

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Санкт-Петербургский государственный университет технологии и дизайна»

И. А. Быков

**Сетевая политическая коммуникация:
теория, практика и методы исследования**

Монография

Санкт-Петербург
2013

УДК 32.019.5+316.77

ББК 66.0

Б95

Рецензенты:

доктор политических наук, профессор

Санкт-Петербургского государственного университета телекоммуникаций

В. А. Ачкасова;

кандидат философских наук, доцент

Санкт-Петербургского государственного университета

О. Г. Филатова

Быков, И. А.

Б95

Сетевая политическая коммуникация: Теория, практика и методы исследования: монография. - СПб.: ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2013. - 200 с.

ISBN 978-5-7937-0847-2

Монография посвящена исследованию сетевых политических коммуникаций, получивших в начале XXI в. большое распространение в России и за рубежом. Основная цель работы заключается в исследовании теоретических и практических аспектов сетевых политических коммуникаций. В монографии также изучаются сопутствующие сетевым коммуникациям эффекты, оказываемые на средства массовой информации, журналистику, политическую систему и политические PR-технологии.

Монография предназначена для научных работников и специалистов в области массовых коммуникаций, журналистов, PR-специалистов, аспирантов и всех интересующихся данной тематикой.

УДК 32.019.5+316.77

ББК 66.0

ISBN 978-5-7937-0847-2

© ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2013

© Быков И. А., 2013

ВВЕДЕНИЕ

Политическая коммуникация, долгое время выступавшая в качестве одного из направлений политических исследований, возможно, второстепенного плана (так, на пример, в весьма серьезном компендиуме политологических знаний «Политическая наука: новые направления», увидевшей свет в 1995 г. [Политическая наука: новые направления], отсутствует соответствующий раздел, а само словосочетание «политическая коммуникация» упоминается всего один раз), в последние десятилетия начинает претендовать на более важное положение [Политическая коммуникативистика]. Вторжение коммуникативистских подходов в политическую науку происходит с двух сторон: как со стороны политической практики (новые формы политической журналистики, политический PR, социальные медиа и т.п.), так и со стороны теории (постмодернизм, теория информационного общества, новый системный анализ Н. Лумана и т.п.). Очевидное усиление информатизационных процессов в современном обществе, заключающихся в повсеместном внедрении электронных средств связи и компьютерных систем обработки информации, указывает на важнейший тренд, от которого не сможет скрыться политическая наука. Заслуженное внимание к современной политической коммуникации, тем не менее, оставляет огромное количество белых пятен, поскольку информатизация политических процессов происходит настолько быстрыми темпами, что практика и последствия использования новых средств коммуникации в политике остаются недостаточно изученными.

Исследования политической коммуникации имеют солидную историю. Среди основоположников исследований политической коммуникации можно назвать известнейшего представителя американской политической науки Г. Лассуэлла, который в период после первой мировой войны активно изучал феномен политической пропаганды [Lasswell]. Считается, что Г. Лассуэлл был одним из основоположников концепции массовой коммуникации и пропаганды. Среди других известных ученых, принадлежавших к теоретикам массовой коммуникации, следует отметить таких авторов Г. Блумер, Д. Рисмен, С. Московичи, Х. Ортега-и-Гассет, З. Фрейд и многих других [Blumer; Riesman; Московичи; Ортега-и-Гассет; Фрейд]

После второй мировой войны были сформированы несколько теоретических школ политической коммуникации. К. Дейч и Д. Истон стали основоположниками кибернетического подхода и системного анализа в

области политической коммуникации [Deutsch, 1953; Deutsch, 1966; Easton, 1979]. Г. Алмонд и Дж. Коулман использовали достижения функционализма Т. Парсонса и Р. Мертона в сфере политической науки и политической коммуникации [Politics of the Developing Areas]. Очень интересным продолжением функционализма стали исследования, получившие название теории модернизации. В рамках этой теории Л. Пай и У. Шрамм проводили серьезные исследования роли политической коммуникации в развивающихся странах [Communications and Political Development; Schramm].

Особенно следует выделить концепцию двухступенчатой (многоступенчатой) коммуникации, разработанную социологами знаменитой чикагской школы П. Лазарсфельдом, Е. Кацом, Б. Берельсоном, Х. Годе и другими. Данная концепция резко критикует подход массовой коммуникации, указывая на его недостаточное внимание к межличностным формам общения и к влиянию малых групп на принятие политических решений. Очень важными также следует признать результаты социологических исследований этих ученых, в которых проводилось доскональное изучение степени влияния различных средств массовой коммуникации [Лазарсфельд, Мертон; Berelson, Lazarsfeld, McPhee; Lazarsfeld, Berelson, Gaudet; Katz, Lazarsfeld].

Необходимо также выделить значение неомарксистского подхода в исследования политической коммуникации. Среди многочисленных последователей данного подхода наибольшую известность получили Т. Адорно, М. Хоркхаймер, Г. Маркузе и Г. Шиллер [Adorno, Horkheimer; Маркузе; Шиллер]. Кроме того, к ним можно отнести одного из самых авторитетных ученых в области политической коммуникации Ю. Хабермаса, которого вслед за М. Хоркхаймером и Г. Маркузе можно также отнести к крупнейшим представителям Франкфуртской школы [Хабермас, 1995; Хабермас, 2000; Хабермас, 2001].

Самое непосредственное влияние на современные исследования политической коммуникации оказала концепция информационного общества, созданная коллективными усилиями таких авторов, как Д. Белл, Дж. Гэлбрейт, У. Мартин, И. Масуда, Ф. Махлуп, Т. Стоуньер, Э. Тоффлер, А. Турен, Дж. Нэсбитт, Ф. Уэбстер и многих других [Белл, 1986; Белл, 1999; Гэлбрейт; Махлуп; Нэсбитт, Эбурдин; Новая технократическая волна на Западе; Стоуньер; Тоффлер, 1997; Тоффлер, 2001; Тоффлер 2004; Турен; Уэбстер; Martin; Masuda]. Согласно этой теории, современное общество, в отличие от индустриального, характеризуется,

в первую очередь, процессами, направленными на производство информации, обменом информацией и ее потреблением. Очевидно, что в таком обществе роль и значение средств коммуникации сложно переоценить.

Необходимо также отметить влияние теоретического подхода, отводящего средствам коммуникации центральную роль в процессах социальной коммуникации. Поскольку большинство теоретиков этого направления работали в городе Торонто в Канаде, постольку очень часто этот подход ассоциируется с названием этого города, а данное направление исследований коммуникации получило название «торонтской школы» [Ерохин]. Основателем этого подхода считается Г. Иннис, а одним из известнейших представителей – М. Маклюэн, которому принадлежит известное изречение, выражающее квинтэссенцию этого подхода: «средство коммуникации есть сообщение» [Маклюэн, Галактика Гутенберга; Маклюэн, Понимание медиа; Innis; McLuhan, Fiore]. Согласно этому подходу, средства коммуникации способствуют одним видам политической коммуникации и препятствуют другим. Таким образом, появление новых средств массовой коммуникации способно самым решительным образом повлиять на протекание политических процессов и даже привести к изменению политической системы общества.

Подход представителей Торонтской школы представляется весьма интересным, поскольку позволяет провести четкую грань между понятиями канал коммуникации и средство коммуникации. Термин «коммуникационный канал» употребляется чаще всего «в двух значениях: 1) комплекс средств связи между источником и приемником информации – телефонных, радиовещательных, телетрансляционных и др.; 2) полоса частот, время передачи и иные эфирные ресурсы, выделяемые в системах связи для передачи сообщений» [Землянова, С. 118]. Каналы коммуникации представляют собой линии связи (контакта), по которой сообщение (информация) движется от коммуниканта к реципиенту. Коммуникационные каналы предстают материальной стороной социальной коммуникации. Таким образом, термин «канал коммуникации» употребляется для определения физического носителя и передатчика информации.

Понятие «средство коммуникации» шире понятия «коммуникационного канала» (О социальных «корнях» технологий вообще и телекоммуникаций в частности подробно пишет Р. Склов в книге «Демократия и технологии» [Sclove]). Оно включает в себя как каналы коммуникации, так и их социальное окружение, проявляющееся во влиянии общества на

изобретение, создание и использование тех или иных технических способов передачи информации, а также последующее влияние каналов коммуникации на общество. Семантическое различие между русскими словами «канал коммуникации» и «средство коммуникации» очень близко к различию между английскими словосочетаниями «channels of communications» и «media».

К современным исследованиям в области политической коммуникации вообще и в области сетевых политических коммуникаций в частности следует отнести труды Д. Граббер, Р. а, Р. Дейберта, С. Каннингэма, Д. Мервина, Б. Ньюмена, В. Ноймана, А. Портера, О. Яррена и многих других [Девис; Каннингэм, Портер; Мервин; Deibert; Graber, 1997; Graber, 2001; Neuman; Newman, The Mass Marketing of Politics]. Особенно следует выделить труды М. Кастельса, сочетающие в себе различные теоретические подходы: от классической политэкономии до сетевых исследований и концепции информационного общества [Кастельс, 1999; Кастельс, 2000; Кастельс, 2004; Кастельс, Киселева; Кстельс, Химанен]. Таким образом, исследуемая тема вызывает повышенный интерес за рубежом, как с практической, так и с теоретической точек зрения.

В советский период отечественной истории, в рамках марксистско-ленинского подхода, существовали достаточно серьезные научные разработки, посвященные проблемам политических коммуникаций в современном обществе. Не смотря на критическое восприятие западных концепций, отечественные социологи и обществоведы сделали большой задел в этой области. К одним из самых известных авторов в области массовой коммуникации в то время можно отнести В. Г. Афанасьева, Г. К. Ашина, Ю. П. Буданцева, А. И. Власова; Б. А. Грушина, П. С. Гуревича, И. А. Федякин, О. А. Феофанова и др. [Афанасьев, 1975; Афанасьев, 1994; Ашин, 1971; Ашин, 1985; Боров, Коваленко; Буданцев, 1979; Буданцев, 1986; Буданцев, 1995; Власов, 1982; Гуревич; Массовая информация в советском промышленном городе; Федякин; Феофанов]. Делая поправку на политическую ангажированность указанных работ, надо отдать должное тому, как системно и скрупулезно в то время изучали проблемы политической пропаганды и массовых коммуникаций.

Постсоветский период развития отечественного обществоведения характеризовался разнонаправленными процессами. С одной стороны, были сняты ограничения на распространение зарубежных научных концепций, появилось большое количество переводных публикаций и т. п. С другой стороны, недофинансирование отечественной науки и слабое

развитие современной научной инфраструктуры привели к увеличению разрыва в качестве исследований. В относительно короткий исторический период появление и использование таких сетевых средств политической коммуникации в России, как Интернет, спутниковое и кабельное телевидение, привели к тому, что этой теме посвящено относительно немного серьезных монографических исследований. Среди отечественных монографий, где, так или иначе, затрагивается тема сетевых политических коммуникаций, следует выделить работы Г. П. Бакулева, Е. Л. Вартановой, Т. П. Ворониной, М. Н. Грачева, Е. Г. Дьяковой, А. Д. Трахтенберг, В. Л. Иноземцева, И. В. Кравченко, Г. С. Мельник; И. С. Мелюхина, Ю. А. Нисневич, В. П. Терина, Л. Н. Тимофеевой, Л. Н. Федотовой, А. А. Чернова, А. В. Чугунова и некоторых других авторов [Бакулев; Вартанова, 1999; Воронина; Грачев, 1999; Грачев, 2004; Дьякова, Трахтенберг, 1999; Дьякова, Трахтенберг, 2001; Дьякова, Трахтенберг, 2010; Иноземцев, 1997; Иноземцев, 1999; Кравченко; Мельник; Мелюхин; Нисневич, 2000; Тимофеева, Лобза; Федотова; Чернов, 2003; Чугунов, 2002]. Однако следует отметить, что данные монографии не ставят сетевые средства коммуникации во главу угла, рассматривая их в качестве одного из элементов коммуникативной системы информационного общества.

Необходимо также отметить, что в отечественной специальной литературе имеется большое количество работ учебного или учебно-методического характера, которые, тем не менее, заслуживают внимания. Это труды таких исследователей, как М. С. Вершинин, В. И. Василенко, Л. А. Василенко, Б. В. Кристальный, Ю. В. Травкин, И. В. Самаркина, И. В. Успенский, А. Н. Юртаев и других [Вершинин; Василенко, Василенко; Кристальный, Травкин; Успенский; Юртаев]. Кроме того, тема сетевых коммуникаций затрагивается в различного рода работах, посвященных проблематике средств массовой информации в современной России [Вартанова 2000; Вартанова, 2002; Засурский, 1999; Засурский, 2001; Политическая коммуникация в постсоветской России; Политические коммуникации; Соловьев, 2003; Соловьев, 2004; Средства массовой информации постсоветской России].

С другой стороны, по теме сетевых технологий и политических коммуникаций в отечественных научных журналах опубликовано довольно много работ таких авторов, как В. А. Ачкасова, А. Е. Войскунский, А. И. Соловьев, Е. В. Лобза; М. Ю. Павлютенкова, Д. Н. Песков, А. В. Чугунов и многих других [Ачкасова, Чугунов; Войскунский; Лобза, 2002; Павлютенкова, 2000; Песков, 2002; Соловьев, 2002; Чугунов, 2002]. Практиче-

ски все ведущие научные журналы в области социологии, политологии и коммуникативистики включились в обсуждение проблем использования сетевых технологий в жизни общества.

В последние годы по теме политических и сетевых коммуникаций происходит относительно интенсивная научная работа в области защиты диссертаций. Однако следует признать, что большинство из них исследует Интернет либо с точки зрения социологии, психологии, журналистики, либо имеет отношение к другим сферам теории политической коммуникации. В качестве примеров сошлемся на работы таких авторов, как Е. Н. Ахметшина, С. В. Бондаренко, Л. А. Василенко, А. С. Биккулов, Д. С. Мартьянов, Т. А. Мешкова, Е. М. Стырин, А. В. Чугунов и многих других. [Ахметшина, 2004; Биккулов, 2003; Бондаренко, 2004; Василенко, 2000; Мартьянов, 2007; Мешкова, 2003; Стырин, 2006; Чугунов, 2000].

Среди наиболее дискутируемых тем в научной периодической печати и монографии следует выделить следующие:

- 1) теория и практика использования сетевых технологий в государственном управлении, включая масштабную дискуссию по теме электронного правительства;
- 2) влияние сетевых технологий на электоральный процесс посредством агитации, политической рекламы, политического менеджмента и других форм активации существующих и потенциальных сторонников;
- 3) становление новой медийной ситуации, характеризующейся противостоянием традиционных СМИ и сетевых каналов коммуникации;
- 4) анализ политических аспектов регулирования сетевых средств коммуникации, как в международном, так и национальном аспектах;
- 5) изучение проблемы «цифрового разрыва», как формы политической дискриминации, затрагивающей право граждан на информацию о деятельности органов государственной власти.

Однако, при всем внимании, уделяемом в последнее время в России сетевым политическим коммуникациям, данная тема в силу новизны и неоднозначности происходящих процессов продолжает оставаться недостаточно исследованной. В настоящем издании осуществлена попытка теоретического обоснования термина «сетевая политическая коммуникация», как особого вида политической коммуникации, опирающегося на стирание традиционных границ между межличностной, групповой и массовой коммуникаций. Сетевая политическая коммуникация характеризуется такими параметрами, как высокая степень персонификации, демассификация каналов коммуникации, индивидуализацией сообще-

ния. Важнейшими параметрами эффективной сетевой коммуникации выступают уровень доверия источнику информации и высокая интерактивность.

Таким образом, в качестве основной цели монографии выступает разработка теоретического конструкта сетевой политической коммуникации, как идеального типа коммуникации в политической жизни современного общества. Для этого предполагается реализация следующих исследовательских задач:

- 1) анализ эволюции теоретических подходов к политической коммуникации с точки зрения влияния средств коммуникации на политический процесс;

- 2) изучение форм, методов и эффектов сетевой политической коммуникации в современной политике;

- 3) реконструкция сетевого подхода в политических исследованиях вообще и в анализе политической коммуникации в частности;

- 4) исследование использования сетевой коммуникации в государственном управлении России;

- 5) политологический анализ тенденций сетевой политической коммуникации в современной России.

Автору хотелось бы выразить признательность Санкт-Петербургскому государственному университету — своей *alma mater*, при поддержке которого проводилось монографическое исследование, и где автор продолжает работать в должности доцента. Кроме того, автор благодарен лично Э. М. Глинтерник за поддержку издания монографии.

ГЛАВА 1

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ В НАЧАЛЕ XXI В.: ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И МЕТОДОЛОГИИ ИССЛЕДОВАНИЙ

§ 1.1. Зарождение научных исследований политической коммуникации

«Без коммуникации разум не может приобрести истинно человеческую природу, а общество – существовать и развиваться, поскольку только через общение происходит накопление и дальнейшее развитие знаний, навыков и умений», – заявил Ч. Кули в своей классической статье «Важность коммуникации» [Coolye, p. 145]. Известный американский политолог Л. Пай переносит этот вывод в сферу политики, категорически заявляя, что «политическая жизнь в любом обществе невозможна без устоявшихся методов политической коммуникации» [Цит. по: Грачев, 1999, с. 123]. К аналогичным выводам о важности коммуникации в политике приходит большое количество других исследователей [Власть как политическая коммуникация: материалы методологического семинара].

Более того, у некоторых исследователей сложилась гипотеза, что в результате фундаментальных экономических и социально-политических трансформаций, развернувшихся в экономически развитых странах и приводящих, по общему мнению, к формированию информационного общества, значение коммуникаций вообще и политических в частности в современном обществе резко усилилось. В результате размышлений на эту тему была высказана мысль о том, что в современных демократиях имеет место долгосрочная тенденция преобразования парламентско-представительской системы в медиапредставительскую [Сарчинелли]. Это связано как с падением интереса к политике со стороны гражданского общества, так и уменьшением объемов реального участия в политическом процессе. Поскольку «демократия является единственной формой политического строя, при котором политика обязана постоянно вступать в процесс коммуникации» [Там же, с. 39], постольку политические системы демократических стран, испытывающие трудности с поддержанием тесного контакта с гражданами при помощи традиционных политических институтов вроде партий и избирательных процедур, теперь все больше

и больше внимания уделяют средствам массовой информации.

Увеличение значения политической коммуникации и изменение ее роли имеет место не только, как принято выражаться, в развитых странах, но и в странах с переходными политическими и экономическими системами. Более того, именно в этих странах «медиазависимость» политического процесса ставит под угрозу демократические и экономические реформы. Так, например, А. И. Соловьев пишет: «Особо сложное положение в этом плане наблюдается не в демократически и индустриально развитых обществах, а в странах переходных, в частности в России, где еще не достроена демократическая форма организации власти, основанная на идеологических способах символизации, но уже набирает вес иная политическая альтернатива – медиакратия» [Соловьев, 2002, с. 11].

Мы еще вернемся к проблеме медиацентризма в современной политической теории, однако, несомненно, что сетевые методы массовой коммуникации, самым непосредственным образом способствовали повышению внимания к теме политической коммуникации. Особенно это касается интернет-коммуникаций. Первые опыты по применению интернет-технологий в политике, как средства предвыборной агитации и пропаганды, относятся к началу 90-х годов [Вершинин, 2001, с. 109], когда в 1993 году в США появился первый официальный государственный интернет-сайт, принадлежащий Белому дому [Василенко В. И., Василенко Л. А., с. 44]. Сегодня даже такие консервативные учреждения, как Католическая церковь или Коммунистическая партия Китая, вынуждены считаться с новыми информационными технологиями.

Вместе с тем, острая актуальность проблематики сетевой политической коммуникации не должна заслонять значительную историю исследований в области политической коммуникации. Развитие средств политической коммуникации обычно идет рука об руку с теоретическими дискуссиями. Поэтому представляется вполне разумным начать с базовых теоретических представлений о сущности политической коммуникации, разобраться с основными историческими вехами коммуникативистской теории, а затем, опираясь на достижения, полученные в ходе изучения массовой коммуникации в двадцатом веке, приступить к разработке современных концепций.

Политическая коммуникация, в самом общем представлении, – это процесс передачи политической информации от одного индивидуума (группы) другому индивидууму (группе) [Janda K., Berry J., Goldman J., p. 188]. Согласно более развернутому определению Р.-Ж. Шварценберга,

политическая коммуникация – это «процесс передачи политической информации, благодаря которому она циркулирует от одной части политической системы к другой и между политической системой и социальными системами» [Шварценберг Р.-Ж., Ч. 1, с. 174].

Поскольку политическая коммуникация отражает политическую реальность, постольку можно, вслед за Ч. Кули, утверждать, что изучение системы коммуникации в обществе является одним из лучших способов постижения социальных и ценностных изменений [Coolye, p. 147]. При этом, очевидно, что различным политическим системам соответствуют различные системы политической коммуникации. Следовательно, появляется возможность исследовать политическую реальность по процессам передачи политической информации. Таким образом, потребность изучения политики как сферы общественных отношений, сопровождающихся процессами политических коммуникаций, сделало появление теоретических концепций политической коммуникации закономерным и ожидаемым явлением.

В центре внимания этого параграфа находятся те теории и концепции, которые послужили в качестве стартовой точки исследований в области коммуникаций. Во втором параграфе анализируются исследования массовой информации, которые получили широкое распространение во второй половине двадцатого века. Такими подходами следует признать концепцию массового общества, различные версии структурализма и функционализма, концепцию двухступенчатой коммуникации, неомарксизм и теорию информационного (постиндустриального) общества. Теоретические достижения указанных теоретических подходов достаточно широко используются при изучении современных интернет-коммуникаций.

В третьем параграфе анализируются исследования коммуникаций с точки зрения концепций информационного общества. С момента появления сетевых средств коммуникаций, принципиально отличающегося от традиционных электронных средств коммуникации своей интерактивной составляющей, в научном сообществе развернулась оживленная дискуссия по целому ряду вопросов, связанных с использованием этих технологий в политике. Прежде всего, исследователей заинтересовала существующая практика применения сетевых средств коммуникаций в качестве инструмента политических кампаний для различных акторов гражданского общества. Кроме того, проявился интерес к проблеме использования интернет-технологий в деятельности государственных органов

власти, что нашло выражение в возникновении концепции электронного правительства. Массированное проникновение Интернета и других электронных инструментов коммуникации в политическую жизнь, по мнению некоторых исследователей, должно привести к возникновению новой формы демократического устройства. Наибольшую известность данная концепция получила под названием «электронная демократия».

С начала XX столетия изучение средств массовой информации в современном обществе выделяется в отдельное поле исследований. Интерес к этой проблематике постепенно усиливается как в связи с добавлением новых каналов массовой коммуникации (радио и кино), так и в связи с выявившимся в ходе военных действий во время первой мировой войны значением пропаганды [См., например: *Historical Dictionary of Political Communication in the United States*].

Первой теорией, ставшей научной базой для исследований политической коммуникации, оказалась теория массового общества. Различные аспекты теории массового общества разрабатывали такие известные авторы, как Х. Арендт, Э. Дюркгейм, Э. Канетти, Г. Лебон, К. Манхейм, С. Московичи, Х. Ортега-и-Гассет, Д. Рисмен, Г. Спенсер, З. Фрейд и многие другие авторы, считавшие, что в индустриальном обществе основной социальной единицей становятся массы [Арендт; Канетти; Лебон; Манхейм; Московичи; Ортега-и-Гассет; Фрейд; Riesman]. С точки зрения теории массового общества политическую коммуникацию исследовали такие теоретики, как Г. Блумер, Г. Лассуэлл, Дж. Клаппер, У. Липман и др. [Липман; Blumer; Klapper; Lasswell].

Согласно классическому определению Г. Блумера, массы представляют собой «элементарные спонтанно возникающие коллективы, которые во многом напоминают толпы, однако по многим параметрам радикально отличаются от них» [Blumer, p. 43]. Он выделил следующие отличительные характеристики массы:

1. Она формируется из представителей самых разных социальных, культурных, расовых, профессиональных и т.п. групп населения.
2. Массы представляют собой анонимные группы или точнее состоят из анонимных индивидов.
3. Взаимодействие и обмен опытом между членами массы минимален, так как они физически разобщены между собой.
4. В массах отсутствует организационная структура, и в отличие от толпы они не могут действовать согласованно [Ibid., p. 43].

Основным, объединяющим людей в массы, инструментом, по мне-

нию Г. Блумера, являются средства массовой информации. Именно поэтому в качестве хорошего примера массы Г. Блумер указывал на огромные массы людей, которые одновременно следят в новостях за поисками очередного серийного убийцы. Телезрители, слушатели радиостанций или читатели газет, обладая совершенно разными социальными характеристиками (возрастом, полом, уровнем дохода, образованием, вероисповеданием и т.п.), в этом случае становятся массой.

Поскольку масса не имеет социальной организации, системы лидерства, традиций, статусов и ролей, она не может считаться обществом. Но она не является и толпой, так как в отличие от нее масса не предрасположена к активным действиям в соответствии с указаниями вожака. Реакции массы менее агрессивны, но так же элементарны, как и реакции толпы. Именно поэтому продукция средств массовой информации и все, что связано с массовой культурой, производится в максимально простой и элементарной форме.

Одним из первых исследователей, анализировавших такие ключевые для политической коммуникации понятия, как пропаганда, общественное мнение, стереотипы стал, У. Липман, который в 1922 г. опубликовал книгу «Общественное мнение», ставшую классическим произведением по этой теме [Липман]. По мнению У. Липмана, общественное мнение представляет собой сумму упорядоченных при помощи стереотипов массовых мнений о событии, достаточно далекую от истинного положения вещей. Стереотипы играют решающую роль не только при восприятии политической информации, но и при освещении политических событий журналистами. Свои выводы У. Липман делал на основе контент-анализа печатных средств массовой информации, что стало примером для последующих поколений ученых. Современной интерпретацией идей У. Липмана стала теория Дж. Клаппера, согласно которой процесс массовой коммуникации в обществе развивается в соответствии с моделью гомеостазиса, когда восприятие информации от средств массовой коммуникации находится в равновесии с доминирующими в обществе стереотипами [Klapper].

В период между двумя мировыми войнами классик американской политической науки Г. Лассуэлл опубликовал целый ряд работ, связанных с анализом общей модели политической коммуникации, роли пропаганды в политической жизни общества и другим вопросам массовой коммуникации [Федосеев; Lasswell]. Он стал создателем общей модели процесса политической коммуникации, получившей название формулы Лассуэлла.

Согласно этой формуле, «наиболее подходящий способ описания коммуникационного акта состоит в том, чтобы ответить на следующие вопросы: Кто сообщает? Что сообщает? По какому каналу? Кому сообщает? С каким результатом?» [Цит. по: Грачев, 1999, с. 127]. Таким образом, по Г. Лассуэллу общая модель коммуникации состоит из пяти элементов:

- коммуникатора (автора сообщения);
- сообщения (информации);
- канала коммуникации (средства передачи сообщения);
- реципиента (адресата сообщения);
- достигнутого воздействия (эффективности коммуникации).

Г. Лассуэлл основной формой коммуникативного воздействия в сфере политики считал пропаганду, понимаемую им как процесс «управления коллективными предпочтениями при помощи манипуляции значимыми символами» [Lasswell, p. 176]. Особенное значение в этом процессе имеют средства массовой информации, поскольку в современном мире политическая коммуникация по преимуществу осуществляется в виде массовой коммуникации. Согласно классическому определению Г. Лассуэлла массовая коммуникация – это «целенаправленное воздействие коммуникатора на аудиторию с помощью сообщений, передаваемых техническими средствами» [Цит. по: Терин, с. 44]. Поскольку аудитория средств массовой информации находится в состоянии массы, в котором атомарно изолированные индивиды лишены возможности взаимного общения, постольку она легко внушаема. Данная точка зрения в научной литературе получила название теории «магической пули» [Fleur, Lowery, p. 23].

К концу 40-х – началу 50-х годов происходит выделение «политической коммуникации» в качестве отдельного направления политологии. Выделение исследований политической коммуникации в самостоятельное направление на стыке различных социальных наук было вызвано несколькими причинами [Historical Dictionary of Political Communication in the United States, p. IX; Посикера, с. 3]. Во-первых, после второй мировой войны технологии массовых коммуникаций получили еще большее распространение в связи с появлением телевидения. Во-вторых, в результате появления формирования новых демократических государств и эскалации «холодной войны» технологии пропаганды и политических коммуникаций получили возможность для дальнейшего практического применения. В-третьих, огромное влияние на концепции политических коммуникации оказали кибернетический подход Н. Винера и функционализм

Т. Парсонса и Р. Мертона.

Н. Винер, заявивший, что «понимание общества возможно только на пути исследования сигналов и относящихся к ним средств связи» [Винер, с. 30], сделал огромный вклад в развитие социальных наук. Одним из важнейших достижений кибернетики стало открытие феномена обратной связи, которая призвана выполнять важнейшую функцию системной стабилизации. Политическая (или любая другая) система будет функционировать эффективно до тех пор, пока обратная связь поставляет достоверную информацию. Если обратная связь искажается, то политическая система становится неспособной адекватно реагировать на изменение окружающей среды. Г. Г. Почепцов приводит довольно яркий пример системного сбоя обратной связи из советского периода нашей истории: «Советский Союз шел к своему разрушению, когда управляющая система получала фиктивные сведения в качестве обратной связи, такие, как, например, всеобщее одобрение произведений Л. Брежнева или решений очередного съезда» [Почепцов, 2001, с. 231].

Достижения кибернетической концепции, а также системный подход Л. фон Берталанфи, оказали заметное влияние на возникновение социологической теории функционализма Т. Парсонса и Р. Мертона, которые разработали концепцию, согласно которой общество является системой, состоящей из четырех подсистем (экономической, политической, социальной и духовной). В их концепции социальная коммуникация – это одна из важнейших системных функций, значение которой в обществе связано с тем, что посредством этой функции обеспечивается связь между различными общественными структурами, а самостоятельные индивиды становятся обществом [Парсонс].

Структурный функционализм критиковал концепцию «магической пули» с теоретической стороны, указывая на важность комплексного (системного) подхода к пониманию коммуникаций и настаивая на важности обратной связи. С другой стороны, появились эмпирические данные о неэффективности политических кампаний на базе концепции массового общества. Дело в том, что до 40-х – начала 50-х годов на основе теории массового общества в США осуществлялись все пропагандистские и политические кампании. Однако президентские избирательные кампании 1940 г. и особенно 1948 г. показали ограниченность этой концепции: в обоих случаях кандидаты, поддерживаемые СМИ, проигрывали. Особенно показателен пример 1948 г., когда «в поддержку Трумэна выступали лишь 16,2 процента ежедневных американских газет, что составляло

всего лишь 14 процентов от их общего тиража. Тем не менее, Трумэн получил на выборах 49,5 процентов голосов избирателей» [Терин, с. 28]. Несовпадение этих и некоторых других случаев с теорией заставило ученых искать новые объяснительные парадигмы.

§ 1.2. Исследования политической коммуникации в период развитого индустриального общества

Американский политолог Д. Истон, основываясь на достижениях функционализма, создал общую модель политической системы. Согласно данному Д. Истоном определению, политическая система представляет собой «комплекс взаимодействий, с помощью которых достигается и осуществляется властное размещение ресурсов в обществе» [Цит. по: Гаджиев, с. 99]. Основной целью политической системы является эффективное реагирование на импульсы внешней среды, компонентами которой выступают природа, экономика, общество и культура. Модель Д. Истона стала самым максимальным упрощением политической жизни и сделала возможным воплощение в практику политологических исследований принципа функциональной эквивалентности, то есть позволила проводить сравнительный анализ между самыми разными политическими системами [Доган, Пеласси, с. 61].

Еще дальше в деле «кибернетизации» политической коммуникации пошел другой американский политолог, считающийся основоположником общей теории политической коммуникации – К. Дойч [Гаджиев, с. 100; Вершинин, 2001, с. 54; Посикера, с. 3]. Он рассматривал политическую систему исключительно сквозь призму производства и обмена информацией, поскольку политическое управление основывается на имеющейся информации, опыте руководства и прогнозе дальнейшего развития событий. К. Дойч опровергал распространенное представление о том, что сила или насилие (англ. – power) – это сущность политики. Кроме силы, власть может иметь в своем основании такие источники, как деньги, организация, традиция и т. п. Однако особенное значение он придавал политической информации.

По мнению К. Дойча, сущность политики определяется комплексом вопросов, связанных с политическим управлением. Политическое управление К. Дойч уподоблял процессу управления транспортным сред-

ством. Как штурман корабля определяет курс на основе информации о пройденном расстоянии, местонахождении и положению к намеченной цели, точно так же государственные лидеры, основываясь на имеющейся политической информации, управляют своими организациями. Таким образом, функционирование всей политической системы зависит от качества и постоянства потока политической информации, а ценность политических лидеров сводится к качествам политического менеджера [Deutsch, 1966].

К. Дойч одним из первых указал на важнейшее свойство диахронической политической коммуникации, имеющей место во время передачи политической информации от поколения к поколению. Формируя социальную память, диахроническая политическая коммуникация сохраняет этническую и национальную общность, политическую культуру и традиции общества. Тем самым, политическая система общества обретает устойчивость и набирает определенную инерцию. Заметим, что синхроническая политическая коммуникация реализуется посредством общения между современниками в целях решения текущих общественных задач, координации действий разных социальных групп, для обеспечения политической жизнедеятельности общества в настоящем времени [Deutsch, 1953].

Американские политологи Г. Алмонд и Дж. Коулман продолжили исследования концепции политической системы в русле функционализма и одними из первых представили политическую коммуникацию в качестве функции политической системы [The Politics of the Developing Areas]. По мнению Г. Алмонда и Дж. Коулмана, в любой политической системе можно выделить следующие функции «ввода»: 1) политическая социализация и привлечение к участию; 2) артикуляция интересов; 3) агрегирование интересов; 4) политическая коммуникация; и функции «выхода»: 1) разработка норм-законов; 2) применение норм; 3) контроль над соблюдением норм. Функции «ввода» осуществляются преимущественно неправительственными учреждениями, функции «выхода» – прерогатива правительства.

Политическая коммуникация вообще имеет место, как на «входе», так и на «выходе» политической системы. В предисловии к коллективной монографии Г. Алмонд и Дж. Коулман указывают: «Все выполняемые политической системой функции... осуществляются посредством политической коммуникации» [Ibid., p. 45]. Тем не менее, теоретики структурного функционализма сочли необходимым выделить политическую коммуни-

кацию в особую функцию. Дело в том, что функция политической коммуникации обеспечивает политическую систему входящей информацией в виде требований и поддержки. Политические партии и лоббистские группировки производят похожие процедуры, однако, стремясь навязать свою волю обществу, не учитывают и не выражают неорганизованные интересы. Поэтому роль независимых средств массовой информации, часто называемых «четвертой властью», в демократических системах не сводится исключительно к выражению интересов различных социальных групп. По образному выражению указанных авторов: «автономная система коммуникации «регулирует других регуляторов» и тем самым сохраняет права и свободы демократической политики» [Ibid., p. 47]. Видимо, что-то подобное заметил один из отцов-основателей американской демократии Томас Джефферсон, который по этому поводу выразился следующим образом: «Если бы мне предстояло выбирать между правительством без газет и газетами без правительства, я бы предпочел последнее» [Цит. по: Политическое управление: Курс лекций, с. 184]. Именно успешное функционирование политической коммуникации позволяет четко выделить остальные политические функции и обеспечить прозрачность всего политического процесса.

Функционализм стал методологической основой для проведения целого ряда исследований в сфере политических коммуникаций в развивающихся странах. В этом плане исследования политической коммуникации внесли большой вклад в развитие теории модернизации, а ряд теоретических обобщений, разработанных в рамках этих исследований, имеют большое теоретическое и практическое значение и в наши дни.

Неразвитость политической коммуникации, по мнению представителей функционализма, является одной из причин низкой адаптивности политической системы, приводит к утрате поддержки со стороны населения и политической нестабильности. Однако кроме развитости каналов массовой информации, большое значение имеет их независимость. Уровень развития политической коммуникации в обществе может быть измерен по нескольким направлениям. С точки зрения структурного функционализма, к критериям оценки политической коммуникации можно отнести гомогенность политической информации, передаваемой по каналам коммуникации, мобильность передачи политической информации, объем передаваемой политической информации и направленность передачи политической информации [Вершинин, 2001, с. 56].

Большую известность в научных кругах получило исследование под

руководством уже упоминавшегося американского политолога Л. Пая [Communications and Political Development]. Оценивая роль политической коммуникации в традиционных обществах, он пишет: «Наиболее важная характеристика коммуникационного процесса в традиционных обществах заключалась в том, что они не были организованы в отдельную систему отношений, резко отличимых от других социальных процессов. Традиционные системы испытывали недостаток в профессиональных коммуникаторах, а те, кто принимали участие в политической коммуникации, делали это на основе занимаемой ими в обществе социальной или политической позиции. Информация обычно распространялась вдоль иерархических линий или в соответствии с традиционными для каждого отдельного общества представлениями. Таким образом, процесс политической коммуникации в традиционных обществах полностью зависел от структуры социальных отношений в обществе и от содержания политических сообщений» [Ibid., p. 24].

Современные коммуникационные системы, по мнению Л. Пая и других участников этой коллективной монографии, включают в себя два необходимых компонента. Во-первых, это наличие современных средств массовой коммуникации и достаточно большой социальной группы профессионалов, занятых в этой сфере. Во-вторых, это наличие обратной связи, которая осуществляется посредством двухступенчатой коммуникации. Как пишет Л. Пай, политические коммуникации «не опираются исключительно на средства массовой информации, поскольку существует ощутимое взаимодействие между профессиональными коммуникаторами и теми, кто занимает влиятельные позиции в сфере профессиональных и личных отношений» [Ibid., p. 25].

Коммуникационные системы переходного типа характеризуются не только слабой технологической развитостью средств массовой коммуникации или неравномерностью их проникновения в масштабах страны. Наиболее важной характеристикой является именно отсутствие механизма обратной связи между средствами массовой информации и общественностью. Более того, обычно в развивающихся странах имеет место резкая регионализация информационных систем и отсутствие горизонтальных связей между ними. Таким образом, развитие политических коммуникаций включает в себя как проникновение современных средств массовой информации во все уголки страны, так и увеличение возможности взаимодействия масс-медиа и общества.

У. Шрамм, анализируя необходимые для успешной модернизации

традиционных обществ изменения в области политической коммуникации, указывал, что они в основном сводятся к трем направлениям:

- увеличение информационных потоков, вызванное расширением политического горизонта от событий локального уровня до событий национального и глобального характера;

- более широкое участие граждан в политических событиях и принятии решений, требующее в свою очередь дополнительных каналов коммуникации;

- постоянное обучение новым формам социально-политической и профессиональной активности, основанное на использовании новых каналов коммуникации, дистанционных и опосредованных форм обучения [Schramm].

Политическая информация передается в обществе в самых разных направлениях и пронизывает все общество [Вершинин, с. 56]. Горизонтальная политическая коммуникация осуществляется между равноправными и независимыми друг от друга политическими субъектами (например, между политическими партиями). Вертикальная политическая коммуникация затрагивает отношения между зависимыми и неравноправными политическими субъектами (например, между центральным правительством и государственными учреждениями на местах). При вертикальной политической коммуникации информация передается как сверху вниз в виде распоряжений, законов, приказов и т.п., так и снизу вверх в виде общественного мнения, заявлений, жалоб и т.п. Об этом же пишет Л. Пай: «политическая коммуникация подразумевает не одностороннюю направленность сигналов от элит к массе, а весь диапазон неформальных коммуникационных процессов в обществе, которые оказывают самое разное влияние на политику» [Цит. по: Грачев, 1999, с. 123].

Таким образом, для успешной модернизации общества требуется постоянное увеличение количества каналов коммуникации, их пропускной способности и умелого использования в качестве инструмента мобилизации и социализации масс. У. Шрамм резюмирует: «Нет никаких сомнений, что современные коммуникации являются влиятельнейшим рычагом воздействия в развивающихся странах» [Schramm, p. 20]. Сделанные теоретиками концепции модернизации выводы, на наш взгляд, звучат весьма актуально и в наши дни, и особенно для такой страны как Россия.

Системный подход к массовым коммуникациям, несомненно, позволяет проводить масштабные сравнительные исследования на макро-

уровне. Современная системная теория ярко представлена в работах Н. Лумана [Луман, 2001; Луман, 2005; Луман 2007]. Однако, системный подход сталкивается с серьезными трудностями при объяснении динамики социальных систем вообще и коммуникационной подсистемы в частности. Такой объяснительной парадигмой стала теория двухступенчатой (многоступенчатой) коммуникации, сформулированная американскими социологами П. Лазарсфельдом, Б. Берельсоном, Е. Кацем, Г. Годэ, У. Шраммом, Р. Мертоном и др. [Berelson, Lazarsfeld, McPhee; Lazarsfeld, Berelson, Gaudet; Katz, Lazarsfeld]. Впервые она была высказана в 1940 г., а подробное обоснование было получено в 1955 г. при изучении формирования мнений в городе Декатуре, штат Иллинойс. При разработке и верификации концепции двухступенчатой коммуникации применялись обширные и разнообразные социологические исследования.

Согласно мнению теоретиков концепции двухступенчатой коммуникации, общество не настолько однородно, как это пытались представить теоретики массового общества. В нем существуют так называемые лидеры мнений, то есть лица, мнение которых очень важно для окружающих. Во время политических кампаний, по утверждению сторонников данной концепции, увеличение количества политической информации, передаваемой по каналам коммуникации, приводит не к формированию широких слоев просвещенных граждан, но к усиленному дозированию новой информацией тех же самых лидеров мнений, которые интересовались политическими проблемами и до начала политической кампании [Lazarsfeld, Berelson, Gaudet, p. 123-124].

Идеи, распространяемые средствами массовой информации, не просто отпечатываются в сознании всех представителей массовой аудитории, как считал Г. Лассуэлл, а подвергаются осмыслению и интерпретации. Если та или иная идея получает вердикт одобрения со стороны лидеров мнений, то они становятся ее активными пропагандистами. Следовательно, целью пропагандистской кампании является не просто массовое тиражирование информации, но попытка достижения взаимопонимания с ключевыми фигурами данного общества.

Другим важнейшим открытием, кроме нового открытия значения малой группы и лидеров мнения в них, стала переоценка роли различных средств массовой коммуникации. Сравнению подвергались такие каналы коммуникации, как газеты, журналы и радио. Напомним, что в 40-50-е гг. в США доминирующими каналами коммуникации считались газеты и радио, поскольку они поглощали большинство массовой аудитории. Од-

нако исследования показали, что, несмотря на то, что журналы проигрывают в абсолютных цифрах по количеству пользователей, они выигрывают по качеству аудитории: «Лидеры мнений в два раза больше, чем обычные граждане, читают газеты и слушают радио, и в три раза больше – журналы» [Ibid., p. 134]. Таким образом, авторы теории двухступенчатой коммуникации опровергали распространенное заблуждение о прямой зависимости между количеством массовой информации и результатами поведения граждан.

Необходимо отметить, что теория двухступенчатой коммуникации в последующие годы подверглась серьезной доработке и усилиями многих ученых постепенно эволюционировала. В качестве доработки двухступенчатой коммуникации появилась концепция трехступенчатой, а затем и многоступенчатой коммуникации [Лазарсфельд, Мертон, с. 138-149]. Тем не менее, основа данной концепции, заключающейся в том, что информация в обществе распространяется неравномерно и проходит сквозь фильтры лидеров общественного мнения, осталась неизменной, и данная концепция до сих пор находится на вооружении практикующих политических консультантов, рекламистов и специалистов по связям с общественностью. Поскольку журналистов принято считать лидерами мнений, относящихся к типу поставщиков новых идей, постольку многие информационные кампании рассчитаны в первую очередь на них [Сайт-эл; Уилкоккс].

Любопытным преломлением концепции двухступенчатой коммуникации в свете развития глобальной сети Интернет стала точка зрения, высказанная известным итальянским философом и писателем У. Эко [Эко]. По мнению У. Эко, в «ближайшем будущем наше общество расщепится – или уже расщепилось – на два класса: тех, кто смотрит только телевидение, то есть получает готовые образы и готовое суждение о мире, без права критического отбора получаемой информации, и тех, кто смотрит на экран компьютера, то есть тех, кто способен отбирать и обрабатывать информацию. Тем самым начинается разделение культур, существовавшее во времена Средневековья: между теми, кто способен был читать рукописи и, значит, критически осмыслять религиозные, философские и научные вопросы, и теми, кто воспитывался исключительно посредством образов в соборе – отобранных и обработанных их творцами. Тема для фантаста! Будущий век, в котором пролетарское большинство пользуется только зрительной коммуникацией, а планируется эта коммуникация компьютерной литературной элитой» [Там же, с. 12].

Несомненно, важный вклад в дело исследований политических коммуникаций внесли представители неомарксизма в лице Т. Адорно, М. Хоркхаймера, Г. Маркузе, Г. Шиллера и др. Эти деятели особенно активизировались во время известных студенческих волнений на Западе в 60-е гг. В соответствии с марксистским подходом средства массовой информации, с одной стороны, выступают в качестве средств производства и источника обогащения буржуазии, а с другой стороны в качестве инструмента идеологического контроля над трудящимися [Голосов, с. 165].

Именно по этому пути пошли представители франкфуртской школы Т. Адорно и М. Хоркхаймер, в 1947 г. опубликовавшие одну из самых влиятельных в XX столетии работ по массовой коммуникации [Adorno, Horkheimer]. В своем исследовании они отталкивались от вопроса, до сих пор мучающего последователей К. Маркса и Ф. Энгельса: почему, несмотря на растущие противоречия и продолжающуюся бесконечную дифференциацию общества, капитализм выживает и демонстрирует удивительную способность к развитию? По их мнению, секрет живучести капитализма связан с тем, что рабочий класс находится под идеологическим контролем. Главную роль при этом играют средства массовой информации, которые становятся не только средствами производства и извлечения прибыли, но и способом ассимиляции рабочего класса. Объединение средств массовой информации на почве общего идеологического содержания и ценностях массовой культуры приводят к формированию так называемой индустрии культуры, которая является «преднамеренным объединением ее потребителей сверху» [Голосов, с. 165].

При этом профессионалы культуры – философы, искусствоведы, историки и другие гуманитарии «используются в качестве своего рода инструмента самокритики индустрии культуры, что позволяет ей функционировать более гибко и оперативно» [Терин, с. 50]. Суммарным результатом производственной деятельности индустрии культуры является антипросвещение. Привыкшие к развлечениям обыватели не стремятся к приобретению новых знаний, их интересует только развлечения и отдых.

Практически с тех же позиций вели критику западных средств массовой информации советские ученые [Андрунас]. Так, например, известный советский ученый О. А. Феофанов подвергал остракизму западный феномен «престижного потребления»: «Система «запланированного расто-

чительства» представляет собой такую организацию рынка, при которой приобретенные товары подлежат быстрой замене не потому, что они вышли из строя, износились, утратили возможность нормально функционировать, а только в силу того, что они утратили свой «имидж», свой символ «статуса», «морально устарели», потому что на рынок выброшены такие же товары, но либо в обновленной форме, либо снабженные более привлекательными «имиджами» [Там же, с. 50]. При этом решающая роль в управлении поведением потребителей отводится средствам массовой информации, стимулирующим сбыт новой продукции взамен вполне еще функционально годной старой.

Г. Маркузе, в целом продолжая линию Т. Адорно и М. Хоркхаймера, обогатил ее за счет достижений психоанализа. Г. Маркузе указывал, что современные средства массовой информации являются «посредником между хозяевами и теми, кто от них зависит» [Маркузе, с. 110]. Анализируя современную массовую культуру, он обнаруживает ее глубинную связь с бизнесом и политикой: «Продажа оборудования для развлечений и отдыха в бомбоубежищах, телешоу с участием кандидатов, соревнующихся за национальное лидерство, демонстрируют полное единение между политикой, бизнесом и развлечением. Однако это единство бесчестно и фатальным образом преждевременно – бизнес и развлечение помогают осуществлять политику господства» [Там же, с. 136]. В этих условиях только «отключение телевидения и подобных ему средств информации могло бы... дать толчок к началу того, к чему не смогли привести коренные противоречия капитализма – к полному разрушению системы» [Там же., с. 322-323]. Таким образом, по мнению неомарксистов, средства массовой коммуникации являются конституирующим элементом современной капиталистической системы, распространяющей свое влияние на политику, экономику и культуру.

Одним из наиболее выдающихся представителей неомарксизма до недавнего времени был американский профессор Г. Шиллер, который уделял огромное внимание процессам информатизации современной капиталистической системы [Шиллер]. По мнению Г. Шиллера, информация и коммуникации имеют решающее значение для поддержания стабильности в современном обществе, поскольку присущие капитализму конфликты остаются и в наши дни. При этом на современном этапе развития капитализма классовое неравенство сохраняется, что проявляется в первую очередь в информационном неравенстве. Другими словами, классовая принадлежность определяет возможность получения опреде-

ленного рода информации. Также появление такой новой технологии, как глобальная информационно-коммуникационная сеть Интернет, было продиктовано в первую очередь потребностями глобальных корпораций, заинтересованных в значительном снижении издержек на информационные транзакции в масштабе всей планеты [Уэбстер, с. 198].

Заканчивая анализ неомарксистских исследований в области политических коммуникаций необходимо остановиться на Ю. Хабермаса, который осуществил плодотворную попытку дополнить основные положения критической теории своих учителей, Хоркхаймера и Адорно, теорией демократии. По мнению Ю. Хабермаса, следует различать власть, рождающуюся в процессе коммуникации, и административно применяемую власть. В политической сфере «встречаются и перекрещиваются два противоположных процесса: с одной стороны, коммуникативное формирование легитимной власти, которая рождается в свободном от всякой репрессивности процессе коммуникаций политической ответственности, а с другой — такое обеспечение легитимности через политическую систему, с помощью которой административная власть пытается управлять политическими коммуникациями» [Хабермас, 1999, с. 35]. Таким образом, социальная коммуникация оказывается центральным понятием политики, так как она создает властные отношения. Использование исключительно административной власти неизбежно приводит к кризису легитимности и потребности новой коммуникации между субъектами политической жизни [Habermas, 1992].

Осмысляя структурную трансформацию, переживаемую обществом, Ю. Хабермас еще в начале 1960-х годов доказывал, что для демократии жизненно необходимым элементом является публичная сфера, которая включает в себя общедоступные средства массовой информации, демократическую дискуссию и принятие публичных политических решений [Habermas, 1989]. В качестве необходимых средств создания публичной сферы Хабермас выделял, кроме средств массовой информации, такие публичные институты распространения общедоступной политической информации, как публичные библиотеки, бесплатную политическую агитацию, публичный контроль судебных и законодательных процессов. В этом плане общественно-публичная сфера находится в состоянии напряженной борьбы с капиталистической системой, которая в принципе не заинтересована в трате ресурсов на обеспечение публичной политики. Таким образом, современные западные демократии предстают компромиссной формой государственного управления, в которой средства

коммуникации играют системообразующую роль (Любопытный анализ становления политической сферы в Великобритании, а также наметившимся в связи с сокращением государственного финансирования приводится в книге Ф. Уэбстера «Теории информационного общества» [Уэбстер]). В демократических политических системах поддерживается свободная от принуждения коммуникация. По Ю. Хабермасу, она должна включать в себя следующие компоненты: во-первых, соблюдается равенство участников коммуникации и свобода от давления, во-вторых, темой дебатов являются общие проблемы, которые значимы для всех, и, в-третьих, запрещаются любые ограничения дискурса и существует возможность его возобновления по требованию участников [Марков, 1999; Марков, 2000]. Зачастую, для характеристики властной модели Ю. Хабермаса, используют термин «делиберальной» (Deliberate означает свойство взвешенности, продуманности, рассудительности, неторопливости и осмотрительности, и может относиться к таким понятиям, как принятие решения, достижение договоренности, или политический процесс в целом – И.Б.) демократии, призванный подчеркнуть значение политического дискурса в таких обществах [Barber, 1999].

§1.3. Политическая коммуникация в условиях глобального информационного общества

Возможно, наиболее известной и популярной социологической концепцией современности является концепция «информационного общества» (Некоторые исследователи говорят даже о возникновении «идеологии информационного общества» [Алексеева]. Считается, что термин «информационное общество» (Information Society) впервые начал использовать японский социолог Т. Умесао в 1963 г. [Иноземцев, 1999]. По мнению Т. П. Ворониной, концепция «информационного общества» стала вторым этапом развития теории «постиндустриального общества, появившейся в 60-70-е годы. Второй этап связывают с концепциями, в которых постиндустриальное общество рассматривают как информационное общество. Эти концепции появились в 80-х годах и связаны в основном с именами Э. Тоффлера, И. Масуды, Дж. Несбита и другими» [Воронина, с. 27].

Представляется, что термин «постиндустриальное общество» носит

более широкий, общесоциологический характер. Как пишет В. Л. Иноземцев, он «акцентирует внимание на той основной черте, которая преодолевается в формирующемся новом обществе, а именно на индустриальной природе прежнего способа производства; при этом совершенно справедливо предполагается, что отдельные признаки нового строя не могут быть четко названы и описаны, пока не будет завершено хотя бы в основном его формирование» [Иноземцев, Предисловие, 1999].

В данном исследовании предпочтение отдается термину «информационное общество» (Точно также поступает известный исследователь теорий информационного общества Ф. Уэбстер [Уэбстер]), поскольку в основе этой теории находится такое ключевое понятие политической коммуникации, как информация. Считается, что постиндустриальный подход делает основной акцент на экономических и социальных аспектах нового общества, а информационный, по преимуществу, на коммуникационных аспектах. Тем не менее, очевидно, что отказ от изучения работ, в которых предпочтение отдается одному из терминов («постиндустриальное общество» или «информационное общество»), выглядел бы совершенно абсурдно. Тем более, что одни и те же авторы свободно оперируют и тем, и другим понятиями [Белл, 1999].

Д. Белл, признанный основатель концепции постиндустриального общества, основное внимание в своих работах уделял социально-экономическим аспектам трансформации современного общества. В соответствии с его наблюдениями, подкрепленными обширными статистическими данными, к концу 60-х годов двадцатого столетия в развитых странах был заложен фундамент новой технологической цивилизации, в экономике которой «приоритет перешел от преимущественного производства товаров к производству услуг, проведению исследований, организации системы образования и повышению качества жизни; в котором класс технических специалистов стал основной профессиональной группой и, что самое важное, в котором внедрение нововведений... во все большей степени стало зависеть от достижений теоретического знания...» [Иноземцев, Предисловие, 1999, с. XIII]. При этом, если в индустриальном обществе труд и капитал были центральными переменными, то в постиндустриальном обществе «информация и знания становятся решающими переменными» [Белл, 1986, с. 332]. Обладающий информацией и знаниями класс специалистов, таким образом, превращается в основного игрока на политической арене, какими были пролетариат и буржуазия в индустриальную эпоху.

Д. Белл говорит об образовании новой элиты знающих людей, которая «обладает властью в пределах институтов, связанных с интеллектуальной деятельностью – исследовательских организаций, университетов и т.п.» [Там же, с. 332]. По мнению Д. Белла, политическое влияние новой элиты знающих людей по мере ее количественного роста будет только увеличиваться. Но он решительно выступал против передачи власти в ее руки: «Постольку, поскольку политические вопросы *Афанасьев* все теснее переплетаются с техническими проблемами (в широких пределах – от военной технологии до экономической политики), «элита знания» может ставить проблемы, инициировать новые вопросы и предлагать технические решения для возможных ответов, но она не обладает властью сказать «да» или «нет». Последнее является прерогативой политиков, но не ученых или экономистов. В этой связи крайне преувеличенной представляется идея о том, что «элита знания» может стать новой элитой власти» [Там же, с. 341].

Несмотря на очевидный крен в сторону анализа фундаментальных социально-экономических тенденций, в работах Д. Белла можно найти достаточно много ценных наблюдений относительно каналов коммуникации и их влияния на политические процессы. Так, например, он был одним из первых, кто отметил перспективы применения компьютеров и компьютерных сетей в качестве канала коммуникации. Вот что он пишет по этому поводу: «По мере того как компьютеры все шире используются в коммуникационных сетях в качестве коммутирующих систем, а средства электронной коммуникации становятся неотъемлемыми элементами в компьютерной обработке данных, различия между обработкой информации и коммуникацией исчезают» [Там же, с. 335].

Основная политическая опасность в развитии информационных технологий, по мнению Д. Белла, заключается либо в том, что политическая элита может скрывать важную информацию от граждан, либо в незаконном обнародовании информации, имеющей отношение к области частной жизни. В любом случае достигается эффект манипулирования общественным мнением. Таким образом, Д. Белл скорее негативно, чем позитивно оценивал перспективы влияния новых информационных технологий на политические процессы. В то же самое время, по его мнению, «технология не задает социальные изменения, она лишь представляет для этого возможности и инструменты» [Белл, 1999, с. СІХ]. Значит, сопутствующие новым информационным технологиям негативные тенденции могут быть нивелированы при помощи грамотной государственной

политики, направленной на достижение равного доступа граждан к политической информации и защите персональной информации.

Возможно, одним из наиболее известных авторов, сыгравших значительную роль не только в развитии концепции информационного общества, но и ее популяризации в массах, является Э. Тоффлер. Его взгляды на современное общество представлены в многочисленных работах [Тоффлер, 1997; Тоффле, 2001; Тоффлер, 2004].

Центральной работой в плане анализа политических аспектов постиндустриальной цивилизации является книга Тоффлера «Смещение власти: знание, богатство и насилие накануне 21 века», развивающая мысль о том, что современное общество переживает процесс изменения значения различных ресурсов власти. Если в доиндустриальную эпоху основным ресурсом власти являлось насилие, в индустриальную – богатство, то в постиндустриальную эпоху на первое место выходит знание. Благосостояние нации в наше время все меньше и меньше зависит от военной мощи и богатства, и все больше – от развития науки, искусства, культуры, моральных ценностей, информации и образования. Отсюда возникает новая система власти, отмеченная переходом от работы мышц к работе ума. Власть теперь – это не вопрос количества (денег, силы), но качества. Даже в военном деле принято говорить об «умном оружии», «высокоточных ракетах» и т.п. При этом, по мнению Э. Тоффлера, «знания как источник власти «высокого качества» получают все большее влияние с каждой прошедшей наносекундой» [Toffler, p. 470].

Различные аспекты влияния новых информационных технологий на социально-экономические аспекты отражены в книге «Третья волна». Несмотря на то, что Тоффлер нигде в своей книге, написанной в 1980 г., не употребляет термина «Интернет», тем не менее, в ней постоянно возникают сюжеты, где «описываются технологии в настоящее время успешно реализованные в рамках инфраструктуры и сервисов Интернета» [Чугунов, 2000, с. 16].

При общей характеристике различных сетей коммуникации Э. Тоффлер выступал за внедрение децентрализованных компьютерных сетей, поскольку в таком случае контроль со стороны государственных органов будет сильно затруднен [Тоффлер, 2004, с. 287]. С другой стороны, наблюдая процессы внедрения новых технологий, в другой своей книге Тоффлер пришел к выводу, что психика людей зачастую не выдерживает скорости нововведений. Он даже изобрел новый термин – «футурошок», который означает «стресс и дезорганизацию, которые возникают у лю-

дей, подверженных слишком большому количеству перемен за слишком короткий срок» [Тоффлер, 1997, с. 5]. Для того, чтобы избежать массового проявления футурошока, Э. Тоффлер выступал за избирательное внедрение новых информационных технологий. По его мнению, очень скоро возникнут «принципиальные различия между обществами, которые подходят к технологическому развитию избирательно, и теми, которые хватаются за первую попавшуюся возможность» [Там же, с. 356]. Следовательно, любому обществу просто необходимы политические институты, способные контролировать технический прогресс и обеспечивать стабильное развитие.

Большой интерес с точки зрения влияния новых информационных технологий на политику представляет концепция технотронной эры признанного авторитета в политической науке З. Бжезинского, которую он выразил в своей книге «Между двух веков. Роль Америки в технотронную эру» [Brzezinski]. Согласно З. Бжезинскому, современное общество «в культурном, психологическом, социальном и экономическом отношениях формируется под воздействием техники и электроники, особенно развитой в области компьютеров и коммуникаций» [Ibid., p. 9].

Влияние компьютеров и коммуникаций проявляется в возникновении странного парадокса: с одной стороны, разрушаются традиционные отношения, жизнь индивидов фрагментируется, с другой стороны, формируется глобальное, целостное мировоззрение. По мнению З. Бжезинского, основной причиной сложившегося парадокса является развитие современных электронных коммуникаций: «Изменения, вызванные коммуникациями и компьютерами, чрезвычайно содействуют связанности общества, члены которого пребывают в непрерывных и тесных слуховизуальных контактах, постоянно взаимодействуя, соучаствуя в наиболее напряженных социальных испытаниях, и их легко можно подтолкнуть к усилению личного подключения к решению даже весьма отдаленных проблем. Новое поколение не занимается более определением мира, опираясь исключительно на чтение;... оно испытывает мир и ощущает его компенсаторно с помощью слуховизуальных коммуникаций» [Ibid., p. 18].

Оценивая позиции Соединенных Штатов на международной арене в новых условиях, З. Бжезинский указывает, что разворачивающаяся технотронная революция носит глобальный характер, а транслируемая электронными средствами коммуникации массовая культура становится важнейшим рычагом внешнеполитического влияния. Закономерным

следствием экспансии массовой культуры при помощи слуховизуальных средств коммуникации является создание новой картины мира, созданной на основе упрощенных и доступных массовому потребителю образов. Вместо сложных идеологических доктрин современному избирателю предлагается деидеологизированный стиль жизни, равномерно включающий в себя элементы разных культур. По мнению З. Бжезинского, Соединенным Штатам следует удерживать лидерство как в области развития новых средств коммуникации, так и в области производства образцов массовой культуры.

Взгляды Бжезинского во многом близки к подходу другого теоретика информационного общества М. Маклюэна, относящегося к торонтской школе коммуникативистики и опубликовавшего большое количество работ, посвященных различным аспектам процесса коммуникации в современном обществе [Маклюэн, Галактика Гутенберга; Маклюэн, Понимание медиа; McLuhan, Fiore]. Концепция Маклюэна остается одной из самых влиятельных и по сегодняшний день, вызывая самые различные интерпретации в научном сообществе. Во многом такая ситуация вызвана тем, как он излагал свои мысли. По мнению современного представителя торонтской школы Р. Дейберта, противоречивые интерпретации «медийной теории» получили широкое распространение в связи с тем, что «отец» Торонтской школы Г. Иннис, из-за относительно ранней смерти, оставил свой грандиозный проект исследований неоконченным, а М. Маклюэн писал свои книги в специфическом «мозаичном» стиле [Deibert, p. 6].

М. Маклюэн утверждал, что средство коммуникации как технология передачи информации несет в себе сообщение об изменении «масштаба, скорости или формы, которое привносится им в человеческие дела» [Маклюэн, Понимание медиа, с. 10]. Таким образом, средства коммуникации оказывают огромное влияние на поведение как частных индивидов, так и социальных групп. Более того, средства коммуникации влияют на развитие человеческой цивилизации в целом. Об этом писал еще основатель «медийной теории» Г. Иннис, который в своей работе «Империи и коммуникация» впервые предложил проводить периодизацию человеческой истории в соответствии с фундаментальными коммуникационными изобретениями: «Мы можем совершенно четко разделить историю Запада на письменный и печатный периоды» [Innis, p. 7]. М. Маклюэн, развивая замысел своего учителя, выделил три этапа в развитии цивилизации:

1) первобытная дописьменная культура с устными формами связи и передачи информации;

2) письменно-печатная культура («галактика Гуттенберга»), заменившая естественность и коллективизм – индивидуализмом;

3) современный этап («глобальная деревня»), возрождающий естественное слуховизуальное многомерное восприятие мира и коллективность, но на новой электронной основе через замещение письменно-печатных языков общения радиотелевизионными и сетевыми средствами массовых коммуникаций [Маклюэн, Галактика Гуттенберга].

Суть «медийной теории» хорошо изложил один из самых известных американских теоретиков коммуникации П. Хейер: «В кратком изложении «медийная теория» исходит из убеждения, что трансформация базовой информации в знания – это структурированный процесс. На него очень сильно влияет средство материального воплощения информации. Другими словами, средства хранения и передачи информации не являются нейтральными. Способ организации и передачи наших знаний о мире сильнейшим образом влияет на природу восприятия мира и то, каким образом мы познаем мир» [Heyer, p. XIV].

Современное преломление «медийной теории» представлено в книге Р. Дейберета «Пергамент, печать и гипермедиа: Коммуникации в процессе трансформации мирового порядка» [Deibert]. Согласно Р. Дейберту, «медийную теорию» нельзя трактовать в русле технического детерминизма: «различные способы коммуникации имеют определенную логику или природу, но не в смысле технического детерминизма, а в смысле того, что они делают использование определенных способов коммуникации легче или труднее. Поскольку коммуникации являются жизненно важной частью человеческого существования, постольку любые изменения в способах коммуникации имеют существенные последствия для распределения власти внутри общества, для изменения индивидуального и социального сознания, а также для пересмотра общественных ценностей» [Ibid., p. 6].

Таким образом, Интернет и новые информационные технологии оказывают значительное влияние на политику. Однако, это влияние не является жестко детерминированным. Они способствуют усилению политического влияния некоторых социальных групп. По утверждению Р. Дейберта, именно глобальные компьютерные сети – и особенно Интернет – серьезно изменили возможности и силу транснациональных общественных движений. Они позволили сформировать глобальное гражданское

общество, типичными проявлениями которого стали, например, движения «Антиглобалистов» или «Гринпис» [Ibid., p. 159].

Несомненно, большой вклад в развитие концепции информационного общества внесли американские футурологи Дж. Нэсбитт и П. Эбурдин [Нэсбитт, Эбурдин]. Среди описанных Дж. Нэсбиттом и П. Эбурдин «мегатенденций» рассмотрим только те аспекты, которые имеют непосредственное отношение к Интернету как каналу политической коммуникации. Дж. Нэсбитт и П. Эбурдин убедительно показывают, что в постиндустриальном обществе новые информационные технологии играют ведущую роль в экономическом развитии и делают возможным «процесс создания единого мирового хозяйства» [Там же, с. 22]. Процесс глобализации мировой экономики, сопряженный с процессом опережающего роста новых информационных технологий, становится самой важной тенденцией постиндустриального общества.

Более того, глобальная экономика требует от национальных государственных органов власти либеральной экономической политики, заботы о благосостоянии граждан, учета различных интересов и в конечном итоге установления демократического режима. По мнению Дж. Нэсбитт и П. Эбурдин, «в условиях, когда компьютер расширил могущество личности, граждане могут более эффективно следить за действиями своих правительств, нежели правительства могут следить за действиями граждан» [Там же, с. 347]. Далее следует еще более категоричное заявление: «компьютеры, спутниковая телефонная связь, телефаксы наделяют человека властью, а не угнетают его, как этого боялись раньше» [Там же, с. 348]. В качестве аргументов, подкрепляющих эти выводы, Дж. Нэсбитт и П. Эбурдин приводят примеры падения шахского режима в Ираке или победы «Солидарности» в Польше, которые произошли после того, как «подпольно широко распространялись запрещенные кассеты в поддержку этих движений» [Там же, с. 347]. Таким образом, они считают, что новые информационные технологии и, в частности, Интернет способствуют демократическим процессам и препятствуют авторитарным.

М. Кастельс, ведущий современный теоретик информационного общества, в своей трилогии «Информационная эра: экономика, общество, культура» (1996-1998 гг.) также уделил большое внимание средствам коммуникации [Кастельс, 2000; Кастельс, 2004; Кастельс, Кисилева, 2000; Кастельс, Химанен, 2002]. Вслед за классиками «медийной теории» Кастельс большое значение отводит прогрессу средств комму-

никации, начиная с изобретения алфавита и заканчивая Интернетом. Он пишет: «Поскольку культура вводится и передается посредством коммуникации, сами культуры, то есть наши исторически построенные системы верований и кодов под влиянием новой технологической системы подвергаются фундаментальному преобразованию» [Кастельс, 2000, с. 315].

М. Кастельс анализирует современное общество сквозь призму влияния формирующейся глобальной экономики и международных финансовых рынков. В отличие от П. Дракера [Дракер], М. Кастельс говорит не о закате капитализма, а, наоборот, о его дальнейшем развитии. Только теперь «...в условиях информационной эры историческая тенденция приводит к тому, что доминирующие функции и процессы все больше оказываются организованными по принципу сетей» [Кастельс, 1999, с. 494]. Типичным примером сетевой структуры в политике является структура Европейского союза. Сеть – это «комплекс взаимосвязанных узлов» [Там же, с. 494]. Сети способны к динамичному расширению. Как пишет Кастельс, «...сети представляют собой открытые структуры, которые могут неограниченно расширяться путем включения новых узлов, если те способны к коммуникации в рамках данной сети, то есть используют аналогичные коммуникационные коды (например, ценности или производственные задачи). Социальная структура, имеющая сетевую основу, характеризуется высокой динамичностью и открыта для инноваций, не рискуя при этом потерять свою сбалансированность» [Там же, с. 495-496]. Именно по такому принципу, принципу однородности, происходит расширение Европейского союза, НАТО или включение в ВТО.

М. Кастельс особенно отмечает роль информационных технологий в новом социальном укладе. Он пишет: «Чтобы финансовый капитал мог работать и конкурировать, он должен опираться на знания и информацию, получающие обеспечение и распространение благодаря информационной технологии» [Там же, с. 498]. В этом плане особенное значение приобретает тенденция перемещения капитала в сферу высоких технологий и телекоммуникаций, а также основанных на них информационных технологий в самом широком смысле этого слова: от корпоративных баз данных и до голливудских блокбастеров. Усиление сети электронных средств информации приводит к тому, что «лидерство становится персонализированным, а путь к власти лежит через создание имиджа» [Там же, с. 503]. Таким образом, современные информационные технологии создают необходимые предпосылки не только для создания глобальной финансовой системы, но и приводят к бурному развитию новых форм по-

литической коммуникации, в том числе опирающихся на Интернет.

В качестве примера новых политических процессов М. Кастельс говорит о различных группах социального протеста. Как мы уже отмечали, развитие электронных средств коммуникации самым непосредственным образом отражается и на сфере культуры. При этом, по замечанию М. Кастельса, «проявления культурного творчества абстрагируется от исторических и географических факторов. Их обуславливают скорее сети электронных коммуникаций, взаимодействующие с аудиторией и, в конечном счете, формирующие оцифрованный, аудиовизуальный гипертекст» [Там же, с. 503]. Распространение массовой электронной культуры, влияние безличностного международного финансового капитала, международное расслоение трудовой деятельности приводит к возникновению социальных движений протеста. По мнению М. Кастельса, основным противоречием нового общества станет противостояние процессов глобализации и самобытности конкретного общества. Это сопротивление направлено против основной тенденции развития современного общества – глобализации. При этом Интернет, призванный служить в качестве основного инструмента глобализации, парадоксальным образом становится одним из самых удачных средств, объединяющих представителей, недовольных этим процессом.

Резюмируя политические последствия становления информационного общества, следует сказать, в первую очередь об углублении процесса медиатизации политики [Schultz]. Именно основоположники теории информационного общества были одними из первых, кто обратил на это внимание [Тоффлер, 2004]. Представление о том, что СМИ начинают подменять собой политические партии, лоббистские и общественно-политические организации, а также концепция формирования медиа-политических систем стали широко использоваться не только для теоретического анализа политических процессов, но и для непосредственного осуществления политики [Киселев; Кретов; Лебедева; Шампань]. Во вторую очередь теория информационного общества оказала заметное влияние на анализ изменений, происходящих в сфере политической культуры, и появление, так называемых, постиндустриальных ценностей [Инглхарт].

ГЛАВА 2

СЕТЕВЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ В НАЧАЛЕ XXI В.

§ 2.1. Сетевая инфраструктура современных политических коммуникаций

В современных условиях, наряду с традиционными средствами политической коммуникации, все большее значение приобретают сетевые технологии, основанные на использовании возможностей, предоставленных международной глобальной сетью Интернет. У истоков создания и развития Интернета стояло американское Агентство по работе с перспективными исследовательскими проектами (Advanced Research Projects Agency – ARPA) при Министерстве обороны США. В 60-е годы после Карибского кризиса, когда Америка впервые столкнулась с угрозой ядерного удара, возникла идея создания новой системы связи «главным образом для достижения двух целей:

1. Создание распространенной коммуникационной сети для передачи данных, устойчивой к разрушениям отдельных ее элементов в условиях ядерной войны.

2. Создание коммуникационной сети взаимодействия для ученых, занятых в военных разработках для увеличения скорости обмена информацией и, таким образом, ускорения сроков разработок» [Григорьев, с. 295].

Этот проект под руководством APRA получил название APRANET. К концу 1969 года в первую сеть были соединены компьютеры четырех университетов, а в 1972 году она объединяла уже 23 компьютера. В этом же, 1972 году, была написана первая программа для обмена электронной почтой по сети [Беркгаут, Чадрин, с. 9-11]. Кроме того, на середину семидесятых годов пришлось время так называемой телекоммуникационной революции, основными чертами которой стали:

- 1) Появление новых систем передачи информации (оптические кабели и космические спутники связи);
- 2) Переход с аналогового сигнала на цифровой;
- 3) Появление новых устройств коммутации (электронные и оптоэлектронные переключатели);
- 4) Интеграция различных систем связи в единую сеть на цифровой

основе [Воронина, с. 13].

Ярким примером эффективности новых информационных технологий является оптический кабель, на основе которого, в основном, построен Интернет и другие вычислительные сети. Дж. Нэсбитт с восхищением отмечал, что «всего лишь 70 фунтов такого кабеля могут передать такой же объем информации, что и одна тонна медного кабеля. Не менее важно и то, что для производства 70 фунтов волоконно-оптического кабеля требуется лишь 5% энергии, необходимой для производства одной тонны медного кабеля» [Нэсбитт, Эбурдин, с. 23]. Ресурсосберегающие, миниатюрные и информационноемкие средства накопления, обработки и передачи информации стали материальной основой новых информационных технологий.

Развитие Интернета прошло несколько последовательных стадий. На первом этапе созданием и развитием Интернета занимались научные учреждения, затем начинается коммерческое освоение, и, в конце концов, Интернет приобретает черты массового средства коммуникации, затрагивающего все сферы жизни общества, в том числе и сферу в политики. Привлечение коммерческих источников финансирования произошло в начале 90-х годов, то есть спустя 20 лет после создания первой компьютерной сети, и проявилось в виде феномена «интернет-лихорадки». Интернет-лихорадка начала 90-х годов ознаменовалась завышенными ожиданиями по отношению к Интернету как средству ведения бизнеса. Неоправданные инвестиции в отрасль интернет-коммерции оказались одной из основных причин последовавшего в 1997-1998 годах экономического кризиса [Дайсон, с. 103].

Тем не менее, массовое использование Интернета стало возможным благодаря нескольким факторам. Во-первых, как мы уже упоминали в первом параграфе, в начале 90-х годов удельный вес постиндустриальных отраслей в экономике развитых стран превзошел удельный вес традиционных отраслей. Во-вторых, Интернет приобрел графически привлекательный вид, удобный для большинства пользователей, так как в 1991 году была изобретена новая служба, получившая название «Всемирная паутина» (WWW), и ставшая наиболее распространенной службой Интернета, а в 1993 году появился первый удобный навигатор сети – «Mosaic», способный просматривать размещенные в сети документы [Тапскот, с. 26].

Таким образом, радикальное улучшение пользовательского интерфейса и рост постиндустриальных секторов экономики привели к

тому, что Интернет и другие сетевые технологии в 90-х годах стали массовыми средствами коммуникации. Неудивительно, что именно к этому периоду времени, как уже отмечалось во введении, относятся первые опыты использования Интернета в качестве средства политической коммуникации.

Прежде чем непосредственно переходить к анализу использования Интернета и других сетевых технологий в качестве средства политической коммуникации, остановимся на некоторых важнейших характеристиках, делающих Сеть принципиально новой средой социальной коммуникации. С одной стороны, очевидно, что Интернет и другие сетевые технологии – это всего лишь «очередная историческая форма развития электронных средств массовой информации, появившаяся вслед за радио, телевидением, радио» [Вершинин, с. 75]. Как известно, все коммуникационные средства делятся на две большие группы: естественные (невербальные и вербальные) и искусственные (документальные и электронные). Интернет принадлежит к разряду искусственных и электронных, к которым, кроме него принадлежат телевидение и радио. Появление искусственных каналов коммуникации, постоянное увеличение их количества и усложнение технических способов передачи информации, а также падение роли естественных каналов можно считать зафиксированными историческими тенденциями. Основной причиной появления искусственных каналов коммуникации является растущая потребность людей в общении в условиях дифференцирующегося общества. Простейшая ситуация, требующая использования искусственного коммуникационного канала, связана с территориальной удаленностью участников коммуникационного процесса. В условиях информационного общества наибольшее значение имеют не расстояние, а сложность и объем передаваемой информации (чертежи, графики, программы, мультимедиа и т. п.) [Соколов А. В., Ч. 1., с. 198].

С другой стороны, Интернет и другие сетевые средства коммуникации, по мнению большинства ученых, существенно отличается от других электронных и традиционных средств массовой коммуникации [Вершинин, 2011, с. 76; Харрис, с. 414]. В них представлена новейшая модель коммуникации «многие-ко-многим». Если традиционные средства массовой информации, работавшие по принципу «один-ко-многим», были призваны оказывать влияние на пассивную массовую аудиторию, то теперь в Интернете легко реализуется новая модель, позволяющая пользователям активно

высказывать собственное мнение и противодействовать влиянию однонаправленной коммуникации [Носик, 2003]. По мнению И. В. Успенского, Интернет радикально отличается от традиционных систем коммуникации, поскольку реализуется модель коммуникации «многие-ко-многим», в которой каждый абонент сети имеет возможность обращаться к другим отдельным абонентам или группам либо от своего имени, либо от имени группы» [Успенский, с. 78]. Вообще, в Интернете и других сетевых средствах коммуникации доступны несколько типов коммуникации:

- 1) Человек-компьютер;
- 2) Человек-человек;
- 3) Один человек-много людей;
- 4) Много людей-один человек;
- 5) Много людей-много людей.

Кроме многонаправленности коммуникативных процессов, Интернет и другие сетевые технологии обладают еще одной фундаментальной особенностью: он «помещает пользователей в интерактивную среду, где те становятся активными участниками коммуникационного процесса» [Чумиков, Бочаров, с. 47]. Рассматривая интерактивность, следует сказать, что – «это характеристика протекания процесса коммуникации, определяемая положением по отношению друг к другу коммуникационных сообщений, или, если говорить более точно, определяемая по отношению коммуникационного сообщения к предшествующим. Для интерактивного взаимодействия характерным является необходимость немедленной ответной реакции на приход сообщения или информации, и, плюс к этому, ответ должен находиться в контексте предшествующих сообщений» [Успенский, с. 82].

Таким образом, для среды Интернет интерактивность можно определить как способность «отвечать» пользователю, подобно некоторому лицу, участвующему в диалоге. Тем самым, интерактивность расширяет и дополняет представительские функции компьютера как участника диалога, способного оценить действия пользователя и отвечать в соответствии с этими оценками. Возвращаясь к основополагающей модели, лежащей в основе Интернета и других сетевых технологий, можно сказать, что интерактивность «воплощается уже не на уровне персонального общения через среду, а на уровне взаимодействия непосредственно с самой средой» [Успенский, с. 83].

Еще одной особенностью Интернета является то, что это не только новый канал коммуникации, но и место хранения информации,

всемирный архив или общедоступная библиотека, выполняющая важнейшую функцию передачи социальной информации от поколения к поколению. Таким образом, Интернет является первым глобальным средством коммуникации и хранения данных одновременно. Это связано не только с техническими параметрами (подключение к глобальной сети на основе протокола TCP/IP), но и с феноменом новой социальной организации (точнее, самоорганизации). Поразительно, но Интернет никому не принадлежит, а его управлением занимаются общественные некоммерческие организации.

Другим преимуществом Интернета как источника информации является возможность нелинейного поиска [Успенский, с. 30-31]. Исследуя распространение новостей, связанных с попыткой импичментом президента США Б. Клинтона, американские ученые Д. Граббер и Б. Уайт доказали, что Интернет, по сравнению с традиционными СМИ, предлагает потребителям существенно более богатый выбор источников информирования и больший объем информации [Graber, 2001, p. 110]. Более того, Интернет предоставляет возможность легко сохранять полученные данные. Сидя за своим письменным столом, пользователи могут получить информацию практически по любому вопросу.

Итак, мы можем выделить несколько сущностных характеристик сетевой коммуникации:

- многонаправленность;
- интерактивность;
- гипертекстуальность;
- нелинейный поиск информации;
- самоорганизация;
- скорость распространения информации;
- неочевидный статус источника информации.

Как мы уже упоминали, большинство исследователей говорят об очевидной принципиальной новизне сетевой коммуникации. Вместе с тем, существуют и скептики. Так, на пример, немецкий политолог О. Яррен, признавая новые интерактивные возможности Интернета, тем не менее, уверен в том, что «коммуникация через Интернет не является чем-то принципиально новым в политической коммуникации» [Яррен, с. 130]. Аргументируя свое заявление, Яррен указывает, Интернет и другие сетевые технологии создает инфраструктуру для поддержания общения между индивидуумами, группами и сообществами в рамках определенных политических интересов и институтов. При этом он не

отрицает того, что сетевая коммуникация обладает определенной спецификой по отношению к иным средствам политической коммуникации. Интерактивность, скорость, возможность малым группам и даже отдельным индивидуумам изложить свои политические взгляды. На наш взгляд, не стоит преувеличивать возможности сетевых технологий как средства политической коммуникации, но в то же самое время нельзя отрицать новые тренды, которые появились благодаря им. Сетевые технологии, благодаря сочетанию всевозможных функций, включают в себя многие параметры предыдущих средств связи. На пример, такая характеристика, как эффект присутствия на телевидении [Багиров], проявляется при просмотре онлайн видео на YouTube или новостей на сайте BBC. Именно в сочетании всех возможных технологий делает новые сетевые коммуникации уникальным явлением. Домашние кинотеатры почти дублируют обычные кинотеатры, онлайн радио заменяет традиционные радиоточки, видеотрансляции позволяют смотреть телевизионные передачи и т. п. [Быков, Мажоров, Слуцкий, Филатова]

На наш взгляд, к вышеуказанным характеристикам сетевых коммуникаций следует добавить высокую степень изменчивости и динамичность их развития. На сегодняшний день принято выделять, как минимум, два этапа их развития. Условно они делятся на три этапа:

- исследовательский (до 90-х гг.);
- веб 1.0 (90-е гг.);
- веб 2.0 (первое десятилетие 21 века) [Быков, Филатова].

Известно, что основная заслуга в изобретении термина Веб 2.0 принадлежит американскому интернет-аналитику Т. О'Рейли, который с самого начала отметил, что «как многие важные концепции, Веб 2.0 не имеет четких границ. Это, скорее, центр притяжения. Вы можете представить себе Веб 2.0 как множество правил и практических решений. Они объединены в некое подобие солнечной системы, состоящей из узлов, каждый из которых построен с учетом некоторых или всех описанных правил и находится на определенной дистанции от центра» [О'Рейли]. Таким образом, по мысли Т. О'Рейли, Веб 2.0 не имеет краткого определения, но его можно описать как совокупность определенных правил и принципов [O'Reilly]. Первым принцип связан с использованием «Веб как платформы». Этот принцип означает, что новые технологии Веб 2.0 строятся не вокруг компьютерных программ, которые нужно устанавливать на компьютерах, а вокруг интернет-ресурсов. Использование интернет-ресурсов в качестве

рабочей среды повышает эффективность групповой работы и обеспечивает повышенную мобильность работников. Отличным примером практического воплощения этого принципа выступает компания Google.

Второй принцип основан на привлечении к производственной и бизнес-деятельности, так называемого, «коллективного разума». Данный подход опирается на эффекте «умной толпы», которая выбирает наиболее перспективные и беспроигрышные с коммерческой точки зрения решения.

Управление знаниями и информацией выступает четвертым принципом Веб 2.0. По мнению Т. О'Рейли, каждой компании в современных условиях нужны автоматизированные системы управления знаниями, которые призваны повысить эффективность бизнес-процессов и в какой-то степени снизить зависимость от наемных специалистов.

Кроме того, Т. О'Рейли были отмечены тенденции изменения традиционного цикла разработки программного обеспечения, создания кроссплатформенных программных продуктов и появление «легких» моделей программирования. Все эти изменения в программировании привели к появлению гибких интернет-приложений, которые в большинстве случаев могут заменить традиционные инструменты. Так, например, в интернете появились реальные альтернативы практически всем консольным приложениям, будь-то офисные пакеты или программы видео-монтажа. Теперь совершенно необязательно устанавливать на компьютер программы, ими можно пользоваться в интернете.

И, наконец, последней характеристикой Веб 2.0 выступает доминирование «продвинутых пользователей». В отличие от 90-х гг., когда интернет был достаточно новым явлением, а технические решения еще не отличались простотой и интуитивно-понятным интерфейсом, в начале нового тысячелетия подавляющее большинство интернет-пользователей могут похвастаться длительной практикой работы в интернете и хорошими навыками работы с интернет-приложениями. Основные различия между Веб 1.0 и Веб 2.0 представлены ниже (табл. 1).

При всех кажущихся преимуществах технологий Веб 2.0 мы не можем не отметить и то, что у них есть недостатки. Среди них следует отметить зависимость от поставщика онлайн услуг, слабую приспособленность браузеров к сложным вычислениям, уязвимость конфиденциальных данных. В этом состоит обратная сторона медали

расширения возможностей использования Интернета. Тем не менее, можно утверждать, что Веб 2.0 является наиболее перспективной из ныне существующих информационных сред. При правильном использовании Веб 2.0 позволяет эффективно и недорого решать коммуникативные проблемы практически в любой сфере. Правильное использование тождественно комплексному использованию, совмещению информационных возможностей Веб 2.0, традиционных СМИ и широкого спектра разнообразных PR-мероприятий.

Т а б л и ц а 1. Сравнение интернет-технологий, получивших развитие в рамках концепции Веб 1.0 и Веб 2.0

[Быков, Филатова]

Критерии сравнения	Веб 1.0	Веб 2.0
Основные сервисы	Электронная почта, статичный веб-сайт	Сайты на основе CMS, социальные сети, видео- и фото-хостинги
Новые сервисы	WWW, интернет-пейджеры	RSS, социальные сети, видео- и аудио-трансляции, IP-телефония
Скорость передачи данных	Невысокая (56 кб/с)	Высокая (от 512 кб/с и выше)
Основные каналы доступа к Интернету	Модемная связь, оптоволоконные кабели	Широкополосные каналы, мобильный доступ, Wi-Fi, ADSL
Основные источники контента	Коммерческие корпорации, СМИ, крупные общественные организации	Частные лица, группы единомышленников
Основной рекламный носитель	Баннер	Контекстная реклама и поведенческие технологии в баннерной рекламе
Модель коммуникации	Односторонняя	Двусторонняя симметричная

§ 2.2. СМИ и журналистика в эпоху сетевых коммуникаций

Вслед за М. С. Григорьевым наиболее перспективными

направлениями исследований в плане влияния сетевых технологий на политическую коммуникацию следует признать следующее:

- 1) использование сетевых технологий в качестве нового электронного средства массовой информации;
- 2) проведение политических кампаний в Интернете;
- 3) создание на базе Интернета «электронных правительств» [Григорьев].

В данной главе мы остановимся на первом из этих направлений. И начнем с формирования новой медиа среды. С точки зрения политической коммуникации сетевые технологии создали новую среду для деятельности средств массовой информации [Рэддик, Кинг]. Впервые вся сила Интернета как средства массовой коммуникации была проявлена во время скандала, связанного с отношениями президента США Б. Клинтона и практикантки М. Левински в 1998 г. [Newman, The Mass Marketing of Politics]. Интернет оказался единственным пригодным местом для публикации материалов, на первый взгляд, представляющих собой типичную диффамацию [Старр].

Важность сетевых средств массовой информации как канала политической коммуникации подтверждает в частности исследование К. Дитрих и Т. Хартлей, проведенное в Соединенных Штатах в 1998 году. Интернет-СМИ обладают большей популярностью, чем информационные ресурсы политических организаций и политических деятелей. По данным К. Дитрих и Т. Хартлей, 61 % опрошенных респондентов имели компьютер на работе или дома. Из них только 5-8 % посещали политические сайты, тогда как посещение новостных сайтов оказалось на уровне 12 % [Dautrich, Hartley, p. 33-34].

Очевидно, интернет-СМИ имеют определенное превосходство и перед традиционными СМИ. М. С. Григорьев выделить несколько особенностей, дающих «сетевым изданиям» ряд преимуществ перед традиционными средствами массовой информации:

- 1) существенное удешевление процесса создания и распространения сетевых изданий и материалов;
- 2) сравнительная простота создания сетевых изданий;
- 3) существование развитых процессов поиска информации в Интернете [Григорьев, с. 296-297].

Кроме того, важнейшим достоинством интернет-СМИ является то, что они не чувствительны к временным или пространственным ограничениям. В любой точке земного шара и в любое время суток пользователь Сети может получать информацию сетевых изданий. В

результате таких серьезных преимуществ «даже самый мелкий сетевой издатель в идеале может получить всю международную читательскую аудиторию» [Рэддик, Кинг, с. 361].

Также необходимо добавить еще один важнейший аспект нового средства массовой коммуникации, который сводится к высокой оперативности размещения информации. Интернет на сегодняшний день является едва ли не самым оперативным средством массовой информации. Задержка между получением информации и публикацией ее на сайте в идеальном случае не превышает нескольких минут. Распространяясь в режиме снежной лавины, новость в течение часа проникает на все новостные сайты.

Указанные преимущества привели к появлению сетевых средств массовой информации, онлайн версий традиционных СМИ, а также к тому, что в медийном пространстве все более значимую роль играют новости и сюжеты из киберпространства. Взаимопроникновение и взаимовлияние традиционных СМИ и Интернета привели к появлению так называемой «журналистики в стиле онлайн».

Одним из самых серьезных последствий появления нового медиума является в первую очередь перераспределение аудитории СМИ. Так, например, появление Интернета в США привело к тому, что аудитория телевидения в прайм-тайм за период между серединой восьмидесятых и началом нового тысячелетия сократилась с 57 % до 25 % от всего населения [Graber, 2001, p. 160].

В то же самое время не стоит переоценивать возможности и преимущества Интернета как среды деятельности СМИ. Они имеют и серьезные недостатки. Так, например, высокая оперативность сетевых СМИ может привести к внесению непреднамеренных искажений в передаваемую информацию. Так, например, в середине 1998 г. на сайте агентства Associated Press появилась статья под заголовком «Умер Боб Хоуп». В ней говорилось: «Лос-Анджелес (AP) – Боб Хоуп, звезда и неутомимый борец за нравственность со времен второй мировой войны до войны в Заливе, xxxxxx. Ему было xx (родился 29 мая 1903 г.)». Статья была предусмотрительно заготовлена одним из журналистов информационного агентства на случай вероятной смерти героя и появилась на сайте в результате нелепой ошибки. Несмотря на то, что «о смерти говорилось только в заголовке статьи, лидер Палаты представителей Дик Армей, увидевший материал на сайте AP, немедленно попросил коллегу объявить о смерти Боба Хоупа на заседании. Это объявление разошлось по всем информационным

агентствам страны. Когда спустя несколько минут выяснилось, что 95-летний Хоуп жив и в этот момент завтракает со своей семьей в Палм-Спрингсе, смущенный Армей принес семье свои извинения» [Сайтэл, с. 361-362]. Таким образом, казалось бы, бесспорное преимущество интернет-технологии при небрежном употреблении может обернуться серьезными недостатками.

Более того, уровень достоверности информации в Интернете значительно ниже, чем в традиционных СМИ. Причин такого положения вещей несколько. Одна из самых важных – правовая неурегулированность Интернета. Пользуясь несовершенством законодательств отдельных стран мира и несовпадением юридических подходов между ними, создатели интернет-сайтов имеют возможность нарушать фундаментальные для коммуникативной сферы права о защите интеллектуальной собственности и использовать информацию без указания источника и выплаты соответствующего вознаграждения [Наумов].

Легкость размещения информации в сети, отсутствие реальных перспектив наказания за искажение данных и возможности анонимного общения привели к тому, что Интернет наполняется огромным количеством никому не нужной информации, которая только перегружает каналы связи между пользователями. Анархичность создания информационных массивов и отсутствие четких каталогов создают ощущение зыбкости сетевой структуры. Поисковые системы содержат миллионы ссылок, но многие из них не работают, поскольку сайты, на которые они ссылались, уже закрылись. В связи с этим большое распространение получило толкование Интернета как свалки информационного мусора [Сарчинелли, с. 45].

Ситуация с низким доверием информации в сети Интернет усугубляется тем, что сетевые ресурсы зачастую специально создаются для распространения компрометирующих материалов и слухов. В истории современной российской журналистики печальную известность получили такие сайты, как «Коготь-1», «Коготь-2», «Компромат.Ру» и др. [Комаровский, Мараховская, с. 10]. Подобные сайты выполняют роль источника компрометирующей информации, предназначенной для последующей ретрансляции и мультипликации традиционными СМИ. Современные исследователи этой проблемы с сожалением отмечают, что в результате недостаточной правовой урегулированности Интернета «организации оказались удобной мишенью неконтролируемых коммуникаций в никем не регулируемом киберпространстве» [Катлип,

Сентер, Брум, с. 219]. Проблема низкой достоверности информации, размещаемой в глобальной сети Интернет, является очень серьезной и существенно осложняет работу СМИ. Так, согласно исследованию, проведенному в 1999 году, «только 45% американцев заявили, что доверяют информации, полученной из Интернета, в то время как 96% считают надежными традиционные средства информации» [Уилкоккс, с. 380]. Неформальные политические коммуникации, слухи и «вбросы» компромата значительно упростились с приходом сетевых коммуникаций [Дмитриев, Латынов; Дмитриев, Латынов, Хлопьев]. Появились новые жанры неформальной политической коммуникации: фотожабы, мемы, видеоклипы и т.п.

Тем не менее, несмотря на указанные недостатки, исследования Дорис Грабер и Брайан Уайт, проведенные в 2000 году в США, показали, что политические новости в Интернете являются значительно более полными и разнообразными, чем предлагаемые в традиционных средствах массовой информации. Интернет предоставляет пользователям возможность поиска и сохранения информации. Тем не менее, телевидение даже в США остается наиболее влиятельным средством массовой коммуникации. Несмотря на то, что на рубеже веков аудитория телевидения в прайм-тайм сократилась до 25 % по сравнению с 57 % в 70-е и 80-е годы, в действительности она переключилась на просмотр новостей в другое время или «обратилась к другим источникам. Другими источниками стали кабельное или спутниковое телевидение, а также Интернет» [Graberg, 2001, p. 109-110].

Таким образом, СМИ как независимые участники процесса политической коммуникации с успехом абсорбировали глобальную компьютерную сеть Интернет. При этом, важнейшей тенденцией современных СМИ стала их конвергенция на основе цифровых технологий. Слияние СМИ происходит нескольких направлениях. Во-первых, техническая конвергенция предполагает появление понятия мультимедиа, то есть такого средства массовой коммуникации, в котором объединяются все возможные варианты носителей информации. Во-вторых, конвергенция контентов или пересечение содержания СМИ приводит к тому, что становится практически невозможно отличить одно СМИ от другого. И, наконец, в-третьих, объединение рынков СМИ приводит к возникновению как национальных, так и транснациональных медиа-империй [Развитие информационного общества в России, Том 1, с. 158]. Конвергенция современных СМИ приводит и к радикальной смене стилей массовой коммуникации. Если

«продуктом телевизионной эпохи стал инфотейнмент (information + entertainment), эпоха Интернета создала эдютейнмент (education + entertainment), то индивидуализированные каналы современной информации породили инфорториал (information + editorial)» [Там же, с. 159].

Более того, многие исследователи отмечают, что возрастающие возможности новых информационных технологий постепенно стирают границы между массовыми или межличностными коммуникациями [Харрис, с. 414; Graber, 1993, p. 410]. Увеличивающееся в геометрической прогрессии количество сетевых средств массовой коммуникации, нерешенность юридических вопросов, простота копирования и дешевизна переноса дислокации информационного ресурса с одного интернет-адреса на другой делает задачу контроля над ними трудноразрешимой.

Средства массовой информации и журналистика в последние два десятилетия переживает очень сложный и противоречивый этап своего развития. С одной стороны, нельзя отрицать наличие количественного роста СМИ практически во всех сегментах mass media. Количество всевозможных газет, журналов, телевизионных каналов, интернет-СМИ резко выросло. При этом, усилилась их специализация. Это стало возможным в первую очередь благодаря снижению расходов на телекоммуникационное оборудование и вычислительную технику. В связи с этим, увеличивается время, которое люди тратят на потребление массовой информации. Если в начале двадцатого столетия люди в среднем тратили около 10 часов в неделю на получение информации из СМИ, то в начале двадцать первого столетия эта цифра составила около 60 часов, а к 2020 г. должна достигнуть 90 часов в неделю, практически полностью охватив все время бодрствования [Future of Media Report, 2008, p. 4].

С другой стороны, нельзя забывать, что такие традиционные СМИ, как газеты и журналы, столкнулись с серьезной проблемой реализации своей продукции. Интернет и другие электронные СМИ приводят к перераспределению аудитории, что в свою очередь означает перетекание журналистов из одного сегмента медиа-индустрии в другой. Постепенно печатные СМИ вытесняются электронными и особенно интернет-изданиями (табл. 2). Более того, меняется сам стиль журналистики, которая становится более мобильной, интерактивной и развлекательной [Рэддик, Кинг].

Казалось бы, плюрализация медиа-пространства, сопровождаемая

перераспределением аудитории между различными сегментами СМИ, должна означать улучшение качества информирования граждан за счет бóльшей специализации СМИ. Каждый получает не только персонализированный информационный продукт, но и имеет богатый выбор между альтернативными точками зрения. Однако, реальная ситуация при более пристальном изучении оказывается не такой однозначной.

Т а б л и ц а 2. Источники регулярного потребления новостей в США
[Stanyer, p. 202]

Медиум	1993	1996	2000	2004	2006
Вечерние новости по центральным телеканалам	60	42	30	34	28
Местные телеканалы	77	65	57	59	54
Газеты	58*	50	47	42	40
Кабельное телевидение	-	-	33**	38	34
Интернет	-	2	23	29	31

* - Данные за 1994 г.

** - Данные за 2002 г.

Во-первых, нельзя не отметить, что сегодня сохраняется, а по некоторым данным даже усиливается, монополизация СМИ. Так Д. Россидис отмечает, что в девяностые годы несколько медиа-империй с миллиардными оборотами контролируют весь рынок массовых коммуникаций: Time Warner (25 млрд.долл.), Disney (24 млрд.), Bertelsmann (15 млрд.), Viacom (13 млрд.), Sony (9 млрд.), TCI (7 млрд.) и NBC (5 млрд.) [Rossides, p. 89]. Монополистическое доминирование в области СМИ имеет важное геополитическое измерение. Так, по данным отечественных исследователей, «на мировом информационном рынке США контролируют 82 % информации, Европа – 11 %, Япония – 2 %, остальной мир – 5 %. При этом у 4 американских ТНК объем вещания в 12 раз выше, чем у России» [Политические коммуникации, с. 57].

Основными механизмами монополизации выступают собственность, найм и управление. Базовую роль играет институт частной собственности. Владельцы СМИ подбирают на работу журналистов,

лояльных корпоративным принципам. Требования рыночной конкуренции заставляют рядовых журналистов добровольно подчиняться существующим правилам игры. Важна также и роль медиа-менеджмента, которая заключается в том, что СМИ управляются советами директоров, в которые практически никогда не входят журналисты [Winter]. Более того, редакционная политика современных СМИ благоприятствует тому, чтобы в них появлялись комментарии со стороны представителей истеблишмента: государственных чиновников, бывших чиновников, политиков, представителей крупного бизнеса, и других, так называемых, экспертов, которые непосредственно формируют правящий класс [Herman, Chomsky].

Политэкономический анализ новейших mass media показывает, что традиционная для западных демократий информационная монополизация не просто сохраняется, но, по данным М. Хиндмана, даже растет [Hindman]. Анализируя степень монополистичности разных сегментов медиа-индустрии при помощи коэффициента Джини, он пришел к выводу, что интернет более монополистичен, чем традиционные СМИ (табл. 3). Причина этой парадоксальной ситуации заключается в том, что к интернету неприменимы меры антимонопольного регулирования, которые ранее применялись по отношению к традиционным СМИ.

Т а б л и ц а 3. Коэффициент Джини для разных видов СМИ
[Hindman, p. 97]

Все интернет-сайты	0,76
Новостные и медиа-сайты	0,88
Политические сайты	0,85
Радио-аудитория	0,53
Газетные тиражи	0,69
Журнальные тиражи	0,70

Во-вторых, повышение разнообразия в медиа-пространстве не приводит к автоматическому увеличению влияния СМИ. На этот факт еще в девятнадцатом столетии обратил внимание А. Де Токвиль, когда сравнивал влияние французских газет и слабость американских: «Наиболее просвещенные американцы относят маловластие прессы за счет невероятного рассредоточения ее сил; в Соединенных Штатах это стало аксиомой политической науки:

единственное средство нейтрализовать влияние газет это увеличить их количество» [Токвиль, р. 152]. Более высокая сегментация СМИ приводит к распылению внимания, и, как следствие, влиятельности mass media. Количественный рост неизбежно приводит к уменьшению влияния отдельных СМИ.

С другой стороны, с точки зрения неомарксистских теоретиков, mass media в современной капиталистической системе заменили собой прежние институты экономического принуждения, добровольно насаждая «рыночные ценности». Так, например, Г. Шиллер выделил следующие основные мифы, разделяемые всеми современными СМИ демократических стран:

- об индивидуальной свободе и личном выборе граждан;
- о нейтралитете важнейших политических институтов;
- об отсутствии в обществе социальных конфликтов, эксплуатации и угнетения;
- о плюрализме, независимости и объективности СМИ [Шиллер].

Объединяясь в базовых ценностях СМИ демократических стран, тем не менее, находятся в состоянии жесткой конкуренции. Филиалы одной медиа-империи иногда выражают разные политические и экономические взгляды. Так или иначе, владельцы получают свою прибыль. С экономической точки зрения плюрализм в рамках одной медиа-империи даже приветствуется, так как таким образом владельцы диверсифицируют собственный бизнес и снижают риски, связанные с односторонней идеологической ориентацией. Следовательно, существующий плюрализм mass media играет на уменьшение влиятельности СМИ, но укрепляет фундамент капиталистической системы в целом.

В-третьих, самым парадоксальным образом монополизация медийного пространства при растущей специализации СМИ и внедрении новых информационных технологий исключительно негативно повлияла на медиа-индустрию и журналистику. С одной стороны, появление Интернета практически вынесло приговор печатным СМИ, тиражи которых продолжают снижаться высокими темпами. С другой стороны, Интернет не просто сделал традиционные издания слишком дорогими, но и создал практически нереальные условия для сохранения штата корреспондентов в прежнем виде. Новости со всех уголков планеты поступают в СМИ напрямую из интернета или добровольных журналистов, блоггеров, которые завоевали право называться «гражданскими журналистами». Всего лишь за три года (с 2005 по 2008 гг.) количество общедоступного контента в Интернете увеличилось в

несколько раз: фотографий на сайте Flickr - с 0 до 300 млн., блогов — с 20 млн. до 120 млн., посетителей на сайта YouTube – с 0 до 250 млн., посетителей Facebook – с 0 до 120 млн. [Future of Media Report, p. 4].

И без того не самый высокий статус журналистской деятельности продолжил снижаться. Большое распространение в журналистике получили формы временной работы, работы по совместительству и, так называемое, фрилансерство. Так, например, А. Дэвис приводит очень важные данные о состоянии дел в журналистском сообществе Великобритании: «Более 40% британских журналистов работают временно, на почасовой или сдельной (freelance – И.Б.) основах» [Davis, Public Relations Democracy, p. 7]. Сравнительное уменьшение зарплаты журналистов привело к тому, что наметилась тенденция привлечения к работе в СМИ людей без профессиональной подготовки, а также переход наиболее известных журналистов в PR.

Четвертой, не менее важной тенденцией, чем предыдущие, стало продолжающееся падение доверия аудитории к самим средствам массовой информации [De Luca, Buell; Kerbel; Stanyer 2004]. Падение доверия к СМИ вызвано несколькими обстоятельствами. С одной стороны, жесткая конкуренция на медиа-рынке придает большое значение сенсационным материалам, которые призваны повысить рейтинги и тиражи. Обратной стороной сенсационных материалов становится чрезмерная сенсационность, наличие целого класса «желтых СМИ», которые самым негативным образом влияют на журналистику в целом. С другой стороны, чем больше СМИ полагаются на интернет-источники, тем больше шансов проникновение в медийное пространство непроверенной информации и просто ошибочных данных, которые наносят непоправимый удар по репутации медиа-индустрии. Приведем несколько цифр. По данным М. Кербела, с 1960 по 1992 гг. количество положительных новостей в медиа-пространстве США упало с 82% до 40% [Kerbel, p. 96]. Несомненно, что превалирование негативных новостей в медиа-пространстве, сочетаемое с «информационными войнами» разрушают доверие к СМИ. Кроме интересов журналистов в этом процессе следует отметить роль PR-специалистов, которые предпочитают негативные методы позитивным [Ольшевский, Ольшевская].

Погоня за рейтингами привела не только к эффекту доминирования сенсационных или негативных новостей, но и к общей направленности на развлекательность. Появились такие жанры как инфотейнмент и эдюкотейнмент, то есть информирование через развлечение и,

соответственно, образование через развлечение. Общее желание продюсеров СМИ заключается в том, чтобы дать информационный продукт, который вызывает эмоции удивления или даже шока. При этом, потребности к развитию аудитории или интеллектуальной дискуссии оказываются на втором плане [Stanyer, 2009].

Нельзя не отметить еще одну важнейшую тенденцию современных СМИ, которая заключается во все большем подчинении массовых коммуникаций потребностям маркетинга, рекламы и связей с общественностью. Речь идет не только об открытой рекламе, которая создает ситуацию «диктата рейтингов» [Фомичева, 2004], но о скрытых технологиях продвижения товаров и услуг, из которых наибольшую известность завоевал продакт-плейсмент (От англ. product placement — И. Б.). Эта тенденция также работает против современной журналистики, поскольку ставит ее деятельность в зависимость от внешних институтов.

§ 2.3. PR-технологии и медиатизация политического процесса

В данном параграфе речь пойдет о некоторых социально-политических эффектах массированного внедрения сетевых технологий в деятельность средств массовой информации [Wright]. Эта тема практически не получила внимания в отечественной специальной литературе, тогда как в англоязычном научном дискурсе проблема социально-политических эффектов PR-коммуникаций обсуждается весьма интенсивно [Миллер; Bagdikian; Miller, Dinan; Moloney; Rossides; Thinker, Faker, Spinner, Spy; Winter]. Огромный массив литературы по связям с общественностью на русском языке, к которому мы относим как переводные издания, так и работы российских авторов, чаще всего дает представление о PR-технологиях, но не об их влиянии на общество. В лучшем случае, мы имеем дело с описанием процессов институционализации PR-деятельности [Шишкина].

Среди некоторых исследователей, находящихся по впечатлению от бурного развития нового медиа-пространства, появилась идея медиакратии [Бодрунова, 2008]. Эта концепция в общих чертах сводится к тому, что «власть» и «влияние» начинают принадлежать не «демосу» или авторитарному лидеру, но тем, кто способен создавать новые культурные коды, используемые впоследствии для создания (конструирования) но-

вой, часто виртуальной реальности, – то есть медиакратии» [Ковалев, с. 67]. Очевидно, что по логике этих авторов власть переходит от традиционных акторов к СМИ и журналистам, которые создают и распространяют новые культурные коды. Вот как об этом написал В. А. Пугачев: «В современном обществе СМИ во все большей степени выступают не только необходимым передаточным звеном в сложном механизме политики, но и ее творцом» [Пугачев, с. 4]. По мнению известного российского политолога А. И. Соловьева, «особо сложное положение в этом плане наблюдается не в демократически и индустриально развитых обществах, а в странах переходных, в частности в России, где еще не достроена демократическая форма организации власти, основанная на идеологических способах символизации, но уже набирает вес иная политическая альтернатива – медиакратия» [Соловьев, 2002, с. 11].

Данный подход противостоит традиционным представлениям о роли СМИ в демократических обществах, как о четвертой власти, выполняющей функцию «сторожевых псов» (англ. - watch dogs) при государственных органах власти. Согласно этой концепции, СМИ обладают определенной финансовой независимостью, артикулируют интересы гражданского общества и осуществляют информационный контроль за государственной бюрократией. В этой схеме СМИ обладают определенными возможностями для влияния на политические процессы, но их власть уравновешена административными возможностями государственных органов власти, а также влиянием других субъектов политики, к которым, например, относятся политические партии и общественные движения. В этом заключается отличие данной концепции от идеи медиакратии, в которой СМИ подавляют другие политические институты [Соловьев, 2004].

К большому сожалению, термин «медиакратия» вводит в заблуждение тем, что он предполагает наличие исключительного политического влияния у тех акторов, которые на самом деле им не располагают. Если в развитых демократических странах журналисты и независимые СМИ до сих пор имеют сильное влияние и определенную степень автономии, то в авторитарных странах mass media просто выступают «приводным ремнем» правящих элитных групп. Они просто «обслуживают» интересы элиты, обеспечивая легитимность режима. Кроме того, путем интенсивного развлечения масс СМИ отвлекают внимание граждан от реальных политических проблем.

Кроме того, нельзя не отметить, что существует сильная взаимозависимость между журналистикой и властью. Известный социолог М. Кастельс по этому поводу высказал следующую мысль: «Поскольку основ-

ным источником доходов для СМИ является реклама, постольку рейтинги приобрели приоритетный статус. Повышение рейтинга требует создания привлекательных СМИ, а в случае с новостями — вызывающих доверие и интерес. Без доверия новости не имеют смысла, ни в терминах денег, ни в терминах влияния. В свою очередь доверие означает относительную дистанцированность от конкретных политических интересов... » [Castels, 1996, p. 314-315]. Таким образом, с одной стороны, журналисты обязаны задавать политикам неудобные вопросы, чтобы у аудитории создалось впечатление об их независимости, а с другой стороны, они не должны задавать «слишком» неудобных вопросов, иначе они потеряют доступ к источникам важнейшей информации.

Так как даже государственные или общественные СМИ не избежали тенденции к коммерциализации и зависимости от рейтингов, то в демократических странах сформировался общий подход к журналистской деятельности, который основан на принципах развлекательности, профессиональной объективности и независимости. Хороший журналист не может заниматься пропагандой той или иной политической позиции или односторонне освещать события. В демократических странах СМИ стремятся предоставить всем политическим силам равные возможности. Если в политическом конфликте участвуют две стороны, то за каждой из них закреплено право, как минимум, прокомментировать выступление оппонентов. Такой подход повышает рейтинги и соответствующие доходы от рекламы. Так, например, дебаты кандидатов в вице-президенты США в 2008 г. собрали рекордную аудиторию в 70 млн.чел. [U.S. VP debate 2008].

Так или иначе, в большинстве стран мира СМИ не получили в свои руки безраздельную власть. Более того, существуют серьезные основания для сомнений в принципиальной возможности политического и административного управления посредством СМИ. Если влияние СМИ на общественное мнение сложно оспорить, то возможность выполнения политических решений остается под большим вопросом. Таким образом, термин «медиакратия», на наш взгляд, является неадекватным текущей ситуации. Аналогичная точка зрения высказывается в книге А. Б. Белоусова «Лоббизм как политическая коммуникация» [Белоусов].

Более верным и поэтому получившим большее распространение и признание в научном сообществе является понятие «медиатизации» [Mediatization; Schulz; Stanyer, 2007]. Этот термин обладает большей универсальностью, поскольку описывает процессы, которые происходят не только в странах, так называемой, развитой демократии, но и во всех

остальных странах мира. Основная идея этой концепции заключается в том, что все функции современного общества не могут быть реализованы без медиа-сопровождения. В этом отношении термин медиатизация учитывает возросшую роль СМИ в жизни общества, но не абсолютизирует ее.

В рамках этой концепции большое количество исследований высказывают серьезную озабоченность по поводу негативных последствий «колонизации» [Meyer, Hinchman; Street, 2005] средствами массовой информации политики. Об этом в частности высказываются такие авторитетные ученые и общественные деятели, как Н. Хомский, Б. Багдикян, Р. Макчесни и др. [Bagdikian; Future of Media; Herman, Chomsky; Media and Democracy; McChesney, 1999; McChesney, 2007]. Медиатизация подразумевает приспособление политического процесса под форматы mass media. Политики теперь больше думают не о том, чтобы решать реальные проблемы страны, а о том, насколько их деятельность будет интересна с точки зрения телевизионного рейтинга и медиа-покрытия. Вместо реальной политики избиратели получают ежедневное политическое шоу, которое интересно смотреть, но в котором совершенно не интересно и не нужно участвовать.

Здесь мы можем также отметить ослабление роли политики вообще и политиков в частности. В выигрыше оказываются незримые силы глобальной экономики, которые чаще всего ассоциируются с крупнейшими транснациональными компаниями. В связи с тем, что основные проблемы политической жизни связаны с экономикой, то основной задачей политиков становится создание наиболее благоприятных условий для работы бизнеса. «Инвестиционный климат» считается важнейшим показателем развития страны, а это значит, что политики подчиняют свои цели правилам глобальной экономики. «Экономизация» политического дискурса нанесла политической сфере не меньший ущерб, чем «коммерциализация» — сфере mass media. На наш взгляд, медиатизация общественной жизни — это неизбежная тенденция в информационном обществе, поскольку без соответствующей медиа-поддержки невозможно добиться успеха ни в одной из сфер жизни общества, будь-то экономика, политика или культура.

В значительной степени исследование социально-политических эффектов PR-коммуникаций оказались в тени более изученной темы влияния СМИ на общество [Багдикян; Брайант, Томпсон; Шиллер]. Вслед за Дж. Клаппером [Klapper] мы предпочитаем говорить об эффектах PR-коммуникаций, поскольку они включают в себя целый комплекс зависи-

мостей: негативные последствия, тенденции, результаты, влияния и т.п. При этом, исследование PR-коммуникаций оказывается еще более сложной задачей, поскольку они носят завуалированный и опосредованный характер, когда СМИ выступают в качестве механизма ретрансляции PR-сообщений. Однако, вслед за усложнением структуры СМИ в конце двадцатого столетия, формированием глобального информационного пространства, включающим интернет, мобильную связь и остальные новейшие информационные технологии, а также накопившимися знаниями о PR-технологиях потребовалось оперативное включение последних в поле научного анализа. В связи с этим мы сначала рассмотрим существенные изменения, которые произошли в медийном пространстве после интернет-революции 90-х гг., затем проанализируем роль PR-коммуникаций в новом информационном поле, а в заключительной части параграфа то, каким образом эти изменения отразились на общественно-политических отношениях.

Одним из важнейших факторов, вызвавших к жизни такую противоречивую тенденцию как медиатизация общественной жизни и падение роли журналистики, стало формирование PR-индустрии. Роль пиар-материалов и пиар-событий в жизни современного общества нельзя преувеличить. Из-за соревнования с интернетом и усилившейся внутренней конкуренцией СМИ вынуждены экономить на качественной журналистике. Поэтому подготовленные PR-специалистами материалы составляют львиную долю публикаций в СМИ. По некоторым данным доля пиар-материалов в СМИ в качестве исходного источника информации или прямого заимствования составляет около 70% [Бодрунова, 2008, с. 103]. В данном случае имеет место симбиоз журналистов и пиарщиков, а также прямая экономия для владельцев СМИ, которая однако же ослабляет роль mass media, предоставляя больше возможностей PR-коммуникациям.

Параллельно количественному росту СМИ и качественному упадку журналистики, начиная с конца прошлого столетия наблюдается постоянный рост PR-активности. Так, например, в Великобритании в период между 1979 и 1998 гг. объем деятельности PR-структур увеличился в 11 раз» [Miller, Dinan, p. 7]. Гонорары PR-агентств нередко исчисляются десятками, а иногда и миллионами долларов. Так, известный справочник O'Dwyer насчитывает 350 крупнейших PR-агентств, половина из которых принимает участие в специальном рейтинге. Оборот лидера этого рейтинга, компании Edelman, в 2009 г. превысил отметку в 440 млн. долл. А. Дэвис пишет о том, что доходы агентств выросли с 18 до 252

млн. фунтов стерлингов с 1983 по 1997 гг., высококлассные специалисты в пиаре получают больше, чем в журналистике [Davis, Public Relations Democрасу, p. 7-8].

В этих условиях становится понятным, что осуществление эффективного и масштабного PR-сопровождения своей деятельности оказывается доступным только исключительно крупным игрокам, которые в свою очередь не гнушаются никакими методами. Д. Миллер в своей статье приводит несколько примеров того, как государственные и коммерческие структуры скрывали важнейшую информацию, попросту вводя общественность в заблуждение [Миллер, с. 89-90].

Исторически первым и основным инструментом влияния связей с общественностью на журналистику выступают медиарилейшнз, которые включают в себя, как создание постоянного новостного потока о деятельности базисного субъекта PR, так и предоставление оптимизированной для нужд медиа-пространства информации. Общение PR-специалистов с журналистами строится на взаимовыгодной основе: одним необходимо постоянное присутствие в медиа-пространстве, другим постоянно требуются новости. Взаимная потребность в друг друге не отменяет наличия напряженных, а иногда и конфликтных отношений между представителями этих профессий.

Кроме медиарилейшнз в связях с общественностью широко используются технологии создания событий. Событийный пиар основан на принципиально новом подходе к проблеме эффективных коммуникаций. С самого момента возникновения теории установления повестки дня [Newman, The Mass Marketing of Politics; Nimmo, Combs], которая обосновала вывод о том, что в медиа-пространстве всегда существуют темы, на которых фокусируется общественное и журналистское внимание, появилось идея о возможности управления этой повесткой. Наиболее эффективным способом управления повесткой дня выступает менеджмент событий, который неизбежно привлечет внимание аудитории СМИ.

Отсюда возникают такие явления как спонсорство и благотворительность, публичные мероприятия и корпоративные кодексы, социальная ответственность и добровольные экологические стандарты. Список специальных мероприятий, которые осуществляются благодаря потребностям PR-деятельности, практически бесконечен. На нужды связей с общественностью напрямую тратятся до нескольких процентов бюджетов компаний. Однако, косвенным образом PR оказывает все больше и больше влияние на производство и организацию производственных процессов, которые в рамках концепции медиатизации обязаны выглядеть

привлекательными в глазах СМИ.

Отдельно следует рассмотреть такую PR-технологию как лоббизм или GR (англ. - Government Relations). Это направление связей с общественностью направлено на создание оптимальных отношений базового субъекта PR с органами государственной власти. Казалось бы, отношения с чиновниками не зависят от СМИ. Однако, приемы косвенного или информационного лоббизма направлены именно на использование СМИ для привлечения внимания органов государственной власти к той или иной проблеме. Посредством широкой информационной кампании в СМИ GR-специалистам зачастую удается повлиять на принятие законов или административных решений. Конечно, классический лоббизм, опирающийся на методы межличностной коммуникации, может не прибегать к помощи СМИ. Однако, как мы уже отмечали прежде, в условиях медиатизации любое действие требует помещения в информационное пространство, даже если соглашение достигается «келейным образом».

Отметим, что PR-коммуникации стали эффективным дополнением к рекламным коммуникациям, которые появились несколько раньше. Сегодня именно реклама является основным источником доходов СМИ, а PR — основным источником информации. Таким образом, реклама и PR идут рука об руку, подрывая влияние журналистики: первая — ставя СМИ в финансовую зависимость, второй — в информационную. Именно на эту тенденцию указывает А. Дэвис, когда пишет, что «если мы говорим об индустриях журналистики и PR в целом, то первые постепенно утрачивают возможности к получению новостей, в то время, как вторые — постоянно наращивают их» [Davis A., p. 172-173].

Связи с общественностью сегодня почти полностью перехватили у журналистов возможности к определению того, что является новостью, а что нет. Свободное общество стало обществом без свободного выбора журналистами повестки дня, ибо эта повестка определяется новостным потоком, продуцируемым корпоративным PR и распространяемым через новостные агентства, корпоративные СМИ и подконтрольные медиа-империи [Thinker, Faker, Spinner, Spy]. Пришествие интернета и технологий Web 2.0 не изменило, а скорее даже ухудшило ситуацию, так как от журналистов требуется еще быстрее поставлять «информационный продукт», обрекая их на бездумную ретрансляцию пиар-текстов [Stanyer, 2009].

На наш взгляд, в современном медиа-пространстве PR-коммуникации играют настолько важную роль, что скорее можно говорить о пиарократии, чем о медиа-карatii. Пиарократия проявляется в том, что связи

с общественностью диктуют прямым или косвенным образом содержание медиа-пространства. Конечно, пиарократия ограничивается рамками медиа-пространства, так как в свою очередь PR практически полностью контролируется бизнес-структурами. Использование PR-технологий общественными организациями имеет ограниченное влияние ввиду ограниченных материальных и организационных ресурсов.

Необходимо отметить, что современные технологии продвижения и связей с общественностью делают возможным управление общественным мнением. Так, например, если в 19 и начале 20 веков общее избирательное право считалось серьезной проблемой для правящей элиты либерально-буржуазных республик Западной Европы, то сегодня этот вопрос полностью снят с повестки дня, поскольку развитая культура продвижения позволяет менять культуру широких общественных масс. В частности результатом этого управления можно считать состоявшиеся выборы первого темнокожего президента США, поскольку всего лишь несколько десятилетий назад подавляющее большинство американцев считало такое событие просто невозможным, а сегодня это стало реальностью.

Союз крупного бизнеса, mass media и связей с общественностью делает практически ненужным использование грубых рычагов влияния в виде репрессивных институтов. При помощи лоббизма и GR-технологий, создаются все условия для сохранения status quo в общественно-политических отношениях. Редкие примеры успеха общественных организаций, добившихся привлечения внимания при помощи связей с общественностью и изменения законодательства в области здравоохранения, экологии и т.п., не могут смягчить общей картины. Так, например, экологические вопросы с огромным успехом используются для улучшения имиджа транснациональных кампаний, а, так называемые, благотворительные программы зачастую поддерживаются исключительно в целях непосредственного повышения продаж. Специальные PR-мероприятия, носящие социальную, благотворительную или экологическую окраску, не способны к системному решению назревших проблем в современном обществе. Они лишь смягчают их, делая более терпимыми для широких масс.

Одним из важнейших результатов PR-деятельности стало доминирование культуры сверхпотребления. Рост PR-деятельности, начавшийся в период после второй мировой войны и усилившийся на рубеже 21 века, совпал с формированием и подъемом культуры массового потребления, в том числе и в видах престижного потребления и сверхпотребления. По-

казное потребление получило широкое распространение не только в странах с устоявшимися рыночными отношениями, но и в наиболее успешных развивающихся странах. Индустрия роскоши становится ведущей отраслью для целых стран и регионов мира, а репортажи из жизни звезд — обязательным элементом медиа-дискурса. Кроме того, некоторые исследователи настаивают на том, что параллельно культуре потребления была создана, так называемая, «культура продвижения» [Wernick]. Не последнюю роль в формировании культуры продвижения играют связи с общественностью и рекламные коммуникации, апогеем которых выступают технологии брендинга [Кляйн].

Разумеется, мы не будем отрицать появления и распространения некоторых постматериальных ценностей таких, как экология, социальное равенство, права человека и т. п. [Инглхарт] Важно то, что PR-технологии используют любой повод для достижения поставленных ценностей. В этом плане им не важен смысл сообщения. Смысловые конструкции уходят из массовых коммуникаций, так как главным принципом становятся пустота и бессодержательность. Сенсационализм важнее содержания, так как главное — это привлечь внимание к субъекту PR. Находясь в модном тренде PR-сообщения получают больше шансов для распространения и упоминания заказчика PR-деятельности [Бодрунова, 2004, с. 146]. Рассуждая в терминах постмодернистской философии, современные массовые коммуникации переполнены симулякрами [Бодрийяр, 1995; Бодрийяр, 1999; Лиотар]. Формат современных СМИ практически не позволяет корректно работать с комплексными научными понятиями и, особенно, с политическими и социальными понятиями [Бурдье, 2002].

Подводя итоги параграфу, следует сказать, во-первых, что с одной стороны, PR-коммуникации выступают буфером в социальных конфликтах, а с другой стороны, они также играют роль локомотива капиталистических отношений, стимулируя сверхпотребление и создавая тем самым необходимый для постоянного экономического роста спрос. Во многом данная схема укладывается в метафору Г. Дебора об обществе спектакля. По его словам, «вся жизнь обществ, в которых господствуют современные условия производства, представляется как необъятное нагромождение спектаклей. Все, что раньше переживалось непосредственно, теперь отстраняется в представление... Реальность, рассматриваемая по частям, разворачивается в своем обобщенном единстве в качестве особого псевдомира, подлежащего только созерцанию» [Дебор, с. 23]. В обществе, внимание которого направляется PR-коммуникациями, практически невозможно разорвать круг господствующих отношений.

Во-вторых, вплоть до конца двадцатого столетия независимая журналистика двигалась в направлении завоевания все большей и большей власти и авторитета в обществе. Сегодня мы наблюдаем поворотный момент, который связан в том числе и с появлением новой коммуникационной профессии — связей с общественностью. Журналистика начинает уступать позиции, подчиняясь влиянию маркетинга, рекламы и PR. Большая часть информации в публичном дискурсе появляется в результате прямой или косвенной работы PR-специалистов.

Идеалы независимой и объективной журналистики в эпоху универсальной культуры PR-продвижения становятся практически недостижимыми. Даже те редкие успехи общественно-значимых, культурных, экологических или политических журналистских расследований совершенно спокойно вписываются в современную культуру продвижения. Глобальный капитализм делает различные виды критических дискурсов частью своих стратегий продвижения. Таким образом, культура продвижения становится культурой манипуляций.

В-третьих, дискуссии вокруг проблемы медиатизации политики и последствий этого процесса для демократии привели к тому, что большинство исследователей, работающих в области политэкономии средств массовой информации настроены крайне пессимистично, поскольку не видят реального улучшения в публичной сфере «развитых демократий». PR-технологии стали обязательным элементом глобализации в таких важнейших аспектах, как глобальное разделение труда, формирование глобальной бизнес-элиты, мирового медиа-пространства и т.п.

При этом, в наиболее тяжелом положении оказываются социальные группы, которые раньше принадлежали к среднему классу. Вот как об этом пишет Д. Миллер: «...на страницах СМИ журналисты могут до бесконечности обсуждать и осуждать «жирных котов» большого бизнеса - общественное богатство тем временем все равно будет все больше и больше перераспределяться в пользу наиболее богатых слоев общества. Все указывает на то, что сегодняшней корпоративный и правительственный PR преследует не общественно значимые, а свои, и только свои эгоистические цели, делая это рука об руку со все более коммерциализирующимися СМИ, только и ждущими очередного вознаграждения от крупных структур PR» [Миллер, с. 97-98].

Экономический кризис 2008 года продемонстрировал наличие достаточно высокого запаса прочности у этой системы, с одной стороны, но также и наличие серьезных дисбалансов в производственных отноше-

ях и потребительских аппетитах, с другой стороны. И связи с общественностью имели непосредственное участие, как к возникновению кризиса (продвижение идеи сверхпотребления в кредит), так и к его плавному разрешению (продвижение идеи безальтернативности глобального капитализма). Таким образом, можно констатировать амбивалентный характер социально-политических эффектов PR-коммуникаций, способных вызвать и консервацию существующих общественных отношений, и их развитие. Будущее покажет, насколько устойчивой окажется такая конструкция общественных отношений.

ГЛАВА 3

СЕТЕВОЙ ПОДХОД В ПОЛИТИКЕ И ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЯХ

§ 3.1. Сетевой подход в социальных науках: базовые понятия и принципы

Методологию сетевого анализа на сегодняшний день едва ли можно отнести к основным инструментам прикладных исследований в отечественной политологии. Более распространенными оказались проверенные методики опросов общественного мнения, статистические методы анализа данных, контент-анализ и т.п. Так, например, большинство учебников по использованию прикладных методик исследований сделаны по образцу известной работы Дж. Б. Мангейма и Р. К. Рича и не содержат описания методов сетевого анализа [Мангейм]. Однако эти традиционные, проверенные временем инструменты зачастую «пасуют» перед лицом изменившейся реальности. Так, например, победа Барака Обамы над Хиллари Клинтон на демократических праймериз в 2008 нельзя было спрогнозировать, опираясь исключительно на традиционные методы политологического анализа [Быков, Интернет-технологии в избирательной кампании Барака Обамы]. Проблема заключается в том, что современный этап развития общества характеризуется массированным внедрением различных форм сетевой организации и самоорганизации в социальную структуру и политический процесс. Особенно ярко данная тенденция проявляется в области современных массовых коммуникаций, где наиболее заметным явлением последних лет стали, так называемые, социальные сети (Facebook, Twitter, Вконтакте и т. п.). Именно поэтому возникла острая необходимость в дополнении арсенала исследовательских методов и, таким образом, на сцене появилась более адекватная современным формам общественно-политической жизни методология сетевого анализа. И надо отметить, что в последние годы появились несколько работ, в которых сетевому методу уделяется определенное внимание [Ахременко; Градосельская; Попова].

Сетевой анализ завоевал относительную популярность лишь в

последние два десятилетия. Однако история сетевых исследований в социальных науках насчитывает значительно более давний срок. Если связывать возникновение сетевого метода с деятельностью Я. Л. Морено и его методом социометрии, который он практиковал для изучения малых групп, то тогда приблизительным рубежом начала сетевых исследований можно считать 30-е гг. прошлого столетия [Морено]. Так или иначе, в развитии сетевого подхода можно выделить два этапа: академический (до начала 90-х гг. прошлого столетия) и современный (после).

На первом этапе сетевыми исследованиями занималась небольшая группа социологов, психологов и политологов. Издавались два журнала: «Connections» и «Social Network». В 1978 г. была создана Международная ассоциация исследователей в области социального сетевого анализа (International Network for Social Network Analysis — INSNA) [Градосельская, с. 8-9]. Один из основателей этой ассоциации Джеймс Барнс в еще в 1954 г. дал одно из первых определений социальным сетям [Barnes]. В частности он писал: «Каждый человек... находится в соприкосновении с каким-то числом других людей, из которых одни находятся в непосредственном отношении друг с другом, а другие — нет. Соответственно каждый человек имеет определенный круг друзей, и эти друзья в свою очередь имеют собственных друзей. Некоторые из друзей одного человека знают друг друга, другие — нет. Я нашел удобным говорить о такого рода социальных полях как о сетях. Под этим мне видится система точек, некоторые из которых соединены между собой. Точками этой системы являются люди... и линии соединения этих точек указывают, какие люди взаимодействуют друг с другом» [Цит. по: Веселкин, с. 127].

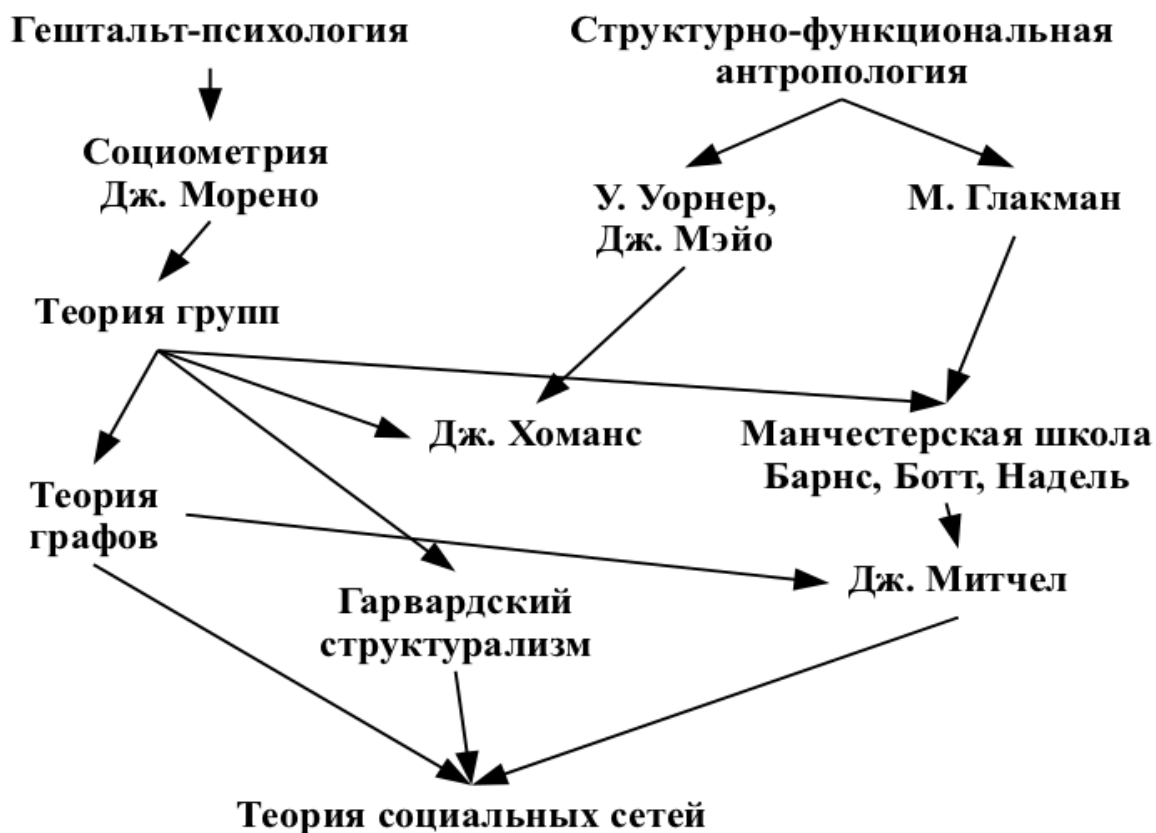
В то время исследования в этой области были не известны широким кругам общественности и даже в научных кругах идеи сетевого подхода оставались в тени таких мощных научно-исследовательских программ, как структурный функционализм или неомарксизм. Вместе с тем, современные исследователи теоретических истоков сетевого анализа в социальных науках выделяют особенную роль структурной антропологии и социологии малых групп для развития данной исследовательской парадигмы (рис. 1) [Scott]. Таким образом, сетевой подход находился в тени, но развивался вместе и благодаря более популярным теориям. При этом, отличительной особенностью сетевого подхода стало то обстоятельство, что именно в нем широкое применение получил

математический аппарат теории графов. В отличие от более известных общесоциологических подходов, использовавших для анализа и прогноза социальной динамики традиционные статистические методы, основанные на теории вероятности и математической статистике, сетевой подход преимущественно базируется на методах дискретной математики.

Серьезный перелом произошел в начале 90-х гг. Вероятно, это произошло в результате влияния нескольких факторов. Во-первых, нельзя не отметить, что резкое ускорение развитию сетевого подхода придало появление и широкое распространения интернета, который стал наглядным примером развития научных исследований в области построения телекоммуникационных сетей. Интернет, с одной стороны, стал прикладным продуктом в области теории сетей, а с другой стороны, способствовал резкому усилению интереса к этой теме не только среди «физиков», но и среди «лириков», то есть ученых гуманитарного профиля.

Р и с у н о к 1. Сетевой анализ в социальных науках

[Scott., p. 8]



Во-вторых, немаловажную роль также оказали процессы глобализации, которые способствовали формированию сетевых структур в индустрии научного производства. Повышение мобильности научных работников было стимулировано пониманием важности слабых связей и социальных сетей. Разумеется, личный житейский опыт оказывает серьезное влияние на научные воззрения носителей теоретических знаний. Пожизненная работа в одном и том же научно-образовательном центре стала чем-то исключительным, из ряда вон выходящим. Нормой жизни научных работников стали стажировки, поездки на научные конференции, совместные исследовательские проекты и т. п. При этом, мобильность научных кадров приводит не к разрушению научно-образовательных структур, а наоборот — к их укреплению. Кажущийся парадокс полностью соответствует выводам сетевой теории, которая описывает силу того или иного узла в сети через количество и качество его связей. Научные связи и обмены повысили значение одних узлов за счет падения других, соответственно те научные центры, которые не поддерживают научной мобильности и не создают адекватных условий для развития научных исследований у себя, оказываются в положении доноров.

Наконец, в-третьих, нельзя не упомянуть, что в руках ученых оказались специальные инструменты для проведения сетевых исследований. Наряду с программным обеспечением для проведения статистической обработки данных традиционных социальных исследований (SPSS, Statistica, MS Excel и т. п.) стали доступными дополнительные компьютерные программы специально приспособленные для сетевого анализа (Pajek, SocNet, StOCNET, UciNet и т. п.). Этот факт также способствовал развитию исследований в этой области.

Именно поэтому в последние двадцать лет ведущими университетами и издательствами мира уделяется огромное внимание методике и теоретическим основам сетевых исследований. Среди множества работ нам хотелось бы выделить такие работы, как «Социальный сетевой анализ: справочник», «Модели и методы социального сетевого анализа», «Методы исследования в социальном сетевом анализе», «Социальный сетевой анализ: методы и применения», «Сети: Введение» и др. [Freeman, White, Romney; Models and Methods in Social Network Analysis; Newman, Networks: An Introduction; Newman, Leicht; Scott; Wasserman, Faust]

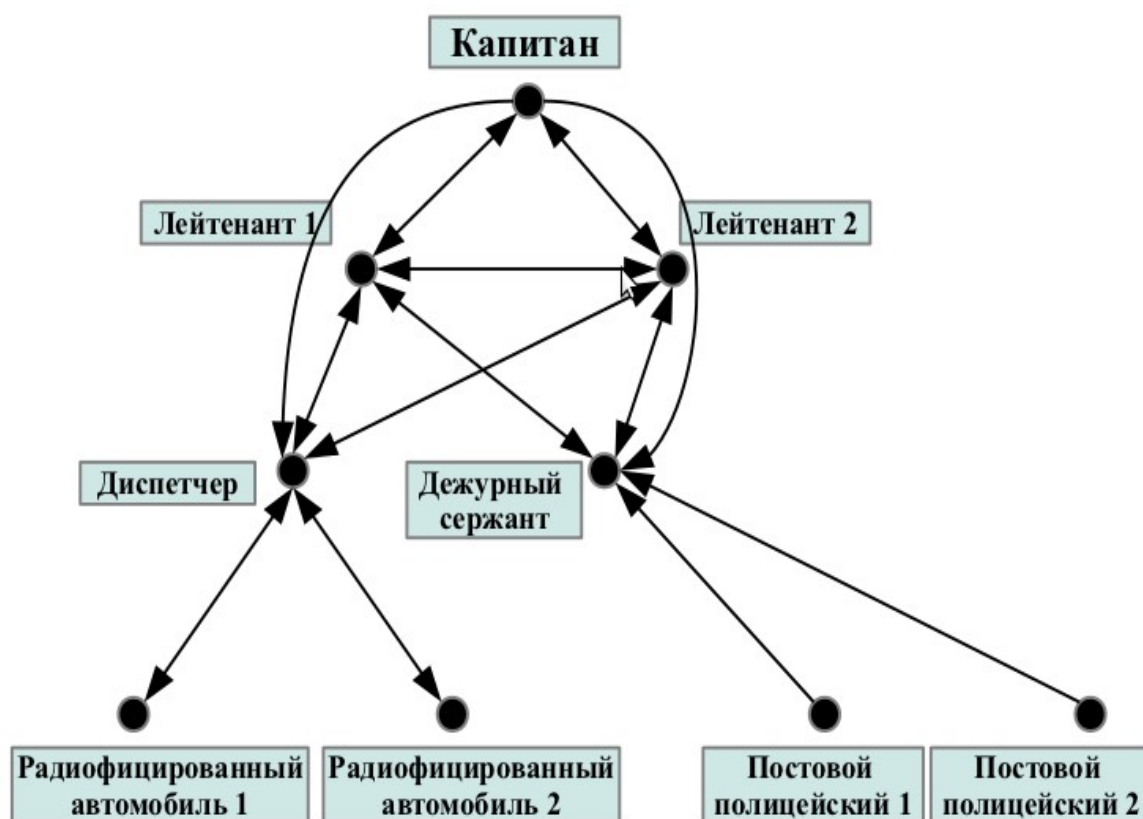
Остановимся на базовых принципах и методологических положениях сетевого подхода. Во-первых, следует выделить два нередуцируемых понятия, которые являются родовыми приметами любого сетевого исследования. Это понятия узел и связь. Узлами в политике выступают политические акторы, которые в зависимости от уровня и задач исследования могут быть представлены, как в виде отдельных индивидов, так и в виде формальных организаций или неформальных групп. Между узлами существуют определенные отношения или связи. Совокупность узлов и связей между ними формируют сеть, которая структурирует политические отношения. Вот, как об этом пишет немецкий исследователь Р. Хойслинг: «составными частями сети – абстрактно говоря – являются узлы и отношения. Несколько узлов, вступающих в отношения, образуют сеть. В общественных науках узлы, как правило, обозначают действующих, то есть людей, группы, организации или другие социальные структуры. Отношения же можно символически изобразить в виде каналов, через которые могут протекать различные виды социальной активности (например, дружеское общение, меновая торговля и/или решения власти) участвующих в ней действующих (узловые точки)» [Хойслинг, с. 36].

Другие авторы предлагают использовать термин «сеть» для «обозначения наблюдаемых образцов социальных отношений между индивидуальными единицами анализа» [Аберкромби, Хилл, Тернер, с. 420]. Этими единицами анализа могут выступать, как отдельные индивиды, так и группы индивидов, организации, целые страны и т. п. Образцами отношений, подвергаемых исследованию, также могут выступать самые разные социальные отношения: дружба, родство, влияние, экономические отношения и т. п. Подобный подход дает исследователям возможность высвечивать «структуру реально существующих социальных отношений, являясь, таким образом, полезным исследовательским инструментом... Некоторые аналитики идут дальше и утверждают, что именно образцы социальных отношений между индивидами и составляют социальную структуру» [Там же, с. 420].

Наиболее важными для прикладных исследований являются отношения или связи между узлами, так как именно они характеризуют место роль того или иного узла в сети. Более того, описание структуры сети при помощи методов визуализации, и в частности картографирования, дает исследователям объективную картину

реальности. Таким образом, изучение отношений между узлами приобретает критически важное значение. Сюда входят такие параметры, как сила (количество взаимодействий) и направленность связей (влияние). В зависимости от потребностей и точности исследования определяются критически важные параметры параметров связи. Для одних исследований направленность связи практически не имеет значения, для других — это очень важно, так как позволяет предсказывать, например, пути распространения политической информации, если исследование относится к теме политических коммуникаций и анализу устройства бюрократических и административных структур. В качестве примера приведена схема коммуникаций в полицейском участке (рис. 2). Пример основан на иллюстрации из книги Ф. С. Робертса [Робертс, с. 35].

Р и с у н о к 2. Сеть коммуникаций подразделения полицейской службы



Поскольку узлы и отношения между ними являются предметом изучения математической теории графов, постольку в обиход исследователей, использующих сетевой метод, широко вошли такие

понятия, как вершина и ребро. Собственно, любая социальная сеть с точки зрения этой теории является графом, то есть комбинацией конечного числа вершин и ребер. Вот как об этом пишут отечественные исследователи Д. А. Губанов, Д. А. Новиков и А. Г. Чхартишвили: «Формально социальная сеть представляет собой граф $G(N, E)$, в котором $N = \{1, 2, \dots, n\}$ — конечное множество вершин (агентов) и E — множество ребер, отражающих взаимодействие агентов» [Губанов, Новиков, Чхартишвили, с. 4]. Подобная формализация должна способствовать научной строгости и призвана освободить политические исследования от политической ангажированности и предвзятости.

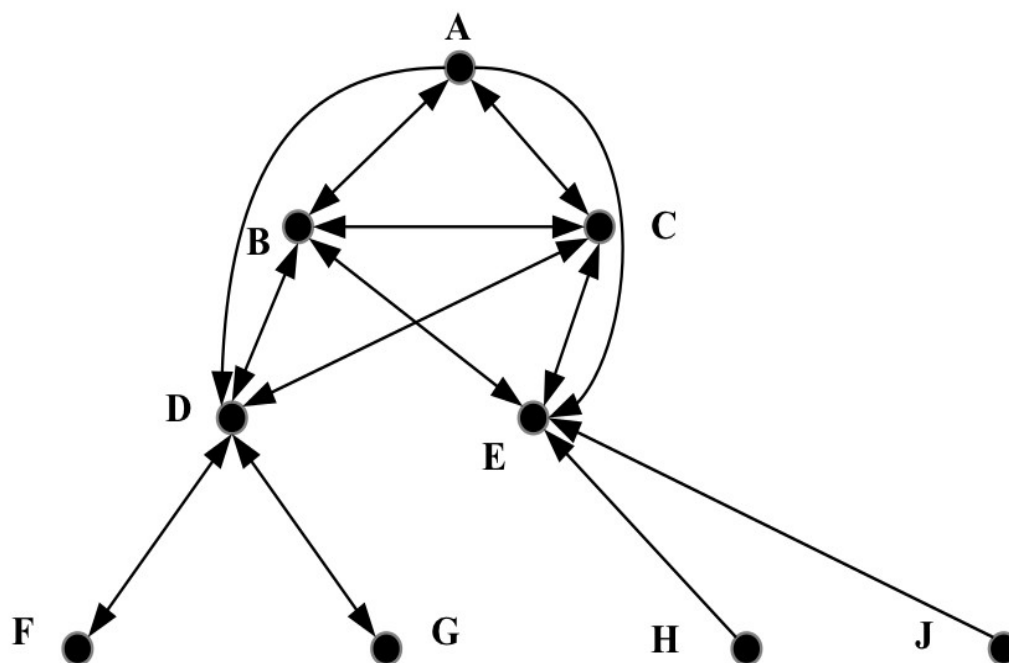
С точки зрения математики социальные сети предстают в виде графов. Графы в этом случае выступают совокупностями множеств узлов (вершин) и связей (ребер) между ними. В специальной литературе по дискретной математике широко распространен термин «орграф» (организованный граф), который является графом с направленным влиянием, то есть таким, где одни узлы оказывают одностороннее влияние на других или испытывают взаимное влияние друг на друга. В случае, если влияние оказывается в одну сторону, то это обозначают стрелочкой в одну сторону, а если влияние двухстороннее, то это обозначают либо стрелочками в обоих направлениях, либо линией без стрелочек. Таким образом, представленную выше в качестве примера сеть коммуникаций внутри полицейского участка, как и любой другой бюрократический орган, можно представить в виде графа, а точнее в виде орграфа. В нашем случае он будет выглядеть так, как показано на рисунке ниже (рис. 3).

Практическое использование орграфов нашло применение в первую очередь при решении транспортных проблем. Собственно, первая задача, над решением которой задумались математики и которая дала толчок развитию дискретной математики, была связана с загадкой Кенигсбергских мостов. В этой задаче фигурировали семь мостов Кенигсберга, через которые надо было пройти, при этом не пересекая один и тот же мост дважды [Харари]. Именно поэтому важнейшей характеристикой орграфов выступает достижимость, то есть принципиальная возможность попасть из одной вершины в другую.

В нашем случае с графом «G» из вершины «А» принципиально невозможно достигнуть вершины «Н» и «J», коммуникация с которыми возможно только посредством вершины Е. Другими словами, постовые полицейские могут получить сообщение от своего капитана только тогда,

когда они вступают в связь с дежурным сержантом. Другой параметр орграфов связан именно с этим обстоятельством. Поскольку постовые могут общаться с сержантом, постольку граф «G» остается соединимым графом.

Р и с у н о к 3. Граф «G», формализующий сеть коммуникаций подразделения полицейской службы



Соединимость и достижимость выступают составными частями важнейшей характеристики любого графа и соответственно любой социальной сети — связности. Связность графа характеризует то, насколько хорошо вершины связаны между собой, то есть, можно ли к примеру, из любой из них связаться с другой любой из них. В идеальном случае из любого узла сети можно попасть (пусть не на прямую) в любой другой узел.

Далее, важнейшей характеристикой графа является его плотность. Этот параметр характеризует граф с точки зрения того, связаны ли узлы между собой напрямую. Поэтому максимально плотный граф обладает максимально возможной связностью. Вместе с тем граф может распадаться на несколько плотно «сцепленных» между собой клик (кланов или облаков) вершин. При этом плотность всего графа будет относительно высокой, а вот его связность — нет.

Социальные сети в реальном мире имеют тенденцию к

формированию в них групп, сильно связанных между собой, которые можно назвать кланами или кликами. В соответствующей специальной литературе этот эффект получил название эффекта кластеризации. Попадая в такой кластер индивид неизбежно знакомится и заводит связи с остальными членами клана. Так, например, происходит когда люди переезжают в другой дом, меняют профессию или обретают семью. Данный эффект намного превышает простую статистическую вероятность, что делает анализ социальных сетей весьма нетривиальной задачей.

Более того, в процессе применения сетевого анализа в социальных науках исследователи пришли к заключению, что большое значение играет такое понятие, как центральность. Это понятие применяется к как к сетям в целом, так и к отдельным вершинам. Наибольшую ценность в социальных науках имеет понятие промежуточной центральности (англ. *Betweenness centrality* — И. Б.) или центральности как посредничества. Как пишет Г. В. Градосельская, «главную идею этого подхода можно сформулировать следующим образом: актор тем более централен, чем больше количество других акторов между которыми он находится (чем больше маршрутов он контролирует)» [Градосельская, с. 69].

Т а б л и ц а 4. Матрица смежности графа «G»

	A	B	C	D	E	F	G	H	J	Итого:
A	0	1	1	1	1	0	0	0	0	4
B	1	0	1	1	1	0	0	0	0	4
C	1	1	0	1	1	0	0	0	0	4
D	0	1	1	0	0	1	1	0	0	4
E	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2
F	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
G	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
H	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
J	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Итого:	2	4	4	5	5	1	1	0	0	44

Для того проиллюстрировать понятие центральности и особенно понятие промежуточной центральности вернемся к нашему примеру с сетью коммуникаций в полицейском участке, то есть к графу «G». Любую

сеть и соответственно любой граф можно представить в виде матрицы смежности связей между узлами сети (ребер между вершинами). В таблице ниже представлена матрица смежности графа «Г», где в рядах таблицы отмечены положительные связи узла с другим узлом (наличие связи обозначается как 1, отсутствие — как 0). В данном случае положительная связь означает возможность отправить сигнал другому узлу. В столбцах отмечены обратные связи, то есть возможность получения сигнала от других. Полученные таким образом данные можно подвергать любым математическим манипуляциям, доступным в соответствующих разделах теории множеств, теории графов и дискретной математики.

Т а б л и ц а 5. Общее количество связей вершин графа «Г»

Вершина	Прямых связей	Обратных связей	Итого
A	4	2	6
B	4	4	8
C	4	4	8
D	4	5	9
E	2	5	7
F	1	1	2
G	1	1	2
H	1	0	1
J	1	0	1

Подсчитаем теперь общее количество связей (и прямых, и обратных) для каждой вершины (табл. 5). Из этой таблицы хорошо видно, что вершина «D» обладает самым большим количеством связей в графе. Прекрасно видно, что в соответствие с критерием промежуточной и исходя из сетевого подхода, вершина «А», то есть руководитель полицейского участка на самом деле находится на периферии сети коммуникаций полицейского участка. Фактически важнейшим структурным звеном данной организации является диспетчер, на котором замыкаются почти все связи. Можно легко представить ситуацию, когда, находящийся в центре событий диспетчер, путем торможения или ускорения передачи сообщений приведет к тому, что руководитель подразделения не сможет в соответствующее время

принять правильное решение и тем самым лишится своей позиции. Именно поэтому, в России так распространена бюрократическая практика размещения «своих» людей на ключевых постах. Однако при этом дизайн бюрократических структур осуществляется не на научных методах с использованием сетевого подхода, а на интуитивных озарениях с результатом близким к описанному в книге С. Паркинсона «Законы Паркинсона» [Паркинсон].

Наш пример также достаточно удобен для иллюстрации характеристики плотности. В графе «G» насчитывается 9 вершин и 44 связи, то есть 4,88 связи на одну вершину. Мы можем сделать вывод, что граф «G» довольно плотный. В нем нет изолированных вершин, не имеющих ни одной связи с другими. Однако, вызывает беспокойство положение вершин «F», «G», «H», и «J» (и особенно последних двух), которые могут потерять связь с основной частью графа. Кроме того, мы можем вычислить коэффициент плотности для данной сети. Он вычисляется по следующей формуле [Градосельская, с. 67]:

$$\text{Плотность} = L / N * (N - 1)$$

Где L — это общее количество связей, а N — общее количество узлов.

В нашем случае мы имеем 44 существующих связи из 72 максимально возможных. Соответствующий коэффициент плотности графа «G» составляет 0,61 или 61%. Используя эту формулу можно сравнить плотности разных сетей.

В соответствии с основными характеристиками сетей можно делать различные классификации сетей. В соответствии с показателем связности можно говорить о сетях трех видов:

- несвязанные;
- связанные слабо;
- связанные сильно.

Оперируя показателем плотности также можно выделить три группы сетей:

- высокой плотности;
- средней плотности;
- низкой плотности.

С точки зрения показателя централизованности, можно выделить

сети централизованные, многополярные (с несколькими центрами) и децентрализованные (без выраженных центров). Чаще всего социальные сети тяготеют к той или иной форме централизации, что выражается, например, в феномене экономического расслоения, когда мировая экономика фактически распалась на три круга: центральную зону, полупериферию и периферию.

Надо отметить, что классификация сетей зависит не только от конфигурации их связей, но и от вероятностной природы осуществления этих связей. Дело в том, что в реальности политические акторы принимают решения руководствуясь различного рода предпочтениями между различными вариантами поведения. При этом, они взвешивают вероятность реализации того или иного сценария в результате собственного поведения и поведения других игроков. Таким образом, некоторые виды сетей предстают не в виде абсолютно детерминированных путей, как это, например, имеет место с транспортными сетями или четко очерченными и соблюдаемыми юридическими нормами, а в виде стохастических или вероятностных коллективных действий. В связи с этим, мы можем выделить сети с фиксированными связями и с вероятностными.

Нельзя не отметить, что большую роль в развитие вероятностного подхода в сетевом анализе сыграл наш соотечественник, российский математик — А. А. Марков (1856 - 1922). Сети, состоящие из связей, осуществление которых не обладает стопроцентной вероятностью, функционируют в другом режиме, нежели чисто детерминистские сети. Однако, значительная часть математического аппарата, используемого для анализа графов может быть приспособлена для анализа вероятностных моделей [Робертс, с. 321]. Так, например, в нашем графе «G», который формально представляет сеть коммуникаций в полицейском участке, из вершины «А» можно попасть в вершину «D» пятью способами:

- A — D;
- A — B — D;
- A — C — D;
- A — C — B — D;
- A — C — E — B — D.

Разумеется, вероятность первого варианта, когда капитан напрямую позвонит диспетчеру, значительно более вероятен, чем последний, пятый вариант. Однако сам выбор делает схему вероятностной.

На основе вероятностных предпочтений участников выработки групповых решений была разработана знаменитая теорема или Парадокс Эрроу. Кеннет Эрроу, Нобелевский лауреат по экономике, сформулировал этот парадокс в 1951 г. Парадокс имеет непосредственное отношение к такой политической проблеме, как выработка коллективных решений и достижение приемлемого для большинства выбора [Эрроу].

В последние годы относительно большое распространение в научной литературе получили исследования, так называемых нейронных сетей [Ахременко]. Использование методов анализа нейронных сетей в социальных науках базируется на практическом применении некоторых базовых принципов работы человеческого мышления. Дело в том, что человеческий мозг «состоит из огромного множества простых элементов — нейронов, число которых приблизительно равняется 10^{11} — количеству звезд Млечного пути. Каждый нейрон связан с несколькими тысячами других нейронов с помощью нервных волокон, через которые передаются электрические импульсы. Таким образом, мозг человека содержит приблизительно 10^{15} взаимосвязей» [Там же, с. 267]. Кроме самого факта того, что человеческий мозг можно представить в виде графа с огромным количеством вершин, важно учесть и то обстоятельство, что, во-первых, связи между нейронами разные (например, выделяют дендриты — нервные волокна обеспечивающие входящую информацию, а также аксоны — поддерживающие исходящий сигнал), а, во-вторых, что конфигурация этих связей, как и роль отдельных узлов, еще недостаточно изучены.

Тем не менее, современных знаний в этой области уже достаточно для того, чтобы ученые приступили к созданию, так называемых, искусственных нейронных сетей. В специальной литературе называют как минимум два вида нейронных сетей. Во-первых, это слоистые сети (сети прямого распространения) — в них нейроны располагаются слоями, а каждый узел одного слоя связан с узлами следующего слоя. Во-вторых, выделяют сети полной связи, когда все узлы нейронной сети связаны между собой.

Надо отметить, что в каком-то смысле сервисы социальных сетей в Интернете напоминают искусственные нейронные сети. При этом участники выступают в роли нейронов, обладающих автономной памятью и способных учиться. Однако при этом, социальные сети в Интернете, в отличие от искусственных нейронных сетей, не могут быть

отнесены к двум их разновидностям. В первом случае, с слоистыми сетями не работает принцип слоев, а во втором случае с нейронными сетями полной связи отсутствует связь всех узлов между собой. В последнем случае мы имеем дело с фрагментированными нейронными сетями.

А. С. Ахременко в своей работе приводит примеры задач, которые можно решать при помощи искусственных нейронных сетей, а также несколько случаев успешного применения искусственных нейронных сетей в политике. В частности, для прогнозирования результатов выборов президента США была поставлена задача отобрать из большого числа независимых переменных ограниченный набор факторов, оказывающих наибольшее влияние на выборы. «В результате было получено всего пять значимых факторов:

- 1) уровень конкуренции при выдвижении от правящей партии;
- 2) наличие существенных социальных волнений во время правления действующего президента;
- 3) спад или депрессия в год выборов;
- 4) значительность изменений, совершенных действующим президентом в политике;
- 5) активность третьей партии в год выборов» [Ахременко, с. 276].

Нейронные сети весьма хорошо подходят для решения задач с нелинейными зависимостями ввиду своей нелинейной природы.

§ 3.2. Специальное программное обеспечение сетевых исследований

В этом параграфе представлен краткий обзор и сравнительный анализ нескольких программных продуктов, специализирующихся на автоматизации исследовательских процедур, описанных в предыдущей главе. Начиная с 1970 года, когда увидела свет первая специализированная программа такого рода, было создано около сотни программ (Всего по данным Википедии, где ведется специальный список программ для сетевого анализа, насчитывается около 70 программных продуктов [Social network analysis software]. Они отличаются между собой довольно значительно по самым разным параметрам: функциональным возможностям, рабочей среде, удобству пользовательского интерфейса и т. п. Считает-

ся, что первая программа автоматического построения социограмм была создана в 1970 г., и она называлась SOCK [Прохоров, Ларичев]. С ее помощью была построена первая созданная автоматическим образом социограмма американских интеллектуальных кругов. В качестве исходных данных использовались тексты научно-публицистической периодики.

Далее, в 1978 г. увидела свет программа NEGOPY, которая использовалась для поиска связей в социальных группах. Она могла обрабатывать данные не более чем о тысяче членов и не более чем 20 тысяч связей. В 80-е годы программа использовалась в 100 ведущих университетах мира для научных исследований. Основными областями применения данной программы были поиск социальных связей в коллективах, выявление внутренних группировок (клик), а также сортировка узлов в ограниченный набор ролевых категорий [Там же]. В 1991 г. появилась известная программа STRUCTURE, которая получила широкое признание в эти годы. Она работала в среде DOS, не имела графического интерфейса и управлялась при помощи командной строки [Huisman, van Duijn].

На сегодняшний день существует большое разнообразие специальных программ для социального сетевого анализа. И это разнообразие продолжает усиливаться быстрыми темпами. Если 10 лет назад насчитывалось около 30 программных продуктов, то сегодня, как уже упоминалось, около 70 [Huisman, van Duijn, p. 270]. При этом, необходимо отметить, что на рынке современного программного обеспечения для традиционных социологических исследований уже сформировались лидеры, которые получили широкую известность. Мы имеем ввиду программы SPSS и STATISTICA [Боровиков, Ивченко; Бююль, Цефель; Наследов]. Вероятно, со временем и в результате конкурентной борьбы разнообразие рынка программного обеспечения для сетевых исследований также сократится. Однако сейчас мы имеем огромный выбор, где наряду с платными продуктами существуют вполне работоспособные бесплатные программы.

Именно поэтому мы посчитали важным представить сравнительный анализ некоторых, наиболее подходящих для политического прогнозирования программ в области сетевых исследований. В отечественной литературе практически отсутствуют издания, описывающая как пользоваться конкретными программами для сетевого анализа. В то время как за рубежом этой теме уделяется большое внимание [Computational Social Network Analysis; Handbook of Social Network Technologies and Applications; Knoke, Yang; Memon, Alhajj; Nooy, Mrvar, Batagelj]. Фактиче-

ски существует всего две работы, проливающие свет на эту проблему [Нейронные сети; Прохоров, Ларичев]. Однако одна из них, «Нейронные сети. STATISTICA Neural Networks» посвящена исключительно одной программе и освещает тему исследований и прогнозов с использованием одного метода — метода нейронных сетей. Вторая работа, «Компьютерная визуализация социальных сетей» с одной стороны, весьма компактна, а с другой стороны, довольно сильно устарела. Так, например, сильно устарела классификация программ для сетевого анализа, предложенная авторами этой статьи. В частности, они предлагают делить все программы на две большие категории: для ручного рисования социограмм и для автоматической обработки и визуализации данных. На наш взгляд, такая классификация совершенно устарела, во-первых, в связи с повсеместным распространением офисных пакетов, в которые автоматически входят инструменты рисования алгоритмов и разного рода схем, а, во-вторых, в связи с тем, что программы для ручного рисования социограмм, собственно, не являются специализированным программным обеспечением для социального сетевого анализа. Они созданы в первую очередь для рисования организационных диаграмм и схем.

Очевидно, что требуется новая классификация, построенная на использовании комплексного подхода и учитывающая современные реалии. На наш взгляд, более правильной классификацией выступает деление программ, в первую очередь, по функциональным возможностям. В результате этого деления можно говорить о трех группах специализированных программ для социального сетевого анализа:

1. «Полного цикла» (включают обработку данных, элементы дескриптивной статистики, модуль визуализации и т. п.).
2. «Неполного цикла» (отсутствует 1-2 модуля от программ «полного цикла»).
3. «Узкой специализации» (созданные для решения специальной задачи).

Кроме того, можно с высокой степенью вероятности предсказывать внедрение модулей сетевого анализа в традиционные статистические пакеты. Собственно, уже сегодня программа STATISTICA включает модуль анализа нейронных сетей. Скорее всего, через некоторое время крупные компании, занимающиеся разработкой программного обеспечения, обратят внимание на эту нишу и разработают соответствующие приложения.

Для сравнительного анализа программного обеспечения в области

сетевого анализа нами были выбраны несколько программ. Наш выбор был ограничен несколькими параметрами. Во-первых, наш обзор должен быть достаточно компактным. Во-вторых, мы предпочли сконцентрироваться на тех программах, которые созданы для работы под управлением операционной системы Windows, так как именно эта операционная система наиболее привычна российским пользователям. В-третьих, мы постарались выделить наиболее популярные программы, ориентируясь при этом на упоминания в специальной литературе. Также, к большому сожалению, из нашего обзора автоматически выпало несколько программ, распространяемых на условии платной лицензии и не имеющих демонстрационной версии. В результате отбора для сравнительного анализа было выбрано шесть программ (табл. 6).

Т а б л и ц а 6. Список программ социального сетевого анализа, выбранных для сравнения

Название	Краткая характеристика	Условия распространения
CFinder	Выявление и анализ клик	Бесплатно для некоммерческого использования
NetMiner	Общий сетевой анализ с использованием графического интерфейса	Платно, 30-дневная демо-версия
Pajek	Визуализация больших сетей	Бесплатно для некоммерческого использования
STATISTICA	Статистический пакет с модулем нейронных сетей	Платно, 30-дневная демо-версия
StOCNET	Статистический анализ	Бесплатно для некоммерческого использования
UCINET и NetDraw	Продвинутый сетевой анализ	Платно, 60-дневная демо-версия

Среди множества критериев сравнительного анализа программного обеспечения для сетевого анализа, как мы уже упоминали выше во время описания проблемы классификации, следует в первую очередь выделить функциональные возможности этих программ. Однако, сами эти функциональные возможности в свою очередь также различаются. Так, самый первый функционал относится к введению и редактированию исходных данных. Во-вторых, надо рассмотреть аналитические возможно-

сти программ, которые базируются на осуществлении различных методов вычисления данных. Среди них выделяют три типа методов:

- Deskриптивные методы вычисления простых статистических данных сети (например, индекса плотности сети);
- Стандартные процедуры вычисления более сложных аналитических техник (кластерный анализ);
- Статистическое моделирование, основанное на стохастических моделях (к примеру — экспоненциальные модели случайных графов).

Далее, следует остановиться на возможностях визуализации результатов исследования. В последнее время большой интерес вызывают возможности трехмерной или 3D-визуализации сетей. И наконец немаловажное значение имеют дружелюбность интерфейса программы, наличие разного рода руководств, справочников, а также возможности получения технической поддержки.

Таким образом, дальнейшее сравнение будет базироваться на семи критериях:

1. Данные;
2. Deskриптивные методики;
3. Стандартные процедуры;
4. Статистическое моделирование;
5. Визуализация;
6. Интерфейс;
7. Поддержка.

Мы решили начать наш обзор с программ UCINET и NetDraw, так как авторы этих программ - С. Боргатти, М. Эверетт и Л. Фриман - были одними из первых исследователей, кто начал разрабатывать специально программное обеспечение для сетевого анализа. Данное направление исследований получило широкую поддержку в Гарвардском университете, США. Программа была создана при поддержке данного университета. Они создали программный продукт, который до сих пор широко используется в научных исследованиях. При этом, Л. Фриман считается первооткрывателем ведущим специалистом в области промежуточной центральности [Freeman]. Мы также решили объединить эти две программы, так как они дополняют друг друга, а работа в NetDraw базируется на данных, полученных из UCINET. Фактически NetDraw выступает в качестве бесплатного и не требующего регистрации модуля к программе UCINET, которая в свою очередь бесплатна, но требует регистрации.

Минималистский дизайн программы UCINET вызван как достаточ-

ным количеством времени, прошедшим после ее появлением, так и задачей, которую ставили ее создатели — добиться большой производительности. И по сей день, на наш взгляд, этот модуль является одним из лучших среди имеющихся в наличии. В программе UCINET реализованы основные функции дескриптивной статистики, стандартных процедур, кластеризации и т. п. Визуализация сетей в программе UCINET отсутствует, однако она реализована при помощи специальной программы NetDraw. Такая особенность вызвана во многом тем, что UCINET обладает разнообразными возможностями импортирования и экспортирования данных. Что позволяет использовать ее с другими программами.

Надо отметить, что UCINET является одной из самых, если так можно выразиться, авторитетных программ в научных кругах. С ее помощью выполнено большое количество исследований. В частности - работа М. Лонкила «Интернет и антивоенный активизм в России» [Lonkila].

Программа Pajek (паук - на словенском языке) по уверению создателей создана для анализа очень больших сетей, количество вершин в которых насчитывает сотни тысяч и даже миллионы. Создатели программы начали свою работу в ноябре 1996 г. На сегодняшний день программа Pajek стала одной из самых упоминаемых среди ученых, практикующих сетевые методы исследований [Nooy, Mrvar, Batagelj]. Причина данного положения вещей заключается в том, что до появления этой программы большинство исследований вынужденно ограничивались несколькими десятками вершин. Так, например, программа UCINET может работать с сетью, состоящей максимум из 32767 вершин (фактически комфортная работа возможна не более чем с 5000. Однако сегодня наиболее важные социальные сети являются большими, то есть содержат более 100 тысяч вершин. Так, например, в социальной сети Facebook зарегистрировано несколько сотен миллионов участников. Для анализа больших сетей Pajek использует различные методики декомпозиции, которые позволяют упростить огромные массивы данных, выделяя в них наиболее крупные узлы и связи. При весьма простом интерфейсе, Pajek справляется с выполнением весьма сложных вычислений, которые требуют очень серьезной математической подготовки. При этом программа поддерживает импорт различных форматов данных. Интерфейс программы едва ли можно отнести к дружеским.

Программа NetMiner является одной из немногих платных программ, созданных специально для сетевого анализа. Возможно, именно поэтому ее отличают прекрасный пользовательский интерфейс. Большинство

функций реализованы в этой программе на уровне интуитивно понятной последовательности действий. Редактор исходных данных, на наш взгляд, является наиболее приятным и удобным для использования. Визуализация в программе NetMinet реализована на самом высоком уровне, включая самые новейшие приемы 3D-моделирования. Особенно следует отметить возможность навигации по картам больших сетей. Большинство дескриптивных статистик и вычислительных процедур выполнены на отличном уровне, отличаются удобством и широкими возможностями формирования разнообразных отчетов, включающих в том числе графики и диаграммы. Также следует отметить, что в программе NetMiner на высоком уровне реализована задача поиска клик в социальных сетях.

STATISTICA Neural Networks являются «единственным в мире программным продуктом для проведения нейросетевых исследований, полностью переведенным на русский язык» [Нейронные сети, с. 3]. Несомненно, это два обстоятельства ставят данный программный продукт в особое положение. Поскольку статистический пакет STATISTICA достаточно известен, а его интерфейс однообразен для всех модулей, постольку мы остановимся на том, каковы особенности анализа данных и прогнозирования результатов с использованием модуля Neural Networks. Сам модуль следует установить отдельно, если он не поставляется в комплекте. И тут надо отметить, что данный продукт слабо подходит для анализа реальных социальных сетей. Речь идет об искусственных нейронных сетях, которые можно использовать для прогнозирования. При этом, сети могут носить, как линейный, так и вероятностный характер.

В отличие от всех остальных программ, представленных в обзоре, StOCNET не имеет модуля ввода и редактирования данных, а также визуализации. Ее основное предназначение связано с дополнительным статистическим обеспечением сетевого анализа в области. StOCNET предоставляет возможности статистического моделирования, основанного на стохастических моделях. Она содержит шесть разных статистических модулей. В частности, первая модель BLOCKS используется для построения стохастических алгоритмических моделей [Nowicki, Snijders]. Это делает программу StOCNET на сегодняшний день уникальной.

Программа CFinder является бесплатным программным продуктом для нахождения и визуализации пересекающихся плотных групп (клик) вершин в сетях. Данная программа работает на основе метода перколяции клик, разработанного венгерскими исследователями [Palla, Derényi,

Farkas, Vicsek]. CFinder имеет настолько узкую специализацию, что не предлагает пользователям никаких способов редактирования матриц смежностей, дескриптивной статистики всей сети или статистического моделирование. Все в этой программе подчинено задаче нахождения и визуализации клик. Исследователю, имеющему в своем распоряжении матрицу смежностей, остается только импортировать данные и изучать полученные результаты. Визуализация результатов выполнена на приемлемом уровне.

Как справедливо замечают авторы главы о программном обеспечении для сетевого анализа в книге «Модели и методы в социальном сетевом анализе», «невозможно сделать полностью справедливого сравнения между программными продуктами потому, что их цели разные, что ведет к разной функциональности» [Huisman, van Duijn, p. 311]. Поэтому, видимо, нужно осуществлять выбор конкретной программы, ориентируясь на конкретные задачи исследования. Однако, на наш взгляд, можно выделить несколько очень важных моментов (табл. 7). Большая часть современных программ предлагают очень интересные средства визуализации данных, которые несомненно не только «украсят» исследование, но и сделают анализ данных более доступным для понимания.

Т а б л и ц а 7. Оценка программ, выбранных для анализа

Программа	Данные	Описательная статистика	Процедуры	Моделирование	Визуализация	Поддержка	Дружественность интерфейса
CFinder	+	+	+	+	+	+	+
NetMiner	++	++	++	++	+-	++	+-
Pajek	+	++	+	++	+	+	+-
STATISTICA	++	+-	+-	+-	+-	++	++
StOCINET	+-	0	+-	0	++	+	+
UCINET и NetDraw	++	+	++	++	+	+	+

Экспликация: «0» - функция отсутствует, «+» - функция присутствует минимально, «+ –» функция присутствует, но реализованной с некоторыми недостатками, «+ +» хорошо реализованная функция.

Во-вторых, большинство программ предлагают набор описательной статистики.

В-третьих, для большинства случаев, не требующих сверхсложных методов исследования, наиболее удобным вариантом выглядит программа NetMiner, самым большим недостатком которой является ее платность. Вместе с тем, данная программа может быть заменена 2-3 бесплатными, используя которые можно добиться хороших результатов.

В заключении следует особенно подчеркнуть, что к большому сожалению все программы (за исключением статистического пакета STATISTICA), представленные в обзоре, не имеют русскоязычного интерфейса. Это значит, что для того чтобы использовать предлагаемую технику исследования необходимо не только разбираться в теории и методологии сетевого анализа, но и иметь представление о том, как основные термины и процедуры переводятся на английский язык.

§ 3.3. Сетевой анализ политики и политических коммуникаций

Развитие теории сетевого анализа привело к количественному росту прикладных исследований с использованием этого метода [Быков, Эмпирические исследования политики с использованием методов сетевого анализа, 2011]. Среди основных направлений социально-политических исследований с применением сетевой методологии можно назвать следующие:

- Социальный капитал;
- Сетевое взаимодействие структур гражданского общества;
- Использование сетей в государственном управлении;
- Сетевое общество и глобализация;
- Сети в международных отношениях;
- Сетевые политические коммуникации.

Остановимся на каждом из этих направлений подробнее. Понятие социального капитала стало одним из первых открытий, сделанных при помощи сетевой методологии [Фукуяма]. Благодаря многим исследованиям выяснилось, что качество, количество и конфигурация отношений в обществе сами по себе имеют ценность [Putnam]. И эта ценность на-

много превышает сумму человеческого капитала, которую можно получить путем простого суммирования тех инвестиций, которые были сделаны в развитие отдельных индивидов. Как убедительно показал Марк Гранноветтер, для любого индивида круг знакомых, которых едва ли можно отнести к друзьям, имеет не менее, а может и более важное значение, чем близкие родственные или дружеские связи [Granovetter, 1973, Granovetter, 1983]. В последнее время концепция социального капитала все больше степени связывается с сетевыми формами социальной организации. При этом, большая надежда возлагается на современные информационно-коммуникационные технологии, которые, как предполагается, способны заменить прежние, устаревшие и во многом формальные, методы создания социального капитала, базировавшиеся на формальном членстве граждан в общественных организациях, внесении ежегодных членских взносов, общих собраниях, протоколах и т. п. [Hopkins, Thomas, Meredyth, Ewing]

Анализ уровня развития и качества состояния социального капитала в той или иной стране позволяет делать выводы об уровне ответственности правительства перед гражданами [Claibourn, Martin]. Этот анализ также позволяет определить перспективы становления гражданского общества в конкретной стране. В частности, в России социальный капитал находится на относительно низком уровне, однако и говорить о том, что он полностью разрушен не приходится. В свою очередь эти данные позволяют делать выводы о перспективах успешной оппозиционной деятельности демократических политических партий [Быков, 2011].

Исследование социального капитала очень близко примыкает к исследованиям гражданского общества. На наш взгляд, понятие социального капитала является, с одной стороны, более широким, а, с другой стороны, менее политически ангажированным. Концепт гражданского общества в основном делает акцент на изучении влияния общественных и общественно-политических организаций на политический процесс и поддержание демократии [Siegel]. В то же самое время, подход социального капитала использует эконометрические методы и изучает как структуру отношений в обществе, так и те ценности, которые способствуют или не способствуют его развитию. Таким образом, социальный капитал включает два основных измерения: сетевые структуры и доверительные нормы. Именно поэтому большое значение в индексах развития социального капитала имеют показатели доверия людей друг другу, общественным организациям, политическим лидерам и т. п. [Масамиси, Давыденко, Ла-

тов, Ромашкин, Латова]

Еще одно исследование с использованием сетевого анализа, «Сетевой анализ комитетов в палате представителей Конгресса США [Porter et al.], посвящен анализу политического процесса. Оно базируется на фиксации членства депутатов в различных комитетах и субкомитетах в 2001-2002 гг. Поскольку один депутат имеет право принимать участие в нескольких комитетах, постольку за силу связи между комитетами было принято нормализованное участие депутатов в работе двух комитетов. Например, если в работе двух комитетов не принимают участие хотя бы один из депутатов, то это значит, что между ними нет связи. Чем больше одних и тех же депутатов работают в двух комитетах, тем сильнее связь между ними и тем ближе они находятся на карте. Данный подход не исследует направления отношений, ограничиваясь анализом структуры палаты представителей. В результате этого исследования выяснилось, что в палате представителей формируются настоящие кластеры, то есть замкнутые группы комитетов, в которых значительное количество членов совпадают. Так, например, произошло с группой комитетов, занимающихся проблемами контрразведки и разведки. Они сформировали плотный пятиугольник в правой части во главе с постоянным комитетом по разведывательной деятельности — Permanent Select Committee on Intelligence.

Данное исследование не ограничилось только анализом структуры палаты представителей, так как простое фиксирование данной структуры почти не обладает прогностическим потенциалом. Проанализировав статистику голосования в комитетах, исследователи пришли к выводу, что существует сильная корреляция между связями комитетов и результатами голосований. Если комитеты входят в так называемые кластеры, то это значит, что голосования в этих комитетах преимущественно происходят с позитивным результатом, то есть в пользу принятия какого-либо решения. Если же комитеты не входят в «кластеры», то чаще всего члены комитетов не приходят к определенным решениям. Это позволяет предсказывать результаты голосования без реальных знаний о политических позициях конкретных депутатов, их взглядах и мировоззрении.

Другое исследование посвящено анализу политических сетей, которые формируются вокруг определенной политической повестки [Marsh, Smith]. Данное исследование опирается на анализ сельскохозяйственной политики Великобритании в период с 30-х по 90-е гг. двадцатого столетия. В связи с тем, что количество вовлеченных в сеть политических ак-

торов в данном случае не очень велико, авторы не стали приводить никаких материалов визуализации. Более того, в центре их внимания находилась проблема взаимодействия политической сети и общей политической среды. Очень любопытные выводы, которые были сделаны в итоге работы, относятся к тому, что политические сети способны воспроизводить самих себя, как это происходило в Великобритании с 30-х по 80-е гг., то есть большую часть анализируемого периода. Политическая сеть выработала и практиковала механизмы государственного субсидирования сельскохозяйственного производства, что приводило к периодическим кризисам перепроизводства. Реальные изменения наступили только после того, как Великобритания вошла в экономические договоры Европейского Союза. Это привело к разрушению прежней стабильной структуры политической сети и реформатированию прежних связей. Хотелось бы отметить, что на протяжении почти 50 лет политическая сеть оставалась очень стабильной структурой, не имея при этом никакой формальной основы. Ее деятельность не регулировалось никакими специальными законами или постановлениями. И только радикальное изменение внешней среды и добавление новых акторов вызвало ее трансформацию.

Следующее исследование, проведенное известным американским социологом Чарльзом Тилли, затрагивает очень важную и злободневную тему, связанную с проблемой управления миграционными потоками [Tilly]. В данном исследовании рассматривался вопрос о том, какие факторы направляют миграционные потоки. Оказалось, что подавляющее большинство мигрантов, во-первых, выбирают страну и регион назначения трудовой миграции, а, во-вторых, эти мигранты не теряют связи со своими родственниками и исторической родиной. Эти связи формируют целые сети взаимоотношений, основанных на доверии. Землячества, сформированные мигрантами, предоставляют вновь прибывшим возможности трудоустройства на новом месте, облегчая тем самым им адаптацию. В свою очередь, 75% мигрантов, прибывших в США регулярно отправляют на родину денежные переводы, при чем уровень переводов от нелегальных мигрантов выше, чем от легальных. В некоторых странах, таких как Никарагуа и Сальвадор, валютные поступления от таких переводов составляют 60% внешнеторговых отношений [Tilly, p. 4].

Базовой категорией для всех сетей мигрантов выступает доверие, то есть такой уровень отношений, при котором его участники предоставляют свои ценные, долгосрочные и сопутствующие ресурсы другим

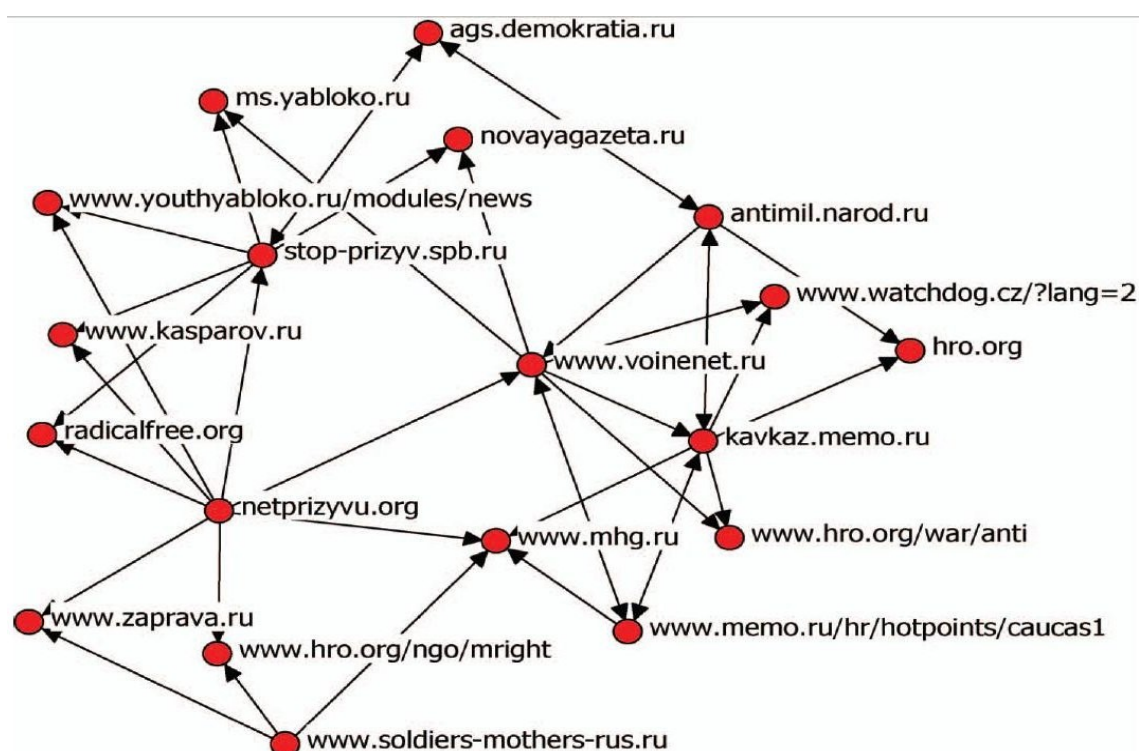
участникам, смиряясь с сопутствующим риском недостаточно качественного, ошибочного или вообще провального использования этих ресурсов. С одной стороны, мигранты вынуждены доверять своим землякам, так как им не на кого больше опереться. С другой стороны, сети доверия опираются на те связи, которые сохраняют мигранты первой волны со своей родиной. Если принимающая сторона не оправдает доверия, то репутация его родственников на родине обязательно пострадает. Более того, нарушение доверия со стороны новых мигрантов обязательно отразится на доверии к агенту социальной сети со стороны старых мигрантов. Таким образом, и легальная, и, в еще большей степени, нелегальная миграция опирается на социальные сети, располагающих высоким уровнем доверия между его участниками.

Эти выводы несколько подрывают общую картину миграции, которую предлагают средства массовой информации, изображающих отчаянных мигрантов, преодолевающих в рыбацких лодках моря и океаны, и якобы не имеющих никаких вариантов устройства на новой родине. Надо отметить, что социальные сети мигрантов не только облегчают новым мигрантам адаптацию. В общем варианте это так, поскольку они дают проверенный способ существования на новом месте. С другой стороны, они ограничивают новым мигрантам области применения своих способностей. Так, например, в южных регионах Калифорнии мигранты из Мексики контролируют строго определенные работы, чаще всего из не самых оплачиваемых категорий.

Продолжая тему международных отношений, остановимся на работе Чарли Карпентера «Изучая (не)включение повестки дня в деятельность транснациональных правозащитных сетей» [Carpenter]. В этой интересной работе автор задается вопросом, почему одни темы попадают в повестку дня транснациональных правозащитных сетей, а другие нет? Для этого автором были проанализированы структура этих сетей, а также проведены интервью и фокус-группы с представителями общественных организаций, формирующих транснациональные правозащитные сети. В результате исследования выяснилось, что внутреннее обсуждение в правозащитных организациях никак не влияет на то, будет та или иная тема включена в повестку дня данной организацией или нет. Наибольшее влияние оказывает место конкретной организации в сети. Выяснилось, что в ней существует некое ядро организаций, обладающих наибольшим авторитетом и активностью, и ее периферия, которая принимает темы повестки дня в зависимости от профиля своей деятельности.

Очень близкий подход используется в работе Марку Лонкила «Интернет и антивоенный активизм в России» [Lonkila]. Ниже показана структура сетевых взаимодействий антивоенных организаций в Интернете по состоянию на 2007 г. (рис. 4). В отличие от предыдущего исследования мы видим, что в данном случае в сети отсутствует ядро или сплоченная группа сетевых ресурсов, через которые проходят все коммуникации между членами сети. Для проверки этой гипотезы, точно так же как и в предыдущем исследовании, сетевой анализ структуры онлайн ресурсов был дополнен традиционным телефонным опросом активистов антивоенных организаций. Телефонный опрос также показал слабое взаимодействие между различными общественными организациями. Таким образом, сетевой метод исследования подтвердил один из традиционных методов, сделав, тем не менее, выводы более наглядными.

Р и с у н о к 4. Сетевой анализ взаимодействия сайтов солдатских матерей и других антивоенных сайтов в России, 2007 г.
[Lonkila].



Как показало следующее исследование, которое было проведено в 2006 г. группой европейских исследователей [Hämmerli, Gattiker,

Weyermann, 2006], сетевой метод может быть успешно применен для анализа политических конфликтов. Данное исследование проводилось в период с 2002 по 2005 гг. и включило 2818 событий, в которые было вовлечено 44 категории акторов. Были использованы измерения центральности и силы связей, а также кластерный анализ. В данном случае в расчет не принималось влияние, а только количество взаимодействий. В результате получилось, что наиболее важными участниками сети выступают гражданские лица, чеченские сепаратисты, военные и правительство Чечни. Однако, если добавить к этому анализу вычисления силы влияния на результаты событий отдельных участников конфликта, то получится, что наиболее влиятельными акторами оказываются Президент Чечни и криминальные структуры. В то же самое время самые упоминаемые участники конфликта — гражданские лица, окажутся наименее влиятельными.

Сетевой подход предоставляет ученым отличный инструмент для исследования сетевых политических коммуникаций. В качестве примера мы бы хотели привлечь внимание к двум работам: исследовательскому проекту Оксфордского университета «Публичный дискурс в российской блогосфере» [Etling et al.] и книге Мэтью Хиндмана «Миф цифровой демократии» [Hindman]. Первая работа представляет собой глубокое исследование российского сегмента блогосферы, в котором анализируются прежде всего темы, обсуждаемые российским блогерами, и связи между ними. В книге М. Хиндмана анализируются различные политические эффекты функционирования поисковых машин, а также монополизацию политического контента в Интернете. Собственно сетевой анализ Хиндман комбинирует с анализом интернет-трафика и применением индекса Джинни к анализу интернет-СМИ. Этот анализ показал, что интернет по сравнению с традиционными медиа является более монополистичным информационным пространством. Если с традиционными медиа-империями можно было каким-то образом бороться при помощи антимонопольного законодательства, то в интернете сайты могут удерживать положение близкое к монопольному совершенно безнаказанно. Так, например, происходит с поисковыми машинами (Google), видео-хостингами (YouTube), социальными сетями (Facebook), политическими блогами (Daily Kos) и т. п. Что касается собственно политических информационных ресурсов, то исследование Хиндмана показало, что американский интернет расколот на две части с преобладанием сторонников демократической партии. При этом, аудитории основных политических партии ни-

как не пересекаются.

Подводя итоги этого небольшого обзора некоторых исследований, использующих сетевой подход для анализа политических явлений, следует отметить следующие, на наш взгляд, важные моменты. Во-первых, чаще всего использование сетевого анализа сопровождается другими, более традиционными методами: опросами, фокус-группами, кейс-стади, дескриптивной статистикой и т. п. Сетевой анализ выступает дополнительным инструментом, позволяющим добиться достоверных результатов. Во-вторых, на наш взгляд, сетевой метод очень хорош, когда есть возможность наглядно отобразить карту социальных взаимодействий между политическими акторами с тем, чтобы выявить место того или иного актора в сети политического взаимодействия. Таким образом, приемы сетевой визуализации и картографирования очень полезны для наглядного определения и оценки текущей политической ситуации в выбранной теме исследования. Вместе с тем, сетевой анализ не сводится исключительно к картографированию и в ряде случаев используется именно как метод или подход к пониманию проблемы.

ГЛАВА 4

СОВРЕМЕННОЕ ГОСУДАРСТВО И СЕТЕВАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

§ 4.1. Сетевые коммуникации и концепция электронного правительства

Бурное развитие сетевых технологий привело к возникновению идеи создания на базе Интернета и других современных информационных технологий электронного правительства или правительства, снабженного электронным интерфейсом [Демпси]. При этом необходимо отметить, что идея использования телекоммуникационных средств в целях государственного управления имеет долгую историю. Так, например, в 70-х гг. в США в штате Огайо, округ Колумбус, был проведен эксперимент, суть которого состояла в том, что во всех домах была установлена интерактивная телематическая система. «В результате возникло «электронное общегородское собрание», где граждане могли наблюдать (и при желании активно обсуждать, а также выражать свое мнение через мгновенное кнопочное голосование) заседание плановой комиссии местной администрации» [Васильева, Том 1, с. 73].

Попытки создания подобных систем на основе различных телекоммуникационных средств регулярно предпринимались в промышленно развитых странах. Однако, именно Интернет оказался наиболее удобным и, что немаловажно, дешевым средством, при помощи которого идеи электронного правительства перешли из области умозрительных концепций и пилотных проектов в область широкомасштабной реализации. Эта идея оказалась чрезвычайно популярной не только в среде интеллектуалов, но и в широких массах демократической общественности. Кроме того, некоторые страны с авторитарными политическими режимами также предприняли действия в этом направлении. Начиная с середины 90-х годов, государства многих стран мира озабочены разработкой и реализацией многочисленных программ по созданию и развитию электронных правительств [Василенко В. И., Василенко Л. А.; Дрожжинов, Штрик; Кристальный, Травкин; Совершенствование государственного управления на основе его реорганизации и информатизации; Шляхтина].

В основе идеи электронного правительства находится представле-

ние о государстве как институте, призванном эффективно удовлетворять насущные потребности общества [Сморгунов; Street, 1997]. Интернет, по мнению большинства ученых, позволяет радикально повысить эффективность государственной машины, как в скорости обслуживания, так и в ее цене. По мнению В. И. Дрожжинова, «суть электронного правительства состоит в использовании виртуального пространства для совершенствования моделей оказания услуг и повышения эффективности функционирования органов власти и государственных учреждений» [Совершенствование государственного управления на основе его реорганизации и информатизации]. Среди основных причин неэффективности государственных органов власти наиболее часто встречаются следующие:

- Рост совокупной занятости и расходов на заработную плату в государственном секторе.

- Неэффективность денежных стимулов, слабая мотивация труда госслужащих.

- Протекционизм (патронаж).

- Коррупция и низкий уровень общественного доверия к госчиновникам.

- Неспособность госаппарата реагировать на изменения в обществе приоритетов.

- Операционная неэффективность госаппарата и низкое качество государственных услуг.

- Нехватка квалифицированного персонала в регионах с ограниченными человеческими ресурсами [Дрожжинов, 2002].

Применение информационных технологий в государственном управлении проходит, согласно данным Отделения государственной экономики и управления ООН и Американского общества государственного управления, пять этапов.

1. Начальное присутствие. Этот этап связан с выходом правительственных агентств в электронные сетевые структуры. На этом этапе правительства имеют один или несколько сайтов, которые выполняют информационную роль. Эти сайты информируют граждан о составе правительства, его министрах, агентствах, чиновниках и т.д. Размещается также информация о телефонах, адресах, часах приема и т.д. На сайтах можно обнаружить и «обратную связь» в виде информирования о наиболее часто задаваемых вопросах.

2. Расширенное присутствие. На этом этапе пользователям удастся получать специализированную и постоянно обновляемую информацию через множество правительственных сайтов. Здесь есть возможность

получать правительственные публикации, юридические документы, новостную информацию. Число правительственных агентств в сети увеличивается, и возможна связь с каждым из них. Появляются информация об электронных адресах, поисковые системы, возможность послать комментарий или совет.

3. Интерактивное взаимодействие. Этап характеризуется интенсификацией возможности взаимодействия между гражданами и правительственными структурами, поставляющими услуги населению. Национальный правительственный вэб-сайт часто действует в виде портала, прямо связывающего пользователя с министрами, департаментами и агентствами. Взаимодействие между гражданами и провайдерами услуг позволяет пользователям сети напрямую иметь доступ к информации, соответствующей их конкретным потребностям и интересам. Пользователь может получать специализированные данные, загружать различные формы и бланки или подписывать их через сеть, назначать встречи с чиновниками, участвовать в электронных собраниях. Здесь появляются сайты безопасности и пароли для пользователей.

4. Проведение транзакций. Данный этап включает возможности для пользователя получать через сеть документы и осуществлять сделки. Граждане могут получать визы, паспорта, свидетельства о рождении и смерти, лицензии, разрешения и другие транзакционные услуги. Правительственный вэб-сайт является порталом, содержащим прямой доступ граждан к правительственным подразделениям и услугам. Подобные порталы скорее ориентированы на нужды и приоритеты граждан, чем на правительственные функции и структуры. Граждане могут также платить налоги и осуществлять другие платы через сеть (за парковку, регистрацию автомобилей и т.д.). В это время начинает признаваться электронная подпись.

5. Бесшовное взаимодействие. Этап выделяется тем, что позволяет правительству осуществлять все услуги и связи через правительственный портал, а пользователю сети позволяет немедленно получать любую услугу. Отмечается, что здесь границы между правительственными подразделениями очень подвижны, что позволяет говорить о новом качестве правительства и организации его деятельности и функционирования чиновничества, подобно «виртуальному государству» и соответствующей «виртуальной бюрократии», «бюрократии системного уровня» [Совершенствование государственного управления на основе его реорганизации и информатизации].

Политическая коммуникация в рамках концепции «электронного

правительства» имеет несколько важнейших направлений:

- G2G («government-to-government») или обмен информацией между различными государственными службами, подразделениями и ведомствами;
- G2B («government-to-business»), то есть коммуникация государственных служб с коммерческими и общественными структурами;
- G2C («government-to-citizen») – взаимоотношения между гражданами и государством.

В соответствии с этими направлениями исследователи выделяют значительные преимущества у «электронных правительств» перед традиционными (табл. 8) [Дрожжинов, Штрик]. Практическими шагами в этой области с большим или меньшим успехом отметились большинство стран мира. В качестве хорошего примера рассмотрим опыт Соединенных Штатов. «Правительство США сделало развитие национальной информационной инфраструктуры (НИИ) приоритетом своей политики. Наиболее известной инициативой, реализуемой в США с 1993 г., является «Национальная информационная инфраструктура: план для действий» [Мелюхин, с. 34]. В 1996 году был принят закон «О свободе информации», в котором подробно расписаны обязанности государственных учреждений по предоставлению гражданам информации с использованием Интернета [Электронное правительство, с. 6]. В 2003 году был введен в действие закон «Об ограничениях спама».

Возможности использования сети Интернет в практике органов государственной власти за рубежом многообразны:

- В Сингапуре на одном интернет-портале собрано 150 государственных служб.
- Ежегодно в ОАЭ через Интернет проводится 8 000 таможенных операций
- Бразильцы голосуют с помощью электроники на выборах в центральные и местные органы власти.
- Федеральное правительство США ежегодно совершает в Интернете 4 млн. сделок по закупке товаров и услуг на сумму более 17 млрд. долларов.
- 2 млрд. ежегодных страховых исков во Франции обрабатываются с помощью компьютерных сетей.
- 75% австралийцев платят подоходный налог через Интернет [Акопов; Холмс].

Т а б л и ц а 8. Преимущества электронизации деятельности правительства

Направления деятельности электронного правительства	Сферы взаимодействия участников	Преимущества электронного правительства по сравнению с традиционным
G2C	Налогообложение, информирование, здравоохранение, образование	Снижение стоимости транзакций, комфортность, расширение возможностей выбора каналов, повышение персональной направленности сервиса, повышение осведомленности граждан об услугах и политике правительственных органов, повышение открытости общества
G2B	Поддержка программ развития, регулирование, налогообложение, электронное снабжение	Ускорение взаимодействия, уменьшение стоимости транзакций, снижение бремени регулирования, улучшение управления запасами
G2G	Коммуникации между департаментами и агентствами, между центральными и местными правительствами, между отдельными политиками	Повышение достоверности данных и эффективности их применения, уменьшение стоимости транзакций, улучшение использования баз данных, совершенствование государственного устройства

Важнейшей проблемой на пути реализации концепции «электронного правительства» была признана проблема «цифрового разрыва» между гражданами [Norris, 2001]. Дело в том, что отсутствие у гражданина доступа в Интернет автоматически делает его политическим аутсайдером, поскольку он лишается возможности своевременно получать политическую информацию или участвовать в голосовании. Данная проблема особенно актуальна для развивающихся стран. Существуют исследования, которые показывают, что в развивающихся странах «новые технологии лишь расширяют разрыв между богатыми и бедными» [Харрис, с. 416]. Но даже в такой высокоразвитой стране как Швейцария, как показывает недавнее исследование, с 1997 по 2000 год разрыв между теми, кто имеет доступ в Интернет, и теми, кто не имеет, расширился. Более того, обнаруживается, что существует серьезный разрыв по уровню использования Интернета между образованными и необразованными поль-

зователями: «Более образованные люди используют Интернет более активно, и их сетевая активность направлена, в основном, на получение информации, в то время как менее образованные пользователи меньше времени тратят на Интернет, и их сетевая активность имеет развлекательную направленность» [Bonfadelli, p. 65]. Озабоченность теоретиков «электронного правительства» проблемами цифрового неравенства и информационной бедности имела настолько очевидные последствия, что была признана в качестве одной из центральных проблем современности, носящих глобальный характер [Murdock]. В 2000 году главы государств «Большой восьмерки» подписали «Окинавскую Хартию глобального информационного общества».

Первые плоды реализации идеи электронного правительства породили в широких кругах общественности представление о том, что конечным результатом внедрения «электронного правительства» является эволюция современной представительской демократии в систему «электронной демократии» [Abramson, Arterton, Orren; Adonis, Mulgan; Grossman; Masuda; Rheingold]. Неоднозначность, обозначаемого термином электронная демократия, явления породила различные варианты его трактовки и оживленную полемику между представителями разных подходов [Белинис; Бондаренко, 2003; Бондаренко, Социальные мифы «электронной демократии», 2004]. Электронная демократия, в нашем понимании, – это такая «демократическая политическая система, в которой компьютеры и компьютерные сети используются для выполнения важнейших функций демократического процесса, таких, как распространение информации и коммуникация, объединение интересов граждан и принятие решений (путем совещания и голосования)» [Вершинин, 2003, с. 116].

Теоретические основы концепции электронной демократии разрабатывались целым рядом известных ученых. Одним из самых известных считается И. Масуда, который сформулировал идею о формировании демократии участия на основе информационных технологий и этике совместного использования информации. Согласно И. Масуды, массовое производство информации и знаний усиливает роль регулятивной деятельности людей, в ходе которой устанавливаются и контролируются необходимые в общественном развитии социальные связи, соединяющие воедино людей, вещи и символические объекты. При этом возрастает значение как коммуникационной деятельности, так и социального управления. Если в индустриальном обществе наиболее прогрессивной формой правления была представительная демократия, то в информа-

ционном – демократия участия (participatory democracy). Как пишет И. Масуда: «Это будет политика участия граждан, политика, при которой управление будет осуществляться самими гражданами» [Masuda, p. 10]. Ему удалось выделить шесть базисных принципов демократии участия в информационном обществе:

1. Все граждане, или, по крайней мере, как можно большее их число, должны участвовать в процессах принятия решений.

2. Синергия (добровольное участие в решении общих проблем) и взаимопомощь (готовность жертвовать своими интересами) как основа выработки политических решений.

3. Доступность широким массам населения всей необходимой информации для обоснованного принятия политических решений.

4. Полученная выгода и доходы должны распределяться между всеми гражданами.

5. Решение политических вопросов следует искать путем убеждения и достижения общего согласия.

6. Принятое решение должно реализовываться путем совместных действий, сотрудничества всех граждан [Воронина, с. 72].

Таким образом, сформируется гражданское общество нового типа, в котором радикально трансформируется право человека на личную тайну. По мнению И. Масуды, в недалеком будущем станет возможной ситуация, когда «файлы с персональными данными окажутся открытыми в максимально возможной степени; это позволит всем людям совместно использовать персональные файлы друг друга» [Masuda, p. 95]. Отметим, что, не смотря на общую утопичность его концепции, положение о праве свободного доступа граждан к государственной информации в современных развитых демократиях получило повсеместное распространение и закреплено в законодательстве.

Современные концепции электронной демократии можно разбить на два больших направления – прямой демократии и коммунитарной демократии [Туронок]. Представители первого направления в целом следуют курсом, намеченным И. Масудой, развивая идеи прямой демократии. Так, например, по мнению Л. Гроссмана, внедрение новых информационных технологий способно привести к формированию третьей, после античной и представительской, великой эпохи демократии. Согласно наблюдениям Л. Гроссмана, «наибольшие потери в сегодняшнем процессе реструктуризации и возрождения общественного влияния несут традиционные институты, служившие основными посредниками между государством и его гражданами, - политические партии, профсоюзы, гра-

жданские ассоциации, и даже традиционные СМИ» [Grossman, p. 16]. Таким образом, по мнению Л. Гроссмана высокую вероятность реализации приобретает утраченный идеал античной демократии, когда все граждане полиса принимали постоянное участие в политике.

По мнению Б. Барбера демократия участия, которая придет при помощи новых информационных технологий на смену представительной, отменит представительство политических профессионалов, а также правление экспертов и бюрократов [Barber, 2003]. В новаторской работе Э. Коррадо и Ч. Фаерстона рассматриваются проблемы использования компьютерных сетей в качестве интерфейса для проведения выборов и референдумов. По мнению этих авторов, Интернет способен обеспечить прямое общение граждан и государства, хотя это и сопряжено с определенными проблемами технического свойства и обеспечения безопасности [Corrado, Firestone]. Отметим, что в США уже имели место ограниченные эксперименты по проведению онлайн голосований на выборах, а в Эстонии граждане, начиная с 2005 года, имеют полное право голосовать через Интернет на выборах органов местного самоуправления.

Среди представителей коммунитарного подхода концепции электронной демократии следует назвать имена А. Этциони и Х. Рейнгольда. По мнению представителей данного подхода, Интернет стал удобным местом встреч для различных групп по интересам, профессиональных сообществ, потребительских ассоциаций и т.п. Интернет-сообщества возникают вокруг определенных электронных ресурсов и эксплуатируют естественное стремление людей к общению с единомышленниками.

Отличительными особенностями интернет-сообществ считаются:

- регулярная посещаемость достаточно стабильными аудиториями сетевого ресурса, вокруг которого создается сообщество;
- наличие обратной связи благодаря интерактивным возможностям ресурса;
- создание собственной субкультуры, со всеми обязательными атрибутами: иерархией, этическими и поведенческими нормами, ролевыми играми, совместным участием в online/offline мероприятиях [Герасимюк, с. 27].

А. Этциони разработал концепцию теледемократии, согласно которой будущее современной демократии опирается на развитие дистанционных средств массовой коммуникации. При этом он настаивал на том, что основа будущего демократического устройства должна находиться не в руках профессиональных политиков, а в руках общин [Etzioni]. Сетевые общества в отличие от традиционных иерархических властных отно-

шений построены на иных принципах политического управления. Им присущи:

- Независимость членов сети;
- Множественность лидеров;
- Добровольность связей;
- Объединяющая цель;
- Множественность уровней взаимодействия [Семенов].

Х. Рейнгольд, другой ведущий популяризатор темы Интернета и политики, называет Сеть «великим уравниателем», способным «выровнять баланс власти между гражданами и политическими баронами» [Цит. по: Туронок, с. 56]. В наиболее экстремальной форме сторонники концепции «электронной демократии» рисуют картины самоуправления граждан посредством электронных опросов общественного мнения, без всякого участия профессиональных политических коммуникаторов, представителей, посредников и т.п. При этом, по мысли сторонников электронной демократии, Интернет оказывает активизирующее влияние на развитие публичной сферы, делая политическую информацию доступной каждому гражданину.

Аргументы сторонников электронной демократии достаточно очевидны. Однако они, на наш взгляд, не выдерживают никакой критики. Гипотеза о том, что Интернет сам по себе способен вызвать демократизацию авторитарных режимов, не нашел подтверждения на практике. Как пишут некоторые исследователи, «авторитарные государства сталкиваются с большими трудностями, пытаясь контролировать доступ своих граждан к всемирной сети» [Обзор журнала «Интернационале политик», с. 159]. Однако, например, Китай достаточно успешно справляется с демократизирующим влиянием Интернета как при помощи административных, так и при помощи технических средств [Chase, Mulvenon].

Более того, концепция электронной демократии не нашла подтверждения в практике демократических режимов. И, прежде всего, потому, что в демократических государствах существует широкая сеть общественных посредников, не заинтересованных в уменьшении своего влияния. Это политические партии, общественные организации, средства массовой информации и другие структуры гражданского общества. Все они, как показывает практика, не только не потеряли своего значения в новых условиях, но наоборот, с большим размахом используют Интернет и другие сетевые технологии не только во время выборов, как в периоды наиболее интенсивной политической коммуникации, но и в своей повседневной деятельности. Таким образом,

тезис сторонников электронной демократии об уменьшении роли общественно-политических организаций гражданского общества не подтвердился на практике.

По мнению Р. Девиса, вполне вероятно, что «традиционные группы интересов смогут остаться основными игроками политической жизни и в интернетовскую эпоху» [Девис, с. 138]. Вместо отмирания политических посредников, прогнозируемого радикальными сторонниками концепции электронной демократии, группы интересов весьма быстро приобщили своих последователей к электронным коммуникациям. Значение политических посредников в условиях колоссального роста количества политической информации не может падать, поскольку именно они становятся авторитетными экспертами, на мнение которых полагаются широкие круги общественности [Там же, с. 138].

Примерно такой же точки зрения придерживается немецкий политолог О. Яррен, считающий, что сообщества, возникающие на чисто виртуальной основе, не являются прочным основанием для социального взаимодействия. Информация – это не только данные, но и их анализ, который воспринимается разными людьми по-разному и к тому же сильно зависит от социального контекста. Таким образом, «процесс получения информации одновременно и индивидуален, и социален... Люди, общаясь, хотят создать, реально или символически, сообщество и стремятся к взаимопониманию. По этой причине им приходится ограничивать свои стремления к индивидуализации...» [Яррен, с. 129]. Интернет-коммуникации, по О. Яррену, способны поддерживать эффективное общение в реальных организациях, но переход виртуального сообщества в реальное крайне затруднен. Таким образом, основания для создания коммунитарных демократий на основе интернет-сообществ оказываются достаточно шаткими.

Идея «электронной демократии», как формы прямой демократии на основе новых информационных технологий, подверглась достаточно аргументированной критике и с позиций институционализма. Так, по мнению американского профессора Р. Склова, поскольку любые технологии являются такими же социальными структурами, как и социальные институты, постольку необходимо учитывать их влияние на демократическую форму политической системы. Основой демократии являются локальные общины, в которых имеется дискуссия по общественно значимым вопросам. Р. Склов считает, что «виртуальная реальность не способна вытеснить локальные общины в качестве основы демократии. Интернет скорее способствует глобальным общественным организациям» [Sclove].

Национальные государства постепенно теряют суверенитет в пользу наднациональных образований.

В этой проблеме сходятся две противоположные тенденции: «с одной стороны, переплетение современных обществ, связанное с глобализацией, подрывает механизмы демократического контроля национально-государства. С другой стороны, новые технологии электронной коммуникации открывают индивидам и группам столь широкий доступ к информации, что это все больше и больше осложняет дальнейшее существование авторитарных политических режимов» [Вершинин, с. 82]. Адекватным выходом из этой ситуации, на наш взгляд, является глобальная кооперация национальных государств на демократической основе. Таким образом, «новое государство информационной эпохи являет собой новый тип сетевого государства, основанного на сети политических институтов и органов принятия решений национального, регионального, местного и локального уровней, неизбежное взаимодействие которых трансформирует принятие решений в бесконечные переговоры между ними» [Кастельс, Киселева, с. 25].

Итак, демократия участия требует активной политической позиции от подавляющего большинства граждан, что на самом деле противоречит основной тенденции современности, а именно – падению политической активности граждан. Легкость получения политической информации и выражения своего мнения при помощи новых информационных технологий парадоксальным образом не только не стимулирует граждан к активной политической жизни, но, в некотором смысле, скорее наоборот – отпугивает их. Политическое и политологическое сообщества демократических стран уже давно отметило данную тенденцию, приводящую к размыванию формальной легитимности демократических режимов. Так, например, как можно считать политическую систему Соединенных Штатов демократической, если на протяжении уже нескольких десятилетий в выборах участвует меньше половины граждан? [Janda, Berry, Goldman, p. 179].

Отмеченный нами парадокс, заключающийся в тенденции одновременного увеличения информационно-коммуникативных возможностей общества и падением интереса к политике, стал отправной точкой для начала размышлений современного американского политолога В. Ноймана [Neuman]. С одной стороны, современные средства массовой коммуникации предоставляют гражданам невиданные прежде возможности получения политической информации. С другой стороны, в период с 1959 по 1979 гг. недоверие американцев к политике выросло с 20% до

70% [Ibid., p. 144]. В то же самое время «уровень участия граждан в выборах за послевоенный период упал до 38% в 1986 г.» [Васильева, с. 75]. Таким образом, если считать процент фактически голосующих избирателей критерием демократизма политической системы, то, современную американскую политическую систему едва ли можно считать демократичной. Согласно выводам В. Ноймана, улучшение информированности граждан не приводит к автоматическому росту политического участия, а основная причина падения интереса к политике и общего ее негативного восприятия кроется в стиле современной журналистики, которая в первую очередь раскрывает негативные стороны политики и политической деятельности [Media Power, Professional and Policies; Media Scandals: Morality and Desire in the Popular Culture Marketplace].

Американские ученые К. Хилл и Дж. Хьюз отмечают, что «...Интернет не меняет людей, он просто позволяет им делать то же самое по-другому... Вопреки утопическим представлениям, Интернет, вряд ли превратит незаинтересованных, неинформированных, безразличных граждан в заинтересованных, информированных и активных киберграждан...» [Hill, Hughes, p.157]. Более того, согласно их мнению, развитие информационных технологий может способствовать росту политической пассивности, поскольку коммерциализация сетевых СМИ приводит к превалированию развлекательных ресурсов.

Об этом же пишет другой классик американской политической науки Р. Даль: «...в развитых странах социальная и техническая основа коммуникаций претерпела радикальные и небывалые изменения: появились телефон, радио, телевидение (в том числе и интерактивное), факс, Интернет, опросы общественного мнения, проводимые сразу же после того или иного события, фокус-группы и т.п. В связи с относительной дешевизной средств коммуникации информация (причем любого уровня сложности), имеющая отношение к политическим вопросам, стала не просто доступна, но и многократно увеличилась в объеме. Впрочем, этот резко выросший объем информации не обязательно должен привести к большей компетентности или к лучшему, более глубокому осмыслению происходящих событий: масштаб, сложность, огромное количество информации – все это предъявляет еще большие требования к способностям среднего гражданина» [Даль, с. 178-179].

Кроме того, очевидно, что внедрение новых интернет-технологий в первую очередь выгодно коммерческим структурам, получающим заказы на техническую модернизацию работы государственных органов. Так, например, Б. Гейтс в своих книгах не жалеет красок для показа преиму-

ществ новых технологий [Гейтс, 1996; Гейтс, 2007]. В информационном обществе возникает насущная потребность в электронных правительствах, способных справиться с глобальными экономическими проблемами. Таким образом, нельзя не учитывать тот факт, что задача создания электронного правительства поставлена не столько «простыми гражданами», сколько «бизнес сообществом». При этом условия информационного общества требуют не просто автоматизации существующих процессов государственного управления, но их перестройки на основе интересов конкретных граждан, групп интересов и общества в целом. Проекты прямой электронной демократии на данный момент не имеют серьезной поддержки и со стороны бизнес сообщества.

Британский ученый Дж. Стрит приходит почти к тем же выводам. Согласно его мнению демократия не сводится к простому подсчету голосов на основе применения более изощренной технологии голосования. Электронная демократия не соответствует демократическому идеалу, поскольку уравнивает политическое участие с пассивной покупкой товаров при помощи телевизионного или онлайн магазина. Вместо активного участия в политических движениях и коллективного обсуждения политических проблем, граждане «электронной демократии» замыкаются в частном мирке политических представлений, формируемых электронными средствами массовой информации [Street, 1997]. Таким образом, концепции «электронной демократии» содержат в себе значительные противоречия и подвергаются обоснованной критике. По этой причине в общественно-политической и научной литературе в последнее время доминирует концепция «электронного правительства», ставшая основой для проведения реформ в сфере государственного управления на основе электронных коммуникаций.

§ 4.2. Управление сетевыми коммуникациями как задача государственной политики в России

Данные о том, когда отечественные органы государственной власти впервые задействовали Интернет в своей деятельности, у разных исследователей расходятся. Наиболее распространенной является мнение о том, что «впервые об Интернете как инструменте политической власти в России стало известно после знаменитой пресс-конференции Б. Ельци-

на» 12 мая 1998 года [Белкин, Воронин, Устименко, с. 21]. Некоторые другие авторы упоминают о том, что, начиная с 1996 года, ведутся работы по созданию российского сегмента сети Интернет для органов государственной власти Российской Федерации – Russian Government Internet Network (сеть RGIN)» [Василенко В. И., Василенко Л. А., с. 57]. Другие источники говорят об успешном эксперименте по внедрению элементов электронного правительства на федеральном уровне в том же 1996 году. Тогда была создана ежедневная система предоставления всей официальной документации Федеральной комиссии по ценным бумагам на ее взб-сайт [Песков, 2002]. Тем не менее, проведение интернет-конференций государственными деятелями стало одной из самых известных форм политической коммуникации в российском Интернете и провозвестником использования сетевых политических коммуникаций в нашей стране.

Напомним, что инициатива проведения первой интернет-конференции с Б. Н. Ельциным принадлежала компании MSNBC, а обеспечение технической части было поручено ФАПСИ. В ходе конференции Б. Ельцину было задано около 3000 вопросов, из которых только на 14 были получены ответы. Пресс-конференция широко освещалась в прессе и электронных СМИ. Вместе с этим, в кругах интернет-пользователей мнение о самой конференции было достаточно противоречивым. Как пишет Д. Иванов, «высказывалось даже мнение, что общение Ельцина с пользователями Интернета – профанация, так как президент не смотрел в монитор, а отвечал на заданные по телефону вопросы [Иванов, Пресс-конференции в Интернете].

Полезное начинание президента Б. Ельцина было в том же году подхвачено и другими государственными чиновниками: С. Кириенко и Ю. Лужковым [Чеснаков, с. 68]. 6 марта 2001 г. интернет-конференцию провел новый президент В. Путин, который затем неоднократно прибегал к этому методу коммуникации с широкой общественностью. Первая интернет-конференция В. Путина длилась около часа. В ходе ее было задано порядка 20 тысяч вопросов, касающихся различных сторон современной российской политики, некоторых аспектов личной жизни президента. В. В. Путин ответил только на 20 вопросов, но оценил акцию как «очень перспективную форму общения». Очевидно, что подобные интернет-конференции выполняют функцию «живой» обратной связи политика с аудиторией. Кроме того, они позволяют снять с общения налет официальности [Комаровский, Мараховская, с. 10]. Вслед за государственными лицами федерального уровня новая форма политической коммуникации

стала активно использоваться и на региональном уровне.

Кроме интернет-конференций, представители государственной власти проводят и встречи с представителями интернет-сообщества в режиме офлайн. Так, например, 28 декабря 1999г. состоялась встреча В. В. Путина с представителями российского интернет-сообщества, приуроченная к открытию сайта правительства Российской Федерации, на котором была размещена программная статья премьер-министра «Россия на рубеже тысячелетий». Отставка Ельцина спустя три дня после встречи и ранний старт избирательной кампании дали в дальнейшем повод трактовать это событие как предвыборное мероприятие. Действительно, встреча стала для Путина весьма удачным имиджевым ходом, однако следует отметить, что она готовилась заранее, с начала ноября 1999 года. К участию в данном мероприятии были привлечены ряд министров, а также видные представители интернет-сообщества. В результате встречи с представителями интернет-сообщества, открытия сайта правительства и публикации в Интернете программного текста, В. В. Путин сразу стал восприниматься как политик, не чуждый новых технологий и лично гарантирующий свободное развитие российского сегмента всемирной Сети [Иванов, Политический PR в Интернете: российские реалии].

На рубеже тысячелетий практически все органы государственной власти федерального уровня обзавелись собственными интернет-представительствами. В декабре 1999 года был открыт официальный сайт Правительства Российской Федерации и многофункциональный портал «Официальная Россия» (www.gov.ru), который входит в 100 наиболее часто «цитируемых» сайтов Рунета — ссылки на него установлены на 1400 сайтах [Кулик, с. 92]. Таким образом, в государственных структурах некоторое воплощение получила идея создания интернет-порталов как «единой точки входа» пользователей, интересующихся политической тематикой. Государственные интернет-порталы призваны «решить целый комплекс политических, правовых, организационных, административных, научно-прикладных и технологических вопросов» [Павлютенкова, 2000]. С другой стороны, в том же 1999 году личные страницы в Интернете имели лишь 18 депутатов Государственной Думы [Белкин, Воронин, Устименко, с. 23]. Среди государственных сайтов в первую очередь следует отметить сайт Президента Российской Федерации (www.kremlin.ru), сочетающий как новейшие технологии программирования, так и грамотное информационное наполнение. Президенту РФ В. В. Путину также принадлежит первенство в создании специализированного сайта для школьников (www.uznay-presidenta.ru).

Идея создания электронного правительства в России постепенно набирала вес. В начале 2001 года «по инициативе Департамента правительственной информации аппарата Правительства Российской Федерации был создан специализированный сайт <http://www.e-government.ru>» [Иванов, Об особенностях реализации функции социального управления в Интернете]. Однако, создание и развитие интернет-сайтов органов государственной власти в России проходит не всегда гладко. Так, например, «создание сервиса Министерства РФ по налогам и сборам скорее выглядит изощренным издевательством над налогоплательщиками. Скачивание программного обеспечения, заполнение и распечатка бланка налоговой декларации приводила к тому, что «продвинутый» налогоплательщик заполнял бланк заново вручную с калькулятором в коридорах Министерства» [Песков, 2002]. Очевидно, что внедрение «сырых» интернет-решений подрывает доверие к новому средству коммуникации. Несмотря на то, что все федеральные структуры имеют собственные сайты, уровень дизайна и навигации на сайтах нельзя назвать высоким и отвечающим современным требованиям; «самой большой проблемой веб-сайтов федеральных министерств является низкая частота обновления информации» [Готовность России к информационному обществу, с. 79].

Многие отечественные исследователи дают неутешительную характеристику современному состоянию использования возможностей Интернета государственными политическими структурами России: представленная в сайтах властных структур информация строго дозирована и скупа. «Создается впечатление, что за этой информацией властные структуры не хотят видеть своих граждан, своих избирателей, не интересуются их интересами, не рассказывают о реализации своих предвыборных программ, действуют в режиме политической самодостаточности. Информация социально-политических сил в Интернете – это своеобразное отражение современной политической системы России, демократической по формальным признакам, но не являющейся таковой по существу» [Белкин, Воронин, Устименко, с. 22].

Развитие современных информационных технологий в России поставило перед российскими властными структурами задачу законодательного регулирования этой динамичной сферы. В 1999 году по инициативе Государственного комитета Российской Федерации по связи и информатизации и Комитета Государственной Думы по информационной политике и связи была принята «Концепция формирования информационного общества в России». Концепция была

одобрена решением Государственной комиссии по информатизации при Государственном комитете Российской Федерации по связи и информатизации 28 мая 1999 года. Одним из базовых положений данной концепции является констатация центральной роли государства в процессе перехода России к информационному обществу. Идеологическая подоплека российского пути к информационному обществу сводится к категорическому императиву: «переход к информационному обществу должен быть управляемым» [Развитие информационного общества в России. Том 1, с. 5].

В развитие данной концепции 23 июня 2000 года была принята «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации» [Развитие информационного общества в России, Том 2, с. 26-62]. В данной доктрине констатируется неудовлетворительное положение в области обеспечения информационной безопасности. Особенно отмечается размытость информационного пространства. Следует признать, что для решения этой проблемы были предприняты серьезные действия, которые после 2000 года привели к формированию устойчивой медиа-политической системы, основанной на доминировании в информационном пространстве государственных средств массовой информации. В 2002 году был принят закон «Об электронной цифровой подписи», который стал очень важной вехой в законодательном регулировании электронной торговли. Данный закон стал хорошим импульсом для развития Интернета в России, и, таким образом, косвенно повлиял на развитие политической коммуникации в Рунете.

К недостаткам законодательного регулирования Интернета следует отнести отсутствие закона, запрещающего или ограничивающего рассылки рекламной информации по электронной почте. Подобный закон уже был принят в США. Убытки российских интернет-пользователей от спама составляют десятки миллионов долларов, в то время как доходы спамеров на порядок ниже. Поэтому неудивительно, что даже сотрудники Управления информационной безопасности Аппарата Совета Безопасности Российской Федерации признают, что «противоречивость и неразвитость правового регулирования общественных отношений в информационной сфере приводят к серьезным негативным последствиям» [Развитие информационного общества в России. Том 1, с. 60].

В 2002 году была принята Федеральная целевая программа «Электронная Россия», рассчитанная на период 2002-2020 гг. В рамках этой программы подавляющее большинство государственных структур власти

федерального уровня на сегодняшний день обзавелись собственными сайтами. «Целью программы является создание условий для развития демократии, повышение эффективности функционирования экономики, государственного управления и местного самоуправления за счет внедрения и массового распространения информационных и коммуникационных технологий, обеспечения прав на свободный поиск, получение, передачу, производство и распространение информации, расширения подготовки специалистов по информационным и коммуникационным технологиям и квалифицированных пользователей» [Шадрин, с. 59]. По мнению А. И. Соловьева, принятие в 2002 г. целевой федеральной программы «Электронная Россия» стало «качественным показателем изменения отношения государства к проблемам информационной сферы» [Политические коммуникации, с. 225].

Не оспаривая в целом положительные результаты принятия этой программы, укажем некоторые негативные аспекты ее внедрения. Предполагаемые затраты на фоне инфраструктурной неразвитости России, особенно в сельской местности, крайне незначительны. Кроме того, данная программа расплывает ресурсы по всей стране, не учитывая того обстоятельства, что существуют диспропорции в развитии регионов. Самая же главная проблема данной программы совершенно обоснованно указывается известным российским специалистом Ю. А. Нисневичем: «даже достаточно успешная реализация федеральной целевой программы... не обеспечит полномасштабного перехода от традиционного правительства к полностью электронному и в 2010 году Россия, по-прежнему, будет находиться в состоянии догоняющего развития...» [Политическая коммуникация в постсоветской России, с. 233] Относительно долгий срок реализации программы не позволит России сделать стремительный рывок и догнать передовые в информационном отношении страны.

Следует признать, что «в настоящее время внедрение этих технологий по-прежнему сдерживается проблемой стимулов — недостаточной заинтересованностью органов управления в их использовании» [Шадрин, с. 59]. Более того, в правительственных структурах существует серьезное противостояние между различными ведомствами, ответственными за реализацию «Электронной России». Речь идет о противостоянии Минэкономразвития во главе с Г. Грефом и Мининформсвязи под руководством Л. Реймана, которые длительное время занимались «перетягиванием» этой программы под свое руководство [Дрожжинов, 2005].

Органы власти субъектов Российской Федерации по примеру ФЦП «Электронная Россия» также взялись за разработку и реализацию соб-

ственных программ. В первую очередь следует отметить результаты деятельности в этом направлении столичных органов власти. Любопытным фактом является то, что реальные шаги Московского правительства и Московской городской Думы по разработке и реализации программы внедрения новых информационных технологий в деятельность городских органов власти относятся к началу 1998 года. Как уже отмечалось в первом параграфе второй главы, именно к этому времени относятся первые серьезные попытки использования Интернета в качестве средства политической коммуникации в рамках политического процесса. В течение 1998-1999 годов в Москве активно работал Общественный экспертный совет по направлению «Информация, информатизация, связь, телекоммуникации и телевидение». В 1999 году была подготовлена «Концепция движения Москвы к информационному обществу», которая была утверждена мэром 20 июля 2001 года [Развитие информационного общества в России, с. 126]. Анализируя данную концепцию, следует отметить, что и в ней постулируется главенствующая роль органов государственной власти. Логическим продолжением «Концепция движения Москвы к информационному обществу» стало принятие программы «Электронная Москва» в 2003 г.

Тем не менее, даже принятие данной программы не позволило Москве выглядеть достойно на мировом уровне. Москва – наиболее «продвинутый» в области информационных технологий субъект Российской Федерации – заметно отстает от развитых стран. Так, например, «уровень информационной грамотности... жителей Москвы значительно ниже, чем населения ЕС и тем более США. Подсчитанный по сопоставимой методологии индекс информационной грамотности населения Москвы в три раза ниже показателей США и в 1,5 раза – ЕС» [Евтюшкин, с. 30]. Если же сравнивать Москву, как субъект федерации, и штаты США, то окажется, что столица России «имеет худшие показатели, нежели последний в рейтинге штат Западная Вирджиния» [Там же, с. 31].

В российских СМИ некоторое время обсуждалась проблема компьютеризации процесса голосования. Следует отметить, что официальный интернет-сайт Центральной избирательной комиссии РФ (www.cikrf.ru) является одним из самых информативных государственных ресурсов. Идея внедрения интернет-голосования вместо традиционных форм голосования в России вызвала сдержанную реакцию [Макаров]. Попытки внедрения электронного голосования в России неизбежно столкнутся с целым рядом проблем, инфраструктурного характера [Интернет-мониторинг выборов в России]. В качестве паллиатива ЦИК РФ ввел в 2003 году

Государственную автоматизированную систему «Выборы», которая успешно функционировала во время избирательного цикла 2003-2004 годов и используется для автоматического подсчета результатов голосования, передаваемых из региональных избирательных комиссий (Федеральный закон РФ от 10 января 2003 г. «О государственной автоматизированной системе РФ «Выборы».).

Особенную тревогу в России вызывают возможности нарушения прав личности в глобальной информационной сети. Права личности с легкостью могут быть нарушены как со стороны других лиц, так и со стороны общественных и государственных структур. В массовом порядке в Интернете нарушаются авторские права, тайна переписки, право на частную жизнь и другие. Отношение государственных органов власти к неконтролируемому распространению интернет-технологий ярко проявилось во время внедрения программы СОРМ-2. СОРМ-2 расшифровывается как программа Содействия Оперативно-Розыскным Мероприятиям. Суть данной программы заключалась в том, что интернет-провайдеры обязывались за собственный счет установить оборудование и полностью отчитываться о трафике, проходящем через их сервер. Программа СОРМ вызвала крайне негативную реакцию со стороны интернет-сообщества, так как задевала финансовые интересы хозяйствующих субъектов, а также ставила под вопрос тайну переписки и частную жизнь интернет-пользователей. По мнению И. Засурского, «мы узнали бы о ней значительно позже, если бы не создатель проекта «Московский Либертариум» Анатолий Левенчук. Проведав о подготовке соответствующего постановления правительства, летом 1998 года Левенчук спланировал кампанию против системы оперативно-розыскных мероприятий и провел ее настолько результативно, что тема прослушивающих устройств закрепилась за Интернетом в России также прочно, как темы компромата, порнографии и хакеров» [Засурский, 2001].

Кроме того, в начале нового тысячелетия Министерства по делам печати и информации вынашивало планы по контролю над созданием новых интернет-проектов. Однако они так и остались нереализованными, и «в настоящее время надзор государства за происходящим в Интернете фактически ограничивается мониторингом со стороны спецслужб (через систему СОРМ-2), который напрямую не влияет на содержание распространяемой в Сети политической информации» [Овчинников].

Оценивая информатизацию органов государственной власти, следует сказать, что она остается на невысоком уровне. С одной стороны, использование Интернета и в более широком контексте новых информаци-

онных технологий органами государственной власти имеет под собой существенную материально-техническую базу. Государственные органы власти федерального и местного уровня, по данным Минсвязи России, в 2000 году эксплуатировали около 800 тысяч компьютеров. Причем, в центральных органах власти процент компьютеров на столах у чиновников достигает 95%, а в областных администрациях – 70% [Готовность России к информационному обществу, с. 80]. Однако, по-прежнему, остро стоит проблема введения безбумажного делопроизводства в деятельности государственных органов. Несмотря на высокий процент персональных компьютеров, к Интернету в 2000 г. были подключены только 2% [Там же, с. 80]. Проблема усугубляется тем, что в условиях высокой коррумпированности чиновничества, персональная информация граждан, собираемая государственными органами в базы данных, легко попадает на рынок и становится доступной различным заинтересованным лицам.

Подводя итоги реализации программы «электронного правительства» в России, следует отметить наличие серьезных препятствий этому процессу. Во-первых, речь идет о низком уровне развития телекоммуникационной инфраструктуры и недоступности Интернета для широкого круга пользователей [Кулик, с. 92]. О проблеме цифрового разрыва в рамках России было уже достаточно подробно рассказано в конце предыдущего параграфа. Во-вторых, внедрению электронного правительства «активно препятствует, прежде всего, бюрократия, поскольку компьютерные технологии делают ненужными множество бюрократических структур и с внедрением Интернета она лишается большей части своих функций» [Песков, 2002].

При этом нужно учитывать, что при адаптации государства к условиям информационного общества «чрезвычайно опасно пытаться автоматизировать существующие неэффективные процедуры. В аналогии между электронной корпорацией и электронным правительством этому соответствует известный всем специалистам по корпоративным информационным системам факт: повышение эффективности функционирования корпорации в целом при внедрении информационной системы достигается только при одновременном проведении реинжиниринга бизнес-процессов автоматизируемого предприятия» [Там же, с. 257]. Необходимо радикальным образом менять всю институциональную конфигурацию государственной машины.

Кроме того, существует определенная специфика восприятия программы электронного правительства в бюрократических структурах.

Большое распространение в среде чиновничества получило представление о том, что «в России электронное правительство означает в первую очередь повышение эффективности функционирования правительства обычного, а, следовательно, механизмов контроля над гражданами в сфере сбора налогов, борьбы с преступностью и т.д.» [Песков, 2002] Информационные технологии воспринимаются не как инструмент ведения переговоров, а как рычаг усиления контроля над населением.

И, наконец, нельзя отрицать наличие традиционной закрытости российских государственных структур, уходящая корнями в авторитарное прошлое: «Атмосфера секретности как сестра авторитаризма всегда окутывала властные структуры, принятие политических решений рассматривалось как удел властной верхушки – царя, вождя, генсека, президента, а не простых граждан. Отсюда – недопонимание и недооценка роли информационных технологий в современном обществе» [Нестеров].

Учитывая имеющиеся ограничения развитию «электронного правительства» в современной России, становится совершенно понятно, почему наша страна по этому показателю находится на одном уровне развития с такими странами, как Никарагуа или Пакистан. По данным ООН в 2003 г. Россия «твердо» занимала 130-ое место в списке из 169 стран-членов ООН [Шляхтина, Электронные государства во всемирной сети]. По другим данным, основанным на исследованиях Центра публичной политики Университета Брауна, Россия в 2003 г. находилась на 101 месте среди 198 стран мира, а в 2004 г. опустилась на 129 место [Дятлов; Евтюшкин].

Вместе с тем, в последние годы произошло определенное улучшение ситуации. В рейтинге развития электронного правительства ООН за 2012 г. Россия занимала 27 место, находясь в почетном окружении таких стран, как Монако и Объединенные Арабские Эмираты [Россия в рейтинге развития электронного правительства ООН]. Подобный рывок стал возможен благодаря общеэкономическому подъему, осуществленному в России за первое десятилетие 21 века. Финансирование и серьезная работа Министерства информатизации и связи под руководством А. В. Щеголева дали свои результаты. Особенно заметно на результаты рейтинга повлиял запуск и работа сайта «Госуслуги.Ру».

Также в 2012 г. были приняты поправки в Федеральный Закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и ряд других законов. Эти поправки, по мнению некоторых наблюдателей, фактически ввели в России интернет-цензуру в форме, так называемого «реестра запрещенных интернет-сайтов». Принятие попра-

вок вызвало широкий общественный резонанс, выразившийся среди прочего в виде однодневной забастовки российского сегмента Википедии.

Таким образом, итоги реализации концепции электронного правительства в России неоднозначны. С одной стороны, органы государственной власти сумели за последнее десятилетие осуществить масштабное техническое перевооружение, обучили сотрудников работе с информационными технологиями, создали ресурсы в направлениях G2G, G2B и G2C. Однако, с другой стороны, существуют серьезные проблемы по всем этим направлениям. В области взаимодействия правительственных структур до сих пор отсутствуют единые базы данных федеральных органов власти. Например, таковая база отсутствует в ГИБДД, что позволяет перепродавать ворованные автомобили в других регионах. В области осуществления государственных закупок также имеются проблемы, на изучении которых фактически создал себе имя А. Навальный. Что касается государственных услуг населению, то и здесь не все очевидно. Например, не создана система онлайн голосования. Портал «Госуслуги» имеет незначительный функционал, а работа тех функций, которые существуют, осуществляется с большими переboями.

Таким образом, проведенный анализ показывает, что государственная политика в области создания «электронного правительства» проводится недостаточно эффективно. Принимаемые усилия носят не политический характер, а скорее управленческий, что в конечном итоге тормозит развитие политической коммуникации через Интернет и другие сетевые технологии. Исследование вэб-страниц основных субъектов российской политики показывает, что партии и политические движения намного серьезнее, чем официальные исполнительские структуры, относятся к этому информационному каналу и осваивают его возможности как в расчете на достижение близлежащих политических целей, так и в плане решения стратегических задач.

Наиболее влиятельным противником построения электронного правительства в России является бюрократия. Кардинальная перестройка системы государственного управления и подчинение «партии власти» интересам российского общества маловероятно. «Консервативная в смысле перераспределения в пользу общества властных полномочий, изменения принципов, методов и системы государственного управления и самодостаточная в социальном аспекте российская государственная бюрократия, очевидно, не может быть активным сторонником любой административной реформы, способной существенно повлиять на ее доминирующее положение в сфере государственного управления, эконо-

мической и политической жизни российского общества» [Нисневич, с. 229].

Более удачно государственные органы власти решают задачу формирования в Сети собственного имиджа. Здесь можно отметить встречи В. Путина с представителями интернет-общественности, создание и деятельность сайта «Страна.Ру», интернет-конференции Президентов РФ, конкурс на лучший сайт для него и т.п. Результативность этих акций, прежде всего, «связана с выбором контрагента государства в Сети — им стал Фонд эффективной политики (ФЭП), который имеет солидный опыт работы в Интернете, являясь фактически одним из создателей российского сегмента Сети» [Песков, 2002]. Об этом же пишет и другой известный специалист в области политических интернет-коммуникаций Б. Овчинников: «В роли ретранслятора позиции Кремля в Рунете выступают главным образом информационные проекты ФЭП» [Овчинников, 2002]. После ухода Г. Павловского из Администрации Президента тенденция построения «передового» имиджа на базе информационных технологий сохранилась и усилилась.

§ 4.3. Сетевые коммуникации органов государственной власти в России

В данном параграфе исследуются модели государственных публичных коммуникаций с использованием технологий Web 2.0, обращая особое внимание на вышеупомянутый сервис Twitter. При всем многообразии интернет-технологий Web 2.0, которые были проанализированы ранее, следует отметить, что Twitter, на сегодняшний день, считается одним из самых актуальных инструментов конструирования поля публичных коммуникаций, как в сфере бизнеса, так и в сфере политики [Быков, Филатова]. Именно поэтому в качестве единицы инструментального сравнения теоретических моделей государственных публичных коммуникаций был выбран такой минималистский, на первый взгляд, канал распространения информации, как Twitter.

Стремительное распространение технологий Web 2.0 в России совпало с активным использованием этих технологий первым официальным лицом российского государства — Президентом Д. А. Медведевым. Именно он выступил в качестве активного популяризатора

и пропагандиста всевозможных гаджетов и виджетов, стимулируя тем самым внедрение технологий Web 2.0 в алгоритмы государственного управления. Собственно одним из результатов развития технологий Web 2.0 стала идея трансформации концепции электронного правительства. Новейшие исследования говорят о необходимости создания электронных правительств 2.0, поскольку выяснилось, что без использования технологий Web 2.0 демократические правительства не могут добиться принципиального изменения своих политических систем и перевода их на качественно новый уровень [Chun, Shulman, Sandoval, Novy, p. 1-9].

Основное преимущество технологий Web 2.0 заключается в том, что они действительно создают условия для непосредственной интерактивности, а также способствуют активизации гражданского общества. Обратная связь, получаемая при помощи социальных медиа, радикально отличается от традиционных каналов электронной коммуникации (электронная почта, формы обратной связи, интернет-приемные и т.п.), поскольку они обеспечивают высокий уровень персонификации и личной ответственности. Еще одной важнейшей функцией этих технологий является тестирование и обкатка политических решений. Кроме того, вероятно, что наиболее высокий потенциал в использовании технологий Web 2.0 для государственного управления, находится в области сетевого метода кооперации между государственными структурами, общественными организациями и рядовыми гражданами. Именно эти технологии являются почти идеальной платформой для создания открытых для граждан правительств.

К объективным причинам, обусловившим популярность идеи электронного правительства в России, следует отнести то обстоятельство, что идея «электронного правительства» является политически нейтральной и, в общем, не затрагивает основ существующего режима. Данное явление, судя по всему, является универсальным. Как показывают опросы общественного мнения в США, к электронному правительству одинаково хорошо относятся, как республиканцы, так и демократы [West]. Кроме того, данная идея Президента Медведева хорошо комбинируется с основной темой модернизации России, которая тоже в общем является идеологически нейтральной.

Идея электронного правительства получила большую поддержку в самых высоких кругах политического истеблишмента в России. Во

многим это было вызвано субъективными причинами. Так, например, среди нескольких отличительных черт, формирующих политический имидж Д. А. Медведева, особенно сильно выделяется приверженность президента к новейшим информационным технологиям. При этом, увлечение Медведева новейшими информационными технологиями выражается постоянно и в разных интересных формах: интернет-конференции, собственный видео-блог, аккаунты в YouTube, LiveJournal и Twitter, личная работа за компьютером и поиск информации в Интернете, заявление о том, что для губернаторов навыки работы с новыми информационными технологиями обязательны, а также о том, что будущее принадлежит электронной демократии, всесторонняя поддержка концепции «электронного правительства» и, наконец, посещение «силиконовой долины» во время визита в США. Именно во время посещения США Д. Медведев открыл собственный микроблог в Twitter. Успешные эксперименты Д. Медведева с новейшими информационными технологиями привели к тому, что многие политики и чиновники также стали использовать соответствующие возможности. Так, например, поступил помощник Президента А. Дворкович, вскоре ставший самым популярным российским политиком в Twitter. Таким образом, Президент собственным примером стимулировал внедрение технологий Web 2.0 в сферу публичных коммуникаций, предложив лидерский стиль их использования [Быков, PR, технологии Web 2.0 и электронное правительство в России, 2011].

Однако, надо сразу отметить, что в российских реалиях внедрение любых новаций сталкивается с серьезными проблемами. Для оценки уровня внедрения технологий Web 2.0 в деятельность российских государственных органов нами было предпринято контент-анализ официальных сайтов органов государственной власти федерального уровня [Быков, 2011]. Всего было исследовано 84 сайта. Из них 3 сайта относятся к законодательной ветви власти (Государственная дума и Совет Федерации), 3 сайта — к судебной власти (Конституционный суд, Верховный суд и Высший арбитражный суд), остальные 78 — к исполнительной власти. Основной задачей исследования являлось выявление уровня развития элементов Web 2.0 в деятельности государственных органов. Основными единицами анализа выступали такие элементы технологий Web 2.0, как социальные сети, блоги, YouTube и служба мгновенных сообщений Twitter. Результат исследования оказался, в определенной степени, обескураживающим. На 84 сайтах органов федеральной власти было обнаружено всего 14

элементов технологий Web 2.0 (Twitter – 5, Блог в Живом журнале — 3, Facebook – 2, Блог на официальном сайте – 2, YouTube — 1, Блог на ином ресурсе — 1). Всего 9 из 84 сайтов использовали технологии Web 2.0. Это составляет 9,6%. Таким образом, следует признать, что Web 2.0 на сегодняшний день не получил широкого распространения. Во всяком случае, если сравнивать со 100% наличием PR-служб, Web 2.0 не получил статуса доминирующей технологии.

С другой стороны, есть очень интересное и, как представляется, важное обстоятельство, связанное с тем, кому непосредственно подчиняются государственные органы. Нами была выдвинута гипотеза о том, что внедрение технологий Web 2.0 будет зависеть от того, кому подчиняются те или иные государственные органы непосредственно. Было обнаружено, что сайты государственных органов, непосредственно подчиняющихся Президенту Медведеву (19%), больше используют технологии Web 2.0, чем «путинские» (7%). Повинуясь внушительному примеру вышестоящего начальства многие государственные чиновники различных уровней и подразделений стали в меру сил и возможностей внедрять технологии Web 2.0 в свою деятельность. Между тем, не имея соответствующих навыков, финансовых ресурсов и четких представлений о том, как работают эти технологии, практические результаты резко отличаются от в целом положительного опыта Президента Российской Федерации Д. Медведева. Бюрократические ограничения и повседневный опыт административного управления породили альтернативный президентскому стиль внедрения технологий Web 2.0. Наиболее удачно данный стиль можно охарактеризовать как административно-командный, когда вышестоящий чиновник заставляет своих подчиненных вести блог или открыть аккаунт в Facebook'e.

Таким образом, противоположным лидерскому стилю организации государственных публичных коммуникаций выступает административный стиль. На наш взгляд, при анализе моделей государственных публичных коммуникаций их стиль организации выступает в качестве первого измерения, первого критерия типологизации.

Второе измерение моделей публичной коммуникации органов государственной власти России заключается в степени интенсивности интерактивного общения между представителями власти и гражданами [Быков, 2006]. Фактически, в большинстве случаев чиновники предпочитают не общаться лично с гражданами, используя свои аккаунты в сервисах Web 2.0 для коммуникации с журналистами и

вброса необходимой информации в публичную сферу. Вплоть до сегодняшнего дня использование интернет-технологий в политической жизни России строилось на основе концепции двухступенчатой коммуникации, когда политические новости в Рунете становились информационными поводами для последующего распространения в традиционных средствах массовой коммуникации. Ярким примером «блистательного» отсутствия «автора» блога является видео-блог Д. Медведева, который самоустранился от общения с читателями. А переход от двухступенчатой модели коммуникации к прямому интерактивному общению в подавляющем числе случаев так и не произошел. Вероятно, в настоящий момент возникает близкий к этому виду коммуникаций пример, когда новый губернатор Санкт-Петербурга, находясь под давлением серьезных обстоятельств и сверхпринципиальных обязательств, вынужден отвечать на многочисленные запросы граждан.

Таким образом, комбинируя два основных параметра государственных публичных коммуникаций, можно попробовать смоделировать типологию основных моделей коммуникаций в России. По одной оси координат будут находиться стилистические особенности внедрения технологий Web 2.0 (лидерский стиль против командно-административного), а по другой — интенсивность интерактивного общения с гражданами (интенсивное интерактивное общение против двухступенчатой модели коммуникации, опосредованной PR-отделами и традиционными средствами массовой информации). В результате комбинации этих критериев получается четыре вероятных модели государственных публичных коммуникаций в России:

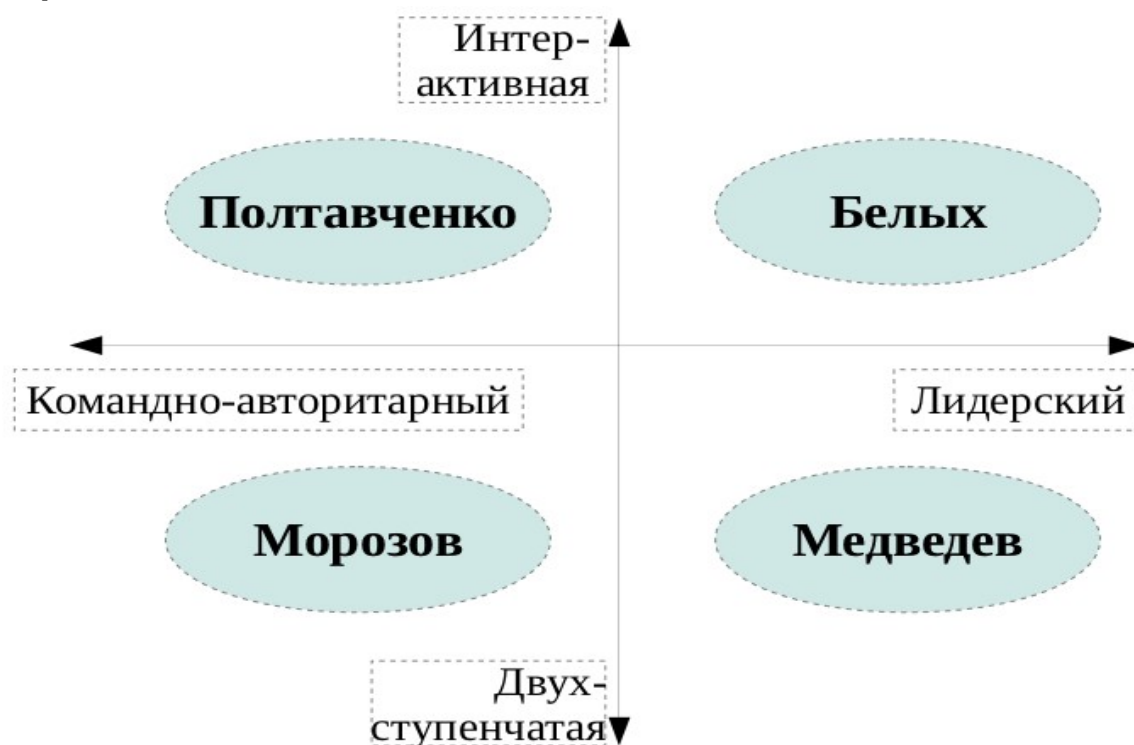
- лидерско-двухступенчатая;
- лидерско-интерактивная;
- административно-двухступенчатая;
- административно-интерактивная.

Далее, на нескольких примерах будут продемонстрированы механизмы реализации соответствующих моделей в современной России.

Описанные выше модели достаточно хорошо коррелируют с существующей в России практикой. В качестве примеров были взяты микроблоги Президента России Д. Медведева, губернатора Кировской области Н. Белых, губернатора Ульяновской области С. Морозова и губернатора Санкт-Петербурга — Г. Полтавченко (см. рис. 4). На рисунке

1 горизонтальная ось координат охватывает противоположные стили внедрения технологий Web 2.0: лидерские и командно-административные. Вертикальная ось координат распределяет основные виды коммуникации, используемые политическими акторами: двухступенчатую или интерактивную. На наш взгляд, данные примеры являются яркими иллюстрациями представленной выше типологии. Кроме того, существует и другие важные обстоятельства, способствовавшие выбору именно этих примеров (На наш взгляд, другие известные примеры (О. Чиркунов, Д. Зеленин и др.) активных пропагандистов внедрения информационных технологий в государственные публичные коммуникации также хорошо «раскладываются» в ячейки данной типологии.). Во-первых, это большое количество публикаций по данным кейсам, а во-вторых, это реальная возможность подсчета открытых статистических данных. Для дальнейшего анализа статистики активности микроблогов использовались данные специализированного сайта TweetStats (<http://tweetstats.com/>), который автоматизирует процесс подсчета данных аккаунтов Twitter.

Р и с у н о к 4. Модели публичных коммуникаций органов государственной власти с использованием технологий Web 2.0



Как мы уже упоминали ранее, в деле внедрения новых

информационных технологий Д. Медведев выступал в роли примера для подражания. Он был первым, или одним из первых, кто включал различные технологии Web 2.0 в структуру своих публичных коммуникаций. Успешному внедрению лидерского стиля способствовала позиция первого лица государства, когда практически любое действие политического актора получает максимальное освещение со стороны традиционных средств массовой информации. Собственно, содержание коммуникаций при помощи технологий Web 2.0 в таких условиях становится совершенно неважным. Картина близка в знаменитому выражению М. Маклюэна «The medium is the message». Что бы не говорил Президент в своем видео-блоге, самое важное было уже сказано самим фактом использования видео-блога. При этом, неожиданные сопутствующие эффекты в виде многочисленных прямых видео-обращений граждан к Президенту и Премьер-министру до поры до времени оставались незаметными [Быков, Президент Медведев, видео-блоггинг и публичная сфера в России]. В любом случае, как показывает статистика интенсивность использования аккаунта Twitter Д. Медведевым резко упала в 2011 г. На первый взгляд, это может показаться странным: идет год выборов. Однако, в рамках модели лидерско-двухступенчатой коммуникации данный феномен объясняется тем, что данный канал выработал свой PR-ресурс. А поскольку он и не предназначался для интерактивного общения с гражданами, то его удел — это фиксация присутствия базисного субъекта в коммуникационном пространстве.

Радикально противоположной выглядит ситуация с микроблогом Никиты Белых. По-сравнению с Президентом Медведевым интенсивность коммуникации губернатора Кировской области через Twitter выше на порядок. Если за последние полтора года Медведев публиковал в среднем 2,2 твитта в день, то Белых — 24,4, что более чем в 10 раз больше. И это несмотря на то, что Белых почти целый год им не пользовался. Мы не знаем настоящих причин этого перерыва, хотя можем предположить, что он последовал в связи с инцидентом на заседании Госсовета.

Одним из самых ярких примеров командно-авторитарного подхода в последнее время выступает Ульяновская область. Ее губернатор — Сергей Морозов — еще в 2009 году решил стимулировать работу чиновников через Интернет, предлагая гражданам выставлять им оценки. В 2011 году данная инициатива увидела свет в полном объеме. Однако, результативность и репрезентативность подобного рода опросов

вызывает большие сомнения. При этом, анализ активности микроблога С. Морозова говорит о том, что именно его деятельность и носит формальный характер. За полтора года губернатор Ульяновской области «выдавал» в среднем 2 твитта в день. Вместе с тем, очевидно, что в Ульяновской области мы имеем дело с какой-то аномалией. Так, например, ульяновский градоначальник, Александр Пинков, во-первых, заявляет, что Медведева разозлили чиновники, писавшие в Twitter с заседания Госсовета, а во-вторых, заставляет всех подчиненных вести микроблоги Twitter и требует, чтобы эти блоги не носили формальный характер [Белый]. Аналогичная ситуация складывается во многих регионах России. Так, например, относительную известность получила инициатива губернатора Пермского края О. Чиркунова «Шаг к цели». В принудительном порядке чиновники ведут блоги на специализированной блог-хостинговой платформе Wordpress (<http://permregion.wordpress.com/>). О. Чиркунов также выступает за то, чтобы работа чиновников оценивалась через Интернет.

Разумеется, проанализированные выше примеры эволюционируют и в них можно найти элементы из конкурирующих моделей. Так, например, в вверенной заботам Никиты Белых Кировской области некоторые государственные структуры обладают совершенно «формальными» аккаунтами в Twitter. Это касается собственно правительства области и законодательного собрания. Ни по количеству подписчиков, ни по уровню интерактивного общения они не могут сравниться с микроблогом губернатора. Очевидно, что чиновники, курирующие это направление деятельности, с одной стороны, ориентируются на соответствующие «пристрастия» губернатора, а, с другой стороны, заставляют более мелких чиновников «вести микроблог». Анонимный характер микроблоггинга данных органов государственной власти затрудняет интерактивную коммуникацию чиновников с гражданами и переводит эту коммуникацию в формат однонаправленных и опосредованных средствами массовой коммуникации.

Вернемся к анализу примеров модели авторитарно-интерактивных коммуникаций. Возможно, пример О. Чиркунова — не самый плохой для иллюстрации этой модели. Однако, на наш взгляд, деятельность Г. Полтавченко также вполне подходит для этих целей. Динамика твиттов микроблога губернатора Санкт-Петербурга характеризует его как весьма активного пользователя. За полтора года им делалось 12,6 твитта в день.

При этом, обращает на себя внимание тот факт, что в октябре из 556

твиттов — 522 были ответами на вопросы граждан (почти 94%). В табл. 9 приведено сравнение микроблогов, которое позволяет четко разделить их по соответствующим моделям. Ясно видно, что интерактивность властных публичных коммуникаций у блогов Д. Медведева и С. Морозова находится на нуле. При этом, разница между твиттерами Белых и Полтавченко заключается в двух параметрах: общем количестве твиттов и наличии ретвиттов у Никиты Белых. Никите Белых для подтверждения собственного лидерства требуется инициировать коммуникацию и использовать дополнительные рычаги привлечения внимания в виде ретвиттов (то есть перепостов чужих твиттов). Получается, что Белых выдает почти в два раза больше твиттов, чем Полтавченко, при этом 82 твиттов (7%) — это ретвитты интересных сообщений из других микроблогов. Полтавченко методично отвечает на возникающие вопросы жителей, практически не инициируя дополнительных тем для обсуждения, используя, таким образом, тактику крепкого хозяйственника.

Т а б л и ц а 9. Сравнение микроблогов в рамках основных моделей государственных публичных коммуникаций в сфере Web 2.0 (октябрь 2011)

Твиттер	Общее количество твиттов	Общее количество ответов	% ответов от общего количества твиттов	Модель
Медведев (MedvedevRussia)	7	0	0	Лидерско-двухступенчатая
Морозов (morozov_si)	16	0	0	Административно-двухступенчатая
Белых (NikitaBelyh)	1124	839	74,5%	Лидерско-интерактивная
Полтавченко (G_Poltavchenko)	556	522	94%	Административно-интерактивная

Предложенные модели конфигурации государственных публичных коммуникации при помощи двух измерений базируются на практике бюрократического управления в России, характеризующегося мощным наследием командно-административных методов управления, и методов

выстраивания PR-коммуникаций, которые в свою очередь характеризуются проверенными методами двухступенчатой коммуникации. Модели административного внедрения новых технологий встречаются в России значительно чаще, а вот возможность внедрения интерактивных форм возникает значительно реже. При этом, вероятность следования приемам двухступенчатой коммуникации значительно выше, нежели интерактивной. Таким образом, мы можем предположить какие модели имеют больше шансов для реализации в современной России. В результате наложения вероятностей реализации одного из измерений моделей государственной публичной коммуникации в сфере Web 2.0 на другое измерение мы получим, что более вероятной моделью является модель административно-двухступенчатой коммуникации, далее идут модели административно-интерактивная и лидерско-двухступенчатая, а наименее вероятной выступает модель лидерско-интерактивной коммуникации.

Вместе с тем, нельзя не отметить, что с точки зрения мировой аудитории твиттеры российских политиков нельзя причислить к самым популярным. Так, например, Барак Обама располагает почти 11 миллионами читателей. Д. Медведев может похвастать почти 600 тысячами читателей, С. Морозов имеет всего 5000, Н. Белых — 36000, а Г. Полтавченко — 38000. Интерактивность коммуникации несомненно добавляет популярности микроблогам губернаторов, но оказывается бессильной, если в ход идут традиционные административные ресурсы. Несомненно, положение Президента перевешивает практически любую активность подчиненных ему губернаторов и министров.

Анализ моделей использования технологий Web 2.0 в публичных коммуникациях органов государственной власти, оставляет за рамками исследования иные многочисленные аспекты публичных коммуникаций в современной России. В частности, открытым остается вопрос игнорирования этих технологий Владимиром Владимировичем Путиным. Более того, по отношению к большинству регионов — субъектов Российской Федерации — предметный разговор на эту тему вряд ли представляется возможным. Однако, проверка предложенных моделей на примере других инструментов Web 2.0, а также на базе различных ветвей и уровней власти представляется следующим логическим шагом в данной работе.

ГЛАВА 5

СЕТЕВАЯ ПУБЛИЧНАЯ ПОЛИТИКА В РОССИИ

§ 5.1. Место сетевых средств коммуникации в медиа-системе современной России: политические аспекты

В начале 90-х годов в России многие научно-исследовательские учреждения приступили к созданию своих компьютерных сетей и каналов связи с внешним миром и между собой. Особенно следует отметить роль Института Атомной Энергии им. Курчатова (ИАЭ) и Российский Институт Развития Общественных Сетей (РОСНИИРОС). При ИАЭ практически сразу же начали работать коммерческие интернет-провайдеры «Релком» и «Демос», которые вплоть до 1993 года были фактическими монополистами в области предоставления интернет-услуг в России [Беркгаут, Чадрин, с. 13-14].

Именно по каналам российского Интернет-провайдера «Релком» еще на заре развития Интернета в России в дни августовского путча 1991 года в Москве сторонниками Бориса Ельцина было передано 46 тыс. информационных сообщений за рубеж и в регионы России [Засурский, 1999, с. 222]. Таким образом, Интернет был с успехом использован в качестве альтернативного, неофициального средства политической коммуникации. Однако вплоть до конца девяностых годов Интернет оставался на задворках политической жизни России. Как пишет Ю. Росич, «пока Интернет был узкоспециализированной компьютерной средой, Сеть и политика практически никак не пересекались. Интернет фактически не использовался и в ходе президентской кампании 1996 года» [Росич]. Сегодня большинство исследователей сходятся во мнении, что начало серьезного отношения к Интернету как средству сетевой политической коммуникации относится к 1998 году [Сметанин, Борис Немцов – первый политик в российском Интернете].

Интернет в России распространялся по отличающемуся от общемировой практики сценарию: политика начала проникать в российскую часть Сети до того, как Интернет стал рассматриваться в качестве удачного предмета для коммерческих инвестиций. Если примеры использования Интернета в российском политическом

процессе относятся к 1998 г., то время так называемой, «интернет-лихорадки» наступило позже, в 1999-2000 гг., когда появились первые рентабельные интернет-проекты, примеры привлечения крупных инвестиций в эту область, а также переходы многих информационных ресурсов из рук в руки [Засурский, 1999]. Д. Иванов так характеризует это фундаментальное для политической коммуникации в российском Интернете обстоятельство: «Важной особенностью развития российского сегмента всемирной сети стало то, что, в отличие от Европы и Америки, в России интернет-технологии в значительно большей степени были востребованы в политической и медиа-среде, нежели в сфере бизнеса. Определяющим фактором развития российского Интернета в конце девяностых годов... стала активность крупных медиа-и политических структур, а не коммерческих организаций» [Иванов, Политический PR в Интернете: российские реалии, 2002].

Распространение интернет-технологий в России проходило неравномерно, что позволяет говорить о нескольких этапах развития Интернета в России [Интернет и российское общество]. В самом общем виде развитие Интернета в России можно разбить на «начальный» этап, «столичный» этап, «региональный» этап и «современный» этап [Перфильев, 2002; Перфильев, 2003]. На «начальном» этапе в 1991-1993 годах Интернет в России развивался в рамках сети FIDO, электронной почты, конференций USENET, а также региональных сетей передачи данных, которые, в строгом смысле, нельзя считать сетевой технологией на основе сервиса WWW.

«Столичный» этап (1994-1997 гг.) начался с момента, когда сеть Relcom получила постоянный канал доступа в европейскую сеть EUnet. На этом этапе интернет-услуги концентрировались в основном в Москве и С.-Петербурге, а также в некоторых академических, научных и образовательных сетях в регионах. Более того, некоторые исследователи указывают, что до 1998 года российский Интернет являлся преимущественно московским явлением [Развитие информационного общества в России. Том 1, с. 121].

«Региональный» этап (1998-2001) связан с широким проникновением Интернета в регионы России и характеризуется интенсивным распространением интернет-технологий по территории страны, а также уменьшением доли Москвы и С.-Петербурга в структуре интернет-пользователей. Как отмечали представители Министерства Российской Федерации по связи и информатизации, «кризис августа

1998 года показал устойчивость развития рынка информационно-телекоммуникационных технологий в России» [Развитие информационного общества в России. Том 1, с. 18]. При этом Интернет в регионах начинает использоваться не только в научно-образовательных целях, что уже было на предыдущем этапе, но в качестве инструмента развития бизнеса и осуществления массовой коммуникации. На этом этапе в России наблюдались действительно очень высокие темпы прироста интернет-аудитории. Они сильно превосходили американские. Во многом такая ситуация объяснялась тем, что в Соединенных Штатах к этому времени больше половины населения уже имело доступ к сети Интернет. Причем наиболее подготовленные пользователи были уже охвачены, а прирост шел или за счет малообеспеченных слоев населения, или за счет консервативных лиц пожилого возраста. При этом, можно утверждать, что «период со второй половины 1998 по первую половину 1999 года стал начальным экстенсивным этапом формирования ресурсов российского политического Интернета» [Развитие информационного общества в России. Том 1, с. 118].

«Современный» этап связан с переломным моментом в развитии Интернета в России, а именно – преодолением 10 %-го порога количества пользователей относительно всего населения страны. Именно с этого момента, по международной статистике, начинается активное использование интернет-технологий в качестве инструмента коммерческой деятельности, а в последствии и в качестве средства политической коммуникации.

Таким образом, можно подытожить, что на протяжении 90-х годов и до настоящего времени активно развивался «процесс освоения различными политическими субъектами (политическими партиями и движениями, институтами государственной власти, медиа-структурами и др.) Интернета в качестве средства политической коммуникации» [Иванов, Российский Интернет как средство политической коммуникации, 2002]. При этом, в отличие от общемирового сценария, согласно которому Сеть сначала используется как коммерческая информационная среда, а уже потом инструмент политического влияния, Интернет в России был сначала включен в сложившуюся к середине 1990-х гг. медиа-политическую систему, а уже потом востребован рыночными структурами. При этом следует отметить, что «специфические возможности Интернета были использованы различными субъектами российской политической жизни в информационных войнах, во время

парламентских и президентских выборов, в ходе осуществления международной информационной политики» [Там же]. Также интернет-технологии начинают активно использоваться в деятельности государственных органов в целях создания электронного правительства.

Необходимо отметить, что основные проблемы в этой области связаны в первую очередь с причинами фундаментального порядка, относящимися к относительно невысокому уровню социально-экономического развития страны [Кастельс, Киселева, с. 28]. Отставание России от развитых стран по уровню социально-экономического развития приводит к тому, что только меньшинство населения может себе позволить оплачивать интернет-коммуникацию. Во вторую очередь следует упомянуть невысокий уровень технического развития телекоммуникационной отрасли. И, наконец, немаловажным фактором является географические размеры страны и низкая плотность населения в удаленных районах. В этих условиях затраты на создание физической инфраструктуры Интернета оказываются значительно более высокими, чем в других индустриальных странах. Таким образом, Россия заметно отстает в области обеспечения средствами коммуникации от развитых стран. Особенно это отставание заметно в сфере новых информационных технологий [Вартанова, 2002, с. 20].

Кроме фундаментальных причин, препятствующих использованию Интернета в качестве средства политической коммуникации, существуют и проблемы, вызванные спецификой внедрения новых технологий в российских условиях. Так, например, к таким проблемам относится «недостаточный уровень осведомленности населения о возможностях современных средств связи» [Разроев, с. 220]. По этой причине около 11% россиян, имеющих материальную возможность пользоваться Интернетом, не делают этого. Причем только 7% из них, возможно, в будущем станут пользователями Интернета. «Остальные 4% или не имеют желания, или даже не слышали об Интернете» [Готовность России к информационному обществу, с. 81]. Получается парадоксальная ситуация, когда значительная часть населения имеет персональные компьютеры, готовые для работы в Интернете, но не пользуются этим! В отличие от фундаментальных проблем, связанных с социально-экономическими, технологическими или географическими причинами, данная проблема связана с неэффективностью использования имеющихся технических возможностей.

Как уже было отмечено, именно на кризисный 1998 год пришелся всплеск политической активности в Сети, когда сайты появились сразу у нескольких известных политиков и крупных партий. Начался бурный рост сетевых изданий, либо специализирующихся на освещении политической жизни, либо отводящих под политику значительные объемы своих ресурсов. К этому же времени относятся и первые скандалы с выбросом компромата в Интернет. В результате за год политическая тематика утвердилась в Сети настолько прочно, что популярные политические сайты сравнялись по посещаемости с традиционными лидерами – поисковыми серверами, каталогами и развлекательными ресурсами [Давыдов, Масс-медиа российского Интернета, 2000].

Эту же мысль подтверждает И. Засурский: «Учитывая накал политической интриги в России в девяностые, неудивительно, что одними из первых новые возможности Интернета открыли для себя политтехнологи» [Засурский, 1999]. При этом он указывает, что до 1998 года политическая коммуникация в Интернете развивалась на основе энтузиазма и в отсутствие серьезных инвестиций. Об этом же в рамках конференции «Связи с общественностью и вызовы электронного века: PR в эпоху Интернет», прошедшей 14 февраля 2001 года, говорилось в докладе Марины Литвинович, шеф-редактора Национальной информационной службы «Страна.Ру». М. Литвинович отметила, что в отличие от стран Запада, главный толчок развитию Интернета в России дали политические технологии.

Поэтому совершенно не вызывает удивления, что в это время Интернет стал инструментом политических PR-кампаний, а политические интернет-технологии – одной из самых востребованных услуг в сфере политического консультирования. Наибольшую известность на этом поприще заработали выше упоминавшиеся политический технолог Г. Павловский и возглавляемый им Фонд Эффективной Политики (ФЭП), которые ведут историю непосредственного участия в политических делах российского Интернета с 1997 г. В этом году ФЭП воплотил в жизнь свой первый информационный проект в Сети – «Русский журнал» (www.russ.ru), рассчитанный на элитарную публику. В 1998-1999 гг. ФЭП были реализованы огромное количество информационных проектов, выполненные как под заказ, так и для собственных целей. При этом для ФЭП характерно стремление захватить как можно больше сетевых информационных ресурсов и не выпускать их из-под своего влияния.

Такую стратегию можно описать в терминах простого преобладания или монополизации информационного поля. Такая стратегия, по мнению И. В. Самаркиной, оправдывала себя до тех пор, пока ФЭП оставался едва ли не единственной крупной организацией, активно разрабатывавшей в Интернете медийные проекты» [Самаркина, с. 45]. Данная стратегия вскоре столкнулась с серьезными трудностями, связанными с тем, что ФЭПу просто перестало хватать квалифицированных кадров для своих проектов. Более того, по мере развития Интернета интерес к нему со стороны других крупных отечественных и зарубежных организаций вырос, что привело в 1999-2000 гг. к целому ряду покупок ведущих сетевых источников стратегическими инвесторами и соответствующему повышению конкуренции между политическими информационными ресурсами.

1998 год стал знаменательным еще и потому, что именно в этом году появились первые значимые сетевые средства массовой информации. До 1998 года сетевые СМИ ограничивались рассылкой информационных листов по подписке и скорее ориентировались на использование электронной почты, нежели Интернета как такового. Одними из первых в Интернете появилась газета «Известия» (конец 1994 – начало 1995 годов). «В то же время возникла и первая электронная новостная служба – Национальная служба новостей (НСН). Годом позже в сети появились электронные версии других изданий («Огонек», «АиФ», некоторые «толстые» журналы).

В 1998 году появились полноценные интернет-издания, функционирующие по принципу офф-лайн СМИ. После кризиса августа 1998 г. появляется проект «Полит.Ру» (<http://www.polit.ru>), и три кита политновостей, созданные на средства ФЭП, «Газета.Ру» (<http://www.gazeta.ru>), «Лента.Ру» (<http://www.lenta.ru>) и «Вести.Ру» (<http://www.vesti.ru>). После года «раскрутки» два из трех проектов были проданы Фондом эффективной политики: «Газета» — ЮКОСу, «Лента» — «Русским инвесторам». При этом необходимо учитывать, что практически с самого начала своего существования большинство новостных сайтов прежде всего воспринималось как издания с собственной ярко выраженной идеологической позицией. Так, например, «Вести.ру» позиционировали себя как праволиберальное издание, а созданный тем же ФЭП аналитический сайт «СМИ.ру» — как государственническое [Засурский, 1999].

В это же время на просторах Интернета появились и начали активно работать традиционные средства массовой информации. Среди них сле-

дует упомянуть офф-лайн-информационные агентства большой тройки — ИТАР-ТАСС, РИА-Новости, «Интерфакс». В 1997-1998 гг. доступ к онлайн-версиям открыли «Коммерсантъ», «Русский телеграф», «Московские новости» и др. Следует отметить, что печатные СМИ являются наиболее активными сторонниками проникновения в Интернет [Вартанова, 2002, с. 57].

Во многом данная картина объясняется тем, что современные технологии подготовки печатных материалов к выпуску основаны на одинаковых с интернет-издательством компьютеризированных процедурах. Таким образом, сравнительно небольшие усилия по «выкладке» материалов в Интернете приносят значительные дивиденды таким изданиям, что и отражается на их желании использовать интернет-технологии. Проникновение печатных СМИ в Интернет можно также считать в определенной степени вынужденным шагом, связанным со значительным сокращением тиражей по сравнению с периодом перестройки.

В начале третьего тысячелетия интернет-СМИ заняли достаточно твердые позиции в информационном пространстве России. По мнению Антона Носика, они «успешно конкурируют со всеми видами традиционных изданий — кроме, разумеется, национальных телеканалов, чья аудитория заведомо превышает интернетовскую в десятки раз» [Носик, 2001]. Российское телевидение добилось доминирующего положения во многом благодаря советскому прошлому. Так, в 1997 году почти у 99% семей было хотя бы по одному телевизору. Практически все россияне принимают, как минимум, два московских канала — ОРТ (98 % населения) и РТР (95 % соответственно). Еще четыре столичных канала имеют статус общенациональных: НТВ (его могут смотреть дома 72 % россиян), ТВ-6 (58 %), ТВЦ (39 %) и «Культура» (36 %)» [Вартанова, 2000]. В условиях, когда население не может позволить себе платных СМИ, телевидение неизбежно становится «тотальным» медиумом.

В 2000 году Интернет стал еще более активно использоваться в качестве инструмента политической агитации со стороны разных политических сил. Еще в декабре 1999 г., контролирующей группу «МедиаМост», В. Гусинский купил у частных акционеров группу сайтов «Нетскейт» и создал на ее основе свое сетевое подразделение «МеМонет», в которое в 2000 году вошли, в частности, проекты «НТВ.ру» и «Инопресса.Ру». Другой представитель крупного бизнеса Б. Березовский начал осенью 2000 году с построения объединенного новостного портала «Постфактум.ру» на основе сетевых версий ОРТ и

«Коммерсанта», а также сводок АПН. Уже в эмиграции в 2001 году он создал собственную интернет-газету «Грани.Ру», находящуюся в жесткой оппозиции к президенту В. Путину.

С другой стороны, в 2000 г. ФЭП презентовал новый амбициозный проект «Национальной Информационной Службы» (<http://www.strana.ru>), призванный совместить «выражение государственной позиции» с привлечением частных инвестиций. «Этот сервер, опирающийся на собственную новостную службу и информационные ресурсы государственных медиаструктур (ВГТРК, ИТАР-ТАСС, ОРТ), призван служить федеральным информагентством – со своими каналами получения эксклюзивной информации из властных структур – и интернет-представительством семи федеральных округов, каждый из которых представлен на сайте НИС отдельным разделом... Речь идет, вероятно, о самом дорогостоящем и затратном медийном проекте за всю историю Рунета» [Носик, 2001, с. 12]. По последним данным, проекту, несмотря на высокий рейтинг, не удалось добиться самоокупаемости, на которую рассчитывали его создатели.

Интернет-СМИ в России стали активными участниками медиа-политического процесса [Грабельников]. При этом имело место четкое распределение ролей между ними, а также включение их, за редким исключением, в состав медиа-империй. «Таким образом, СМИ в Интернете практически теряют свою специфическую функцию, зачастую выступая в качестве не актора, но инструмента в руках государства, партий, движений, бизнеса или отдельных людей. Индивидуальные проекты также постепенно вливаются в общие политические проекты» [Песков, 2002]. Разделение интернет-СМИ по политическим пристрастиям сделало их активными участниками информационных войн, центральную роль в которых играли телевизионные каналы [Водолагин]. Тем не менее, именно интернет-СМИ являются наиболее востребованными источниками политической информации в российском сегменте глобальной сети Интернет. В этом российский опыт повторяет зарубежный, и, в частности, опыт США.

С другой стороны, сформировавшаяся в России медиа-система носит гибридный характер, сочетая в себе элементы традиционных каналов коммуникации и сетевых каналов коммуникации [Chadwick, 2011]. И в отличие от большинства медиа-систем в развитых странах мира в России сложился значительный диспаритет между повесткой дня в традиционных СМИ (преимущественно телевидение) и сетевых СМИ

(преимущественно социальные сети). Напомним, что согласно концепции структурного параллелизма В. Беннетт, сетевые СМИ фактически являются продолжением или филиалами традиционных [Bennett]. Однако, в России сложилась уникальная ситуация, когда наиболее популярные онлайн издания никак не связаны с офлайн СМИ. Низкий структурный параллелизм сетевых СМИ и офлайн СМИ проявляется в том, что из десяти наиболее цитируемых онлайн источников всего два являются филиалами традиционных СМИ. В мае 2011, на пример, ими были «Вести» и веб-сервер газеты «Ведомости» (данные ИАС Медиология — И.Б.). Фактически такая ситуация наблюдалась с самого начала появления сетевых изданий, которые начинали свою деятельность как интернет стартапы (Лента.Ру, Газета.Ру и т. п.). В России сложилась ситуация поляризированной медиа-системы, в которой один полюс занят центральными телеканалами, а другой — интернет-изданиями. В грубой форме это противостояние выражается в формуле «Интернет против зомбоящика», а в более мягкой, как «партия Интернета» против «партии телевидения».

Данная ситуация усугубляется нарастающей поляризацией в области цифрового неравенства [Аймалетдинов]. Да, действительно, количество пользователей Интернета и других сетевых технологий в России растет очень быстрыми темпами, однако разрыв между группами «продвинутых» пользователей и обычных пользователей, предпочитающих телевизор в качестве основного источника информации постоянно увеличивается. Более того, наше исследование 2010 г. показало, что активные интернет-пользователи в России отличаются от большинства населения в незначительной степени, относясь к демократическим ценностям, правам человека и свободе слова, как и большинство граждан [Быков, Халл].

§ 5.2. Избирательные технологии и сетевая политическая коммуникация в России

Если говорить непосредственно о таких субъектах политического процесса, как политические партии, общественно-политические организации и политические лидеры, то и они оказались сторонниками активного использования Интернета. Совершенно естественно, что в

первую очередь в сети востребованными оказались политические избирательные кампании. В качестве показательного примера приведем факты, относящиеся к использованию интернет-технологий на выборах президента США в 1996 году. В. Нойман приводит цифры, согласно которым президентский вэб-сайт посетили 1 миллион человек только за время первых 10 дней кампании. Напомним, что президентом США в это время был Б. Клинтон. Предвыборный штаб его противника, сенатора Доула, отметил, что его сайт посетили 9 миллионов человек с сентября 1995 по август 1996. Более того, почти 6 тысяч добровольных помощников было рекрутировано через этот сайт, чтобы принять активное участие в предвыборной борьбе [Newman, p. 60].

С начала 90-х гг. XX в. появилось достаточно большое количество исследований, посвященных проблеме использования Интернета в предвыборных кампаниях [Chadwick, 2006; Lusoli, 2005; Norris, 2003]. Среди этих исследований можно выделить несколько точек зрения. В начале 1990-х гг. появилась группа авторов, которые считали, что Интернет самым революционным образом изменит политическую жизнь и, в том числе, электоральные технологии [Budge; Dertouzos; Grossman; Negroponte]. Так, на пример, Л. Гроссман рассматривал Интернет в качестве главного инструмента создания новой электронной республики, основными характеристиками которой выступят массовое участие граждан в политике, прямые формы демократии, электронное голосование и т.п. У. Раш прямо заявил: «Избиратели получают ситуацию, когда их голоса будут достигать напрямую самых высоких уровней политических партий и государственных органов» [Rash, p. 181].

Аналогичной точки зрения придерживался один из самых известных политтехнологов мира - Дик Моррис. Особенно большую роль Моррис отводил фандрайзинговым возможностям Интернета, указывая, что успешные политики смогут получить больше независимости от крупных капиталов за счет финансовой поддержки со стороны рядовых избирателей. Кроме того, Моррис указывал, что Интернет меняет стиль политической коммуникации, которая приобретает интерактивный характер. Донести информацию до избирателя становится недостаточным, нужно вовлечь его в какую-то привлекательную деятельность [Morris].

Однако на рубеже столетия и в начале нового десятилетия появились сомнения в том, что Интернет принесет революцию в электоральные технологии [Davis, The Web of Politics; Governance.Com;

Hansen, Benoit]. Несколько эмпирических исследований, использующих комплексные методики анализа, показали, что Интернет вряд ли имеет сильное влияние на вовлечение граждан в избирательный процесс [Gibson et al.; Norris, 2003; The Internet and National Elections]. Обнаружилось, что чаще всего Интернет используется в качестве вспомогательного канала коммуникации. Основным мотивом присутствия кандидатов и политических партий в киберпространстве выступало желание показать, что они «идут в ногу со временем», а не реальная двусторонняя коммуникация с избирателями. Предвыборные сайты создавались по имиджевым причинам.

Некоторые авторы стали говорить о том, что Интернет практически не оказывает влияния на электоральное поведение и текущую политику, так как является каналом коммуникации по выбору. Большинство граждан остается вне политического сектора сети, так как в виртуальном пространстве существует масса других полезных, интересных или просто развлекательных возможностей. Поэтому политика в эпоху Интернета предстает в виде старой, доброй «политики как обычно» (от англ. – «politics as usual») [Margolis, Resnik]. Сторонники этой концепции указывали, что в Интернете значительно лучше представлены мнения таких крупных политических акторов, как политические партии, группы влияния, средства массовой информации и т.п. Пользуясь своими финансовыми возможностями, традиционные политические игроки точно также доминируют на виртуальной арене, как и в реальной жизни. Различные вариации этой точки зрения были очень широко представлены на рубеже тысячелетий и в начале первого десятилетия [Bimber, Davis; Political Parties and the Internet; Ward, Gibson].

Иногда данный подход называют концепцией «укрепления» (от англ. reinforcement), поскольку, как писали Марголис и Резник, «вместо того, чтобы переделать американскую политику, развитие киберпространства и глобальной сети Интернет, скорее всего, укрепляет (англ. – reinforce) существующий status quo» [Margolis, Resnik, p. 54].

Весьма похожую позицию по отношению к развитию политической коммуникации в современных обществах выражает российский социолог Д. Иванов. Согласно его мнению, «в сети и функционеры политических партий/движений, и работники государственных учреждений, и граждане осуществляют коммуникацию посредством технологии, которая в принципе позволяют вести коммуникацию не в формате партийной организации или бюрократической процедуры. Однако, здесь потенциал

такого рода технологий используется прежде всего для поддержания образа привычного распределения социальных ролей... Тем самым в условиях отсутствия реального институционализированного взаимодействия поддерживается образ «действующей организации» или «работающего государства». Интенсивная политизация киберпространства наглядно демонстрирует, что новая политика строится на компенсации дефицита реальных ресурсов и поступков изобилием образов» [Иванов, Виртуализация общества, с. 109].

В последнее время появились признаки формирования новой концепции, которая в некотором смысле синтезирует достижения двух предшествующих точек зрения [Foot, Schneider, 2006; Trippi]. Так, например, еще в 2002 г. К. Фут и С. Шнейдер, основываясь на опыте выборов 2000 г. в США, показывали, что Интернет, действительно, имеет потенциал к изменению форм и методов политической коммуникации [Foot, Schneider, 2002]. Об этом же сообщил В. Лусоли, который опирался на исследование роли Интернета в выборах Европарламента в 2004 г. [Lusoli] Основные положения этой концепции сводятся к тому, что новые информационные технологии не приводят к изменению традиционных политических институтов представительной демократии или радикальному переходу к демократии прямого участия. Институты как таковые остаются, политические акторы – тоже, но политическая жизнь наполняется новой энергией за счет активизации граждан через Интернет. Наглядным проявлением этой концепции становятся повышения явки на выборах, которые наблюдались в США в 2004 и 2008 г., Франции в 2007 г. и т. п.

Таким образом, речь идет не о создании прямой демократии, как мечтали интернет оптимисты начала девяностых, но и не о сохранении status quo, как об этом писали интернет-скептики. Интернет-технологии позволяют за счет своей интерактивности привлечь к политической жизни больше граждан и активизировать гражданское общество. При этом традиционные институты представительной демократии сохраняются, но легитимность и прочность демократической политической системы усиливается. У этого подхода пока не сложилось какого-то единого названия, хотя некоторые авторы предлагают называть его теорией «активизации» или «активации» (от англ. – activation) [Chadwick, 2006, p. 174]. В отличие от более известного термина «мобилизации», активизация предполагает четко спланированное и управляемое привлечение (активизацию) граждан во

время выборов, публичных акций, лоббирование, формирование общественного мнения и т. п. Основным инструментом в процессе «активизации» является не просто Интернет, а так называемые технологии Веб 2.0. Дело в том, что современный Интернет довольно сильно отличается от Интернета 90-х. Основные отличия современного Интернета описаны в рамках концепции Веб 2.0, активным пропагандистом которой является известный интернет-деятель Тим О'Рейли.

Что касается российских исследований влияния интернет-технологий на электоральный процесс, то они в значительной мере находятся под влиянием западного опыта и теоретических наработок [Дорожкин, Соленникова; Луков; Юрин]. Изучение использования интернет-технологий в российской политике в основном касается общих аспектов политической коммуникации и состояния публичной сферы [Крестинина, Чернышов; Овчинников]. Появилось несколько статей, анализирующих роль Интернета в российских выборах [Кузнецов; Соленникова].

Первопроходцем в плане использования Интернета в политическом процессе современной России стал вице-премьер правительства Б. Немцов, который открыл собственный сайт 16 марта 1998 г. Большое распространение получило мнение, что именно Б. Немцов впервые сделал Интернет значимым явлением политической жизни России [Сметанин, Борис Немцов – первый политик в российском Интернете]. При этом Немцовым двигали рациональные мотивы повышения личной популярности. Для решения этой задачи была привлечена мало кому известная в это время организация – Фонд эффективной политики (ФЭП). ФЭП создал для Немцова два сайта: официальный – www.nemtsov.ru, и неофициальный – www.boris.nemtsov.ru. Значительный интерес представляет тот факт, что схема использования Интернета в качестве инструмента политической коммуникации, отработанная на этих сайтах, стала во многом определяющей для последующих лет. «Открытие сайтов было приурочено к годовщине назначения Немцова первым вице-премьером и сопровождалось первой в истории российской сети широкой кампанией по продвижению интернет-проекта в традиционных СМИ» [Там же]. Для освещения этого знаменательного события использовались такие ведущие СМИ, как Интерфакс, «Независимая газета» и ведущие федеральные телеканалы «ОРТ» и «РТР». Статистика зафиксировала ажиотажный интерес

интернет-пользователей к сайтам Б. Немцова: «Показатели счетчика посещений даже транслировались «Интерфаксом»: за первые три дня работы сайта было зафиксировано 11 тысяч посетителей. В сообщении «Интерфакса» для сравнения приводятся цифры посещаемости других ресурсов: сайт президента – около 1000 человек в день, мэрии Москвы – 270, Государственной думы – 80, а также комментарий: «Эксперты считают, что «это ненормально высокий показатель» [Там же].

Сайты Б. Немцова получили большую известность и оставили заметный след в истории политических интернет-технологий не только в связи с оригинальной схемой использования традиционных СМИ, но и потому, что использовали целый ряд новаторских инструментов. Среди них следует особенно отметить возможность отправить личное электронное послание по электронной почте и работу раздела «Обратная связь», где публиковались ответы на наиболее часто задаваемые вопросы, а также наличие форума, где посетители сайта могли обмениваться мнениями. Тем не менее, успешная реализация этого интернет-проекта не могла серьезно повлиять на популярность Б. Немцова, которая в гораздо большей степени зависела от ухудшающейся экономической ситуации и последовавшей вскоре отставки правительства В. Черномырдина.

1998 г. также ознаменовался массированным проникновением в Интернет основных общественно-политических организаций России. А всего через год во время выборов в Государственную Думу в Интернете появились сайты почти всех политических партий. Однако необходимо отметить, что в российском Интернете политические партии и общественно-политические организации представлены по-разному [Дмитриев, Интернет как инструмент политической борьбы: проблемы и перспективы]. Наиболее содержательными и посещаемыми являются сайты организаций либерального направления. Во многом это объясняется историческими обстоятельствами. Так, например, некоторые исследователи утверждают, что первым политическим проектом, который был создан в России в 1994 году, был «Московский либертариум» [Лобза, 2003, с. 288]. Этот частный исследовательский и образовательный интернет-ресурс посвящен технологиям свободы в цифровом будущем. Среди первопроходцев Интернета в России широкое распространение получило представление о независимости и саморегулировании Интернета [Быков, 2008]. Не случайно в первом же номере сетевого издания «Русский журнал» была опубликована

«Декларация независимости киберпространства» Джона Барлоу [Там же].

Закономерно, что политические организации либерального толка одними из первых внедрились в Интернет. Так, СПС и его лидеры в 1998-2000 годах были настоящими зубрами политического Интернета. Во-первых, почти каждая партия, вошедшая в Союз, какой бы карликовой она не была, давно имеет свои страницы в сети:

- Новая сила (www.kirienko.ru/newforce);
- Правое дело (www.pravdelo.ru);
- Общее дело (www.hakamada.ru/od.htm);
- Голос России (www.golos.ru);
- Демократический выбор России (www.dvr.ru);
- Демократическая Россия (www.dr.ru) [Самаркина, с. 45].

Во-вторых, большинство из руководителей СПС имели собственные страницы: С. Кириенко, Б. Немцов, И. Хакамада, А. Чубайс, А. Титов, Ю. Рыбаков и многие другие.

В-третьих, партии правого толка имели самое большое количество сайтов их региональных подразделений. По состоянию на май 2001 года собственный сайт был у примерно 15-16 региональных подразделений Союза правых сил, у «Яблока» - примерно 11-12 региональных подразделений, в то время как у КПРФ - 4, у ЛДПР - 3, у РНЕ - 4 и у «Отечества - Вся Россия» еще 2 [Росич].

Появление большого количества сетевых ресурсов правой направленности, не объединенных общей концепцией и стратегией действий, привело к неоднозначным результатам. Лидерство правых в Интернете было вызвано скорее массовым проникновением политических лидеров и общественно-политических объединений данной ориентации в Сеть, нежели грамотной политической кампанией. «Сетевые проекты правых были бессистемны вследствие несогласованных действий руководства «Союза правых сил» (www.sps.ru) - избирательного блока политических структур, объединенных общей идеологией, однако сильно различающихся традициями, стилистикой, менеджментом. В результате к концу кампании правыми было создано большое количество разноформатных проектов, каждый из которых развивался в рамках собственной стратегии. Даже взаимные ссылки на сайтах СПС стояли не всегда. Единой стратегии в Интернете у СПС не было, и говорить о сетевой кампании правых в 1999 году, таким образом, неправомерно. Лишь

отсутствие какой-либо конкуренции позволило правым стать полноценными лидерами российского политического Интернета» [Сметанин, Интернет-проекты «Союза правых сил», 2002].

Отвечая на вопрос, почему либеральные политические структуры начинают активно работать в Интернете, можно с уверенностью сказать, что для них, кроме исторических обстоятельств, важнейшее значение имеет то, что в сети они рассчитывают найти поддержку со стороны активной, образованной и состоятельной аудитории. Можно сказать, что целевая аудитория политических организаций либерального толка в современной России состоит из пользователей Интернета, которые составляют основу среднего класса [Чугунов, 2002].

Тем не менее, не следует думать, что левые политические партии не представлены в Интернете. Наоборот, можно сказать, что российские левые партии и объединения достаточно широко представлены в глобальной Сети Интернет. Среди них выделяется Сайт коммунистов (<http://www.kprf.ru/>), который традиционно официален и ортодоксален. В течение первых месяцев 1999 года он стал более оперативным и информационно насыщенным. Кроме того, сайт КПРФ выделяется из ряда других тем, что он «очень большое внимание уделяет истории своей организации. На сайте КПРФ существует даже специальный раздел «Наша история», в котором выделены подразделы: «История партии», «Календарь», «Символика», «Атрибутика» [Сибиряков, с. 310].

Сайт ЛДПР (<http://www.ldpr.ru/>) информирует о программе партии и ее деятельности, но, прежде всего, он рекламирует ее лидера. На сайте ЛДПР можно найти массу фотографий Владимира Вольфовича Жириновского, послушать песни в его исполнении, прочитать целый ряд его политических произведений и даже кандидатскую диссертацию. После посещения сайта ЛДПР складывается сильное убеждение, что кроме Владимира Вольфовича у политической партии больше нет лидеров. Тем не менее, следует отметить, что создателями сайта ЛДПР был организован оригинальный способ саморекламы. Так, жириновцы имитировали хакерский взлом (не повредив при этом содержимого), чем привлекли к себе внимание экспертов. Тем самым была спровоцирована вспышка интереса значительного числа пользователей к страничке ЛДПР [Давыдов, Политика – двигатель взб-прогресса].

После появления на политической арене партии «Единая Россия», в Рунете появился сайт данной организации (www.er.ru). «Статус проправительственной партии сказывается: в наличии ссылки на сайты

правительства (www.government.gov.ru) и президента РФ (www.president.kremlin.ru). Стоит также отметить малую посещаемость форума, а также огромную базу фотографий, возможно, самую большую из всех, что можно найти на сайтах политических партий» [Голотюк].

Обобщение опыта использования интернет-технологий в качестве политической технологии показывает, что они были достаточно разнообразны. Д. Г. Иванов выделяет следующие методы политической агитации и пропаганды:

- демонстрация в масс-медиа приобщения политика (политической структуры) к Интернету как к символу прогресса;
- предъявление средствам массовой информации позиции политика в Интернете, адекватной его положению в политической жизни;
- конструирование (имитация) в Интернете действующего политического субъекта;
- создание видимости поддержки политика интернет-аудиторией;
- использование Интернета как канала коммуникации, не имеющего жестких содержательных, стилистических, форматных и иных ограничений традиционных СМИ;
- легитимация информации посредством ее публикации в Интернете и ретрансляции в традиционных СМИ;
- удовлетворение информационных запросов различных аудиторий о политике (политической кампании, структуре) посредством Интернета [Иванов, Интернет в России как инструмент политтехнологий].

Учитывая типологию Д. Г. Иванова, мы предлагаем несколько модифицированный вариант. Среди наиболее интересных форм политической коммуникации в российском сегменте глобальной сети Интернет следует выделить следующие:

- Публикация компрометирующих материалов;
- Организация и проведение интернет-опросов;
- Публикация результатов «exit pools»;
- Проведение мобилизационных кампаний.

Одним из самых известных и востребованных приемов использования интернет-технологий в России стал, так называемый, «слив компромата». Первым подобным примером стали «Коготь-1», появившиеся в ходе памятного конфликта между губернатором Красноярского края А. Лебедем и известным предпринимателем А. Быковым в 1998 г. Кроме того, сайт содержал компрометирующую информацию на многих известных людей, результаты наружного

наблюдения, расшифровки подслушанных телефонных разговоров, список адресов и домашних телефонов известных политиков, журналистов и звезд шоу-бизнеса. Более того, на них содержались телефонные разговоры советника Президента РФ Татьяны Дьяченко и исполнительного секретаря СНГ Бориса Березовского, а также интервью неизвестного генерала МВД, в котором, по сути, звучало обвинение в адрес Бориса Березовского в подготовке убийства Галины Старовойтовой [Комаровский, Мараховская, с. 10].

Выборы в России 1999-2000 годов совпали со временем, когда российский интернет переживал период «интернет-лихорадки». В первую очередь в это время были использованы уже упоминавшаяся технология «слива компромата». Огромную роль сыграла негативная кампания Доренко по дискредитации лидеров ОВР и лично Ю. Лужкова. Создатели «когтей» так и остались неизвестными широкой публике. Но информация, размещенная на сайтах, широко распространялась по другим каналам коммуникации, поскольку касалась события, имевшего высокую общественную значимость. Жизнеспособность таких сайтов не вызывает сомнения, и это направление интернет-бизнеса будет существовать, пока на него существует политический «заказ». Более того, как показывает практика, борьба с такого рода сайтами осложняется, во-первых, возможностью их размещения на серверах за границей, а, во-вторых, созданием неофициальных зеркал. Создатели неофициального зеркала, согласно российскому законодательству, не несут никакой юридической ответственности, поскольку дословно воспроизводят оригинал.

Любопытной разновидностью негативной интернет-технологии стало создание клонированных сайтов. Таким приемом отметились во время избирательной кампании 1999 года конкуренты Ю. Лужкова, создав клонированный сайт по адресу www.lujkov.ru. Официальный сайт мэра Москвы находился по адресу www.luzhkov.ru. Идентичное произношение указанных адресов делает возможность ошибки в написании очень высокой. Этим не замедлили воспользоваться противники Ю. Лужкова, разместив на сайте-клоне компрометирующую его информацию [Павлютенкова, 2000, с. 40]. Кроме того, дизайн клонированного сайта практически полностью соответствовал официальной версии. Таким образом, очевидно, что Интернет в российских условиях «стал не только способом презентации политических инициатив и программ, организации общественно-политических дискуссий и информирования

пользователей, но и средством для осуществления политических провокаций, гордо именуемых избирательными технологиями» [Цуладзе, с. 165-166].

Одной из важнейших форм политической коммуникации в Рунете выступают опросы общественного мнения. Первые интернет-опросы состоялись в сетевом «Русском журнале» по таким темам, как: «Кого вы считаете нужным избрать в качестве премьера?» (август-сентябрь 1998 г.) или «Вступили бы Вы в «Отечество»? (ноябрь-декабрь 1998 г.). При этом число участвующих в обоих случаях превысило тысячу человек, что свидетельствует о достаточно высоком интересе к подобным опросам со стороны пользователей сети. Фактически речь идет о специфических социологических опросах, которые не только фиксируют общественное мнение среди пользователей сети, но и активно его формируют [Чеснаков, с. 68].

В 1998 году была также предпринята первая попытка создания виртуальных политических организации посредством Интернета. В этом качестве выступил проект Бориса Немцова «Россия молодая» (www.rosmol.ru). В целом он оказался успешным. Во-первых, у Немцова появилась возможность апеллировать к мнению пользователей Интернета – той части общества, которая традиционно считалась наиболее прогрессивной. В своих заявлениях конца 1998 – начала 1999 годов Немцов неизменно ссылаясь на стоящие за ним массы интернетчиков, которые дают ему советы, «предлагают создать движение перед парламентскими выборами». Лидер фактически несуществующего общественного объединения подавал свои действия в масс-медиа как результат наказов рядовых участников движения. Во-вторых, благодаря интернет-технологиям «Россия молодая» достигла необходимых для движения количественных параметров. Каждого посетителя встречало приглашение заполнить анкету и автоматически стать, таким образом, членом «России молодой». Согласно свидетельству Алексея Чадаева, занимавшегося в то время сайтом Немцова, всего в «Россию молодую» через интернет вступило более 6000 человек со всей страны. Сотрудники Немцова стремились проверять реальность существования этих людей, однако далеко не всегда это было возможно. Для становления «России молодой» был крайне важен тот факт, что благодаря Интернету была создана не «московская партия», а организация, имеющая членов во всех регионах России [Сметанин, Виртуальное партстроительство].

Одной из самых скандально известных интернет-технологий стала акция, подготовленная ФЭП под руководством Г. Павловского, по освещению хода голосования по выборам в Государственную Думу и на пост Президента Российской Федерации через Интернет. Данный прием получил широкий отклик в средствах массовой информации и общественный резонанс, став в определенном смысле политическим ноу-хау в области использования Интернета в целях избирательной кампании. При помощи Интернета было освещено такое явление, как опросы избирателей на выходе с избирательных участков – так называемые «exit polls». В день выборов в Государственную Думу на сервере «Выборы в России» (www.elections99.com) с самого утра были размещены результаты опроса уже проголосовавших избирателей Дальнего Востока и Восточной Сибири. При этом результаты опроса обновлялись в режиме реального времени. Поскольку на Интернет российские законодательные акты, запрещающие распространять в электронных СМИ предварительных результатов до окончания голосования, в то время не распространялись, постольку данная акция выглядела до некоторой степени законной. Публикация «exit polls» стала сенсацией, вызвала интерес у специалистов и претензии со стороны Центризбиркома. Результаты «exit polls» декабря 1999 года были достаточно далеки от окончательных [Павлютенкова, 2000, с. 41]. Тем не менее, очевидно, что они противоречили если не букве, то духу закона Российской Федерации «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации». Отметим, что законодательная прореха, позволяющая публиковать в Интернете результаты «exit pools», была в дальнейшем устранена.

Публикация результатов интернет-опросов, на наш взгляд, практически всегда имеет одной из своих задач – влияние на результаты предстоящих выборов. Эффекты предварительных публикаций результатов опросов уже давно находятся на вооружении политических технологов. Общим результатом таких публикаций является снижение явки избирателей, так как у них нет существенного стимула голосовать, если результаты выборов уже известны из сообщений в СМИ [Харрис, с. 278]. Существует и другая тенденция, связанная с тем, что люди склонны придерживаться (или хотя бы не возражать) лидирующей точке зрения [Ноэль-Нойман, 1996].

Наши исследования роли сетевых коммуникаций в электоральных процессах в современной России показали, что использование

Интернета и других сетевых коммуникаций в качестве средства политической коммуникации в российских условиях имеет серьезные ограничения. Во многом эти ограничения связаны с относительно низким уровнем количества интернет-пользователей, а также дисбалансом распространения пользователей [Быков, Халл]. Можно говорить о существовании «цифрового разрыва» и «информационной бедности» в рамках отдельно взятой страны. Разрыв внутри России проходит между крупными городами – мегаполисами – и сельской местностью и мелкими городами. Об этом же говорят другие отечественные исследования: «... степень влияния интернет-инструментов на формирование общественного мнения незначительна, во всяком случае, пока. Подвижная структура пользователей Интернета и специфический социально-демографический портрет его аудитории не позволяют с высокой степенью точности вычислить рамки адресных групп, на которые потенциальный кандидат мог бы опереться, разрабатывая стратегию и тактику избирательной кампании. Поэтому Интернет ни в коей мере не может (и не должен) заменить традиционные способы ведения агитации и информирования избирателей: таких, как листовки, печатные СМИ, телевидение и радио, личные встречи кандидата и другие» [Комаровский, Мараховская, с. 11].

Наши исследования влияния интернет-активности политических партий и результатов голосования показали, что существует определенная корреляция между количеством интернет-пользователей и результатами, полученными партиями демократического фланга [Быков, Интернет и политические партии во время выборов в Государственную Думу 2007 г.]. Однако возможные эффекты от активного использования онлайн коммуникаций нивелируются административными технологиями. Так, на пример, некоторый положительный опыт российской внесистемной оппозиции по привлечению денежных средств на политические агитационные мероприятия был моментально нейтрализован при помощи правоохранительных органов [Быков, Интернет-фандрайзинг и выборы]. Отсутствие политического интернет-фандрайзинга в России связано как с недостаточно прозрачной регуляцией финансирования деятельности политических партий, так и с общей конфигурацией электоральной системы, которая, несомненно, не стимулирует заинтересованность политических партий в финансовой поддержке со стороны «простых избирателей». При достаточно большой интернет-аудитории и наличии первых успешных примеров

интернет-фандрайзинг в России пока остается экзотикой и уделом внесистемной оппозиции.

Как и в случае с электронным правительством субъекты избирательных кампаний предпочитают действовать, оперируя проверенными и надежными методами агитации и пропаганды, такими как телевидение, листовки и устная агитация. Эти методы подкрепляются административным ресурсом, что дает успешные результаты в противостоянии на выборах даже с такими успешными внесистемными политическими лидерами, как Е. Чирикова в г. Химки.

§ 5.3. Сетевая политическая коммуникация в российской политике

Надежная стабильность на политической сцене России, достигнутая в начале двухтысячных годов, считается одним из важнейших достижений пост-Ельцинского периода. Это выразилось, в частности, в значительно меньшем количестве персональных перестановок на всех уровнях власти. Так, например, за время каденции Д. А. Медведева ни разу не поменялся премьер-министр, в то время как в эпоху Ельцина премьер-министры менялись 8 раз (включая совмещение Ельциным поста президента и председателя правительства и всех временно исполняющих обязанности), а во время президентства Путина — всего 4 раза (Касьянов, Христенко, Фрадков, Зубков). Таким образом средняя частота смены премьер-министров за время Ельцина составила 0,88 раза в год, Путина — 0,5 раза в год, Медведева — 0,33 раза в год. Следовательно, средняя частота смены премьер-министра при Медведеве составила 0,25 раза в год. Ельцина составила 0,88 раза в год, Путина — 0,5 раза в год.

Важность электорального цикла 2011-2012 гг. не подлежит никакому сомнению, поскольку впервые в пост-советскую эпоху парламент был выбран на 5 лет, а президент — на 6 лет. Идеологическим обоснованием подобного шага выступала мысль о необходимости поддержания политической стабильности в целях уверенного экономического развития. По этим же соображениям были усложнены процедуры регистрации политических партий, введен запрет на участие в выборах предвыборных объединений, а также ужесточены правила, регулирующие выборы в региональные парламенты и выдвижение

кандидатур на пост Президента Российской Федерации. Резкое уменьшение количества политических партий должно было завершить период партогенеза, который начался еще во время Перестройки, и привести к созданию стабильной партийной системы, заключающей в себе несколько парламентских партий, а также небольшое число зарегистрированных и регулярно участвующих в выборах непарламентских партий.

Устойчивость подобной конструкции вызывает некоторые сомнения с общетеоретических соображений, поскольку пропорциональная система выборов вкупе с президентской формой правления, исходя из базовых положений сравнительной политологии, должна приводить к максимально нестабильному результату. Пропорциональная система выборов согласуется с парламентской формой правления, а пример успешного сочетания президентской формы правления и пропорциональной системы выборов просто отсутствует. Единственный пример успешной президентской демократии — это Соединенные Штаты. Мнимая «уникальность» России легко объясняется тем, что режимные изменения внутри государственного аппарата зашли так далеко, что, когда речь заходит о высших постах в стране, правила публичной политики перестают работать. Политический процесс в России начинает напоминать фразу Уинстона Черчилля о советской политике, как о «схватке бульдогов под ковром».

В результате принятых мер по стабилизации политической системы в России сложился феномен, так называемой, внесистемной оппозиции, куда вошли в том числе и разные, прежде прежде вполне респектабельные политические группы и лидеры. Поскольку стратегия стабилизации политического процесса в России включала в себя, кроме комплекса мер по электоральному менеджменту, также и контроль над основными электорально-значимыми СМИ, постольку для вышеуказанной оппозиции особое значение приобрел Интернет. Именно Интернет, не связанный с «материальными ограничениями» вроде обязательной регистрации СМИ, лицензированием и т. п., по идее должен был стать основным каналом коммуникации для оппозиционных групп разной направленности. Однако, наши исследования показывают [Быков, Интернет и политические партии во время выборов в Государственную Думу 2007 г.], что ведущие политические силы и политические партии также используют Интернет для собственной политической агитации и пропаганды.

Весьма успешно интернет-технологии в сочетании с традиционными СМИ используются Д. А. Медведевым. Среди нескольких отличительных черт, формирующих политический имидж Д. А. Медведева, можно выделить его приверженность к новейшим информационным технологиями. Данная склонность довольно хорошо комбинируется с основной идеей Медведева о модернизации страны. При этом, «любовь» Медведева к новейшим информационным технологиям выражается постоянно и в разных интересных формах: интернет-конференции, собственный видео-блог, аккаунты в YouTube, LiveJournal и Twitter, личная работа за компьютером и поиск информации в Интернете, заявление о том, что для губернаторов навыки работы с новыми информационными технологиями обязательны, а также о том, что будущее принадлежит электронной демократии, всесторонняя поддержка концепция «электронного правительства» и, наконец, посещение «силиконовой долины» во время визита в США.

Интерес к видео-блоггингу, созданный благодаря блогу Д. А. Медведева, на наш взгляд, привел к результатам, который не ожидали соответствующие специалисты по связям с общественностью, находящиеся в команде президента. Речь идет о таких вещах, как прямые обращения к президенту или премьер-министру от рядовых граждан со своими жалобами на действия чиновников разного уровня. Одним из первых в этом ряду стал майор Дымовский, который рассказал о фактах коррупции и других пороках системы правоохранительных органов. Немногочисленные блоги губернаторов преимущество превратились в жалобные книги, в которых граждане пытаются «найти правду». Видео-блоги и социальные сети показали свое колоссальное преимущество перед центральными телеканалами во время терактов в московском метро 29 марта 2010 г. [Быков, Теракт в московском метро, Интернет и проблемы информационной безопасности]. Также во время лесных пожаров летом 2010 г. видео-ряд в Рунете и на центральном телевидении сильнее всего различался. Дело дошло до того, что практически каждый имиджевый поступок первых лиц государства встречает не просто негативные комментарии, но систематически опровергается видео-документами, размещенными в Интернете, как это, например, произошло с недавним автопробегом Хабаровск-Чита, который возглавлял премьер-министр В. В. Путин.

Необходимо отметить, что инновационные черты политического имиджа Медведева в значительной мере унаследовали задел,

созданный интернет-конференциями В. В. Путина. Причины уклона политического имиджа Д. А. Медведева в направлении новых информационных технологий, в общем, понятны. С одной стороны, они вызваны потребностями внушения оптимизма и развития. Если бы Медведев не предлагал никакой программы развития, то в этом случае становятся неясными причины ухода Путина. Партия «Единая Россия» имела все законные возможности для изменения конституции накануне выборов 2008 г., но не пошла на это, поскольку стране был предъявлен новый лидер. С другой стороны, идея «электронного правительства» является политически нейтральной и, в общем, не затрагивает основ существующего режима. Данное явление, судя по всему, является универсальным. Как показывают опросы в США, к идее «электронного правительства» одинаково хорошо относятся, как республиканцы, так и демократы [West].

Кроме видео-блоггинга Д. А. Медведев использовал и другие технологии Веб 2.0, тем самым стимулируя их внедрение в деятельность российских государственных органов власти. Нами было предпринято контент-аналитическое исследование официальных сайтов органов государственной власти федерального уровня. Всего было исследовано 84 сайта. Из них 3 сайта относятся к законодательной ветви власти (Государственная дума и Совет Федерации), 3 сайта — к судебной власти (Конституционный суд, Верховный суд и Высший арбитражный суд), остальные 78 — к исполнительной власти.

С другой стороны, есть очень интересное и, как представляется, важное обстоятельство, связанное с тем, кому непосредственно подчиняются государственные органы. Нами была выдвинута гипотеза о том, что внедрение технологий Веб 2.0 будет зависеть от того, кому подчиняются те или иные государственные органы непосредственно. Было обнаружено, что сайты государственных органов, непосредственно подчиняющихся Медведеву (19%), больше используют технологии Веб 2.0, чем «путинские» (7%).

Таким образом, несмотря на усилия Д. А. Медведева, внедрение электронного правительства в России идет трудно. Особенно это касается технологий Веб 2.0. Обращает на себя внимание тот факт, что государственные органы власти не используют отечественные социальные сети (Вконтакте, Одноклассники) и блог-хостинги (LiveInternet, Я.Ру, Блоги@Mail.Ru и т.п.). Вероятно, мы имеем дело с работой на внешние целевые аудитории и, прежде всего, на

политическую и медийную элиту развитых демократических стран. Складывается впечатление, что открытие нового сервиса Веб 2.0 служит информационным поводом для общения с иностранными и отечественными журналистами, а не для повседневной работы со своими гражданами.

Относительные успехи Медведева в интренет-пространстве не могут изменить тот факт, что первые успешные опыты по привлечению финансирования через Интернет принадлежат оппозиционным силам. Речь идет, например, о проекте бывшего члена политической партии Яблоко Алексея Навального «Росипил» (www.rosopil.info) и сборе средств на издание тиража доклада «Путин. Итоги» (www.putin-itogi.ru), созданного под руководством Бориса Немцова. Эти примеры показывают, что в Интернете могут зародиться успешные проекты, которые способны поколебать стабильность созданной в пост-Ельцинскую эпоху политической системой [Быков, Интернет-фандрайзинг и выборы: российские перспективы и ограничения, 2011].

Более того, успехи «Революции Твиттера» [Быков, 2009], а также весенних революций на Ближнем Востоке показывают, что даже в странах с относительно небольшим количеством интернет-пользователей Интернет представляет реальную угрозу для казалось бы самых устойчивых режимов. Даже для тех, которые недавно успешно провели выборы и казалось бы получили необходимую политическую легитимность. Таким образом, речь идет не только о политических провокациях, которые могут иметь место в предвыборный период, во время выборов или подсчете голосов. Искусственно созданная электоральная система вместе с контролем над электорально-значимыми СМИ вероятно является более стабильной конструкцией во время поступательного развития социально-экономического развития страны. Однако в условиях любого, пусть незначительного экономического кризиса легитимность этой системы будет поставлена под вопрос. В начале 2011 г. мы стали свидетелями рекордно низких рейтингов «правлящего тандема». Речь в то время не шла о катастрофических результатах, однако, на наш взгляд, это говорит об исчерпывании ресурса созданной системы, основной задачей которой выступает стабилизация политической жизни в стране. Третий срок президентства В. В. Путина начался на фоне существования значительной доли недовольных граждан, которые составляют

социальную базу противников режима. Речь идет об одной трети общества, что само по себе создает большую проблему руководству страны. А если учесть, что большинство недовольных составляют образованные и достаточно молодые представители российского общества, то проблема становится еще более важной [Новая протестная волна: мифы и реальность].

Электоральный цикл 2011-2012 гг. в России ознаменовался целым рядом любопытных событий, среди которых следует отметить выросшую популярность новых, электронных технологий поддержания традиционных институтов демократии. В частности, можно отметить различного рода технологии краудсорсинга на базе интернет-приложений, призванные обеспечить прозрачность процесса голосования во время выборов в Государственную Думу Российской Федерации. В первую очередь следует упомянуть деятельность ассоциации «Голос» и ее «Карту нарушений на выборах» [Интернет-мониторинг выборов в России]. К этой же категории следует отнести организацию различного рода протестных мероприятий от митингов до несанкционированных флеш-мобов. Эта ситуация сильно беспокоила представителей традиционного политического истеблишмента [Баданин, Бурибаев].

Во-вторых, нельзя пройти мимо предвыборной инициативы В. В. Путина об обязательном рассмотрении «в парламенте тех общественных инициатив, которые соберут 100 тысяч и более подписей в интернете» [Путин]. Данная инициатива не получила безусловного воплощения, но тем не менее открывает перед российским парламентаризмом новые перспективы.

В-третьих, заслуживает определенного внимания идея и практика размещения веб-камер во время голосования на выборах Президента Российской Федерации весной 2012 г. При всех критических замечаниях, следует признать, что в какой-то степени, веб-камеры снизили накал страстей. Как утверждают результаты опроса, проведенного ВЦИОМ, «69% опрошенных сочли эффективной установку веб-камер на избирательных участках» [Выборы президента — честные и чистые?].

В-четвертых, самым значимым событием с использованием электронных технологий стали выборы в Координационный Совет Оппозиции. В полном соответствии с рецептами Дж. Шарп представители внесистемной оппозиции начали создавать параллельные официальным институты власти. Для участия в выборах

желающим быть избранными требовалось внести незначительный взнос, а желающим проголосовать было необходимо пройти определенную процедуру регистрации. Недостатки выборов в КС с самого начала были связаны с существованием неких «курий», которые позволяли некоторым кандидатам от, так называемых, «националистической» и «социалистической» курий быть избранными, даже если они наберут меньше голосов, чем кандидаты от «общегражданской» курии. В современной практике традиционного парламентаризма достаточно сложно найти аналог. Для решения проблемы гарантированного представительства географических меньшинств используется двухпалатный парламент. Подобное решение с квотами от разных политических сил, на наш взгляд, расширило количество потенциальных участников, но заложило в фундамент новой структуры мину замедленного действия.

Вторая серьезная проблема КС проявилась в процессе голосования. Это так называемые МММ-щики, которых известный предприниматель С. Мавроди заставил зарегистрироваться в качестве избирателей. В данном случае не имеет значение с какими целями это было сделано. Важно то, что аккаунты многих МММ-щиков были заблокированы, что означает нарушения основополагающего принципа демократического парламента «один человек — один голос».

В-пятых, нельзя забывать о весьма интересном эксперименте по формированию нового состава Совета по правам человека при Президенте Российской Федерации. Напомним, что выдвижение кандидатур происходило в форме интернет-голосования по различным номинациям. В итоге этого голосования победу в некоторых номинациях одержали неизвестные в правозащитных кругах персоны [Виноградов, Выборы в президентский Совет по правам человека: эксперты разочарованы]. Процедура голосования проходила на фактически анонимном основании без соответствующей верификации.

Таким образом, во время электорального цикла 2011-2012 гг. наблюдалась активизация различного рода электронных форм демократического участия. К сожалению, идея полномасштабного интернет-голосования так и не была реализована. Некоторые элементы электронного демократического участия в парламентских и исполнительных органах власти страдают серьезными недостатками. Традиционный для России дефицит доверия органам власти продолжает сохраняться. Электронные формы демократического участия в

сложившейся политической системе могут использоваться как для увеличения доверия к парламентаризму в России, так и для дискредитации репутации законодательных органов власти. Но наиболее распространенной задачей использования электронных инструментов является задача имитации народного представительства.

Резюмируя проделанный анализ использования Интернета и других сетевых технологий как составляющей части политического процесса в современной России, нужно сделать несколько предварительных выводов. Во-первых, очевидно, что интенсивность использования Интернета как средства политической коммуникации резко возростала во время избирательных кампаний на различных уровнях власти или во время серьезных политических кризисов. Данный вывод имеет такое же значение и для других средств политической коммуникации – телевидения, радио, прессы и т. п. [Посикера, с. 5] При этом, можно говорить о тенденции усложнения форм политической коммуникации и агитации по мере развития интернет-технологий в современной России: от простейших форм информирования и компрометирования к сложнейшим акциям по набору активистов и информационным войнам. Данные технологии были подробно описаны в предыдущем параграфе.

Анализ структуры политического Рунета показывает, что в нем присутствуют практически все возможные варианты политических акторов. Вслед за Б. Докторовым их можно разбить на четыре составляющие: «сайты 1) властных структур, 2) политических партий и движений, 3) прессы и 4) аналитических и исследовательских организаций» [Докторов, 1999, с. 40]. В данном параграфе были подробно рассмотрены сайты средств массовой информации и политических партий и движений. Среди аналитических и исследовательских организаций, кроме ФЭП, можно также упомянуть сайты политических консалтинговых агентств «НиколлоМ» (www.nikkolom.ru) или «Имидж-контакт» (www.image-contact.ru). Однако, данные организации, активно занимающиеся прикладной политикой, были до настоящего времени не активны в сетевой политике.

Отметим также, что политический Рунет прошел несколько этапов в своем становлении. От времени практически нулевой политической активности на начальном этапе, через минимальные проявления во время столичного периода и время пристального внимания традиционных СМИ на региональном этапе, до некоторого затишья на нынешнем, современном этапе. При этом интерес российской

интернет-аудитории к политике находится на невысоком уровне. По данным «Subscribe.Ru», политика занимает одно из последних мест в иерархии интересов интернет-пользователей: политикой интересуются всего 18%, тогда как компьютерами 63% опрошенных [Овчинников, с. 48].

Во-вторых, использование Интернета и других сетевых технологий в качестве полноценного канала политической коммуникации в политической жизни современной России ограничивается целым рядом фундаментальных обстоятельств. Практика избирательных кампаний показывает, что их эффективность во многом зависит от правильного определения электоральной группы или групп, способных обеспечить победу кандидата. И в этом смысле интернет-аудитория – не самая подходящая цель для предвыборной агитации и пропаганды. Так, в частности, установлено, что среди пользователей Интернета преобладают высокообразованные молодые люди с устойчивыми источниками доходов. Почти на треть эта аудитория состоит из лиц, не достигших 18 лет. Вместе с тем, возрастная группа старше 55 лет, традиционно отличающаяся высокой электоральной активностью, практически не пользуется услугами Интернета [Там же, с. 10].

Данные о социально-демографическом профиле интернет-аудитории являются крайне важными для понимания политической коммуникации, поскольку именно они закладывают фундамент использования интернет-технологий в политических целях. Некоторые специалисты считают, что «российский Интернет, несмотря на меньшую, по сравнению с рядом других стран аудиторию, уже к 2002 году опередил по массовости охвата целевых групп печатные издания и приблизился к размерам аудитории телевизионных станций второго эшелона» [Чумиков, Бочаров, с. 46]. Это позволяет российским специалистам по политическим коммуникациям использовать сетевые коммуникации уже сегодня, несмотря на то, что Интернет еще не стал доминирующим каналом массовой коммуникации. При этом теоретической базой для таких интернет-технологий остается концепция двухступенчатой коммуникации.

В-третьих, серьезной проблемой, тормозящей развитие политической коммуникации в российском сегменте глобальной сети Интернет, является наличие «цифрового разрыва» между различными регионами. Инфраструктурные и финансовые ограничения делают проблему продвижения интернет-технологий в сельскую местность

трудноразрешимой. Следовательно, Интернет как средство политической коммуникации в ближайшей перспективе все еще обречен на второстепенную, вспомогательную роль, если речь не идет о крупных городах — мегаполисах. Но и в случае с городской местностью нельзя забывать, что выборы в России осуществляются в условиях жесткого административного контроля, который зачастую сводит на нет все усилия по политической агитации и пропаганде через Интернет и другие сетевые каналы коммуникаций [Бузин].

В-четвертых, нельзя не упомянуть то, что в России сформировалась практика использования сетевых технологий в качестве распространителя компрометирующих материалов. Такого рода деятельность стала одной из важнейших проблем политических коммуникаций в российском сегменте глобальной сети Интернет. Возможно, наибольший вред в этом плане нанесла деятельность Фонда эффективной политики Г. Павловского. По мнению некоторых исследователей, акции ФЭП привели к тому, что немногие интернет-пользователи остались в политическом секторе: «единственным игроком на информационном рынке политического Интернета являлся Фонд эффективной политики, фактически загубивший эту область Рунета своим неудержимым стремлением к ее монополизации. В результате появилось несколько десятков информационных ресурсов, каждый из которых, по сути, ретранслировал сообщения других (своих) источников в том или ином виде. Тогда же были созданы закрытые системы баннерообмена между ресурсами ФЭПа» [Каневский, с. 52].

Использование Интернета для слива компромата возможно и в рамках избирательной кампании любого уровня. Поскольку оперативно установить источник подобного рода «информационных бомб» не представляется возможным, обращение в суд с иском о защите чести и достоинства, как способ защиты от таких действий, малоэффективен. Обилие компромата в Интернете привело к возникновению целого ряда мифов в общественном сознании. Наибольшее распространение получил миф о том, что Интернет используется по преимуществу для «слива» компромата и жестких негативных кампаний. Из чего рядовой обыватель делает вывод о том, что Интернет не может служить источником объективной информации. Над созданием и укреплением этого мифа очень сильно потрудились традиционные СМИ, опасаящиеся появления серьезного конкурента.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги, следует отметить, во-первых, что анализ методологических основ современных исследований политической коммуникации в сетевом пространстве показывает, что существует значительное разнообразие теоретических подходов в этой области исследований. Наиболее часто используются различные версии функционализма, структурализма, теория информационного общества, неомарксизм, концепция двухступенчатой (многоступенчатой) коммуникации, торонтская школа коммуникации и др. Среди наиболее востребованных теоретических подходов следует отметить:

- теорию информационного общества (особенно в изложении М. Кастельса);

- концепцию двухступенчатой (многоступенчатой) коммуникации;

- концепцию публичной сферы Ю. Хабермаса.

При этом в ходе анализа методологических подходов обнаружилась теоретическая ограниченность теории массовой коммуникации в современных условиях, которая принципиальным образом не совпадает с новыми средствами политической коммуникации и, в частности, с Интернетом. Концепция массовой коммуникации, восходящая к идеям Г. Лассуэлла и Г. Блумлера, и в наши дни находит свое отражение, в частности, в виде широко известного понятия средства массовой информации. Однако данная концепция не может быть использована для анализа сетевых политических коммуникаций, так как она противоречит специфике Интернета как средства коммуникации. Согласно этой концепции пользователи Интернета должны пассивно воспринимать информацию и не иметь возможности общаться друг с другом. В то время как на самом деле основными характеристиками Интернета являются интерактивность и возможность горизонтальной коммуникации между пользователями.

Также оказалось, что для анализа политической коммуникации в глобальной сети Интернет и других сетевых каналах коммуникации методологический подход, сформированный в рамках торонтской школы политической коммуникации, имеет некоторые ограничения, связанные с тем, что она является хорошей объяснительной парадигмой для анализа международных отношений, и, в частности, бурного развития международного гражданского общества. Так, по мнению Р. Дейберта, современного представителя школы, Интернет скорее создает

предпосылки для развития глобального гражданского общества [Deibert, p. 157]. Таким образом, несмотря на то, что методология торонтской школы коммуникации позволяет вносить четкие разграничения между дефинициями «средство коммуникации» и «канал коммуникации», данный подход страдает некоторыми ограничениями при анализе политической коммуникации в рамках национальной политической системы.

Второй вывод монографического исследования связан с констатацией того факта, что сетевые коммуникации являются одним из самых перспективных направлений развития политической коммуникации в современном обществе, как в качестве средства обеспечения политического процесса, так и в качестве инструмента создания «электронного правительства». Определяющими чертами успеха Интернета и сетевых средств связи стали такие базовые характеристики, как доступность, интерактивность, высокая скорость передачи информации, возможности нелинейного поиска и хранения информации. С другой стороны, сетевые средства связи имеют и негативные особенности (слабая достоверность информации, анонимность, злонамеренное искажение информации), которые также самым серьезным образом повлияли на теорию и практику современной политической коммуникации.

В данном контексте следует выделить значительную роль, которую играют интернет-СМИ. Они обладают целым рядом преимуществ перед традиционными СМИ, заключающимся, в самых общих чертах, в следующих параметрах: дешевизна, доступность, быстрота, интерактивность, глобальность, избирательность и др. Появление сетевых СМИ привело к значительному изменению стиля политической журналистики и появлению, так называемой, журналистики в стиле «он-лайн» [Рэддик, Кинг].

Медиатизация политического процесса и широкое распространение PR-технологий приводят к эффектам искажения роли СМИ в демократических системах. Очевидно, что СМИ «относятся к числу наиболее важных институтов любого общества и... проявляемые ими смелость и независимость есть показатель состояния морали и энергии всех других институтов — от школы, профсоюзов и церкви до законодательных органов, правительств и судов» [Кин, с. 167]. Поэтому упадок или коррупция демократических медиа-систем приводят к упадку и коррупции самих демократических систем. Этот процесс может

проходить в двух направлениях: со стороны авторитарных властей и со стороны крупных бизнес-монополий.

Во вторую очередь, следует отметить широкое распространение политических кампаний в Сети, которые, в основном, проводятся во время избирательных кампаний и обладают целым рядом преимуществ перед другими видами политических кампаний. С одной стороны, они связаны с возможностью интерактивного общения с избирателями, политическими активистами, средствами массовой коммуникации и другими целевыми аудиториями. С другой стороны, они позволяют использовать дополнительные инструменты политического влияния: сбор средств, вербовка новых членов, проведение опросов, осуществление рекламных политических кампаний и т.п.

Появление Интернета во многом способствовало воплощению в жизнь различных программ по созданию «электронных правительств» во многих странах мира. Необходимо отметить, что «электронное правительство» может быть реализовано разными политическими режимами: как демократическими, так и авторитарными. Тем не менее, в качестве продолжения программы «электронного правительства» анализируется, получившая широкое распространение в научных и политических кругах, концепция «электронной демократии». Данная концепция представлена как в виде «прямой демократии», так и в виде «коммунитарной демократии». По мнению теоретиков электронной демократии, широкое использование телематических средств коммуникации, вообще, и Интернета, в частности, само по себе обеспечивает появление демократического режима нового типа. Однако концепция «электронной демократии» подверглась убедительной критике сразу по нескольким параметрам. Одним из самых важных противовесов реализации концепции «электронной демократии» является тот факт, что политические институты современной представительной демократии с успехом используют сетевые технологии в качестве средства политической коммуникации и тем самым сохраняют свое влияние. Таким образом, в данном исследовании предпочтение отдается термину «электронное правительство» перед термином «электронная демократия» ввиду внутренней противоречивости последнего.

Третий вывод исследования связан с тем, что для исследований новых форм политической коммуникации требуется использование новых методов и методик исследований. Таковым методом следует

признать сетевой анализ. Сетевой подход возник еще в тридцатые годы двадцатого столетия как социологическая теория, описывающая закономерности взаимоотношений в малых группах. Длительная эволюция сетевой теории оснастила ее математическим аппаратом из области дискретной математике и привела к тому, что на сегодняшний день данный подход является одним из самых перспективных направлений развития теоретических и прикладных исследований. Современные информационные технологии позволяют автоматизировать сбор, анализ и визуализацию данных. Однако при всех плюсах сетевого подхода не стоит сбрасывать со счетов его ограниченные аналитические возможности. Выявление структуры политических сетей имеет важное значение, но, как показали наши примеры в третьей главе, в большинстве случаев этого недостаточно для твердых выводов. Для того чтобы получить смысл и направление динамики политических сетей, необходимо дополнять сетевой анализ традиционными методами политических исследований, такими как опросы, фокус-группы, интервью, контент-анализ и т.п.

Следующие выводы были получены на основе исследования российского опыта. Необходимо сразу отметить, что сетевые политические коммуникации в России нельзя рассматривать в отрыве от существующей политической системы, политического режима и медиа-системы. Многие эффекты использования сетевых коммуникаций в российской политике вытекают из причин, связанных с этим обстоятельством. Так, на пример, А. И. Соловьев считает, что в России политические последствия применения интернет-технологий сильно отличаются от опыта их применения в демократических странах: «Сетевой компромат, кибернетизация конфликтов, расширение зоны эксклюзивных сообщений, используемых для политических провокаций – все это стало неотъемлемой частью новой реальности в российском обществе. Одновременно этот же технический источник помог позиционированию в информационно-публичном пространстве политики различным маргинальным акторам (в том числе и экстремистского характера), ранее испытывавшим проблемы в своем публичном позиционировании» [Соловьев, Коммуникативные механизмы формирования российской политики, с. 27].

Таким образом, политические коммуникации нельзя рассматривать в отрыве от медиа-системы России, поскольку «включение Интернета в качестве еще одного коммуникативного инструмента в существующую

систему обмена смыслами между субъектами политического процесса было предопределено рядом факторов, решающим из которых был процесс медиатизации российской политики - фактического перемещения политической жизни в символическое пространство СМИ» [Иванов, Интернет в России как инструмент политтехнологий]. При этом в России наблюдается уникальная ситуация слабого структурного параллелизма СМИ, при том, что телевидение занимает доминирующее положение по отношению к другим политическим медианосителям [Вартанова, 2000]. Сетевые подразделения российских медиа-холдингов играют вспомогательную роль. В случае особой необходимости медиа-империи могут пожертвовать репутацией своего интернет-филиала, чтобы внести в повестку дня («вбросить») нужную информацию. На данное положение вещей во многом повлияло то, что массовая аудитория преимущественно получала сведения об Интернете не напрямую, а из традиционных СМИ. Эта особенность способствовала активному использованию различными политическими субъектами в ходе осуществления информационных операций в Интернете модели двухступенчатой коммуникации: интернет-проект (интернет-событие) в качестве импульса; отклик в традиционных СМИ; привлечение внимания целевых аудиторий. Подобная «посредническая» функция журналистского сообщества способствовала мифологизации интернет-среды в общественном сознании» [Иванов, Интернет в России как инструмент политтехнологий].

Таким образом, четвертый вывод нашего исследования сводится к тому, что перспективы создания электронного демократического правительства в России сомнительны. Отмечаются как положительные, так и отрицательные моменты в этом процессе. Среди позитивных факторов следует отметить наличие государственных программ федерального и регионального уровня, а также важных для сферы электронной коммерции законов. С другой стороны, отмечается недостаточность такого рода программ и законодательных актов. Как пишет Д. Песков, «объединенные усилия ведомств, сопротивляющихся внедрению новых информационных технологий, многократно превышают возможности сил, заинтересованных в этом» [Песков, 2002]. Существующее сопротивление реформе государственного управления объясняется неразвитостью институтов гражданского общества, демократических процедур и борьбой различных ведомств за контроль над этой программой.

Среди положительных моментов выделяется достаточно развитая функция сетевых медиарелейшнз федеральных органов власти, а также некоторых субъектов Российской Федерации. С одной стороны, подробный анализ интернет-сайтов органов государственной власти показывает, что она «представляет собой примитивное веб-кольцо сайтов с общей тематикой, наполненных несогласованными данными, в том числе статистическими» [Песков, 2002]. С другой стороны, большинство государственных органов очень серьезно относятся к созданию специальных разделов для СМИ. Наиболее очевидным примером является сайт Президента Российской Федерации, ставший примером для подражания и фактически эталоном для других государственных сайтов (См., подробнее: Официальный сайт Президента РФ, www.kremlin.ru). При этом очевидно, что политические интернет-стратегии органов государственной власти основываются на концепции двухступенчатой коммуникации.

Говорить о перспективах исследования политической коммуникации в российском сегменте глобальной сети Интернет достаточно сложно. Относительный спад политической активности в Сети во время избирательного цикла 2003-2004 годов, казалось бы, продемонстрировал невысокий потенциал интернет-технологий. Тем не менее, на наш взгляд, следовало ожидать оживления в этой области во время 2007-2008 годов. Данный прогноз основывался на прогнозируемом постепенном увеличении количества интернет-пользователей до уровня, сопоставимого с другими СМИ. Сегодня можно констатировать, что этот прогноз подтвердился и в ближайшее время сетевые политические коммуникации в России будут пользоваться повышенным спросом.

С другой стороны, очевидно, что сетевые технологии в условиях монополизации других электронных становятся практически единственным источником альтернативной политической информации. Об этом, в частности, пишет известный специалист в области журналистики, Я. Засурский: «В России СМИ находятся в удручающем состоянии ... Интернет мог бы стать фактором сохранения российского информационного пространства...» [Засурский, Информационное общество и средства массовой информации, с. 154-155].

Оценивая перспективы методологических основ дальнейших исследований сетевых политических коммуникаций, можно сказать, что, скорее всего, будет происходить отход от традиционных версий

функционализма, теории двухступенчатой (многоступенчатой) коммуникации к новейшим достижениям структурализма и постмодернизма [Песков, 2003]. Кроме того, очевидно, что многие вопросы, связанные с такими концепциями как медиатизация, цифровой разрыв и, особенно, влияние технологий на демократический процесс до сих пор остаются спорными [Howard; Stanyer, 2003].

Кроме того, нельзя не затронуть темы возможных сценариев развития ситуации в области использования новейших информационных технологий в политической деятельности. Одна из существующих классификаций разбивает возможные модели развития информационного общества на три варианта:

- «Модель Силиконовой долины» - или американская модель – открытое информационное общество, движимое силами рынка;
- «Сингапурская модель» - авторитарное информационное общество, развивающееся также на рыночных основаниях;
- «Финская модель» - открытое социально-контролируемое информационное общество, развивающееся на базе общества благосостояния [Чугунов, 2003, с. 237].

Попытки внедрения «китайской системы» государственного контроля над Интернетом в России, на наш взгляд, столкнутся с серьезными проблемами. Об этом, не скрывая истинного положения вещей, пишут сотрудники Аппарата Совета Безопасности Российской Федерации: «Ухудшается ситуация с обеспечением сохранности сведений, составляющих государственную тайну... Закрепленные в Конституции Российской Федерации права граждан на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, тайну переписки практически не имеют достаточного правового, организационного и технического обеспечения. Неудовлетворительно организована защита собираемых федеральными органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления данных о физических лицах (персональных данных)» [Развитие информационного общества в России. Том 1, с. 60]. При этом на городских рынках и переходах метро можно купить практически любую базу данных, собранную государственными органами власти.

Проблемы с обеспечением сохранности государственной информации, вызванные массовым распространением коррупции в органах власти, ставят под сомнение возможность внедрения в России

«Сингапурской модели». Вероятнее всего развитие в направлении некоторого «российского» варианта, сочетающего элементы «финской» и «сингапурской» моделей. С одной стороны, государственные программы декларируют приверженность демократическим принципам и правам человека, а с другой стороны, в тех же программах постулируется «управляемость» перехода к информационному обществу. Таким образом, на наш взгляд, крайние варианты как свободного, рыночного развития Интернета, так и жестко ограниченного, авторитарного использования сети в качестве средства политической коммуникации в России, маловероятны.

Тем не менее, вслед за Б. Барбером, отметим, что «в противоположность либеральному оптимизму, воспринимающему интернет-технологии в качестве силы, размывающей устои авторитарных режимов и укрепляющих позиции индивида и гражданского общества, существуют... серьезные возможности злоупотребления данными технологиями в целях консолидации авторитарных режимов, культивирования атмосферы страха и недоверия, политической индоктринации и пропаганды. Борьба между авторитарными апологетами контроля и первопроходцами виртуального свободомыслия будет продолжаться по мере развития технологий и трансформации политического контекста» [Barber, 1998, p. 587]. Основываясь на существующем опыте регулирования политических коммуникаций в Интернете, можно сказать, что возможны разные сценарии развития. Будем надеяться, что в России реализуется вариант, тяготеющий к демократическим ценностям.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Аберкромби Н. Социологический словарь / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б. Тернер. 2-е изд. М.: Экономика, 2004. 620 с.

Аймалетдинов Т. А. «Высокие технологии» и проблемы информационного неравенства в России // Социологические исследования. 2003. № 8. С. 121-126.

Акопов Г. Л. Глобальные проблемы и опасности сетевой политики. Ростов-на-Дону: РостИздат, 2004. 125 с.

Алексеева И. Ю. Возникновение идеологии информационного общества // Информационное общество. 1999. № 1. С. 30-35.

Андрунас Е. Ч. Информационная элита: корпорации и рынок новостей. М.: МГУ, 1991. 212 с.

Арендт Х. Истоки тоталитаризма. М.: ЦентрКом, 1996. 672 с.

Афанасьев В. Г. Социальная информация и управление обществом. М.: Политиздат, 1975. 408 с.

Афанасьев В. Г. Социальная информация. М.: Наука, 1994. 199 с.

Ахметшина Е. Н. Интернет-PR органов государственного управления. Автореф. дисс. ... канд. социол. наук. Казань, 2004.

Ахременко А. С. Политический анализ и прогнозирование: Учебное пособие. М.: Гардарики, 2006. 333 с.

Ачкасова В. А., Чугунов А. В. Демократия и Интернет: роль Интернет в формировании просвещенного понимания // Интернет и современное общество: Тезисы докладов Всероссийской научно-методической конференции. СПб., 8-11 декабря 1998 г. СПб.: СПбГУ, 1998. С. 43-46.

Ашин Г. К. Вторжение без оружия: Идеологическая борьба в современном мире и буржуазная «массовая культура». М.: Советская Россия, 1985. 160 с.

Ашин Г. К. Доктрина «массового общества». М.: Политиздат, 1971. 191 с.

Багдикян Б. Монополия средств информации. М.: Прогресс, 1987. 316 с.

Багиров Э. Г. Очерки теории телевидения. М.: Искусство, 1978. 151 с.

Баданин Р., Бурибаев А. Как власти читают ваши блоги: исследование Forbes // forbes.ru, 16 августа 2012 г., URL: <http://www.forbes.ru/sobytiya/vlast/92590-kak-vlasti-chitayut-vashi-blogi-rassledovanie-forbes> (дата обращения: 13.12.2012).

Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. М.: Аспект Пресс, 2005. 175 с.

Белинис Л. Электронная демократия: политика в условиях глобальной коммуникации // Журнал социологии и социальной антропологии. 2003. Том. VI. № 4. С. 67-82.

Белкин С., Воронин В., Устименко С. Интернет и власть // Власть. 1999. № 9. С. 21-25.

Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 1999. 783 с.

Белл Д. Социальные рамки информационного общества. // Новая технократическая волна на Западе / Сост. и вступ. статья П.С. Гуревича. М.: Прогресс, 1986. С. 330-361.

Белюсов А. Б. Лоббизм как политическая коммуникация. Екатеринбург: УрО РАН, 2005. 216 с.

Белый М. Проверка на Twitter. Ульяновский градоначальник проверит «электронные кабинеты» подчиненных // Эксперт. 2011. 25 октября. URL: <http://expert.ru/2011/10/25/proverka-na-twitter/> (дата обращения: 12.12.12).

Беркгаут В. В., Чадрин И. С. Интернет: первые шаги. М.: Р-Валент, 2000. 107 с.

Биккулов А. С. Интернет как средство массовой коммуникации. Автореф. дисс. ... канд. социол. наук. СПб., 2003.

Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа // Поэтика и политика: Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии РАН. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 1999. С. 193-226.

Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 1995. 168 с.

Бодрунова С. С. Медиакратия: атлантические подходы к определению термина // Медиасофия: Границы дисциплины. Материалы международной научной конференции. СПб.: СПбГУ, 2008. С. 91-105.

Бодрунова С. С. Современные стратегии британской политической коммуникации. М.: Товарищество научных изданий КМК, 2010. 423 с.

Бокарев Т. Энциклопедия Интернет-рекламы. М.: ПРОМО-РУ, 2000. 399 с.

Бондаренко С. В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ. Автореф. дисс. ... доктора социол. наук. Ростов-на-Дону, 2004.

Бондаренко С. В. Социальные технологии «электронной демократии» (попытка верификации конструкта) // Политическая коммуникация в

постсоветской России: проблемы формирования и парадигмы развития / Под общ. ред. Л. Н. Тимофеевой, Е. В. Лобзы. М.: Республиканская типография, 2003. С. 253-270.

Бондаренко С. В. Социальные мифы «электронной демократии» // Журнал социологии и социальной антропологии. 2004. Том. VII. № 4. С. 209-212.

Борев В. Ю., Коваленко А. В. Культура и массовая коммуникация. М.: Наука, 1986. 301 с.

Боровиков В. П., Ивченко Г. И. Прогнозирование в системе STATISTICA в среде Windows: Основы теории и интенсивная практика на компьютере. М.: Финансы и статистика, 2006. 368 с.

Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М.: Вильямс, 2004. 425 с.

Буданцев Ю. П. В контексте жизни: системный подход и массовая коммуникация. М.: Мысль, 1979. 262 с.

Буданцев Ю. П. Системность в изучении массовых информационных процессов. М.: Изд-во Университета дружбы народов, 1986. 166 с.

Буданцев Ю. П. Социология массовой коммуникации. М.: МНЭПУ, 1995. 111 с.

Бузин А. Ю. Административные избирательные технологии и борьба с ними. М.: Панорама, 2007. 271 с.

Бурдые П. О телевидении и журналистике. М.: Прагматика культуры, 2002. 159 с.

Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005. 576 с.

Быков И. А. Интернет-технологии в избирательной кампании Барака Обамы // Вестник Пермского университета. Серия: История и политология. 2010. № 1. С. 48-58.

Быков И. А. Геополитические последствия «революции твиттера» в Молдавии // Проблемы глобальной политики и безопасности в современной России: материалы междунаро. науч. конф. Ч. 2. Санкт-Петербург, 28-29 мая 2009 г. СПб.: Балт. гос. техн. ун-т, 2009. с. 93-95.

Быков И. А. Интернет и политические партии во время выборов в Государственную Думу 2007 г.: итоги и перспективы // Новый политический цикл: повестка дня для России: Международная научная конференция. М.: РАПН, 2008. С. 40-42.

Быков И. А. Интернет-фандрайзинг и выборы: российские перспективы и ограничения // Российская политика в условиях избирательного

цикла 2011-2012 гг. Международная научная конференция. М.: РАПН, 2011. С. 37-39.

Быков И. А. Киберпространство как фактор развития политических идеологий // Политическая наука. 2008. № 2. С. 79-98.

Быков И. А. Политические партии в Рунете: от двухступенчатой коммуникации к интерактивному взаимодействию с избирателями // Тезисы докладов IV Всероссийского конгресса политологов «Демократия, безопасность, эффективное управление: новые вызовы политической науке». М.: РАПН, 2006. С. 51.

Быков И. А. Президент Медведев, видео-блоггинг и публичная сфера в России // Материалы Международной научной конференции «Изменение России: политические повестки и стратегии». М.: РАПН, 2010. С. 29-31.

Быков И. А. Социальный капитал и политика в России: портрет на фоне Европы // ПОЛИТЭКС. 2011. № 1. С. 102-116.

Быков И. А. Теракт в московском метро, Интернет и проблемы информационной безопасности // Многополярный мир и безопасность: равенство, лидерство, гегемония. Т. 1. СПб.: Военмех, 2010. С. 122-128.

Быков И. А. Эмпирические исследования политики с использованием методов сетевого анализа // Политический анализ. Доклады Центра эмпирических политических исследований СПбГУ. Вып. 11. / Под ред. О. В. Поповой. СПб.: СПбГУ, 2011. С. 49-59.

Быков И. А. PR, технологии Web 2.0 и электронное правительство в России // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы 50-й международной научной конференции. СПб: СПбГУ, 2011. С. 213-215.

Быков И. А., Мажоров Д. А., Слуцкий П. А., Филатова О. Г. Интернет-технологии в связях с общественностью. СПб.: Роза мира, 2010. 275 с.

Быков И. А., Филатова О. Г. Технологии Веб 2.0 и связи с общественностью: смена парадигмы или дополнительные возможности? // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2011. Сер. 9. № 2. С. 226-237.

Быков И. А., Халл Т. Э. Цифровое неравенство и политические предпочтения интернет-пользователей в России // Политические исследования. 2011. № 5. С. 151-164.

Бююль А., Цефель П. SPSS: искусство обработки информации. Анализ статистических данных и восстановление скрытых

закономерностей. СПб.: ДиаСофтЮП, 2005. 608 с.

Вартанова Е. Л. Медиа в постсоветской России: их структура и влияние // Pro et Contra. Том 5. 2000. № 4. С. 61-81.

Вартанова Е. Л. Современная медиаструктура // Средства массовой информации постсоветской России. / Под ред. Я. Н. Засурского. М.: Аспект-Пресс, 2002. С. 10-85.

Вартанова Е. Л. Финская модель на рубеже столетий: Информационное общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе. М.: МГУ, 1999. 287 с.

Василенко В. И., Василенко Л. А. Интернет в системе государственной службы. М.: РАГС, 1998. 257 с.

Василенко Л. А. Интернет в информатизации государственной службы России: Социологические аспекты. М.: РАГС, 2000. 251 с.

Василенко Л. А. Интернет в информатизации государственного управления (социолого-методологический анализ). Автореф. дисс. ... доктора социол. наук. М., 2000.

Васильева Н. А. Философские аспекты мировой политики: В 2-х частях. СПб.: Издательство С.-Петерб. ун-та, 2003.

Вершинин М. С. Компьютерно-опосредованная политическая коммуникация и демократия // Технологии информационного общества - Интернет и современное общество: труды VI Всероссийской объединенной конференции. Санкт-Петербург, 3-6 ноября 2003 г. СПб.: СПбГУ, 2003. С. 114-121.

Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе. М.: Издательство Михайлова, 2001. 252 с.

Веселкин Е. А. Понятие социальной сети в британской социальной антропологии // Концепции зарубежной этнологии: Критические этюды / Отв. ред. Ю. В. Бромлей. М.: Наука, 1976. С. 125-152.

Винер Н. Кибернетика и общество. М.: Издательство иностранной литературы, 1958. 200 с.

Виноградов Е. Выборы в президентский Совет по правам человека: эксперты разочарованы // немецкая волна. 17.09.2012. URL: <http://dw.de/p/16AQE> (дата обращения: 12.02.2013).

Власов А. И. Политические манипуляции: История и практика средств массовой информации США. М.: Международные отношения, 1982. 303 с.

Водолагин А. А. Интернет-СМИ как арена политической борьбы // Общественные науки и современность. 2002. № 1. С. 49-67.

Войсунский А. Е. Метафоры Интернета // Вопросы философии. 2001. № 11. С. 64-79.

Воронина Т. П. Информационное общество: сущность, черты, проблемы. М.: ЦАГИ, 1995. 110 с.

Выборы президента — честные и чистые? // ВЦИОМ. Пресс-выпуск №1977. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112599> (дата обращения: 12.02.2013).

Гаджиев К. С. Введение в политическую науку. М.: Логос, 1997. 544 с.

Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. М.: Эксмо, 2007. 447 с.

Гейтс Б. Дорога в будущее. М.: Русская редакция, 1996. 295 с.

Герасимюк Т. Виртуальные «виртуальные PR»: три сферы взаимодействия с интернет-аудиторией (сетевые сообщества, персональные коммуникации, online СМК) // Советник. 2001. № 2. С. 25-29.

Голосов Г. В. Сравнительная политология. Новосибирск: Издательство Новосибирского Университета, 1994. 368 с.

Голотюк Я. Виртуальная многопартийность: Сайты политических партий в борьбе за электорат // Время новостей. 2004. 20 июля. С. 1-2.

Готовность России к информационному обществу. Оценка возможностей и потребностей широкомасштабного использования информационно-коммуникационных технологий / Под ред. Т. В. Ершовой. М.: ИРИО, 2001. 99 с.

Грабельников А. А. Российские СМИ на рубеже веков: некоторые итоги и перспективы // Политическая коммуникация в постсоветской России: проблемы формирования и парадигмы развития. / Под общ. ред. Л. Н. Тимофеевой, Е. В. Лобзы. М.: Республиканская типография, 2003. С. 45-61.

Градосельская Г. В. Сетевые измерения в социологии. М.: Издательский дом «Новый учебник», 2004. 248 с.

Грачев М. Н. Политика. Политическая система. Политическая коммуникация. М.: НОУ МЭЛИ, 1999. 166 с.

Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М.: Прометей, 2004. 327 с.

Григорьев М. С. Политические коммуникации в «век информации» // Политическое управление: Сборник научных трудов кафедры политологии и политического управления. М.: РАГС, 1998. С. 288-299.

Гринберг Т. Э., Лучкина С. А. Интернет: средство коммуникации публичной релейшнз или новая профессиональная технология? // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2001. № 6. С. 31-39.

Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления, противоборства. М.: Физматлит, 2010. 228 с.

Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А. Е. Войскунского. М.: Можайск-Терра, 2000. 431 с.

Гуревич П. С. Буржуазная пропаганда в поисках теоретического обоснования. М.: Политиздат, 1978. 159 с.

Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество. М.: АСТ, 2004. 602 с.

Давыдов И. Политика – двигатель вэб-прогресса // Со-общение. 2000. №1. С. 19-24.

Давыдов И. Масс-медиа российского Интернета. Основные тенденции развития и анализ текущей ситуации // Русский Журнал. 2000. 28 сентября. URL: http://old.russ.ru/politics/20000928_davydov.html (дата обращения: 28.02.2013).

Дайсон Э. Жизнь в эпоху Интернета. Release 2.0. М.: Бизнес и компьютер, 1998. 378 с.

Даль Р. О демократии. М.: Аспект-пресс, 2000. 203 с.

Дебор Г. Общество спектакля. М.: Логос, 2000. 183 с.

Девис Р. Сеть политики: влияние Интернета на американскую политическую систему // Актуальные проблемы Европы. Средства массовой информации и демократия в современном мире: Сб. статей и рефератов. М.: РАН ИНИОН, 2002. С. 132-144.

Демпси Дж. Электронное правительство и его выгоды для широких масс // Государственное управление в переходных экономиках. Зима. 2003. С. 24-27.

Дмитриев А. В. Интернет как инструмент политической борьбы: проблемы и перспективы // Политическая коммуникация в постсоветской России: проблемы формирования и парадигмы развития. / Под общ. ред. Л. Н. Тимофеевой, Е. В. Лобзы. М.: Республиканская типография, 2003. С. 270-278.

Дмитриев А. В., Латынов В. В. Массовая коммуникация: пределы политического влияния. М.: МНУЦ, 1999. 111 с.

Дмитриев А. В., Латынов В. В., Хлопьев А. Т. Неформальная политическая коммуникация. М.: РОССПЭН, 1997. 197 с.

Доган М., Пеласси Д. Сравнительная политическая социология. М.: Социально-политический журнал, 1994. 272 с.

Докторов Б. Онлайн-опросы: обыденность наступившего сто-

летия // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. 2000. № 4. С. 16-31.

Докторов Б. Российский политический Интернет // Петербургский журнал социологии. 1999. № 2. С. 40-42.

Доктрина информационной безопасности Российской Федерации // Развитие информационного общества в России. Том 2: Концепции и программы. Сборник документов и материалов под ред. Н. В. Борисова, Ю. Е. Хохлова. СПб., Изд-во СПб ГУ, 2001. С. 26-62.

Дорожкин Ю. Н., Соленникова Н. В. Интернет в избирательных кампаниях: современные особенности и функции // Власть. 2007. № 6. С. 31-35.

Дракер П. Посткапиталистическое общество // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология. М.: Academia, 1999. С. 70-100.

Дрождинов В. И. Информатизация России, год 2004-й или на каждого «медведя» найдется свой «бык». Заметки независимого наблюдателя // От электронного правительства к электронному управлению. Материалы международной конференции 22-25 апреля 2005 г. СПб., 2005. С. 18-28.

Дрождинов В. И. Электронные правительства: причины возникновения и состояние развитости в странах мира // Технологии информационного общества - Интернет и современное общество: труды V Всероссийской объединенной конференции. СПб., 25 - 29 ноября 2002 г. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2002. С. 278-283.

Дрождинов В., Штрик А. Электронное правительство информационного общества // PCWeek, 2000, № 15. URL: <http://www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=54207> (дата обращения: 12.12.12).

Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: Анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург: УрО РАН, 1999. 130 с.

Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Массовая коммуникация: модели влияния. Как формируется «повестка дня»? Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2001. 130 с.

Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Электронное правительство и граждане: результаты комплексного социологического исследования в Уральском федеральном округе. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2010. 182 с.

Дятлов С. А. Проблемы развития электронного правительства // От

электронного правительства к электронному управлению. Материалы международной конференции 22-25 апреля 2005 г. СПб., 2005. С. 32-36.

Евтюшкин А. Е. Оценка готовности России и Москвы к реализации услуг электронного правительства на основе исследований 2004-2005 гг. // От электронного правительства к электронному управлению. Материалы международной конференции 22-25 апреля 2005 г. СПб., 2005. С. 29-31.

Ерохин А. В. Гарольд А. Иннис и торонтская школа исследований коммуникаций // Информация – Коммуникация – Общество (ИКО – 2003): Тезисы докладов и выступлений Международной научной конференции. Санкт-Петербург, 11-12 ноября 2003 г. СПб., 2003. С. 154-156.

Засурский И. И. Масс-медиа второй республики. М.: МГУ, 1999. 270 с.

Засурский И. И. Ре-конструкция России: масс-медиа и политика в девяностые годы. М.: МГУ, 2001. 228 с.

Засурский Я. Н. Информационное общество и средства массовой информации // Развитие информационного общества в России. Том 1: Теория и практика: Сб. статей. / Под ред. Н.В. Борисова, Ю.Е. Хохлова. СПб., Изд-во СПб ГУ, 2001. С. 154-162.

Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. М.: МГУ, 1999. 300 с.

Зуев А. «Виртуальная демократия» в опасности. // Свободная мысль. 2004. № 5. С. 55-63.

Иванов В. Об особенностях реализации функции социального управления в Интернете (на примере сайта www.e-government.ru) // Интернет и российское общество / Под ред. И. Семенова; Моск. Центр Карнеги. М.: Гендальф, 2002. С. 118-137.

Иванов Д. В. Виртуализация общества. Версия 2.0. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002. 213 с.

Иванов Д. Г. Интернет в России как инструмент политтехнологий: опыт выборов 1999-2000 гг. // Технологии информационного общества - Интернет и современное общество: труды V Всероссийской объединенной конференции. СПб., 25 - 29 ноября 2002 г. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2002. С. 287-289.

Иванов Д. Г. Политический PR в Интернете: российские реалии // Интернет-маркетинг. 2002. № 4. С. 22-33.

Иванов Д. Г. Пресс-конференции в Интернете: сетевое общение по-

литиков и космонавтов // Русский журнал. 21 августа 1998 г. URL: <http://old.russ.ru/journal/media/98-08-21/ivanov.htm> (дата обращения: 28.02.2013).

Иванов Д. Г. Российский Интернет как средство политической коммуникации // Русский журнал. 13 марта 2002 г. URL: <http://old.russ.ru/netcult/history/20020313.html> (дата обращения: 28.02.2013).

Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и меняющиеся общества // Полис. 1997. № 4. С. 6-32.

Иноземцев В. Л. За десять лет. К концепции постэкономического общества. М.: Academia, 1998. 528 с.

Иноземцев В. Л. Перспективы постиндустриальной теории в меняющемся мире // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С. 3-64.

Иноземцев В. Л. Предисловие // Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 1999. С. I-XVI.

Иноземцев В. Л. Расколота цивилизация: Наличествующие предпосылки и возможные последствия пост-экономической революции. М.: Academia, 1999. 703 с.

Иноземцев В. Л. Теория постиндустриального общества как методологическая парадигма российского обществоведения // Вопросы философии, 1997, № 10.

Интернет для журналиста / Под ред. С. Кузнецова, А. Носика. М.: Медиасоюз, 2001. 143 с.

Интернет и российское общество / Под ред. И. Семенова; Моск. Центр Карнеги. М.: Гендальф, 2002. 279 с.

Интернет-мониторинг выборов в России / Под общ. Ред. Г. А. Сатарова. М.: ИНДЕМ, 2001. 234 с.

Каневский М. Использование интегрированных маркетинговых коммуникаций в политических интернет-кампаниях // Политический маркетинг. 2002. № 2. С. 51-57.

Канетти Э. Масса и власть. М.: Ad Marginem, 1997. 527 с.

Каннингэм С., Портер А. Сетевые средства связи: двенадцать способов изменить нашу жизнь // Впереди XXI век: перспективы, прогнозы, футурологи. Антология современной классической прогностики. 1952-1999. М.: Academia, 2000. С. 95-101.

Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, биз-

несе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. 328 с.

Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под ред. О. И. Шкаратана. М.: Изд-во Высшей школы экономики, 2000. 608 с.

Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая пост-индустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С. 494-505.

Кастельс М., Киселева Э. Россия и сетевое общество // Мир России. 2000. № 1. С. 23-51.

Кастельс М., Химанен П. Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель. М.: Логос, 2002. 219 с.

Катлип С. М., Сентер А. Х., Брум Г. М. Паблик рилейшнз. Теория и практика. М.: Вильямс, 2000. 642 с.

Кин Дж. Средства массовой информации и демократия. М.: Наука, 1993. 167 с.

Киселев И. Ю. Политическая коммуникация на рубеже столетий. М.: Аверс Пресс, 2002. 323 с.

Кляйн Н. NO LOGO. Люди против брэндов. М.: ООО «Добрая книга», 2003. 616 с.

Ковалев Г. С. Медиакратия в современном политическом процессе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2007. №4. С. 66-75.

Комаровский С., Мараховская М. Интернет – новая избирательная технология? // Советник. 2001. № 3. С. 8-11.

Кравченко И. В. Власть и коммуникация: проблемы взаимодействия в информационном обществе. СПб.: СПбГУЭФ, 2003. 272 с.

Крестинина Е. С., Чернышов Ю. Г. Использование интернет-блогов и «социальных сетей» в российской публичной политике // Известия АГУ. 2008. № 3-4 (60). С. 288-296.

Кретов Б. Е. Средства массовой коммуникации - элемент политической системы общества // Социально-гуманитарные знания. 2000. № 1. С. 101-115.

Кристалльный Б. В., Травкин Ю. В. Электронное правительство. Опыт США / Под ред. В. И. Дрожжинова. М.: Эко-Трендз, 2003. 205 с.

Кузнецов И. И. Рунет как часть российского электорального пространства // Общественные науки и современность. 2003. № 1. С. 68-77.

Кулик А. Н. Е-демокрасу и электронная демократия: западная концепция в российском контексте // Проблемы становления гражданского

общества в России. Материалы научного семинара. М. 2003. № 4. С. 91-116.

Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие // Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2002. С. 138-149.

Лебедева Т. Ю. Путь к власти. Франция: выборы президента. М.: МГУ, 1995. 123 с.

Лебон Г. Психология народов и масс. СПб.: Макет, 1995. 311 с.

Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна. СПб.: Алетейя, 1998. 159 с.

Липман У. Общественное мнение. М.: ФОМ, 2004. 382 с.

Лобза Е. В. Интернет в политике: новые возможности и новые мифы // Политическая коммуникация в постсоветской России: проблемы формирования и парадигмы развития / Под общ. ред. Л. Н. Тимофеевой, Е. В. Лобзы. М.: Республиканская типография, 2003. С. 279-291.

Лобза Е. В. Специфика формирования образов политиков в Интернете (на примере электронных пресс-конференций) // Психология восприятия власти / Под ред. Е. Б. Шестопаля. М.: Изд-во «Социально-политическая МЫСЛЬ», 2002. С. 192-205.

Луков В. В. Интернет как инструмент политических технологий в США // США и Канада: экономика, политика, культура. 2005. № 5. С. 33-39.

Луман Н. Власть. М.: Праксис, 2001. 256 с.

Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005. 256 с.

Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. СПб.: Наука, 2007. 648 с.

Макаров Б. Альтернативы голосования: Интернет или бюллетень? // Политический маркетинг. 2002. № 10. С. 31-37.

Макеев М. М. Пользовательский контент: проблемы перехода от социального феномена к отрасли медиаиндустрии (на примере США) // Экономика и менеджмент СМИ: Ежегодник 2009 / Отв. ред. Е. Л. Вартанова. М.: МедиаМир, 2010. С. 107-130.

Маклюэн М. Галактика Гуттенберга. Киев: Ника Центр, 2003. 432 с.

Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: КАНОН-Пресс-Ц, 2003. 464 с.

Мангейм Дж., Рич Р. Политология. Методы исследования. М.: Весь мир, 1997. 544 с.

Манхейм К. Диагноз нашего времени. М.: Юрист, 1994. 700 с.

Малаканова О. А. Политическая коммуникация // Политическая социология и современная российская политика / Под ред. Г. В. Голосова, Е. Ю. Мелешкиной. СПб., 2000. С. 213-235.

Мардарь И. Б. Трансформация сетевой деятельности некоммерческих организаций // Социологические исследования. 2009. № 5. С. 133-138.

Маркузе Г. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества. М.: REFL-book, 1994. 341 с.

Мартин Дж. Телематическое общество. Вызов ближайшего будущего // Новая технократическая волна на Западе. / Сост. и вступ. ст. П. С. Гуревича. М.: Прогресс, 1986. С. 371-391.

Мартьянов Д. С. Практика взаимодействия Интернет-сообщества и политических акторов в современной России. Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. СПб., 2007.

Масамиси С., Давыденко В. А., Латов Ю. В., Ромашкин Г. С., Латова Н. В. Проблемы и парадоксы анализа институционального доверия как элемента социального капитала современной России // Журнал институциональных исследований. 2009. Т. 1. № 1. С. 20-35.

Массовая информация в советском промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования / Под общ. ред. Б. А. Грушина, Л. А. О니кова. М.: Политиздат, 1980. 446 с.

Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США. М.: Прогресс, 1966. 462 с.

Медиа. Введение / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли. М.: Юнити-дана, 2005. 534 с.

Мельник Г. С. Mass-media: Психологические процессы и эффекты. СПб.: СПбГУ, 1996. 161 с.

Мелюхин И. С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. М.: МГУ, 1999. 206 с.

Мервин Д. Средства массовой информации и демократия в США // Актуальные проблемы Европы. Средства массовой информации и демократия в современном мире: Сб. статей и рефератов. М.: РАН ИНИОН, 2002. С. 46-63.

Мешкова Т. А. Безопасность в условиях глобальной информатизации: новые вызовы и новые возможности. Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. М., 2003.

Миллер Д. PR и журналистика // Медиа. Введение / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. С. 82-104.

Мониторинг информационного общества и общества знаний: статистические данные / Сост. Е. И. Кузьмин, В. Р. Фирсов. СПб.: РНБ, 2004. 126 с.

Морено Я. Л. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе. М.: Академический проект, 2001. 383 с.

Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс. М.: Центр психологии и психотерапии, 1996. 478 с.

Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2002. 239 с.

Наследов А. Д. SPSS: Компьютерный анализ данных в психологии и социальных науках. 2-е изд. СПб.: Питер, 2007. 416 с.

Наумов В. Б. Право и Интернет: очерки теории и практики. М.: Книжный дом «Университет», 2002. 430 с.

Нейронные сети. STATISTICA Neural Networks: Методология и технология современного анализа данных / Под ред. В. П. Боровикова. М.: Горячая линия-телеком, 2008. 392 с.

Нестеров Ю. М. Традиционная закрытость деятельности российской власти - главное препятствие на пути к «электронному правительству» // Технологии информационного общества - Интернет и современное общество: труды V Всероссийской объединенной конференции. СПб., 25 - 29 ноября 2002 г. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2002. С. 293-294.

Нисневич Ю. А. Информатизация и власть. М.: Мысль, 2000. 175 с.

Нисневич Ю. А. Электронное правительство как постиндустриальная философия государственного управления // Политическая коммуникация в постсоветской России: проблемы формирования и парадигмы развития / Под общ. ред. Л. Н. Тимофеевой, Е. В. Лобзы. М.: Республиканская типография, 2003. С. 222-233.

Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология. / Под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. 631 с.

Новая протестная волна: мифы и реальность // Фонд развития гражданского общества. 6 декабря 2012. URL: <http://civilfund.ru/mat/13> (дата обращения: 12.01.2013).

Новая технократическая волна на Западе / Сост. П. С. Гуревич. М.: Прогресс, 1986. 450 с.

Носик А. Самиздат, Интернет и профессиональный читатель // Отечественные записки. 2003. № 4. С. 155-161.

Носик А. СМИ русского Интернета: теория и практика // Интернет

для журналиста / Под ред. С. Кузнецова, А. Носика. М.: Медиасоюз, 2001. 3-14.

Нозль-Нойман Э. Общественное мнение: Открытие спирали молчания. М.: Весь мир, 1996. 351 с.

Нэбитт Дж., Эбурдин П. Что нас ждет в 90-е годы: Мегатенденции. Год 2000. М.: Республика, 1992. 414 с.

Обзор журнала «Интернационале политик» // Актуальные проблемы Европы. Средства массовой информации и демократия в современном мире: Сб. статей и рефератов. М.: РАН ИНИОН, 2002. С. 154-161.

Овчинников Б. В. Виртуальные надежды: состояние и перспективы политического Рунета // Полис. 2002. № 1. С. 46-65.

Ольшевский А. С., Ольшевская А. С. Негативные PR-технологии. М.: ИНФРА-М, 2004. 329 с.

Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. М.: АСТ, 2008. 352 с.

Основы теории коммуникации / Под ред. М. А. Васирика. М.: Гардарики, 2003. 615 с.

Павлютенкова М. Ю. Авангардные информационные технологии PR: возможности и перспективы // Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под ред. В. С. Комаровского. М.: РАГС, 2001. С. 408-425.

Павлютенкова М. Ю. Новые информационные технологии в современном политическом процессе // Власть. 2000. № 8. С. 38-43.

Павлютенкова М. Ю. Политические коммуникации в условиях глобального информационного пространства // Политическая коммуникация в постсоветской России: проблемы формирования и парадигмы развития / Под общ. ред. Л. Н. Тимофеевой, Е. В. Лобзы. М.: Республиканская типография, 2003. С. 239-253.

Паркинсон С. Н. Законы Паркинсона. М.: Эксмо, 2007. 464 с.

Парсонс Т. Система современных обществ. М.: Аспект-Пресс, 1998. 270 с.

Перфильев Ю. Ю. Территориальная организация российского интернет-пространства // Интернет и российское общество / Под ред. И. Семёнова; Моск. Центр Карнеги. М.: Гендальф, 2002. С. 21-47.

Перфильев Ю. Ю. Российское интернет-пространство: развитие и структура. М.: Гардарики, 2003. 268 с.

Песков Д. Н. Интернет в российской политике: утопия и реальность // Полис. 2002. № 1. С. 31-45.

Песков Д. Н. Интернет пространство: Состояние постмодерна? // По-

лис. 2003. № 5. С. 46-55.

Политическая коммуникативистика: проблемы предметного позиционирования / Под ред. Л. Н. Тимофеевой. М.: РАГС, 2008. 63 с.

Политическая коммуникация в постсоветской России: проблемы формирования и парадигмы развития / Под общ. ред. Л. Н. Тимофеевой, Е. В. Лобзы. М.: Республиканская типография, 2003. 336 с.

Политическая наука: новые направления / Под ред. Р. Гудина, Х.-Д. Клингеманна. М.: Вече, 1999. 816 с.

Политическая социология и современная российская политика. / Под ред. Г. В. Голосова, Е. Ю. Мелешкиной. СПб.: Борей-принт, 2000. 309 с.

Политические коммуникации / Под ред. А. И. Соловьева. М.: Аспект Пресс, 2004. 331 с.

Политическое управление: Курс лекций. М.: РАГС, 1996. 310 с.

Политическое управление: Сборник научных трудов кафедры политологии и политического управления. М.: РАГС, 1998. 368 с.

Полуэктов В. В. От двери к двери. Полевые технологии в избирательных кампаниях. М.: Русская панорама, 2002. 233 с.

Пономарев Н. Ф. Политическая коммуникативистика. Информационные стратagemы власти. Пермь: Изд-во Перм. гос. техн. ун-та, 2010. 188 с.

Попова О. В. Политический анализ и прогнозирование. СПб.: СПбГУ, 2009. 456 с.

Посикера Л. Р. Политическая коммуникация в условиях избирательной кампании: анализ концепций и технологий. Автореф. дисс. ... кандид. полит. наук. М., 1994.

Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук, 2001. 651 с.

Прохоров А., Ларичев Н. Компьютерная визуализация социальных сетей // Компьютер пресс. 2006. № 9. С. 156-160.

Прохоров Е. П. Журналистика и демократия / изд. 3-е. М.: Аспект-пресс, 2004. 351 с.

Пугачев В. А. Средства массовой коммуникации в современном политическом процессе // Вестник МГУ. Серия 12. Политические науки. 1995. № 5. С. 3-16.

Путин В. В. Демократия и качество государства // Коммерсантъ. 2012. № 20. 6 февраля. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1866753> (дата обращения: 12.02.2013).

Развитие информационного общества в России. Том 1: Теория и

практика: Сб. статей / Под ред. Н. В. Борисова, Ю. Е. Хохлова. СПб.: СПбГУ, 2001. 238 с.

Развитие информационного общества в России. Том 2: Концепции и программы. Сб. документов и материалов / Под ред. Н. В. Борисова, Ю. Е. Хохлова. СПб.: СПбГУ, 2001. 228 с.

Разроев Э. Инфокоммуникационный бизнес: управление, технологии, маркетинг. СПб.: Профессия, 2003. 352 с.

О'Рейли Т. Что такое Веб 2.0 // Компьютерра, 11 октября 2005 года, URL: <http://www.computerra.ru/think/234100/> (дата обращения: 26 января 2011 г.)

Робертс Ф. С. Дискретные математические модели с приложениями к социальным, биологическим и экологическим задачам. М.: Наука, 1986. 494 с.

Росич Ю. Интернет в политической жизни России // Правда.ру. 26.11.2003. URL: http://politics.pravda.ru/politics/2003/1/6/11/15062_SMI.html (дата обращения: 26.11.2003)

Россия в рейтинге развития электронного правительства ООН 2012. Информационный обзор. Серия «Развитие информационного общества и электронного правительства» / Центр технологий электронного правительства НИУ ИТМО. 2012. Вып. 4. 5 с. URL: http://www.egov-center.ru/files/reviews/eGov_Review_2012_04_Rating%20UN.pdf (дата обращения: 12.02.2013).

Рэддик Р., Кинг Э. Журналистика в стиле он-лайн: Использование Internet и других электронных ресурсов. М.: Вагриус, 1999. 415 с.

Сайтэл Ф. П. Современные паблик рилейшнз. Восьмое издание. М.: Имидж-контакт, 2002. 592 с.

Самаркина И. В. Интернет для политологов. Краснодар: КубГУ, 2001. 75 с.

Сарчинелли У. Старые СМИ – новые СМИ. К вопросу об отношениях между журналистикой и политикой // Актуальные проблемы Европы. Средства массовой информации и демократия в современном мире: Сб. статей и рефератов. М.: РАН ИНИОН, 2002. С. 38-45.

Семенов И. Воля к идентичности: сопротивление и информационные технологии // Интернет и российское общество / Под ред. И. Семенова; Моск. Центр Карнеги. М.: Гендальф, 2002. С. 48-69.

Сибиряков И. В. Предвыборная политика партий в сети Интернет // Политическая коммуникация в постсоветской России: проблемы формирования и парадигмы развития / Под общ. ред. Л. Н. Тимофеевой, Е.

В. Лобзы. М.: Республиканская типография, 2003. С. 308-311.

Система средств массовой информации России / Под ред. Я. Н. Засурского. М.: Аспект-Пресс, 2001. 259 с.

Сметанин М. Борис Немцов – первый политик в российском Интернете // Русский журнал. 20 марта 2002 г. URL: <http://old.russ.ru/netcult/history/20020320.html> (дата обращения: 28.02.2013).

Сметанин М. Виртуальное партстроительство // Русский журнал. 28 марта 2002 г. URL: <http://old.russ.ru/netcult/history/20020328.html> (дата обращения: 28.02.2013).

Сметанин М. Интернет-проекты «Союза правых сил» на выборах в Государственную Думу // Русский журнал. 12 апреля 2002 г. URL: <http://old.russ.ru/netcult/history/20020412.html> (дата обращения: 28.02.2013).

Сметанин М. «Московская альтернатива» как первая политическая кампания в Интернете // Русский журнал. 5 апреля 2002 г. URL: <http://old.russ.ru/netcult/history/20020405.html> (дата обращения: 28.02.2013).

Сморгунов Л. В. Сетевой подход к политике и управлению // Полис. 2001. № 3. С. 103-112.

Совершенствование государственного управления на основе его реорганизации и информатизации. Мировой опыт. / Под ред. В. И. Дрожжина. М.: Эко-Трендз, 2002. 245 с.

Соколов А. В. Социальные коммуникации. В 2-х ч. М.: Профиздат, 2001.

Соколов А. Интернет-грабли для политиков // Интербизнес, 2002, № 47, С. 56-59.

Соленикова Н. В. Политический интернет в российских избирательных кампаниях: тенденции развития // Общественные науки и современность. 2007. № 5. С. 69-74.

Соловьев А. И. Коммуникативные механизмы формирования российской политики // Политическая коммуникация в постсоветской России: проблемы формирования и парадигмы развития / Под общ. ред. Л. Н. Тимофеевой, Е. В. Лобзы. М.: Республиканская типография, 2003. С. 23-32.

Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. 2002. № 3. С. 5-18.

Соловьев А. И. Политический дискурс медиакратий: проблемы информационной эпохи // Полис. 2004. № 2. С. 124-132.

Средства массовой информации постсоветской России / Под ред. Я. Н. Засурского. М.: Аспект-Пресс, 2002. 301 с.

Старр К. Дело Клинтона-Левински в документах и фактах. М.: Паганель, 2000. 398 с.

Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики. // Новая технократическая волна на Западе / Сост. и вступ. статья П. С. Гуревича. М.: Прогресс, 1986. С. 392-409.

Стырин Е. М. Электронное правительство: стратегии формирования и развития. Автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2006.

Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество: плюсы и минусы сетевого интеллекта. Киев: Рефл-бук, 1999. 408 с.

Терин В. П. Массовая коммуникация: социо-культурные аспекты политического воздействия: исследование опыта Запада. М.: Издательство Института социологии, 1999. 169 с.

Тимофеева Л. Н., Лобза Е. В. Политическая коммуникация, открытая заново // Политическая коммуникация в постсоветской России: проблемы формирования и парадигмы развития / Под общ. ред. Л. Н. Тимофеевой, Е. В. Лобзы. М.: Республиканская типография, 2003. С. 3-14.

Токвиль А. Демократия в Америке. М.: Прогресс, 1994. 559 с.

Тоффлер Э. Метаморфозы власти: Знание, богатство и сила на пороге XXI в. М.: АСТ, 2001 669 с.

Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2004. 781 с.

Тоффлер Э. Футурошок. СПб.: Лань, 1997. 461 с.

Турен А. От обмена к коммуникации: рождение программированного общества // Новая технократическая волна на Западе / Сост. П. С. Гуревича. М.: Прогресс, 1986. С. 410-430.

Турунок С. Г. Интернет и политический процесс // Новое литературное обозрение. 2001. № 2. С. 51-63.

Уилкоккс Д. Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ. М.: Имидж-контакт, 2004. 759 с.

Уилхелм Д. Коммуникация и власть. СПб.: ПНД-Систем, 1993. 144 с.

Управление общественными отношениями / Под ред. В. С. Комаровского. М.: РАГС, 2003. 400 с.

Успенский И. В. Интернет как инструмент маркетинга. СПб.: Питер, 1999. 254 с.

Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект Пресс, 2004. 398 с.

Федосеев А. А. Современная американская буржуазная политоло-

гия: истоки, традиции, новации. Л.: ЛГУ, 1989. 213 с.

Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации. СПб.: Питер, 2003. 400 с.

Федякин И. А. Общественное сознание и массовая коммуникация в буржуазном обществе. М.: Наука, 1988. 212 с.

Феофанов О. А. США: реклама и общество. М.: Мысль, 1974. 262 с.

Фомичева И. Д. Индустрия рейтингов: введение в медиаметрию. М.: Аспект Пресс, 2004. 155 с.

Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого «Я». М.: АСТ, 1998. 188 с.

Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М.: АСТ: Ермак, 2004. 730 с.

Хабермас Ю. Вовлечение другого. Очерки политической теории. СПб.: Наука, 2001. 415 с.

Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность. М.: Ками, 1995. 244 с.

Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб.: Наука, 2000. 377 с.

Харари Ф. Теория графов. М.: Мир, 1973. 300 с.

Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: Прайм-Еврознак; М.: ОЛМА-Пресс, 2001. 445 с.

Хойслинг Р. Социальные процессы как сетевые игры. Социологические эссе по основным аспектам сетевой теории. М.: Логос-Альтера, 2003. 192 с.

Холмс Д. eGov. Стратегии электронного бизнеса для государства. М.: Астрель; АСТ, 2004. 366 с.

Цуладзе А. Большая манипулятивная игра. М.: Алгоритм, 2000. 336 с.

Чадаев А. Иллюзии русского Интернета: интернет-СМИ // Русский Журнал. 2001. 10 апреля. URL: http://old.russ.ru/netcult/20010410_chadaev.html (дата обращения: 28.02.2013).

Чернов А. А. Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы. М.: Дашков и Ко, 2003. 232 с.

Чеснаков А. А. Ресурсы Internet и российские политические технологии: состояние и перспективы развития // Вестник Московского Университета. Серия 18. Социология и политология. 1999. № 4. С. 65-69.

Чугунов А. В. Перспективы развития в России «информационного общества» (Социальный портрет российской интернет-аудитории по дан-

ным социологических опросов) // Полис. 2002. № 5. С. 146-157.

Чугунов А. В. Политика и Интернет: политическая коммуникация в условиях развития современных информационных технологий. Автореф. дисс. ... кандид. полит. наук. СПб., 2000.

Чугунов А. В. Российская интернет-аудитория в зеркале социологии. СПб.: СПбГУ, 2006. 319 с.

Чугунов А. В. Формирование моделей информационного общества и выбор пути России в эпоху глобального развития // Политическая коммуникация в постсоветской России: проблемы формирования и парадигмы развития / Под общ. ред. Л. Н. Тимофеевой, Е. В. Лобзы. М.: Республиканская типография, 2003. С. 233-239.

Чумиков А., Бочаров М. PR-кампания в Интернете // Советник. 2002. № 11. С. 46-48.

Шадрин А. Е. Информационные технологии и совершенствование социальных институтов // Интернет и российское общество / Под ред. И. Семенова; Моск. Центр Карнеги. М.: Гендальф, 2002. С. 91-117.

Шампань П. Делать мнение: Новая политическая игра. М.: Socio-Logos, 1997. 335 с.

Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология. В 3-х ч. М.: Б. и., 1992.

Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: Мысль, 1980. 326 с.

Шишкина М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. СПб.: СПбГУ, 1999. 442 с.

Шляхтина С. Интернет 2003: итоги и прогнозы. // Компьютер Price. 2004. № 3. С. 90.

Шляхтина С. Электронные государства во всемирной сети // Компьютер Price. 2004. № 8. С. 92.

Эко У. От Интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст. Отрывки из публичной лекции в МГУ // Новое литературное обозрение. 1998. № 32. С. 5-14.

Электронное правительство: рекомендации по внедрению в Российской Федерации / Под ред. В. И. Дрожжинова, Е. З. Зиндера. М.: Эко-Трендз, 2004. 330 с.

Энтин В. Л. Средства массовой информации в политической системе современного капитализма. М.: Наука, 1988. 189 с.

Эрроу К. Дж. Коллективный выбор и индивидуальные ценности. М.: ГУ ВШЭ, 2004. 201 с.

Юдаев В. Интернет и выборы // Избирательные технологии и избирательное искусство. М.: РОССПЭН, 2001. С. 149-159.

Юрин К. В. Интернет, сайты и выборы // США и Канада: экономика, политика, культура. 2005. № 2. С. 101-112.

Юртаев А. Н. Электронное правительство: концептуальные подходы к построению. Казань: Казанский государственный университет, 2007. 183 с.

Яррен О. Интернет – новые шансы для политической коммуникации? // Актуальные проблемы Европы. Средства массовой информации и демократия в современном мире: Сб. статей и рефератов. М.: РАН ИНИОН, 2002. С. 125-131.

Abramson J. B., Arterton F. C., Orren G. R. The Electronic Commonwealth: The Impact of New Media Technologies on Democratic Politics. N.Y.: Basic Books, 1988. 331 p.

Adonis A., Mulgan G. Back to Greece: The Scope for Direct Democracy // *Demos Quarterly*. 1994. № 3. P. 2-9.

Adorno T., Horkheimer M. Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments. Stanford: Stanford University Press, 2002. 282 p.

Ayres J. M. From the streets to the Internet: The Cyber-diffusion of Contention // *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Vol. 566. November. 1999. P. 132-143.

Bagdikian B. The New Media Monopoly. Boston: Beacon Press, 2004. 299 p.

Barber B. Three Scenarios for the Future of Technology and Strong Democracy // *Political Science Quarterly*. Volume 113. № 4, 1999. P. 573-589.

Barber B. Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age. San Francisco: University of California Press, 2003. 320 p.

Barnes J. A. Class and committes in a Norwegian parish island // *Human relations*. 1954. Vol. 7. P. 39-58.

Barnett S. New Media, Old Problems: New Technology and the Political Process // *European Journal of Communication*. 1997. Vol. 12 (2). P. 193-218.

Becker J. Lessons from Russia: A Neo-Authoritarian Media System // *European Journal of Communication*. 2004. Vol. 19 (2). P. 139-163.

Bell D. The End of Ideology: On the Exhaustion of Political Ideas in the Fifties. Glencoe: Free Press, 1960.

Bennett W. L. New Media Power: The Internet and Global Activism // *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World* / Ed. by N. Couldry & J. Curran. Oxford: Rowman & Littlefield. 2003. P. 17-37.

Berardo R. Generalized Trust in Multi-organizational Policy Arenas // Political Research Quarterly. 2009. Vol. 62. № 1. P. 178-189.

Berelson B. R., Lazarsfeld P. F., McPhee W. W. Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign. 6th impr. Chicago: University of Chicago Press, 1968. 395 p.

Bimber B. A., Davis R. Campaigning Online: The Internet in U.S. Elections. Oxford: Oxford University Press, 2003. 240 p.

Blumer H. The Mass, The Public, and Public Opinion // Reader in Public Opinion and Communication / Ed. by B. Berelson and M. Janowitz. Glencoe: Free Press, 1953. P. 43-49.

Bonfadelli H. The Internet and Knowledge Gaps: A Theoretical and Empirical Investigation // European Journal of Communication. 2002. Vol. 17 (1). P. 65-84.

Brzezinski Zb. Between Two Ages. America's Role in the Technetronic Era. N. Y.: The Viking Press, 1970. 255 p.

Budge I. The New Challenge of Direct Democracy. Oxford: Polity, 1996. 216 p.

Carpenter C. R. Studying Issue (Non)-Adoption in Transnational Advocacy Networks // International Organization. 2007. Vol. 61. Summer. P. 643-67.

Castels M. The Rise of the Network Society. Vol. 1. NY: Wiley, 1996. 556 p.

Chadwick A. The Hybrid Media System / Paper presented at the European Consortium for Political Research General Conference, Reykjavik, Iceland, August 25, 2011, URL: http://newpolcom.rhul.ac.uk/storage/chadwick/Andrew_Chadwick_Hybrid_Media_System_ECPR_August_9th_2011.pdf

Chadwick A. Internet Politics: States, Citizens, and New Communication Technologies. Oxford: Oxford University Press, 2006. 400 p.

Chase M. S., Mulvenon J. C. You've Got Dissent! Chinese Dissident Use of the Internet and Beijing's Counter-Strategies. Santa Monica: RAND, 2002. 130 p.

Chun S. A., Shulman S., Sandoval R., Hovy E. Government 2.0: Making Connections Between Citizens, Data and Government // Information Polity. 2010. № 15. P. 1-9.

Claibourn M. P., Martin P. S. The Third Face of Social Capital: How Membership in Voluntary Associations Improves Policy Accountability // Political Research Quarterly. 2007. Vol. 60. № 2. P. 192-201.

Communications and Political Development / Ed. by L. W. Pye. Princeton: Princeton University Press, 1967. 381 p.

Computational Social Network Analysis: Trends, Tools and Research Advances / Ed. by A. Abraham, A. E. Hassanien, V. Snášel. N.Y.: Springer, 2009. 485 p.

Coolye C. H. The Significance of Communication // Reader in Public Opinion and Communication / Ed. by B. Berelson and M. Janowitz. Glencoe: Free Press, 1953. P. 145-153.

Corrado A., Firestone C. Elections in Cyberspace: Towards a New Era in American Politics. Washington: The Aspen Institute, 1996. 176 p.

Cybersociety: Computer Mediated Communication and Community / Ed. by S. Jones. London: Sage, 1995. 241 p.

Dautrich K., Hartley T. H. How the News Media Fail American Voters: Causes, Consequences and Remedies. Columbia: Columbia University Press, 1999. 203 p.

Davis A. Public Relations Democracy: Public Relations, Politics and the Mass Media in Britain. Manchester: Manchester University Press, 2002. 222 p.

Davis R. The Web of Politics: The Internet's Impact on the American Political System. N.Y., 1999. 248 p.

Deibert R. J. Parchment, Printing and Hypermedia: Communications in World Order Transformation. N.Y.: Columbia University Press, 1997. 329 p.

Dertouzos M. What Will Be: How the New Information Marketplace will Change our Lives. San Francisco: HarperOne, 1997. 384 p.

Deutsch K. Nationalism and Social Communication: An Inquiry into the Formation of Nationality. N.Y.: MIT Press, 1953. 345 p.

Deutsch K. The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control. N.Y.: Free Press, 1966. 316 p.

Easton D. A Framework for Political Analysis. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1979. 143 p.

Etling B., Alexanyan K., Kelly J., Faris R., Palfrey J., Gasser U. Public Discourse in the Russian Blogosphere: Mapping RuNet Politics and Mobilization // Berkman Center Research Publication. 2010. № 11. October 19. 46 p.

Etzioni A. The Spirit of Community: Rights, Responsibilities and the Communitarian Agenda. N.Y., 1993. 323 p.

Fleur M. L. de, Lowery S. Milestones in Mass Communication Research. N.Y.: Longman, 1983. 399 p.

Foot K. A., Schneider S. M. Online Action in Campaign 2000: An Ex-

ploratory Analysis of the U.S. Political Web Sphere // Journal of Broadcasting and Electronic Media. 2002. № 46 (2). P. 556-568.

Foot K. A., Schneider S. M. Web Campaigning. Cambridge: MIT Press, 2006. 262 p.

Freeman L. C. Centrality in Social Networks: Conceptual Clarification // Social Networks. 1979. № 1. P. 35-41.

Freeman L. C., White D. R., Romney A. K. Research Methods in Social Network Analysis. New Brunswick: Transaction Books, 1989. 530 p.

Future of Media: Resistance and Reform in the 21st Century / Ed. by R.W. McChesney, R. Newman, B. Scott. NY: Seven Stories Press, 2005.

Future of Media Report / Ed. by R. Dawson // R. Dawson Blog, 2008, July, URL: http://www.rossdawsonblog.com/Future_of_Media_Report2008.pdf (дата обращения: 14.12.2010).

Gibson R. K., Margolis M., Resnik D., Ward S. J. Election Campaigning on the WWW in USA and UK: A Comparative Analysis // Party Politics. 2003. Vol. 9. № 1. P. 24-46.

Governance.Com: Democracy in the Information Age / Ed. by E. C. Karmarck, Jr., J. S. Nye. Washington: Brooking Institute Press, 2002. 204 p.

Graber D. A. Mass Media and American Politics. Fourth Edition. Washington: CQ Press, 1997. 428 p.

Graber D. A. Processing Politics: Learning from Television in the Internet Age. Chicago: The University of Chicago Press, 2001. 231 p.

Granovetter M. The Strength of Weak Ties // The American Journal of Sociology. 1973. Vol. 78. № 7. P. 1360-1380.

Granovetter M. The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited // Sociological Theory. 1983. № 1. P. 201-233.

Grossman L. The Electronic Republic: Reshaping Democracy in the Information Age. L.: Penguin Books, 1995. 304 p.

Gurevitch M., Blumler J. Political Communication Systems and Democratic Values // Media Power in Politics / Ed. by D. A. Graber. 3d ed. Washington: S.Q. Press, 1994. P. 25-36.

Habermas J. Communication and the Evolution of Society. Boston: Beacon Press, 1992. 239 p.

Habermas J. The Structure Transformation of the Public Sphere. Cambridge: Polity Press, 1989. 301 p.

Hämmerli A., Gattiker R., Weyermann R. Conflict and Cooperation in an Actors' Network of Chechnya Based on Event Data // The Journal of Conflict Resolution. 2006. Vol. 50. № 2. P. 159-175.

Handbook of Social Network Technologies and Applications / Ed. by B. Furht. N.Y.: Springer, 2010. 716 p.

Hansen J., Benoit W. L. Residential Campaigning on the Web: The Influence of Candidate World Wide Web Sites in the 2000 General Election. Southern Communication Journal. 2005. Vol. 70. № 3. P. 212-221.

Herman E. S., Chomsky N. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. NY: Pantheon Books, 1988. 480 p.

Heyer P. Communications and History: Theories of Media, Knowledge, and Civilization. N.Y.: Greenwood Press, 1988. 197 p.

Hill K. A., Hughes J. E. Cyberpolitics: Citizen Activism in the Age of the Internet. Oxford, UK: Rowman and Littlefield Publishers Inc., 1998. 207 p.

Hindman M. S. The Myth of Digital Democracy. Princeton: Princeton University Press, 2009. 198 p.

Historical Dictionary of Political Communication in the United States / Ed. by G. H. Stempel and J. N. Gifford. Westport: Greenwood Press, 1999. 184 p.

Hopkins M. Mass Media in the Soviet Union. N.Y., 1970. 384 p.

Hopkins L., Thomas J., Meredyth D., Ewing S. Social Capital and Community Building through an Electronic Network // Australian Journal of Social Issues. Vol. 39. 2004. № 4. P. 369-379.

Howard P. Can Technology Enhance Democracy? Doubter's Answer // The Journal of Politics. Vol. 63. 2001. № 3. P. 949-955.

Huisman M., van Duijn Marijtji A. J. Software for Social Network Analysis // Models and Methods in Social Network Analysis / Ed. by Peter J. Carrington, John Scott, Stanley Wasserman. Cambridge, Cambridge University Press, 2005. P. 292-293.

Information and Democratic Processes / Ed. by J. A. Ferejohn, I. H. Kuklinski. Urbana: University of Illinois Press, 1990. 432 p.

Innis H. A. Empire and Communications. Oxford: The Clarendon Press, 1950. 212 p.

The Internet and National Elections: A Comparative Study of Web Campaigning / Ed. by R. Kluver, N. Jankowski, K. Foot, S. Schneider. L.; N.-Y., 2007. 296 p.

Janda K., Berry J., Goldman J. The Challenge of Democracy: Government in America. Boston: Houghton Mifflin Company, 1989. 760 p.

Katz E., Lazarsfeld P. Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications. Clincoe: Free Press, 1955. 400 p.

Kerbel M. R. Remote and Controlled: Media Politics in a Cynical Age. Boulder: Westview Press, 1999. 192 p.

Klapper J. T. The Effects of Mass Communication. N.Y.: Free Press, 1960. 302 p.

Knoke D., Yang S. Social Network Analysis. L.: Sage, 2008. 132 p.

Lasswell H. D. The Theory of Political Propaganda // Reader in Public Opinion and Communication. / Ed. by B. Berelson and M. Janowitz. Glencoe: Free Press, 1953. P. 176-180.

Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice: How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign. Third Edition. N.Y.: Columbia University Press, 1968. 178 p.

Lilleker D., Jackson N. Review Article: Politics, Citizens and Cyberspace // European Journal of Communication. 2004. Vol. 19 (3). P. 403-408.

Lonkila M. The Internet and Anti-Military Activism in Russia // Europe-Asia Studies. 2008. Vol. 60. № 7. P. 1125-1149.

Luca T. de, Buell J. Liars! Cheaters! Evildoers! Demonization and the End of Civil Debate in American Politics. NY: New York University Press, 2005. 228 p.

Lusoli W. The Internet and the European Parliament Elections: Theoretical Perspectives, Empirical Investigations and Proposals for Research // Information Polity. 2005. № 19. P. 153-163.

Lyan D. The Information Society. Issues and Illusions. N.Y.: Wiley, 1998. 196 p.

Margolis M., Resnik D. Politics as Usual: The Cyberspace «Revolution». Thousand Oaks: Sage, 2000. 246 p.

McChesney R. W. Communication Revolution: Critical Junctures and the Future of Media. NY: The New Press, 2007. 301 p.

McChesney R. W. Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 1999. 427 p.

McLuhan M., Fiore Q. The Medium is the Message: An Inventory of Effects. N.Y., 1967. 189 p.

Marsh D., Smith M. Understanding Policy Networks: Towards a Dialectical Approach // Political Studies. 2000. Vol. 48. № 1. P. 4-21.

Martin W. J. The Information Society. L.: Aslib, 1988. 16 p.

Masuda I. The Information Society as Post-Industrial Society. Washington: Transaction Publishers, 1983. 178 p.

Media and Democracy / Ed. by E. E. Dennis and R. W. Snyder. New Brunswick: Transaction Publishers, 1998. 178 p.

Media for the Open Society: West-East and North-South Interface. / Ed. by Y. N. Zassoursky and E. Vartanova. M.: 2001. 332 p.

Media Power in Politics / Ed. by D. A. Graber. 3d ed. Washington: S.Q. Press, 1994. 439 p.

Media Power, Professional and Policies / Ed. by H. Tumber. L.: Routledge, 2000. 356 p.

Media Scandals: Morality and Desire in the Popular Culture Marketplace / Ed. by J. Lull, S. Hinerman. N.Y.: Columbia University Press, 1997. 259 p.

Mediatization: Concept, Changes, Consequences / Ed. by K. Lundly. NY: Peter Lang, 2009. 316 p.

Memon N., Alhajj R. From Sociology to Computing in Social Networks. NY: Springer, 2010. 430 p.

Meyer T., Hinchman L. Media Democracy: How Media Colonize Politics. Cambridge: Polity Press, 2002. 184 p.

Miller D., Dinan W. The Rise of the PR industry in Britain 1979-1998 // European Journal of Communication. 2000. № 15. P. 5-35.

Models and Methods in Social Network Analysis / Ed. by Peter J. Carrington, John Scott, Stanley Wasserman. Cambridge, Cambridge University Press, 2005. 328 p.

Moloney K. Rethinking Public Relations: PR Propaganda and Democracy. Second Edition. L.: Routledge, 2006. 248 p.

Morris D. Vote.com: How Big-Money Lobbyists and the Media Are Losing Their Influence, and the Internet Is Giving Power Back to the People. L.A.: Macmillan, 2011. 236 p.

Murdock G. Review Article: Debating Digital Divides // European Journal of Communication. 2002. Vol. 17 (3). P. 385-390.

Negroponte N. Being Digital. N.Y.: Vintage, 1995. 272 p.

Neuman W. R. The Paradox of Mass Politics: Knowledge and Opinion in the American Electorate. Cambridge: Harvard University Press, 1986. 241 p.

Newman B. I. The Mass Marketing of Politics: Democracy in an Age of Manufactured Images. Thousand Oaks: SAGE, 1999. 166 p.

Newman M. Networks: An Introduction. Oxford: Oxford University Press, 2010. 772 p.

Newman M., Leicht E. A. Mixture Models and Exploratory Analysis in Networks // Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America. 2007. Vol. 104. № 23. P. 9564-9569.

Nimmo D., Combs J. E. Mediated Political Realities. 2nd Edition. New

York and London: Longman, 1990. 242 p.

Nooy W., Mrvar A., Batagelj V. Exploratory Social Network Analysis with Pajek: Revised and Expanded Second Edition. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. 442 p.

Norris P. Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. 303 p.

Norris P. Preaching to the converted: pluralism, participation and party web sites // *Party Politics*. 2003. Vol. 9. № 1. P. 21-45.

Nowicki K., Snijders T. A. B. Estimation and Prediction for Stochastic Blockstructures // *Journal of the American Statistical Association*. 2001. № 96. P. 1077-1087.

O'Reilly T. What is Web 2.0 // O'Reilly Media. 2005. September 30. URL: <http://oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1> (дата обращения: 26 января 2011 г.)

Palla G., Derényi I., Farkas I., Vicsek T. Uncovering the overlapping community structure of complex networks in nature and society // *Nature*. 2005. № 435. P. 814-818.

Political Parties and the Internet: Net Gain? / Ed. by R. K. Gibson, P. Nixon, S. Ward. L.: Routledge, 2003. 250 p.

Politics of the Developing Areas / Ed. by G. A. Almond, J. S. Coleman. Princeton: Princeton University Press, 1960. 591 p.

Porter M. A., Mucha P. J., Newman M. E. J., Warmbrand C. M., Levin S. A. A Network Analysis of Committees in the U.S. House of Representatives // *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*. 2005. Vol. 102. 2005. № 102. P. 7057-7062.

Putnam R. D. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. NY: Simon and Schuster, 2000. 546 p.

Rash W. Politics on the Nets: Wiring the Political Process. N.Y.: Freeman, 1997. 206 p.

Reader in Public Opinion and Communication / Ed. by B. Berelson and M. Janowitz. Glencoe: Free Press, 1953. 788 p.

Rheingold H. Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. London: Mandarin, 1993. 447 p.

Riesman D. The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character. New Haven: Yale University Press, 1965. 315 p.

Rossides D. W. Communication, Media, and American Society: A Critical Introduction. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2002. 288 p.

Schramm W. Mass Media and National Development: The Role of Infor-

mation in the Developing Countries. Stanford: Stanford University Press, 1964. 333 p.

Schulz W. Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept // European Journal of Communication. 2004. Vol. 19. № 1. P. 87-101.

Sclove R. E. Democracy and Technology. N.Y.: The Guilford Press, 1995. 338 p.

Scott J. Social Network Analysis: A Handbook. L.: Sage, 2000. 208 p.

Siegel D. A. Social Networks and Collective Action // American Journal of Political Science. 2009. Vol. 53. № 1. P. 122-138.

Social network analysis software // Wikipedia, The Free Encyclopedia. 2011. URL: http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social_network_analysis_software&oldid=459980807 (дата обращения: 4 ноября 2011 г.).

Social Structures: A Network Approach / Ed. by B. Wellman and S. Berkowitz. Cambridge: Cambridge University Press, 1988. 513 p.

Stanyer J. Modern Political Communication: Mediated Politics in Uncertain Times. Cambridge: Polity Press, 2007. 222 p.

Stanyer J. Politics and the Media: A Crisis of Trust? // Parliamentary Affairs. 2004. Vol. 57. № 2. P. 420-434.

Stanyer J. Review Article: Political Communication in Transition // European Journal of Communication. 2003. Vol. 18 (3). P. 385-394.

Stanyer J. Web 2.0 and the Transformation of News and Journalism // Routledge Handbook of Internet Politics / Ed. by A. Chadwick and P. Howard. L.: Routledge, 2009. P. 201-213.

Street J. Politics Lost, Politics Transformed, Politics Colonized? Theories of the Impact of Mass Media // Political Studies Review. 2005. Vol. 3. № 1. P. 17-33.

Street J. Remote Control? Politics, Technology and "Electronic Democracy" // European Journal of Communication. 1997. Vol. 12 (1). P. 27-42.

Thinker, Faker, Spinner, Spy: Corporate PR and the Assault on Democracy / Ed. by W. Dinan and D. Miller. L.: Pluto Press, 2007. 324 p.

Tilly C. Trust Networks in Transnational Migration // Sociological Forum. 2007. Vol. 22. № 1. P. 3-24.

Toffler A. Power Shift: Knowledge, Wealth, and Violence at the edge of the 21st century. N.Y.: Plaza and Janes, 1990. 585 p.

Trippi J. The Revolution Will Not Be Televised: Democracy, the Internet and the Overthrow of Everything. NY: HarperCollins, 2004. 252 p.

U.S. VP debate most-watched in history // CBC News. October 3, 2008.

URL: <http://www.cbc.ca/world/usvotes/story/2008/10/03/us-debate-polls.html?ref=rss>. (дата обращения: 14.12.2010)

Ward S., Gibson R. On-line and on Message? Candidate websites in the 2001 General Elections // *British Journal of Politics and International Relations*. Vol. 5. 2003. № 2. P. 188-205.

Wasserman S., Faust K. Social Network Analysis: Methods and Applications. Cambridge: Cambridge University Press, 1994. 825 p.

Wernick A. Promotional Culture: Advertising, Ideology, and Symbolic Expression. L.: Sage, 1991. 208 p.

West D. Digital Government: Technology and Public Performance. Princeton: Princeton University Press, 2005. 256 p.

Winter J. Democracy's Oxygen: How Corporations Control the News. Monreal: Black Rose Books, 1997. 199 p.

Wright D. K. The Magic Communication Machine: Examining the Internet's Impact on Public Relations, Journalism, and the Public. Alabama, 2001. 198 p.

УКАЗАТЕЛЬ

Адорно Т.....	4, 24, 25, 26	Григорьев М. С.....	44, 45
Алмонд Г.....	4, 18	Гроссман Л.....	100, 136
Арендт Х.....	13	Грушин Б. А.....	6
Афанасьев В. Г.....	6	Губанов Д. А.....	71
Ахметшина Е. Н.....	8	Гуревич П. С.....	6
Ахременко А. С.....	78	Гусинский В. А.....	133
Ачкасова В. А.....	7	Гэлбрейт Дж.....	4
Ашин Г. К.....	6	Даль Р.....	105
Багдикян Б.....	57	Дворкович А. В.....	119
Бакулев Г. П.....	7	Дебор Г.....	62
Барбер Б.....	101, 165	Девис Р.....	6
Барлоу Дж.....	141	Дейберет Р.....	33
Барнс Дж.....	66	Дейберт Р.....	6, 32, 158
Белл Д.....	4, 28, 29	Дейч К.....	3
Белоусов А. Б.....	56	Джефферсон Т.....	19
Белых Н. Ю.....	121, 123, 124, 125, 126	Дитрих К.....	45
Беннетт В.....	135	Дойч К.....	17
Березовский Б. А.....	133, 144	Докторов Б. З.....	155
Берельсон Б.....	4, 22	Доренко С. Л.....	144
Берталанфи Л.....	16	Дракер П.....	35
Бжезинский З.....	31, 32	Дрожжинов В. И.....	95
Биккулов А. С.....	8	Дьякова Е. Г.....	7
Блумер Г.....	3, 13, 14	Дьяченко Т. Б.....	144
Блумлер Г.....	158	Дэвис А.....	53, 58, 60
Бондаренко С. В.....	8	Дюркгейм Э.....	13
Боргатти С.....	82	Ельцин Б. Н.....	107, 148
Брежнев Л.....	16	Жириновский В. В.....	142
Буданцев Ю. П.....	6	Засурский И. Я.....	113, 131
Быков А. П.....	143	Засурский Я. Н.....	163
Вартанова Е. Л.....	7	Зеленин Д. В.....	122
Василенко В. И.....	7	Зубков В. А.....	148
Василенко Л. А.....	7, 8	Иванов Д. Г.....	107, 128, 137, 143
Вершинин М. С.....	7	Иннис Г.....	5, 32
Винер Н.....	15	Иноземцев В. Л.....	7, 28
Власов А. И.....	6	Истон Д.....	3, 17
Войскунский А. Е.....	7	Канетти Э.....	13
Воронина Т. П.....	7, 27	Каннингэм С.....	6
Гейтс Б.....	105	Карпентер Ч.....	90
Годе Х.....	4	Кастельс М.....	6, 34, 35, 36, 55
Годэ Г.....	22	Касьянов М. М.....	148
Граббер Д.....	6, 41	Кац Е.....	4, 22
Грабер Д.....	48	Кербел М.....	53
Градосельская Г. В.....	73	Кириенко С.....	141
Гранноветтер М.....	87	Кириенко С. В.....	107
Грачев М. Н.....	7	Клаппер Дж.....	13, 14, 57
Греф Г. О.....	111	Клинтон Б.....	41, 45, 136

Клинтон Х.....	65	Носик А. Б.....	133
Коррадо Э.....	101	Ньюмен Б.....	6
Коулман Дж.....	4, 18	Нэсбитт Дж.....	4, 34, 38
Кравченко И. В.....	7	О'Рейли Т.....	42, 43
Кристалльный Б. В.....	7	Обама Б.....	65, 126
Кули Ч.....	10, 12	Ортега-и-Гассет Х.....	3, 13
Лазарсфельд П.....	4, 22	Павловский Г. О.....	131, 146, 157
Лассуэлл Г.....	3, 13, 14, 15, 22, 158	Павлютенкова М. Ю.....	7
Лебедь А. И.....	143	Пай Л.....	4, 10, 20, 21
Лебон Г.....	13	Паркинсон С.....	75
Левински М.....	45	Парсонс Т.....	4, 16
Липман У.....	13, 14	Песков Д. Н.....	7, 162
Литвинович М. А.....	131	Пинков А. П.....	124
Лобза Е. В.....	7	Полтавченко Г. С.....	121, 124, 125, 126
Лонкила М.....	83	Полтавчено Г. С.....	125
Лужков Ю. М.....	107, 144	Портер А.....	6
Луман Н.....	3	Почепцов Г. Г.....	16
Лусоли В.....	138	Пугачев В. А.....	55
Мавроди С. П.....	154	Путин В. В..	107, 108, 126, 134, 148, 150, 152
Маклюэн М.....	5, 32, 123	Раш У.....	136
Макчесни Р.....	57	Рейман Л. Д.....	111
Мангейм Дж. Б.....	65	Рейнгольд Х.....	101
Мангейм К.....	13	Рисмен Д.....	3, 13
Марков А. А.....	76	Рич Р. К.....	65
Маркс К.....	24	Робертс Ф. С.....	70
Маркузе Г.....	4, 24, 25	Росич Ю.....	127
Мартин У.....	4	Россидис Д.....	50
Мартьянов Д. С.....	8	Рыбаков Ю.....	141
Масуда И.....	4, 27, 99, 100	Самаркина И. В.....	7, 132
Махлуп Ф.....	4	Склов Р.....	5
Медведев Д. А..	117, 118, 120, 121, 123, 124, 125, 126, 148, 150, 151	Соловьев А. И.....	7, 11, 55, 111, 161
Мельник Г. С.....	7	Спенсер Г.....	13
Мелюхин И. С.....	7	Старовойтова Г. В.....	144
Мервин Д.....	6	Стоуньер Т.....	4
Мертон Р.....	4, 16, 22	Стрит Дж.....	106
Мешкова Т. А.....	8	Стырин Е. М.....	8
Миллер Д.....	59, 63	Терин В. П.....	7
Морено Я. Л.....	66	Тилли Ч.....	89
Морозов С. И.....	121, 123, 125, 126	Тимофеева Л. Н.....	7
Моррис Д.....	136	Титов А.....	141
Московичи С.....	3, 13	Токвиль А.....	51
Навальный А. А.....	152	Тоффлер Э.....	4, 27, 30
Немцов Б.....	139, 140, 141	Травкин Ю. В.....	7
Немцов Б. Е.....	145, 152	Трахтенберг А. Д.....	7
Несбит.....	27	Турен А.....	4
Нисневич Ю. А.....	7, 111	Уайт Б.....	41, 48
Новиков Д. А.....	71	Умесао Т.....	27
Нойман В.....	6, 104, 136	Успенский И. В.....	7, 40
		Уэбстер Ф.....	4, 27, 28

Фаерстон Ч.....	101	Черномырдин В.....	140
Федотова Л. Н.....	7	Черчилль У.....	149
Федякин И. А.....	6	Чирикова Е. Г.....	148
Феофанов О. А.....	6, 24	Чиркунов О. А.....	122, 124
Фрадков М. Е.....	148	Чубайс А.....	141
Фрейд З.....	3, 13	Чугунов А. В.....	7
Фриман Л.....	82	Чхартишвили А. Г.....	71
Фут К.....	138	Шарп Дж.....	153
Хабермас Ю.....	4, 26, 27, 158	Шварценберг Р.-Ж.....	11
Хакамада И.....	141	Шиллер Г.....	4, 24, 25, 52
Хартлей Т.....	45	Шнейдер С.....	138
Хейер П.....	33	Шрамм У.....	4, 20, 21
Хилл К.....	105	Щеголев А. В.....	115
Хиндман М.....	51, 92	Эбурдин П.....	34
Хойслинг Р.....	69	Эверетт М.....	82
Хомский Н.....	57	Эко У.....	23
Хоркхаймер М.....	4, 24, 25, 26	Энгельс Ф.....	24
Христенко В. Б.....	148	Эрроу К.....	77
Хьюз Дж.....	105	Этциони А.....	101
Чадаев А. В.....	145	Юртаев А. Н.....	7
Чернов А. А.....	7	Яррен О.....	6, 41

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. Политическая коммуникация в начале XXI в.: проблемы теории и методологии исследования.....	10
§ 1.1. Зарождение научных исследований политической коммуникации.....	10
§ 1.2. Исследования политической коммуникации в период развитого индустриального общества.....	17
§ 1.3. Политическая коммуникация в условиях глобального информационного общества.....	27
ГЛАВА 2. Сетевые политические коммуникации в начале XXI в.....	37
§ 2.1. Сетевая инфраструктура современных политических коммуникаций.....	37
§ 2.2. СМИ и журналистика в эпоху сетевых коммуникаций.....	44
§ 2.3. PR-технологии и медиатизация политического процесса.....	54
ГЛАВА 3. Сетевой подход в политике и политических коммуникациях.....	65
§ 3.1. Сетевой подход в социальных науках: базовые понятия и принципы.....	65
§ 3.2. Специальное программное обеспечение сетевых исследований.....	78
§ 3.3. Сетевой анализ политики и политических коммуникаций.....	86
ГЛАВА 4. Современное государство и сетевая политическая коммуникация.....	94
§ 4.1. Сетевые коммуникации, концепция электронного правительства и идеалы электронной демократии.....	94
§ 4.2. Управление сетевыми коммуникациями как задача государственной политики в России.....	106
§ 4.3. Сетевые коммуникации органов государственной власти России.....	117
ГЛАВА 5. Сетевая публичная политика в России.....	127
§ 5.1. Место сетевых средств коммуникации в медиа-системе современной России: политические аспекты.....	127
§ 5.2. Избирательные технологии и сетевая политическая коммуникация в России.....	135
§ 5.3. Сетевая коммуникация в российской политике.....	148
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	158
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	166
УКАЗАТЕЛЬ.....	197