

действия власти и общества, постепенно вытесняя собой все остальные. Посредством сети Интернет представители общественности обращают внимание органов власти на наиболее актуальные и важные проблемы. Такие резонансные акции, как протесты против строительства дороги через Химкинский лес и против насилия над детьми в Боголюбовском монастыре показали, что проявление гражданской позиции через Интернет позволяет добиться результата. С недавнего времени самые общественно значимые законопроектные выкладываются в Интернет для публичного обсуждения. Так, например, ФЗ «О полиции» был принят с учетом предложений, внесенных общественностью. Через Интернет оказываются государственные услуги. Очевидно, что сеть Интернет постепенно становится основным средством взаимодействия власти и общества, как это и было предусмотрено в федеральной целевой программе «Электронная Россия».

Л. А. ШЕХОВЦЕВА

Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского

БЛОГОСФЕРА КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ БРЕНДОВ

Блогосфера - наиболее динамично развивающийся сегмент сети Интернет в России. Созданная в нашей стране 1 февраля 2001 года стараниями энтузиастов, эта система насчитывает на настоящий момент около 8 млн пользователей. Как важный элемент информационного общества блогосфера анализируется целым рядом дисциплин. Интерес к ней специалистов в области политических наук обусловлен тем, что социально-политический контент в системе дневников-блогов является ключевым¹.

Для дальнейшей научной работы в этом направлении представляется важным проанализировать уже существующие публикации по этой теме, раскрыть смыслы, вкладываемые в понятие «блогосфера». Практическая значимость статьи заключается в систематизации возможных моделей использования системы блогов миром политики.

Что представляет из себя блогосфера, каковы возможности ее использования, перспективы развития, уровень влияния на реальные политические практики и условия регулирования — основные вопросы, которые ставят перед собой ее исследователи. Более полно эти проблемы разрабатываются западными специалистами, что не в последнюю очередь обусловлено задержкой появления системы блогов в России². Можно выделить работы аналитиков Джефффри Хеннинга, Лады Адамик и Натали Гланс, специалистов по

*Что такое
политический
бренд?*

¹ Согласно исследованию самые популярные слова в блогосфере: «президент», «правительство», «министры». См.: А. Амзин. Блогосфера по-гарвардски // Лента.ру от 18.05.2010. URL: <http://lenta.ru/columns/2010/05/18/harvard/>

² Первый портал Blogger, давший толчок созданию блогосферы появился еще в августе 1999г., а в ноябре 2000 г. с обсуждения «флоридского кризиса» в блоге журналиста Джоша Маршалла начался процесс их политизации.

блогам и социальным сетям Ребекки Блад и Клэя Ширки, политологов Дэниела Дрездера, Генри Фарелла, Маргарет Кек, Катрин Сиккинк, Эндрю Кина, Ника Дентона, журналиста Алана Волфе, социолога Роберта Пунтэма. Анализом социально-политического влияния блогосферы занимаются также многие американские исследовательские центры и группы: Беркмановский центр при Гарварде, ученые из университетов Буффало и Индианы, компания Ipsos-Reid и др. Рассмотрение русского сегмента блогосферы как определенного феномена социальной, политической и культурной жизни

Специфика блогосферы проявляется в том, что социально-политический контент является ключевым.

страны интересует следующих отечественных специалистов¹: О. В. Латышеву, Е.С. Крестинину, Ю.Г. Чернышова, В. Волохонского,

О. Кашина, А. Юсуповского, А. Лаврова, А. Арешева² и др. Особое внимание следует уделить исследованиям ФОМа, Public.ru и поисковой сети Yandex. Таким образом, специфику взаимодействия блогосферы и политики изучают не только непосредственно политологи, но и эксперты в области других гуманитарных и общественных дисциплин.

Не одно из существующих на данный момент определений не отражает всю разноплановость понятия «блогосфера». Каждое выделяет одну из функций блога, которая, по мнению автора, является ключевой. Так, в работе Сергея Сибирякова, блогосфера это – «динамическая система блогов в сети Интернет, включающая в себя сложную подсистему их связей через комментарии, гиперссылки и создающая за счет этих коммуникаций синергетический эффект»³. Это определение делает акцент на коммуникативной функции дневников. Тогда как преподаватель психологии Владимир Волохонский выделяет репрезентативную функцию, считая блог частным миром

¹ И чаще всего по совместительству – известных и успешных блоггеров, что во многом предопределяет рассмотрение перспектив российского блоггинга в позитивном русле.

² Крестинина Е.С., Чернышов Ю.Г. Использование интернет-блогов и «социальных сетей» в российской публичной политике // Известия Алтайского государственного университета, № 4-3 (60), 2008 г.; Латышева О. В. Блогообразная политика // Сборник научных статей факультета политологии МГУ «SCHOLA 2009» / Под общ. ред. А.Ю. Шутова и А.А. Ширинянца; сост. А.И. Волошин, Э.А. Козьменко. М., 2009; Немцев А. Блогосфера на службе общества // Газета «Регион 46». URL: <http://www.region46.info/index.php?id=1619>; Арешев А. Виртуальная политика, сетевой электорат. Блоги стирают границы между наблюдателями и игроками // Интернет-журнал «Новая политика». URL: <http://www.novopol.ru/text36121.html>; Волохонский В. Блогосфера и российская публичная политика // URL: <http://volokhonsky.ru/internet/politblogs.pdf>; Юсуповский А. Особенности русского виртуального Гайд-парка // Журнал «Золотой Лев» № 107-108. Издание русской консервативной мысли. URL: www.zlev.ru; Кашин О. Интернет: здесь маленькие кажутся большими. Политические возможности блогосферы – феномен XXI века // URL: http://www.ng.ru/ng_politics/2007-04-26/6_internet.html; Лавров А. Власть и политика в блогосфере // URL: <http://andrey-lavrov.livejournal.com/3429.html>

³ Сибиряков С. Украинская политическая блогосфера и социальные медиа в президентской избирательной кампании. Часть 1 // URL: <http://russian.org.ua/material.php?id=11604818>

человека, в котором он может представлять себя таким, каким хочет показаться, рассказать о том, чем хочет поделиться¹.

Можно заключить, что пока формулирование понятия во многом зависит от того ракурса, который выбирает для себя каждый аналитик. Так как блогосфера — явления достаточно молодое, становления категориального аппарата еще не произошло, однако, работа в этом направлении ведется. Наиболее распространенным является все же выделение системы блогов в особый вид СМИ, т. н. «Новые медиа» (New Media), «гражданскую журналистику». На наш взгляд, это происходит по трем основным причинам:

во-первых, для большинства пользователей блог в первую очередь — источник информации;

во-вторых, у каждого владельца блога потенциально есть возможность оказаться очевидцем интересного события;

в-третьих, дневники известных журналистов составляют важную часть блогосферы.

В данной работе мы также будем относить блоги к New Media, что позволит нам отметить ряд явных преимуществ, как материального, так и нематериального плана, по сравнению с позиционированием политического бренда (партии, кандидата) через традиционные средства массовой информации:

1) Малозатратность. Размещение информации в блогах выгоднее как в денежном, так и в ресурсном планах. Первый тезис подтверждает исследование Ника Дентона об экономике личных интернет-дневников²: расходы на то, чтобы опубликовать статью в блоге, не превышают одной сотой от расходов, требуемых для создания полноценного журналистского материала аналогичного объема. Второй тезис доказывают результаты исследования специалистов Беркмановского центра, согласно которым националисты и оппозиция представлены в системе рядом нескольких крупных блогов на которых «все держится»³. Т. е. нет необходимости задействовать больше число людей при создании и «раскрутке» определенной политической позиции.

2) Мобильность. На размещение статьи в дневнике уходит гораздо меньше времени, чем на аналогичную процедуру в «старых» СМИ. Это позволяет оперативнее реагировать на ту или иную ситуацию, действовать на опережение.

3) Обратная связь. Возможность обратной связи через систему комментариев и создающийся за счет этого синергетический эффект. Часто комментарии позволяют полнее раскрыть суть позиции или вопроса, чем предваряющий их пост⁴.

При наблюдаемом угасании популярности блогов и повышении интереса к социальным сетям как изменяется характер и значимость политического влияния, оказываемого через новые медиа?

¹ Волохонский В. Указ. соч. С. 1.

² См.: Блогосфера глобальной политики // URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2007/1318>

³ См.: Амзин А. Блогосфера по-гарвардски // Лента.ру от 18.05.2010. URL: <http://lenta.ru/columns/2010/05/18/harvard/>

⁴ Пост — запись в блоге, под которой посетители дневника могут оставлять свои мнения-комментарии.

«Старые» средства массовой информации все чаще начинают обращаться к материалам, размещенным в блогосфере, цитировать их. Весьма интересной является прямая зависимость между наличием блога и числом упоминаний в традиционных СМИ¹. Таким образом, продвижение кандидата или политической партии и организации посредством New Media не только эффективно само по себе, но и вносит вклад в общее медийное освещение бренда.

Выделенные критерии можно применить и к аналогам традиционных СМИ в сети — интернет-газетам и интернет-журналам. Однако блогосфера живет по своим законам, отличным от законов сетевых средств массовой информации. Последние во многом следуют за своими традиционными предшественниками и при выборе материалов, и при подборе механизмов его подачи. Тогда как система блогов — явление, не имеющее аналогов в реальном мире², свободное от стереотипов. Это предопределяет преимущества при рекламе политического товара в блогосфере по сравнению с сетевыми СМИ:

4) Персонификация. Посетитель дневника не только читает и комментирует материал, но и ассоциирует его с определенным автором, что придает информации дополнительный «содержательный вес». Однако это преимущество не может быть реализовано, если дневник вместо владельца будет вести другое лицо, например его блог-секретарь.

5) Возможность использовать весь медийный арсенал для позиционирования политического товара (видео, музыку, картинки и т. д.). Комбинация этих средств позволяет достичь лучшего результата, чем использование их по отдельности.

6) Отсутствие юридической ответственности³ за публикацию непроверенных данных в блогосфере позволяет использовать «грязные» технологии. Этот критерий является позитивным при продвижении бренда на политическом рынке, но он порождает и два основных недостатка системы дневников как таковой — «информационное загрязнение» и «лже-коммуникацию»⁴.

Все шесть преимуществ можно отнести и к другим формам интернет-коммуникации, а именно — форумам, социальным сетям; разве что они персонифицированы в меньшей степени. Но суть их работы сводится, прежде всего, к общению, обмену мнениями по бытовым вопросам или сообразуясь с конкретной тематикой. Тогда как в блогосфере, повторимся, социально-полити-

На какие социальные группы влияет социально-политический контент блогосферы?

¹ См. исследование интернет-библиотеки Public.ru: Виртуальные политики засели блогосферу // URL: <http://reputationonline.ru/?p=2772>

² Сравнить с реальными дневниками не целесообразно, т. к. личные дневники пишутся для себя, тогда как блоги чаще всего рассчитаны на аудиторию.

³ Судебные разбирательства с блоггерами имеют место, но носят единичный характер и не всегда решаются в пользу истца. См.: Случаи судебного преследования блоггеров в России и в мире // URL: <http://www.rian.ru/spravka/20070914/78733193.html>

⁴ «Информационное загрязнение» — размещение непроверенных сведений, акцент на скандальности записей в ущерб содержанию, неграмотный вторичный анализ данных; «лжекоммуникация» — заведение дневников от чужого имени.

ческий контент является ключевым¹. Причина не в том, что аудитория блогов является наиболее политизированной частью общества, как может показаться. Скорее она связана с наличием у блогов двух важных функций, не столь ярко выраженных в других формах интернет-коммуникации — репрезентативной и информационной. Интернет-дневник в первую очередь — источник информации и «частный мир человека»², а во вторую — платформа для обмена мнениями.

Каким образом можно получить максимальную пользу от системы блогов? Для политических партий и молодежных политических организаций можно выделить следующие возможности:

Благодаря таким преимуществам по сравнению со «старыми» медиа как малозатратность, мобильность, персонификация, обратная связь и т.д., блогосфера может эффективно использоваться как инструмент политической борьбы.

- 1) использование блогов для информирования, консолидации сторонников и координации их действий;
- 2) пропаганда и «обкатка» своих идей;
- 3) Контрпропаганда, борьба против политических оппонентов³.

К этому перечню можно добавить еще один важный пункт —

- 4) повышения полемического мастерства, коммуникативных навыков у сторонников партии⁴.

Кроме того политическая практика США продемонстрировала возможность получения финансовых средств на благотворительность или проведение предвыборной кампании за счет блоггерской сети⁵. При этом блогосфера дает большие возможности для развития оппозиции, являясь пространством свободы выражения политических взглядов. Те перспективные направления работы, которые мы выделили для политических партий и других политических организаций актуальны и для отдельных политиков.

На основе анализа работ, посвященных взаимодействию российского сегмента блогосферы и мира публичной политики, можно выделить следующие перспективы государственного использования системы:

- 1) Имиджевые - формирование позитивного образа власти, влияние на общественное сознание; сюда же можно отнести и ведение информационных войн с другими государствами;
- 2) Амортизационные («сбрасывание пара») — за разговорами существенно снижается мотивация реальной деятельности;

¹ Согласно исследованию самые популярные слова в блогосфере: «президент», «правительство», «министры». См.: Амзин А. Указ. соч.

² Волохонский В. Блогосфера и российская публичная политика // URL: <http://volokhonsky.ru/internet/politblogs.pdf>

³ Крестинина Е.С., Чернышов Ю.Г. Использование интернет-блогов и «социальных сетей» в российской публичной политике // Известия Алтайского государственного университета, № 4-3 (60), 2008. С. 289.

⁴ См.: Юсуповский А. Указ. соч.

⁵ Первопроходцем стал демократ Говард Дин, который в общей сложности собрал через Интернет \$7,4 млн.

3) Информационные — получение оперативных новостей, улучшение за счет этого взаимосвязи центра и регионов;

4) Обратная связь — прямое взаимодействие власти и гражданского общества.

В плане использования возможностей системы блогов можно с уверенностью утверждать, что практика намного отстает от теории. В Россию, по мнению большинства авторов, занимающихся изучением блогосферы, не пришло еще понимание практической значимости этой системы для реализации политических целей.

Подводя итог, заметим, что блогосфера как инновационная площадка для продвижения политического бренда является весьма перспективной по сравнению с традиционными СМИ или другими формами интернет-коммуникации. Согласно упрощенной схеме, с помощью политической рекламы аудитория потенциальных избирателей должна усвоить следующее: «я знаю этого кандидата, эту партию», «он/они хорошие люди», «он/они профессионально компетентны». Блогосфера позволяет эффективно реализовать эту схему благодаря выделенным в статье преимуществам.

Если информационный повод достаточно своевременный и актуальный, то система дневников может даже использоваться как единственный канал распространения информации. Будет иметь место т. н. «эффект мотылька» (если мотылек в соответствующем месте, в соответствующее время шевельнет крылышком, то это микроскопическое возмущение может вызвать торнадо). Однако редкость этого явления доказывает и то, что блогосфера не универсальна, а значит должна использоваться в совокупности с другими средствами.

Н.С. СМЕРНОВА

Тверской государственной университет

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ОБЩЕСТВЕННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

В любом обществе на определенных этапах его развития, которые называют точками бифуркации, происходят кардинальные социальные изменения. Это неизбежный, закономерный процесс, вследствие которого происходит переход к новому состоянию системы: меняется экономический уклад, социальная структура общества и др.

Переход от традиционного общества к индустриальному, от индустриального к постиндустриальному и информационному сопровождается социальными изменениями, которые затрагивают все сферы общества и могут иметь количественный и качественный характер. Общественное развитие в современную эпоху характеризуется стремительностью и масштабностью социальных изменений, во многом благодаря новым информационным и телекоммуникационным технологиям.