¹ Дискурс здесь понимается как определенный тип высказывания, выражающий ограничения и условия производства текста, а так же, как система правил и предписаний для высказывания как последовательности фраз в тексте.

² В соответствии с этим тезисом основными единицами анализа текстов (изучение того, что и как говорится о продукте) служат: *семантика базовых слов и высказываний* и их контексты; структура *построения "рассказа"* о продукте, значимые события, персонажи; приемы *маркирования новизны продукта* в "рассказе"; приемы *маркирования потребителя* как соавтора контента продукта; приемы *позиционирования "голоса" производителя* продукта. Типы дискурса продукта, актуальные для маркетинга и строительства брэнда: "клиенто-центрированный", "авторско-центрированный", "производственно-центрированный"; технологический, художественный, властно-закртый или открытый для коммуникаций и т.д.

¹ Шатина Н. Корпорация "Россия" // <<http://www.russ.ru/docs/123213213?mode=print>>.

² Полльева Дж. Три составляющие русской политической культуры — этатизм, романтизм и когнитивизм // <http://www.kreml.org/opinions/122678077?user_session>.

Знания, его представления, распространения и потребления. Знание рассматривается ими не столько как подвижные, конкурирующие системы правил и конвенций в глобальном "прозрачном" мире (либеральная позиция), сколько как *режимы истины* (регулятивные представления о мире, обществе, человеке).

Формула "*Знание—Власть*" положена в основу стратегии и прагматики успеха, поскольку она актуальна для информационного мира и общества массового потребления. Для российской власти как никогда становится актуальной мысль о том, что *управление Знанием — это утверждение Власти*.

"Сегодня реальные свойства продукта трудно ставить в основу конкурентной борьбы...

Сегодня идет война за симпатии и головы.

Поэтому так важна смысловая и эмоциональная связь между продуктом и потребителем".

Владимир Ляпоров

Забота о потребителе. Строительство *бренда Матрицы* требует от его создателей опоры на установки *обыденного сознания* потребителей — граждан России. Проводимые российскими социологами регулярные "замеры" массовых умонастроений дают возможность разработчикам *бренда* точнее представлять свой адресат.

Как известно, эти установки достаточно противоречивы. Они включают распад и локализацию привычных структур *обыденного сознания*, страх утраты "малой Родины", персональный страх растворения в глобальных сетях, стремление к "сохранению" личной идентичности, защитный неотрадиционализм, социальную "атомизацию".

Вместе с тем на сознание российских граждан оказывает громадное воздействие фактор включения в их повседневную жизнь массовой культуры, информационных технологий, медиакультуры. "Клиповое" мышление и "рассеянное (фасетное) зрение" становятся приоритетными техниками восприятия и освоения мира. Российские граждане ощущают потребность личного позиционирования в различных социальных, поликультурных, виртуальных сообществах, обнаруживают готовность к конструированию множественной идентичности в условиях взаимодействия с Другим.

В российском обществе идет интенсивный процесс формирования "консюмеризма" как стиля мышления и стиля жизни. Отсюда и актуальность таких установок, как: *качество жизни, здоровый образ жизни, жизненное (личное, семей-*

ное) благополучие, автономность частной (семейной) жизни. В *обыденном сознании* совмещается бедность потребительских запросов и желание "жить как люди" с преимущественной ориентацией на процветающие страны Запада, актуальность личного позиционирования в процессе потребления и нежелание принять на себя ответственность за происходящее. Ко всему этому добавляется объективизм массового сознания, доверие к информационным потокам в официальных средствах массовых коммуникаций, вера в чудо, в магию.

Для потребителей *бренда Матрицы* важны компоненты, которые актуальны при конъюмеристском восприятии любого другого *бренда*. Это идея *правдоподобия* ("реальности"), идея *естественности*, идея *заботы* о здоровье, комфорте, безопасности, идея *функции* (простоты, удобства, оптимальности, множества в одном), идея *модели* (осознание значимости групповой солидарности) и возможности *различения* (удовлетворение потребительского желания в личном позиционировании), имитация индивидуального в продукте.

С учетом этих и других подобных установок создатели *бренда Матрицы* конструируют потребности своего адресата и разрабатывают критерии параметров продукта: выбирают базовые слова и корректируют их культурные значения, формулируют высказывания, создают дискурс.

Как подчеркивает В.Сурков: "Социальная технология — и технология власти, и технология самоорганизации общества — становятся все более сложными, все более, если угодно, мягкими и изощренными. От принуждения общество постепенно переходит к технологиям убеждения, от подавления — к сотрудничеству, от иерархии — к сетям горизонтальных связей. Это не значит, что один элемент исключает другой, но все-таки баланс современной цивилизации смещается в сторону умения убеждать и договариваться, с тем, чтобы как можно большее количество людей осознанно принимало то или иное решение и по возможности добровольно. Все-таки нельзя себе представить современное общество, состоящее, повторюсь, из образованных, умных, развитых людей, которым можно просто командовать, ничего не объясняя"¹.

Таким образом, поля взаимодействия производителей и потребителей *бренда Матрицы* —

¹ Сурков В. Суверенитет — это политический синоним конкурентоспособности: Стенограмма выступления Владислава Суркова перед слушателями Центра партийной учебы и подготовки кадров ВПП "Единая Россия" 7 февраля 2006 г. // <<http://www.edinros.ru/news.html>>.

информационно-медийное, социально-культурное, бытовое, публичное, приватное — рассматриваются как сложные сети его продвижения и потребления.

"Реальность — особый дискурс, обладающий правилами и конвенциями, некоторый код. Не более естественный и истинный, чем другие... Целью мимесиса является создавать не иллюзию реального мира, а иллюзию правдивого дискурса о реальном мире".
Антуан Компаньон

Концептуальные принципы построения брэнда Матрицы. Базовая установка разработчиков: производитель продукта мыслит и действует в информационной экономике прежде всего как производитель Знания о продукте.

При построении Системы активно используются такие принципы работы со смыслами слов и образов, такие способы контроля за дистрибуцией смыслов, которые идут из практик постсовременного маркетинга. Разработчики вполне сознают, что строительство брэнда — это работа со значениями и смыслами, которые составляют основу продукта — его контент и дизайн. Брэнд реализуется в поиске имени и в разработке дискурса Системы.

Брэнд-билдинг Матрицы как дискурс начинается с конструирования контуров желаемой правдоподобной Реальности. Первый шаг — *поименование* "реального мира", включение Реальности в социальный язык и речь, *встраивание* Реальности в систему личных и коллективных представлений, образов, стереотипов сознания.

"Ориентирующие" президентские высказывания содержат в себе основные элементы такого *поименования*: "Мы не собираемся придумывать никакой своеобразной российской демократии. Мы будем привержены основополагающим принципам демократии, которые утвердились в мире вообще. При этом, разумеется... принципы демократии должны быть адекватны сегодняшнему развитию российского общества, нашей истории и нашим традициям"¹. Ключевые элементы "кристаллизуются" в формульных словах вице-премьера: "Общество должно сплотиться вокруг новой триады национальных ценностей. Это — суверенная демократия, сильная экономика, военная мощь"². Сотрудник президент-

ской команды переводит "программные" слова в доходчивые установки и в проектно-технологическое измерение: "России не хватает национальной идеологии и элиты, которая бы разделяла эту идеологию... Мы — нация, привыкшая к государственности... Государство — это способ самоорганизации общества... Суверенитет — это политический синоним конкурентоспособности..."¹

Эти установки адаптируются партийными руководителями "Единой России" к практической работе по строительству Системы: "Для нас суверенная демократия — своего рода брэнд. Брэнд, который несет в себе все, что соответствует нашим программным целям и задачам построить сильную, безопасную, комфортную для ее граждан и уважаемую в мире страну"². В высказываниях такого рода весьма точно выражает себя идея "реального" построения "Системы-Матрицы" средствами формулирования актуальных смыслообразов и их закрепления в коллективных представлениях россиян.

Главными, опорными формулами при строительстве такого брэнда служат ключевые слова: "сильная Россия", "великая Россия", "суверенная демократия", "суверенная экономика", "российская цивилизация", "российская история", "российские традиции", "российское государство", "российская нация", "российская суверенная идентичность", "национальные ценности (интересы, проекты)", "национально-ориентированная элита".

Системообразующим понятием в процессе "отстраивания" брэнда Матрицы является конструкт *суверенная демократия*: "Допустимо определить суверенную демократию как образ политической жизни общества, при котором власти, их органы и действия выбираются, формируются и направляются исключительно российской нацией во всем ее многообразии и целостности ради достижения материального благосостояния, свободы и справедливости всеми гражданами, социальными группами и народами, ее образующими"³.

Запущенный в оборот разработчиками-программистами Матрицы, он активно дебатировался в ходе имитационных публичных дискуссий, обрастая множественными толкованиями и подтверждая тем самым свою актуальность и жизнеспособность. Вот одно из таких лояльных истолкований: «Отличие "суверенной демократии"

¹ Сурков В. Суверенитет — это политический синоним конкурентоспособности.

² Интервью с руководителем ЦИК "Единой России" А.Воробьевым // <<http://www.edinros.ru/news.html?id=114518>>.

³ Сурков В. Национализация будущего [Параграфы про суверенную демократию] // <<http://www.edinros.ru/news.html>>.

¹ Зачем Путину "управляемая демократия"? // <<http://osada.sova-center.ru/discussion/>>.

² Интервью с вице-премьером, министром обороны С.Ивановым // <http://www.km.ru/magazin/view_print.asp?id>.

от множества иных определений особенностей демократического строя — либеральная демократия, социалистическая демократия, охранительная, прямая, плебисцитарная и многие другие демократии — состоит в том, что этот термин в меньшей степени касается внутренних особенностей политического режима. Он характеризует политическую систему в целом как с внутренней, так и с внешней точек зрения... В федеративной России, ищущей баланс прав "субъектов" и федерации, "суверенная демократия" подчеркивает значение демократического начала именно в общегосударственном смысле... Нация — политический этнос, демократия — объединенный идеалами и государственностью народ, в том числе (и в последние десятилетия, как правило) многонациональный... Государственная власть, основанная на суверенной воле народа, независима от кого бы то ни было во внутренних делах и в международных отношениях»¹.

Принцип построения этого высказывания типичен для "строителей" и "промоутеров" брэнда: составление коллажа из разнородных паттернов и "знакомых слов". В таком коллаже значение каждой отдельной формулы не так важно ("нация — политический этнос" — ?, "демократия — объединенный идеалами и государственностью народ" — ?), как производство общего позитивного впечатления на потребителей.

Следующий шаг в строительстве брэнда — присвоение Реальности как ее "понимание", *одомашнивание*. Это осуществляется посредством приведения конструируемой Реальности к узнаваемым, привычным "пустым" формулам-клише, которые служат местом для включения личного опыта потребителей — граждан России. Иначе говоря, происходит приспособление новой, конструируемой Реальности к личной и коллективной идентичности, ценностям и ориентирам, бытующим в массовом сознании. Рядовой "промоутер" матричного брэнд-дискурса комментирует "стержень речи Суркова" таким образом: "Говоря об идеологических вопросах, он [Сурков] оперирует категориями прагматическими и объективистскими. Схема примерно такая: демократия нужна потому, что она объективно соответствует современному состоянию общества, выгодна и удобна. То же и про суверенитет: он нужен не потому, что это наше все, а потому, что выгоден для страны, удобен для граждан и эффективен в условиях международной конкуренции"².

¹ Рогожников М. Что такое "суверенная демократия" // Эксперт. 2005. № 43. С. 102–103.

² Громов А. Идеологический фасад власти // Эксперт. 2006. № 9. С. 73.

Конструирование Реальности предполагает активное использование такой "формульной" оппозиции, как *"свое — чужое"*. *Свое — позитивное, лояльно-солидарное. Чужое как чуждое — пугающее, отталкивающее. Это — необходимый компонент формирования Системы — Матрицы. Чужое выступает одновременно и как граница Системы, и как маркер Антисистемы.*

Опорными словами и высказываниями здесь служат: *"мы—они", "наше—не наше", "враги", "либералы-реформаторы", "олигархи(ческий реванш)", "террористы", "национал-изоляционисты", "мягкое поглощение" средствами "оранжевых технологий"*.

В процессе дискурсивного конструирования Реальности не менее интенсивно применяется клишированная оппозиция *"старое—новое"*. *Старое* может быть представлено как *позитивное, привычное*, т.е. как привычное *свое, наше родное, "счастливое" Прошлое*. *Старое* может выглядеть и как *негативное*: изжившее себя, несовременное, подлежащее преодолению и разрыву с ним. *Новое* — это *позитивное, иное*: заманчиво-привлекательное, *другое*: подлежащее объяснению, пониманию, признанию.

В качестве опорных слов в дискурсе используются: *"наша история", "наши традиции (ценности, вера)"*. Важное место в этом ряду занимает концепт *"советское прошлое"*, который несет особую смысловую нагрузку.

Так, в текстах В.Суркова *"советское прошлое"*, естественно, включается в *"наше настоящее"*, будучи представленным последовательно *"с одной стороны"* и *"с другой стороны"*: *"Ни в коей мере Советский Союз не заслуживает какого-то огульного осуждения: это все наши ближайшие родственники, это все фактически мы сами... У Советского Союза было два крупнейших достижения: с одной стороны, мощная идеологическая работа, которая была развернута в планетарном масштабе, и Советский Союз тоже оперировал понятием свободы и справедливости. Хотя нам самим не очень поздоровилось от всей этой работы, но на весь мир эта мощная поддержка, как военная, материальная, так и просто моральная, оказала огромное влияние, о котором мы сегодня забываем. Мы забываем, как Советский Союз был популярен среди западных интеллектуалов самого демократического толка. Советский Союз благодаря своим мощным идеологическим усилиям стимулировал освобождение колоний, ускорил гармонизацию социальных отношений в самих странах Запада и этим самым оказал благотворное влияние на мировой ход истории. С другой стороны — индустриализация. Не будем забывать, что мы живем на наследство, доставшееся нам от Советского Союза, что мы*

пока мало сделали сами. Наши железные дороги, наши трубопроводы, наше жилищно-коммунальное хозяйство, наши заводы, наши ядерные силы — это все наследство Советского Союза. При всем этом общество, которое у нас получилось тогда, вряд ли можно назвать свободным или справедливым. Мы, наверное, не должны тут долго разговаривать. Я думаю, все с этим согласятся"¹.

Ключевая роль в строительстве бренда принадлежит концепту *либеральный консерватизм*. Использование этого понятия позволяет выполнять одновременно *несколько задач*.

Одна из них — *маркирование "своих"* — символическое объединение тех сил, которые уже включены в процесс формирования *Матрицы* или должны быть приобщены к нему: «В либерально-консервативной части политического поля должны сосредотачиваться национальная буржуазия, военные, средний класс и их духовные и политические представители. Сейчас эти группы, весьма обширные и потенциально очень влиятельные, в очень небольшой степени сознают свои общенациональные интересы, и прежде всего то, что проект Россия как страна "суверенной демократии" — это их проект»².

Другая задача — обозначение *"преемственности и разрыва"* — это определение "коллективного себя" по отношению к политической традиции, создание легитимной интеллектуальной родословной (например, русский либеральный консерватизм начала XX в.) и преодоление "ультралиберализма" ("реформаторы-либералы" 1990-х годов) с помощью нового обращения к *национальным традициям и национальным ценностям*.

Как объясняет один из видных активистов партии "Единая Россия", «либерализм дискредитирует себя, когда отрывается от национальных корней. Когда забывает об исторической традиции. Когда пренебрежительно относится к социальным запросам граждан. Когда забывает о "приземленных" вопросах в угоду красивым, но нежизненным конструкциям... Успешный либерализм в нашей стране должен обладать следующими характеристиками — российский, консервативный, социальный, прикладной... Настоящий либерал должен быть патриотом своей страны, последовательно выступающим за ее суверенное развитие... Консервативный либерал уважает традиционные конфессии, признавая за ними роль хранителей таких ценнос-

тей, как духовность, нравственность, совесть. С тем же уважением он относится к истории своей страны, понимая, что любая модернизация должна быть основана на неразрывной связи поколений»¹.

Таким образом, процесс дискурсивного создания контента и дизайна продукта — *Матрицы* — переводится в практическую плоскость установления *доверительных смысловых и эмоциональных отношений* с массовым потребителем².

Матрица строится или построена? Участники "строительства" на этот счет высказываются противоречиво. В среде "строителей" доминирует позиция: надо изобразить так, убедить российское общество в том, что большая часть работы сделана, однако предстоит сделать еще немало: «...Уже приехали, но не знаем куда. Не знаем по причине скудости средств опознания и признания своих проблем. Мешает дефицит дискуссий... Мы движемся наугад, импровизируя... На первый взгляд, перспектива 2007–2008 гг. выглядит триумфально. Выборы закрепят и подтвердят данное государство... Система признана, государство состоялось. Любые перемены, хотя бы и радикальные, могут быть только на данной государственной основе. Ни на какую "другую Россию" ни система, ни избиратель не дадут согласия. Борьба пойдет за ресурсы и системы коммуникаций внутри данного здания, за дизайн государства, а не за его снос. И здесь возникают запросы нового типа... И один из ключевых запросов — запрос на производство стиля, образа жизни. Страна построена, в ней должен быть некий образ жизни. Этот самый сформировавшийся городской класс уже есть, но он еще не знает, как ему жить в состоявшейся России, что носить, что читать, как гово-

¹ Зеленин Д. Либеральный консерватизм // Эксперт. 2006. № 14. С. 97–98.

² "Именно в киберпространстве политический дискурс обогатился новыми темами и постепенно становится составной частью дискурсивных привычек значительной части пользователей. Пришла пора заново определить основы и перспективы формирования политической идентичности с учетом реалий новой среды взаимодействий... Создаваемый в киберпространстве политический миф иррационален, с точки зрения социального опыта потребителя контента, но, тем не менее, на самом деле он рационально выстроен в рамках коммуникативной стратегии онлайн-новых мифотворцев. При этом формируемая мифологическая картина мира должна быть близка стереотипам потребителя политического контента, и только после этого появляется возможность целенаправленного воздействия на трансформацию картины реальности в нужном для политтехнологов направлении. Множество же альтернативных источников контента и простота доступа пользователя к ним ставят вопрос о многомерности и внутренней непротиворечивости создаваемых образов" (Бондаренко С. Политическая идентичность в киберпространстве // <<http://www.frip.ru/newfrip/>>).

¹ Сурков В. Суверенитет — это политический синоним конкурентоспособности.

² Рогожников М. Указ. соч.

ритель, что любить, что ненавидеть»¹. Итак, российское общество предопределено к тому, что главное совершилось: "мы" уже сейчас начинаем жить в другом, лучшем, по отношению к недавнему прошлому, мире². Остается отладить *системы коммуникаций в Системе — Матрице* и разработать соответствующий *дизайн*.

"Между словами и вещами можно создать новые связи и уточнить некоторые свойства языка и предметов, обычно игнорируемые в повседневной жизни... Слово может занять место предмета в реальности".
Мишель Фуко

Технологические приемы конструирования брэнда. Один из ведущих разработчиков *брэнда Системы* В. Сурков замечает: «По мере развития демократии информационная борьба обостряется. Борьба за умы. По мере развития демократии сила силы сменяется на силу слова... Вопросы смыслообразования, вопросы терминов, вопросы производства образов, — это признак действующей нации. Если народ не производит сам образы и смыслы, если он не посылает сообщения другим народам, то он в политическом и культурном смысле не существует. И мы как-то к этому относимся, понятно почему, скептически после нашего сверхидеологизированного государства, от которого мы так драматично уходим, и может быть, даже еще не ушли... Мы в европейском дискурсе, из которого мы не выпали даже в советские времена (что там ни говори, и те идеи были вполне европейскими, и мы тоже должны об этом не забывать, в том числе и

¹ Разговор с Глебом Павловским // *Громов А. Транзит в неизвестное* // Эксперт. 2006. № 36. С. 93–94.

² Полезным для понимания современной ситуации представляется суждение Ивана Засурского, сделанное еще в период смены фигур президентской власти, на рубеже 1990-х и 2000-х годов «В основе всех неудач старта кампании Ельцина — обольщение насчет реальных организационных, координационных ресурсов штаба и управляемости кандидата, возникающее как следствие предшествовавшего успеха. В основе всех его успехов — создание образа, т.е. символического образа нужной, однако практически неосуществимой (в сжатые сроки) реальности. Чудес не бывает — проблемы останутся, после выборов их надо будет решать обычными средствами. Чтобы сохранить шанс на победу, необходимо создать образ "начавшегося решения всех проблем". Иными словами, мы инсценируем то, на создание чего у нас нет времени и возможностей... Президент должен снова стать "властителем чувств" населения, их "героем", как только вернет себе центральное место на всероссийской арене... Ключом к победе является, с нашей точки зрения, информационная драматургия кампании...» (*Засурский И. Реконструкция России. Массмедиа и политика в России девяностых* // http://old.russ.ru/politics/20001114_II.html).

в дискуссии с нашими критиками оттуда), мы должны иметь свой голос. Не думаю, что мы должны стремиться создать какую-то неслыханную экзотику и говорить какие-то герметические вещи, не доступные пониманию наших собеседников. Конечно, нет. Но у нас должна быть своя версия политического языка. Иначе мы обречены на то, как говорится, "кто не говорит, тот слушает". А тот, кто слушает, тот слушается»¹.

Иначе говоря, "строители" дискурса в полной мере сознают значимость основных (референтной, информационной, коммуникативной) функций языка для построения Системы, особенно функции "ориентации ориентируемого в его собственной когнитивной области"².

При создании дискурса *Системы* как властного информационно-медийного продукта требуется *креатив* — творческое соединение приемов банализации и информативности, т.е. увидеть (сделать) новое в старом, неизвестное в известном.

Громадную роль в этом процессе играет соединение в дискурсе *информативности* (небанальность, релевантность, адекватность референции) и *фатики* ("незначащий разговор" для установления контакта, банальный код общения). При этом особый акцент делается на фатику, прагматическое значение которой в том, чтобы переключить внимание на условия речевого контакта, скрытно провести группу смыслов, важную для адресанта.

В конечном счете продвигается мысль об успешности тактик "здорового смысла" при построении *Системы* и "материализуется" иллюзия о победе "здорового смысла" в сознании российского общества: "Это не идеология как таковая, это здравый смысл, который тоже идеологичен, но эта идеология... для пользователя. То есть тот объем идеологии, который, с одной стороны, очевиден на уровне обыденной политической практики, а с другой — как и всегда со здравым смыслом, абсолютно необходим для текущей политической работы... Этот самый здравый политический смысл — сильная сторона Суркова и

¹ *Сурков В.* Суверенитет — это политический синоним конкурентоспособности; *Он же.* Концепция суверенной демократии апеллирует к достоинству российской нации. Выступление В. Суркова на круглом столе "Суверенное государство в условиях глобализации: демократия и национальная идентичность" 30.08.2006 // <http://www.edinros.ru/news.html?id=115114>.

² По мнению У. Матураны, стоит признать, что "язык коннотативен, а не денотативен, и что функция его состоит в том, чтобы ориентировать ориентируемого в его собственной когнитивной области. А не в том, чтобы указывать ему на независимые от него сущности" (*Матурана У.* Биология познания // Язык и интеллект. М., 1996. С. 117).

Путина: они стараются сохранять движение в коридоре здравого смысла без высказываний каких-то крайних теорий, которые, может, и правильные, но не могут быть поддержаны консенсусным большинством... Важное политическое достоинство такого подхода: ощущение, которое это здравомыслие вызывает у слушателя — будто он сам так думал¹.

Продукт — *Матрица* — выглядит как информационное событие и метаповествование в пространстве массовых коммуникаций, Построение повествования предполагает: формирование правдоподобного рассказа ("истории") о продукте, выделение и именование события, т.е. его информационно-медийное учреждение, постановка в определенные рамки высказывания, текста, контекста. Одновременно прорабатывается структура повествования — рассказа (сюжет, позитивные и негативные персонажи, маркеры времени рассказа и пр.).

Брэнд *Матрицы* — это информационно-медийное произведение, для которого исключительно важна его "упаковка", перформативная репрезентация. Создаваемое "идеологическое поле является результатом монтажа гетерогенных плавающих означающих, результатом их тотализации посредством введения, интервенции определенных "узловых точек"².

Опорными когнитивными узлами служат: "было — стало", "проклятые девяностые — уверенные двухтысячные", "угроза распада страны — собирание земель", "воссоздание целостности".

Типично такое повествование: "На наших огромных просторах именно государство всегда было для русского народа главным элементом самоидентификации и условием выживания как самостоятельного этноса. Так сложилось в веках, прошедших в почти непрерывной борьбе с захватчиками то с Востока, то с Запада. Так было и в давние века, когда московские князья, а потом и русские цари по кусочкам собирали сперва Московское княжество, а потом и всю Россию. Так дело обстояло и несколько лет назад, когда Владимир Путин начал собирать остатки того, что принесли стране разрушительные 1990-е годы"³.

Именно в этом русле выстраивается и "рассказ" одного из влиятельных активистов "партии власти": «Десятилетнее плавание "без руля и без

¹ Павловский Г. [Обсуждение выступления В.Суркова перед слушателями Центра партийной учебы и подготовки кадров "Единой России"] // Эксперт. 2006. № 9. С. 74.

² Жижек С. Возвышенный объект идеологии. М., 1999. С. 131.

³ Кислов Н. Партия суверенной демократии // <http://www.edintros.ru/news.html>.

ветрил" в 90-е годы привело российскую нацию к пониманию необходимости более осмотрительного движения в будущее, необходимости разумного консерватизма, осторожности в дальнейших преобразованиях. России нужна была политика увязывания между собой традиционных ценностей, без которых общество перестанет существовать, с демократией, без которой общество не сможет развиваться. Именно такая политика проводится в России сегодня¹.

В конечном счете язык, формирующий дискурс брэнда *Матрицы*, обретает функцию свидетельствования символической солидарности с Системой, приобщения к ней, опознания "своих" в сетях Системы².

"Современное общество выглядит как постидеологическое: преобладает идеология цинизма; люди больше не верят в идеологические истины"; они не воспринимают идеологические утверждения всерьез...

Они сознают, что в своей деятельности следуют иллюзии, но все равно делают это".

Славой Жижек

Создание Сети и продвижение дискурса продукта. В постсовременном мире происходит громадное расширение коммуникативного пространства (доступность, открытость, подвижность каналов коммуникации и типов сетевого взаимодействия), что создает совершенно новую Реальность социально-политического мира, который выстраивается по корпоративным правилам. Дискурс власти выглядит полицентричным. Так ли это?

Сложность, многомерность сетей требует постоянной заботы о логистике и наладке продукта,

¹ Лужков Ю. Мы и Запад // <http://www.vz.ru/politics/2006/6/15/37696.html>.

² На этот счет весьма иронично высказывается Д.Быков: «У новой кремлевской идеологической тусовки, уже выработался свой словарь, состоящий из ничего не говорящих слов и насквозь искусственных идиом. "Производство смыслов", "геополитический произвол", "целостность многообразия" (современный псевдоним "цветущей сложности)", "эффektivность", "конкурентоспособность", "массовые действия", "суетящиеся перверты" (это, как вы понимаете, о любых несогласных — хотя строкой выше заявлена необходимость и благотворность несогласия), "народосбережение" (вариант: "народосберегающие технологии")... По этим паролям новые кремлевские идеологи узнают друг друга... Отличительная черта этого политического языка — его стопроцентная искусственность; отличительная черта его носителей — неспособность выразиться просто, по-русски, по возможности без грамматических ошибок... Но эта иезуитская, инквизиторская витиеватость неизбежна, поскольку чем еще заплетешь пустоту?» (Быков Д. Без слов // <http://www.polit.ru/author/2006/11/21/surkov.html>).

который еще находится в процессе разработки и переработки. Это создает дополнительные трудности для разработчиков и предполагает включение в работу дополнительных (по отношению к проектировщикам) участников из разных социальных групп и социально-политических институтов¹. Так артикулируется *идея соучастия* ("мы делаем нашу работу вместе"). Но при этом оберегается место для избранных — *место проектировщиков-программистов Матрицы*.

В верхнем сегменте исполнительной власти (президентская администрация, администрации регионов) идея соучастия такого рода реализуется наиболее успешно, поскольку здесь высок политический контроль и тщательно соблюдается принцип иерархической субординации²: ядро дискурса производится в личной команде президента, а на долю прочих — *задача его артикуляции*, позитивного истолкования и продвижения "на местах".

В сегменте политических партий (в процессе строительства "партии власти" и партий "позитивной оппозиции") идея соучастия реализуется двояким образом.

Во-первых, она выглядит как *"дозированная", творческая работа* по развитию дискурса и конкретизации содержания базовых высказываний (придание им допустимых дополнительных значений и смыслов) в среде партийной элиты; это осуществляется средствами имитации партийных и внутрипартийных дискуссий.

Во-вторых, она может быть представлена как индексирование, кристаллизация базовых слов и высказываний для пропагандистской работы "в низах", *превращение их в кластеры-клише для повседневного употребления*. Это производится средствами партийной учебы с партактивом и "молодняком". Формы работы сочетают в себе советские способы трансляции дискурса с более новыми — информационно-медийными (партийные и персональные веб-сайты функционалов, партийные интернет-издания, блоги).

¹ Н.Шатина говорит об этом феномене следующим образом: «Говоря о политической сфере современной России, можно выделить несколько коммуникативных площадок: официально-властную (действующие политические лидеры, высшие чиновники госаппарата, "прокремлевское" экспертное сообщество); официально-оппозиционную (политические элиты, "допущенные" к участию в публичной дискуссии); оппозиционную (политические лидеры и партии, не входящие в структуру властных институтов), научную (независимое экспертное сообщество, ученые) и "гражданскую" (все сколько-нибудь интересующиеся политикой россияне)» (Шатина Н. Корпорация "Россия" // <<http://www.russ.ru/docs/123213213?mode=print>>).

² Это явление точно характеризует И.Кормильцев (Изд-во "Ультра-Культура"): "Они ставят на фаворита и желают ездить на призовой лошади".

Эти функции четко формулирует В.Сурков, обращаясь к партактиву "Единой России": "Думаю, что наиболее удобная форма донести основные идеологические тезисы — это описать новейшую историю в оценках и под тем углом зрения, который в целом соответствует курсу Президента, и через это сформулировать наши основные подходы к тому, что было раньше, и к тому, что будет с нами в будущем"¹.

В сегменте деловых элит (бизнес-сообществ) соучастие в дискурсе допускается в нескольких видах: *первичной обкатки* — мониторинга — корректировки запускаемых дискурсивных конструкций; *"приобщения" к нему*, включения в свой язык, подтверждения солидарности и лояльности (освоение формул "суверенная демократия", "национально-ориентированная элита"). Бизнес видит, что с ним говорят на его языке и в его формате проектного менеджмента.

Так, председатель "Деловой России" Б.Титов акцентирует внимание коллег по бизнесу на том, что для них необходимо "правильное понимание суверенной демократии": "И как это может не нравиться бизнесу? Судите сами. Бизнесу что нужно? Чтобы развивался рынок, чтобы мы шли по демократической схеме развития... Что еще нужно бизнесу? Стабильность. Мы, наконец, понимаем, что в нашем государстве есть целый механизм, который работает на обеспечение стабильности общества. Власть думает о том, с какими идеями обращаться к обществу, как выстраивать политическую систему для того, чтобы наше общество действительно было устойчивым и не подвергалось катаклизмам и шатаниям от каждого ухаба. Национальный суверенитет и, соответственно, экономический суверенитет — это то, что для нашего российского национального бизнеса очень важно"².

В сегменте лояльных интеллектуальных элит (тех, кто сам себя позиционирует таким образом) — сотрудники многочисленных политтехнологических институтов, создатели и участники политических клубов, общественно-политических изданий и пр., — соучастие в дискурсе выглядит более противоречивым.

Соучастие включает в себя разные формы *субординационного сотрудничества с властью*: ожидать дискурсивный заказ, продвигать-толковать его в обществе, предлагать "свои поправки", ожидать

¹ Сурков В. Суверенитет — это политический синоним конкурентоспособности.

² Титов Б. [Обсуждение выступления В.Суркова перед слушателями Центра партийной учебы и подготовки кадров "Единой России"] // Эксперт. 2006. № 9. С. 74.

принятия-непринятия предложений (Фонд эффективной политики Г.Павловского, Институт политических исследований С.Маркова, журнал "Политический класс" В.Третьякова, "аналитические программы" и "ток-шоу" на центральных каналах телевидения и др.).

Обычное дело — "колебаться вместе с линией партии", менять базовые слова и высказывания в соответствии с тактическими переменами в дискурсе власти, сохраняя при этом верность главному. Так, в 2003 г., когда при строительстве *бренда Матрицы* актуальным выглядело продвижение "рабочего", "промежуточного" (как теперь выясняется) концепта *управляемая демократия*, официозные интеллектуалы активно его транслировали, придавая концепту "жизненные очертания": "Россиянам демократия надоела. Они не знают, что с ней делать. Управляемая демократия — это система, при которой те проблемы, которые нельзя решить демократическими методами, решаются другими методами... Сейчас главное для России — это возрождение государственных институтов"¹.

В 2005 г., когда этот концепт был вытеснен из дискурса власти и замещен другим, как казалось, более эффективным — *суверенной демократией*, — "промоутеры" легко переключились на новую задачу и стали работать с новым словом, в котором, однако, сохраняются следы прежнего значения: "Суверенная демократия... может рассматриваться и как технология, правда, уже предназначенная исключительно для внутреннего (собственного) употребления, и как характеристика режима. Демократия в самом общем смысле представляет собой комплекс правовых и политических институтов, призванных обеспечивать гражданам набор личных, политических, экономических и прочих прав и свобод, участие всех желающих граждан в управлении государством, учет их интересов. С технологической точки зрения суверенная демократия предполагает самостоятельное определение форматов демократических институтов и т.д. И назвать суверенно-демократическим можно лишь тот режим, который отстаивает собственную самостоятельность и, соответственно, самостоятельность государства настолько, насколько это целесообразно и возможно в современном мире"².

Таким образом, сегодняшнее место этой интеллектуальной группы в *Системе* — *маркетинг, продажа дискурса, произведенного "наверху"*.

¹ Как "управляют" демократией (интервью с С.Марковым) // <<http://www.inopressa.ru/print/sueddeutsche/2003/12/02/13:14:07/arc:sueddeutsche.russia>>.

² Иванов В. Кремлевская доктрина — 2 // <<http://www.ancentr.ru/portal/article4538.html>>.

Но не всех и не всегда это место устраивает. В этом смысле показательно высказывание Г.Павловского, в котором выражено неудовольствие-предупреждение по поводу продолжающегося неравноправного партнерства *программистов* государственной власти и *новой интеллектуальной элиты* в ходе строительства *Системы* и возможных последствий такого неравноправия: «Ключевую роль могут сыграть группы, которые рассматривают себя как производителей образцов... Эта среда, производящая поведенческие модели, в целом вполне удовлетворена социально и экономически. Не удовлетворена же она только одним: за ней не признают ее креативной роли, не дают признания в этом качестве... Запрос большинства — того самого "путинского большинства" — на обновленный образ жизни старая элита удовлетворить не в состоянии. И возникает некий момент встречного запроса, когда вероятно такое развитие событий: образцовая среда производит миф, этот миф овладевает массой и создает — на короткое время — новое большинство... Они работают на телевидении, в прессе, в рекламных агентствах и консалтинговых фирмах... Они сегодня обслуживают власть, обслуживают систему, получая, кстати, с этого немалую ренту, но видят себя обособленно и воспринимают нынешний образ жизни нации как ненормальный. С их точки зрения, они лишены своего естественного права — производить образ жизни нации, ее представление о том, что она такое... Возникшая и уже сознающая себя нация не умеет самовыражаться, она не умеет обсуждать себя на своем языке. Не может даже поглядеться в зеркало, чтобы увидеть себя красивой — а для чего еще смотреться в зеркало? Увидеть себя такой, какой сотворена воображением — очищенной, сильной, честной, свободной для нового творческого броска в мир»¹.

Актуальное для строительства *бренда Матрицы* проектное мышление порождает гибкие объединения, участники которых быстро сходятся и расходятся, объединяясь лишь на время и работая вместе до конца проекта. Переход из группы в группу создает эффект "мерцаний" и взаимной подпитки проектов на организационном и символическом уровнях. Так создаются сетевые контексты идейного пересечения и мутации, гибридации продуцируемых и тиражируемых смыслов.

Самосознание такого рода характерно для участников тех лояльных интеллектуальных групп, которые позиционируют себя как *независимые* (журнал "Эксперт" В.Фадеева, Институт нацио-

¹ Разговор с Глебом Павловским. С. 95–96.

нальной стратегии С.Белковского — М.Ремизова, Серафимовский клуб, православные консерваторы, веб-сайты сообществ, объединенных в сети Интернет)¹. Характер их деятельности выражается в том, чтобы, признавая значимость мегапроекта *Матрицы*, пытаться активно воздействовать на процесс "строительства", настойчиво предлагать новые компоненты дискурса (вносить инновационные поправки, развивать технологически) и в надежде быть услышанными и воспринятыми добиваться включения своих разработок в арсенал власти. Они не хотят довольствоваться предлагаемым для них *местом в системе (маркетинг, управление продажами политического дискурса)*. Свое настоящее место участники таких сообществ видят в качестве *"программистов Матрицы"*.

Характерным примером такого самопозиционирования служат базовые высказывания, содержащиеся в тексте Платформы "Клуба 4 ноября" (инициаторы создания клуба — В.Фадеев и В.Плигин), где не только развивается, но и корректируется официальная концепция "либерально-консервативного видения России".

Смысл своей собственной работы в процессе "строительства" *Системы* авторы документа определяют так: "Стоящие сегодня перед Россией задачи требуют чего-то большего, нежели рутинной правительственной работы... Перед нами задача исторического масштаба — мы должны спроектировать Россию XXI века в условиях изменения вектора развития собственной страны в последние два десятилетия, а также все более явного кризиса прежних мировых тенденций развития... У нас почти отсутствуют институты, адекватные задаче выработки нестандартных ответов на вызовы времени... С участием ученых, политиков и общественных сил мы должны наметить основные проблемные области и перспективные линии развития страны, создав затем постоянно действующие рабочие площадки по этим направлениям. Цель работы этих площадок: дать новый импульс творческому процессу создания новой России на основе современного научного знания и широкого общественного согласия... Мы должны создать образ будущего России и начать осознанно и целенаправленно создавать это будущее"².

Между тем *программисты Системы*, хотя часто и обращаются к такому интеллектуальному ресурсу, но по-прежнему делают это избирательно, заимствуя полезные концепты и высказывания по своему усмотрению, на ходу ресемантизируя их и подстраивая под решение конкретных, "рабочих" задач.

Тем не менее из "независимых" интеллектуальных группировок продолжают поступать интенсивные предложения для *отстраивания брэнда*, которые были бы признаны властью, а вместе с ними получили бы официальное признание его разработчики. Именно так выглядят предложения М.Ремизова о России как о "государстве-цивилизации", многостраничная "Русская доктрина" А.Кобякова, В.Аверьянова, И.Бражникова и пр.

Например, М.Ремизов активно продвигает идею цивилизационного своеобразия России, подразумевая при этом возможность "реального" перевода этого историософского конструкта в практику с целью качественной смены *Системы государственного управления*: "Россия уже оформилась как локальная цивилизация, но *еще не научилась осознавать и оборонять* себя в этом качестве. Главная задача российского цивилизационного проекта состоит именно в том, чтобы дать российской цивилизации *ту систему эталонов*, через которые она могла бы себя *опознавать и воспроизводить*. *Образ государства-цивилизации должен быть проработан в деталях* и в разных измерениях — от конституционного права до символической географии, от академической философии до массовой культуры"¹. Из этого следует и его главное предложение — о необходимости замены действующей российской Конституции как несоответствующей современным условиям².

Рассуждая о новом консерватизме в России, М.Ремизов рассматривает этот феномен прежде всего как актуальный партийно-политический *брэнд*, отмечая его огромную значимость в строительстве *Системы*. Он обозначает и "разметку полей" — конкуренцию между сообществами, позиционирующими себя в качестве консервативных. Консервативные приоритеты для российской политической власти Ремизов определяет с помощью емких концептов: *цивилизационный антиглобализм, экономический солидаризм*

¹ Ремизов М. Проект Государство-цивилизация // <<http://nfdfn.jinr.ru/~kras/tany/zakon/konst/2.html>>.

² "Действующая Конституция — документ, который либо просто потеряет смысл в ходе политико-территориального распада, либо будет пересмотрен при учреждении полноценного государства исторической России" (Ремизов М. Десять заповедей нового строя // <http://lgz.ru/archives/html_arch/lgz392005/Polosy/1_2.htm>).

¹ О содержании деятельности групп такого рода см. подробнее: Верховский А. Серафимовский клуб. Романтика либерального консерватизма // *Неприкосновенный запас*. 2004. № 37. С. 26–35; Кожевникова Г. "Путинский призыв": Идеологи или мифотворцы? // *Неприкосновенный запас*. 2004. № 37. С. 43–48.

² Либерально-консервативное видение будущего России // *Независимая газета*. 2005. 18 ноября.

(против "безрассудной интеграции" в мировое сообщество), *демографический национализм* ("государствообразующая идентичность"), *государственный легитимизм* (основанием целостности России является "историческая преемственность"), *религиозный традиционализм* ("религиозная картина мира задает систему координат, в которой возможна цивилизационная самостоятельность России")¹.

Однако главная часть этого "послания" состоит в том, чтобы указать *программистам* на необходимость совершенствования "технологий удержания" власти средствами развития равноправного партнерства с тем крылом "новых консерваторов", к которому себя относит автор. По его мнению, "именно создание активной *консервативной общественной среды* — в информационно-политической, культурной, правозащитной, экономической сферах — является наиболее естественной формой наращивания влияния".

В числе предлагаемых форм совместной работы: «*противоборство с либеральной "антисистемой"*», «*сопротивление миру победившей "антисистемы"*», "*профилактика либеральной антисистемы*" (техники вытеснения "либералов" в маргинальное пространство), а также использование форм "*организационного фашизма*" — прямых действий "снизу" (движения "Наши" и пр.) в "смягченно-имитационном варианте". Иначе говоря, автор заявляет о готовности творчески осуществлять проектно-технологическую работу в процессе строительства *Системы — Матрицы*.

Другое "послание власти" содержится в "Русской доктрине", коллективном произведении так называемых динамических консерваторов (А.Кобяков, В.Аверьянов и их сподвижники), активно продвигаемом в "элитной" среде, близкой к власти². В этом тексте прописаны позиции "истинного" консерватизма, использование которых российской властью является, по мнению авторов, оптимальным интеллектуальным инструментом для строительства *Системы*.

Как заявляют авторы, "Русская доктрина по своему замыслу стремится стать... комплексом стратегических разработок, очерчивающих образ желанной России — России, какой она может и должна быть; началом соборной работы смыслократического слоя современной России, началом становления смыслократии как самосознающей идейно-политической силы, сетевой и

одновременно иерархической России XXI в.; проектом не только экспертным и книжным, но и реально объединяющим всех неравнодушных к судьбам России людей"¹.

Как поясняется из текста "доктрины", *динамический консерватизм* в отличие от *классического консерватизма* — это "стремление к активному формированию самих условий политического и духовного существования нации, общества и человека". От *либерального консерватизма*, т.е. от того, что составляет идейный "мейнстрим" российской власти сегодня, его отличает "осознанное овладение новыми историческими технологиями ради защиты и раскрытия традиции". В отличие от *революционного консерватизма* это "отказ от иллюзий о переустройстве государства". По мысли авторов, цель интеллектуальной работы не в сносе нынешнего "хаосократического государства", а в его "*смыслократическом преобразовании*". Как говорят сами авторы, движущей силой в процессе строительства *Системы* должен стать "ведущий слой интеллектуального класса, который мы называем смыслократией. Он будет спланироваться и активизироваться в форме сетевой иерархии". России необходима "сеть, которая будет существовать параллельно с органами государственной власти, подстраховывая их и восполняя их недостатки"². И так, "смыслократы" наравне с другими лояльными интеллектуальными группировками выстраиваются "на кастинге" для сетевого сотрудничества с программистами *Матрицы*.

«Вы все искали "источники демонизма"...

Их просто-напросто нет, понимаете?

Мы даем наркот цивилизации, иначе она сама себе опротивела бы. Поэтому-то будить ее запрещено. Поэтому и вы вернетесь в ее лоно. Бояться вам нечего, это не только безболезненно, но и приятно.

Нам куда тяжелее, мы ведь обязаны трезво смотреть на вещи — ради вас же».

Станислав Лем

Либералы и Матрица. Как утверждают разработчики-программисты *Системы*, проблема "либералов-демократов" в том, что они в отличие от российской власти не способны к выработке адекватного языка, с помощью которого можно говорить с обществом так, чтобы их услышали. Иначе говоря, проблема "выключенности" либералов из контролируемого информационно-медийного пространства переводится ими в дру-

¹ Ремизов М. Консерватизм сегодня // <<http://www.pravaya.ru/govern/392/6943>>.

² Русская доктрина // <<http://www.rusdoctrina.ru/index.php?subject=5>>; см. также: Аверьянов В. Консерватизм в отдельно взятой стране // <<http://www.apn.ru/publications/article1798.htm>>.

¹ Русская доктрина; Аверьянов В. Указ. соч.

² Там же.

гое, более удобное "измерение". Тем не менее вопросы о содержании Системного *brand-building* в либерально-демократической среде и об отношении к этому процессу действительно пока обсуждаются мало.

Между тем сильная сторона проекта власти состоит именно в том, что обычно истолковывается как слабость "идеологии". Перефразируя Славоя Жижека можно сказать, что сила строящейся *Матрицы* — "в абсолютной пустоте и формальности ее призывов, в требовании подчинения и самоотречения ради них самих"¹.

Пока же в либерально-демократических интеллектуальных сообществах можно заметить укрепление тенденции "реалистического" отношения к процессу строительства *Матрицы*. Главный аргумент "реалистов" таков: коль скоро в России *традиция* разлагается и переосмысливается, надо принимать это как данность и быстрее включаться в процесс *модернизации* через различные мутации традиционалистского сознания. С точки зрения "реалистов", постулируемый властью "*особый цивилизационный путь России*" — это позитив из всех возможностей концептуализации происходящего. В данном случае срабатывает привычный синдром — при-

нять логику, навязываемую "сверху", включиться в нее и работать "внутри"¹.

Это тоже могло бы стать темой серьезного разговора в российском обществе. Однако публичные дискуссии, в которых бы ясно артикулировались проблемы такого рода, единичны.

Итак, вопросы остаются: включаться ли "либералам-демократам" в строительство *Матрицы* (и таким образом пытаться изменить ее "изнутри"), следует ли им принципиально игнорировать этот процесс. Или, быть может, стоит занять позицию "разоблачения мифа" (как герой фильма "Матрица" — Нео), сопротивляться "законными средствами", формируя альтернативную информационную сетевую среду, в которой будет производиться и продвигаться альтернативный политический дискурс.

¹ "Тактика либералов ельцинских и нынешних одинакова: мы идем на уступки бюрократии, а за это нам позволяют что-то делать. Во времена Гайдара и Чубайса это было более грубо, больше било по интересам населения, но, может быть, было оправдано в том смысле, что было бы еще хуже. Это те компромиссы, которые, возможно, предотвратили гражданскую войну. А то, что они делают сейчас, — это они в основном свое собственное существование обеспечивают... Если ельцинский либеральный блок проводил необходимые реформы, одновременно маскируя режим, то сейчас осталась одна маскировка" (Прибыловский В. Что такое "управляемая демократия": Концепция, история, российский опыт // <<http://osada.sova-center.ru/discussion/4E7884B/526B722>>).

¹ Жижек С. Возвышенный объект идеологии. С. 87.

КАК ВЫ В ЦЕЛОМ ОТНОСИТЕСЬ СЕЙЧАС К УКРАИНЕ?

(в % от числа опрошенных, N=1600 человек)

Вариант ответа	2006 г.											2007 г. Январь
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	
Очень хорошо	6	5	5	5	5	5	5	7	8	6	6	7
В основном хорошо	48	46	47	51	50	51	55	61	59	55	60	61
В основном плохо	27	28	27	27	29	24	24	20	20	26	20	20
Очень плохо	7	12	10	8	6	9	6	4	4	5	5	5
Затруднились ответить	12	9	11	9	10	11	10	8	9	8	9	7

СЧИТАЕТЕ ЛИ ВЫ УКРАИНУ ЗАГРАНИЦЕЙ?

(в % от числа опрошенных, N=1600 человек)

Вариант ответа	2001 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.
	Сентябрь	Ноябрь	Ноябрь	Август	Январь
Да	31	28	32	37	40
Нет	65	68	63	59	57
Затруднились ответить	4	4	5	4	3