





































































































































































































































































































































- 4) Использование Интернета соответствует различиям в электоральных предпочтениях, но не объясняет их. В рамках двух избирательных циклов для всех партий, декларирующих приоритет демократических ценностей, наблюдается корреляция с популярностью Интернета в регионе: Яблоко, Правое дело, Гражданская сила, СПС, Демократическая партия. Схожая картина наблюдается для кандидатов на пост главы государства. Показатель месячной аудитории Интернета отрицательно коррелирует с голосованием в поддержку партии власти. При этом голосование за кандидатов в Президенты от действующей власти не демонстрирует статистически значимой связи с показателем распространения Интернета. Для других партий и кандидатов в президенты никаких зависимостей обнаружено не было.
- 5) При этом регрессионный анализ на макроуровне не говорит в пользу объяснения различий в электоральных предпочтениях с точки зрения уровня проникновения Интернета. Фактор использования Интернета связан только с голосованием за партию «Яблоко». На макроуровне использование Интернета не является самостоятельным значимым фактором и уступает социально-демографическим показателям, таким как уровень урбанизации, демографической нагрузки и уровень жизни.
- 6) На индивидуальном уровне модели электорального и политического участия описываются преимущественно социально-демографическими и социально-психологическими переменными.
- 7) Ни потребление политической информации в Интернете, ни навыки Интернет-коммуникации, ни коммуникация в

социальных сетях не являются детерминантами политического участия.

- 8) Только коммуникация в блогах и на форумах демонстрирует слабую связь с неконвенциональным политическим участием.



## Заключение

Функционирование политической коммуникации в современных реалиях непосредственно связано с урбанизацией и глобализацией, с развитием политических процессов и практик, с возрастанием роли информационных технологий и их широкого применения в повседневной жизни.

В данном исследовании были проанализированы основные теоретические и методологические подходы к изучению сетевой политической коммуникации и её влияния на политический процесс. Политическая коммуникация в современных условиях подразумевает не одностороннюю направленность сигналов от элит к массе, от политических институтов к избирателям, от лидеров к сторонникам. Политическая коммуникация включает в себя весь диапазон разносторонних формальных и неформальных коммуникационных процессов в обществе, которые оказывают самое разное влияние на политику. Непрерывный информационный обмен между индивидами и группами на всех уровнях составляет процесс передачи политической информации и связывания в единое информационное поле разных частей политической системы. И главным универсальным элементом, необходимым для гомеостаза такой системы является опосредованное политической коммуникацией политическое участие.

Политическая коммуникация в Интернете обусловлена рядом особенностей среды, таких, как сетевой характер организации Интернета, эгалитаризм, децентрализация и непосредственность. Глобальная сеть предоставляет равные возможности доступа к информации для всех пользователей. В сети наблюдается не только равенство пользователей с точки зрения доступа к информации. В

отличие от других медиа Интернет позволяет любому объекту коммуникации становится субъектом коммуникации. Важнейшую роль играют инструментальные факторы контента: экстерриториальность, мультимедийность, неограниченность, оперативность и интерактивность.

Предложенный комплексный подход рассмотрения Интернета в качестве подсистемы политической системы позволил произвести анализ и выявить его особенности, как особой среды многосторонней и мультисубъектной политической коммуникации. Интернет является пространством, интегрирующим возможности коммуникации всех существовавших до него медиа. Фактически Интернет демонстрирует синтез коммуникационных основ и этапов, пройденных обществом: и общества уха и галактики Гутенберга и концепции глобальной деревни.

Применительно к российскому сегменту глобальной сети, как анализ характеристик и тенденций развития политической коммуникации в разных измерениях, обуславливающих политический процесс, так и эмпирическая проверка привели к выводу о том, что на сегодняшний момент Рунет должен описываться в терминах инструмента, производного от политических трансформаций, нежели среды и самостоятельного, значимого детерминанта политического процесса.

Само по себе, без определяющего воздействия со стороны процессов, происходящих вне этой подсистемы, виртуальное пространство Рунета и политическая коммуникация в его рамках, не способно оказывать значимого в масштабах страны воздействия на политическое поведение индивидов или социальных групп.

Такая ситуация обусловлена рядом причин.



Во-первых, технические и инфраструктурные ограничения проникновения Интернета в России являются пока серьезной преградой на пути эффективного использования сетевых политических коммуникаций в рамках всей страны. В России Интернет не стал пространством политической коммуникации, способным стать самостоятельной частью и фактором политического процесса.

Во-вторых, в условиях информационного неравенства, Рунет – скорее эксклюзивное и элитистское пространство, нежели народное, открытое и универсальное.

В-третьих, политизированный сегмент Рунета достаточно узок и составляет в общей массе ресурсов незначительную долю.

В-четвертых, Рунет остается пространством независимой неограниченной информации, которая, однако, не востребована большинством населения. Рунет - пространство активной циркуляции разностороннего контента и потенциально политически активных индивидов. Тем не менее «партия Интернета» проигрывает в борьбе «партии телевидения». Телевизионная эпоха продолжается и демонстрирует стабильность на протяжении последних десяти лет. Ни повышение доверия Рунету, ни увеличение объемов политической информации не конвертируется в существенные изменения практик потребления информации в масштабах страны.

В-пятых, Рунет не является децентрализованным пространством. Так же как и в традиционных медиа здесь действует принцип Парето – 20% акторов генерируют 80% контента, связей и политической активности сети.

В-шестых, Рунет не способен стать генератором собственного, содержательного общественно-политического дискурса. И потому что



большинство населения страны до сих пор входят в «партию телевидения», и потому что запрос большинства Интернет-пользователей в лучшем случае описывается концепцией инфотейнмента. Тот же уровень протестного дискурса, который формирует Рунет, обязан своим происхождением в первую очередь оффлайн-СМИ.

В-седьмых, Рунет становится заметной площадкой политической мобилизации, каналом пропаганды и распространения рекламной информации. Политические акторы все активнее делают ставку на политическую коммуникацию в Рунете. В свою очередь и государство формирует в Рунете площадку для коммуникации властных, политических институтов и общества. Если виртуализация и переводение в электронную плоскость взаимодействия с государственными структурами востребовано обществом, то усилия по политической мобилизации со стороны политических институтов затруднены. Модель не просто наблюдателя, а интерактивного и активно участвующего в политическом процессе соучастника, не востребована пользователями. Зачастую среда Рунета показывает демонстративную деполитизацию и отмежевание от принадлежности к традиционным политическим институтам.

В-восьмых, именно Рунет дал толчок многим гражданским инициативам, которые уже выходят из виртуального пространства в жизнь. Недостаток легитимных возможностей влияния на процесс принятия политических решений, заставляет искать иные формы артикуляции политических интересов. Интернет функционирует как виртуальное пространство, в котором политически активные пользователи проявляют гражданские позиции. Сказанное отнюдь не

означает, что Интернет способствует автоматическому вовлечению абсентеистов в политический процесс и гражданскую активность.

Важно, что в пространстве Рунета формируется особая контркультура. Особенности Рунета, как среды, обуславливают протестность активных пользователей: как с точки зрения создания особого протестного дискурса, так и с инструментальной точки зрения. Развитие блогосферы и социальных сетей является одним из главных факторов для будущего развития гражданской активности в России, прежде всего протестной.

Поведение Интернет-граждан все больше разнится с господствующим взглядом на мир политической элиты. Рунет становится коммуникативной площадкой, где политика, вопреки сопротивлению правящей элиты, через активизацию гражданского общества стремится к децентрализованной сетевой форме. Резкое расхождение коммуницируемой проблематики свидетельствует о том, что в пространстве Рунета формируется особые практики политической коммуникации, однако же разделяемые лишь небольшой частью общества. Генерация протестного контента не предопределена особенностями среды, а детерминируется внесетевыми факторами. Рунет сам по себе не революционизирует общество, но завоевывает ведущую роль в качестве инструмента координации участников протеста. Количество источников такого контента сети сильно ограничено и во многом зависимо от информации из традиционных медиа. Таким образом, Рунет не стал пространством неограниченного плюрализма мнений и делиберативного обсуждения. Сеть используется скорее в качестве инструмента распространения идей, нежели их генерации и обсуждения.

Можно говорить о том, что среда Интернета соответствует значительным различиям в электоральных предпочтениях пользователей и непользователей, соответствует разным практикам электорального и неконвенционального политического поведения. Но анализ причинно-следственных связей говорит о том, что политическая коммуникация в Рунете не может быть детерминантом этих различий, которые объясняются социально-демографическими, социально-психологическими факторами и конечно же институциональными общественно-политическими изменениями в социуме.

Частота использования Интернета положительно связана с уровнем политического интереса и внутренней политической эффективностью, но не имеет связи с межличностным доверием, внешней политической эффективностью и удовлетворенностью возможностями политического участия. И, к сожалению, использование Интернета не показало статистически значимой связи с развитием навыков гражданской активности.

Использование Интернета не влияет на склонность к электоральной активности. Различия в активности коммуникации в Рунете соответствует различиям в электоральных предпочтениях, но не объясняет их. Регрессионный анализ на макроуровне не говорит в пользу объяснения различий в электоральных предпочтениях с точки зрения коммуникационных факторов. На макроуровне использование Интернета не является самостоятельным значимым фактором и уступает социально-демографическим показателям регионального развития, таким как уровень урбанизации, демографической нагрузки и уровень жизни.

Так же и на индивидуальном уровне модели электорального и политического участия описываются преимущественно демографическими и социально-психологическими переменными. Ни потребление политической информации в Интернете, ни навыки Интернет-коммуникации, ни коммуникация в социальных сетях не являются самодостаточными детерминантами политического участия. И только коммуникация в блогах и на форумах демонстрирует слабую связь с неконвенциональным политическим участием.

Рунет является одним из лидеров среди национальных сегментов Интернета по обеспечению возможностей для горизонтальной коммуникации между пользователями. Именно с блогосферой связаны надежды на качественное изменение политической жизни в стране, развитие демократической компетентности и доверия между властью и обществом. Мы выявили наличие зависимости только между коммуникацией в блогах, на форумах, в чатах и политическим участием, и только неконвенциональным. К сожалению, мы не обладаем достаточным эмпирическим материалом для глубинного анализа такой зависимости и не ставили себе этой задачи. Тем не менее, можно наметить такие объяснения. Во-первых, на фоне профессионализации блогов именно блогосфера становится наиболее политизированной средой, обладающей наибольшим убеждающим потенциалом. Во-вторых, можно сделать предположение, что именно межличностная горизонтальная коммуникация является потенциально самым важным фактором, способным повлиять на политическое поведение. В-третьих, для того, чтобы акт политической коммуникации воздействовал на политические действия необходимо, чтобы он отличался мотивированностью и целеполаганием. Так можно объяснить, почему, например, коммуникация в социальных сетях не была выявлена в качестве фактора политического участия. В

отличие от блогов, коммуникация в которых, отличается сравнительно более высокой степенью рационализации, содержательности и мотивированности, общение в социальных сетях автоматизируется и становится рутинной ежедневной практикой для большинства Интернет-пользователей.

Все это – предмет для дальнейшего исследования блогосферы как основной сферы политической горизонтальной коммуникации между пользователями. Кроме этого дальнейшие исследования целесообразно было бы проводить по линии изучения новых практик политического конвенционального и неконвенционального участия онлайн, средствами Интернета.

Интернет открывает уникальную возможность осмысленной политической идентификации для общественно-политических движений и инициатив, прежде всего неконвенционального толка, не имеющих устойчивых связей в существующем истеблишменте, институализированных структурах и устоявшихся социальных стратах. И дальнейшие исследования должны пойти именно по пути глубинного исследования наиболее интересных кейсов гражданской самоорганизации пользователей. Поэтому имеет смысл исследовательский фокус переносить с макроуровня на уровень, локализованный в рамках конкретных социальных онлайн-групп и изучать политическую коммуникацию как фактор межгруппового взаимодействия. Также по мере еще большего проникновения Рунета актуальность приобретают исследования, связанные с тем, как глобальная сеть опосредует процесс политической социализации и развития демократической компетентности.

## Библиография

- 1) Алексеева И. Ю. Возникновение идеологии информационного общества // Информационное общество. 1999. № 1.
- 2) Амбарян Т. Р. Общественный информационный портал: задачи и принципы функционирования // Т. Р. Амбарян. Технологии информационного общества - Интернет и современное общество: Труды VIII Всероссийской объединенной конференции (Санкт-Петербург, 8 - 11 ноября 2005 г.). СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2005. С. 124 – 126.
- 3) Анохина Н. В., Малаканова О. А. Политическая коммуникация / Политический процесс: основные аспекты и способы анализа. / Под ред. Е.Ю. Мелешкиной – М.: Инфра-М, 2001.
- 4) Аронсон Э., Пратканис Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление. – СПб: Прайм-Еврознак, 2003.
- 5) Ахременко А. Социальные размежевания и структуры электорального пространства России // Общественные науки и современность. 2007. № 4. С. 80-92.
- 6) Бауман З. Текущая современность: пер. с англ. / под ред. Ю.В. Асочакова. – СПб: Питер, 2008.
- 7) Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. – М.: Academia, 1999.
- 8) Бершадская А. Б. Электронные государственные услуги: структура потребления в России // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. №5.
- 9) Бляхер Л. Е. Российский политический дискурс и концептуализация становящегося политического пространства // Полис. 2002. № 3. С. 31-40.
- 10) Бондаренко С. В. Социальные мифы «электронной демократии» // Журнал социологии и социальной антропологии. 2004. Том VII. № 4.
- 11) Бузин В.Н. Возможен ли закат телевидения? Социологический прогноз // Социологические исследования. 2012. № 10. С. 93-98.
- 12) Бумажное электронное правительство // Независимая газета. 30.05.2013 [Электронный ресурс] URL:

[http://www.ng.ru/economics/2013-05-29/1\\_government.html](http://www.ng.ru/economics/2013-05-29/1_government.html) (дата обращения: 12.04.2013 г.).

- 13) Быков И. А. Интернет как средство политической коммуникации: анализ российского опыта: автореф. дис. ... канд. полит. наук. – Санкт-Петербург, 2005.
- 14) Быков И.А., Халл Т.Э. Цифровое неравенство и политические предпочтения Интернет-пользователей в России // ПОЛИС. Политические исследования. 2011. №5.
- 15) Варданян Е.А. Информационное пространство политики: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – Ростов-на-Дону, 1997.
- 16) Василенко В. И., Василенко Л. А. Интернет в системе государственной службы. – М.: РАГС, 1998.
- 17) Василик М. А. Основы теории коммуникации. М.: Гардарики, 2003.
- 18) Версия 2.0: Портал госуслуг стал более доступным // Деловой квартал. 16.02.2012 . [Электронный ресурс]. URL: <http://ekb.dkvartal.ru/news/versiya-20-portal-gosuslug-stal-bolee-dostupnym-236545999> (дата обращения: 12.04.2013 г.).
- 19) Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001.
- 20) Вершинин М. С. Компьютеро-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.: Изд-во Филологического ф-та СПбГУ, 2003. С. 116-117.
- 21) Вершинская, О. Н. Адаптация общества к новым информационным технологиям: новые возможности и новое социальное неравенство / О.Н. Вершинская // Информационное общество. 1999. Вып. 1.
- 22) Воронина Т. П. Информационное общество: сущность, черты, проблемы. – М., 1995.
- 23) Герасимюк Т. Виртуальные «виртуальные PR»: три сферы взаимодействия с интернет-аудиторией (сетевые сообщества, персональные коммуникации, online СМК) // Советник. 2001. № 2.
- 24) Голованов Л. В. Массовая информация и массовые коммуникации как системообразующие факторы социума // Проблемы общественного развития. 1998. №1/2. С.12-14.



- 25) Гончаров Д. В. Теория политического участия. – М., 1997.
- 26) Грачев М.Н. Средства коммуникации как инструмент преобразования социально-политической действительности. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2001. № 3.
- 27) Грачев М. Н. К вопросу об определении понятий «политическая коммуникация» и «политическая информация» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2003. № 4.
- 28) Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М.: Прометей, 2004.
- 29) Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. М.: Физматлит, 2010.
- 30) Девятков А., Макарычев А. Новые медиа и сетевая субъектность в России // Вестник института Кеннана в России. 2012. № 22.
- 31) Дракер П. Посткапиталистическое общество // Новая постиндустриальная волна на западе: Антология. – М.: Академия, 1990.
- 32) Дьякова Б.Г. Интерпретации. Массовая политическая коммуникация. В теории установления повестки дня: от эффекта к процессу // ПОЛИС. Политические исследования. 2003. №3. С.109-119.
- 33) Дэвис 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.
- 34) Ершова Т. Информационное общество – это мы. – М.: Институт развития информационного общества, 2008.
- 35) Жуков К. С., Карнышев А. Д. Азбука избирательной кампании. – М.: ИМА-пресс, 2001.
- 36) Зарубежная политология: Словарь-справочник. / Под ред. А.В. Миронова, Г.А. Цыганкова. – М.: Социально-политический журнал, Независимый открытый университет, 1998.
- 37) Захаров М. «Партия телевизора» живет и побеждает // Полит.ру. [Электронный ресурс]. URL: [http://polit.ru/article/2012/06/05/internet\\_tv/](http://polit.ru/article/2012/06/05/internet_tv/) (дата обращения: 12.04.2013 г.).

- 38) Иванов Д. Политический PR в Интернете: российские реалии // Интернет-маркетинг. 2002. №4. С.6-14.
- 39) Иноземцев В. Л. Постиндустриальное хозяйство и постиндустриальное общество // Общественные науки и современность. 2001. №3. С. 140-152.
- 40) Кан Г., Браун У., Мартин Л. Следующие 200 лет // США - ЭПИ, 1995, № 6.
- 41) Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.
- 42) Киселев, А. А.; Самаркина И. В. Интернет: модель и практики политического участия. – Краснодар: ООО Оттиск, 2007.
- 43) Коновченко С. В. Власть, общество и печать в России. – Ростов-на-Дону: СКНЦ ВШ, Изд-во «Книга», 2003.
- 44) Коротков А. В. Цифровое неравенство в процессах стратификации информационного общества. // Информационное общество. 2003. № 5.
- 45) Кравченко И. В. Власть и коммуникация: проблемы взаимодействия в информационном обществе. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2003.
- 46) Кристальный Б. В., Травкин Ю. В. Электронное правительство. Опыт США. – М.: Эко-Трендз, 2003.
- 47) Кудрявченко Н. А. Политическая коммуникация и власть // Актуальные проблемы политологии: Сборник научных работ студентов и аспирантов Российского университета дружбы народов. / Отв. ред.: д.ф.н., проф. В.Д. Зотов. – М.: МАКС Пресс, 2001.
- 48) Кузнецов И. И. РУНЕТ как часть российского электорального пространства // Общественные науки и современность. 2003. № 1.
- 49) Кулик А. Электронное государство как вызов для отечественной политической науки // Polit.ru 06.07.2009 [Электронный ресурс]. URL: <http://polit.ru/article/2009/07/06/kulik/> (дата обращения: 02.02.2013 г.).
- 50) Курчакова Н. Формы самопрезентации в блоге // Личность и межличностное взаимодействие в Сети Интернет. Блоги. Новая реальность. / Науч. редак. В. Л. Волохонский, Ю. Е. Зайцева, М.М. Соколов. – Санкт-Петербург: СПбГУ, 2006.

- 51) Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчунова, под ред. К. А. Левинсон, К. В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
- 52) Лукина М. М. СМИ в домене Ру: хроника, цифры, типы // Вестник МГУ, серия «Журналистика». 2001. №6.
- 53) Майорова А. Девятый вал e-mail. Компьютеры и Интернет как катализаторы «информационного взрыва» // Известия. 22.03.2011.
- 54) Маклюэн М. Понимание медиа. Внешние расширения человека. – М.: Жуковский: Канон-Пресс – Ц., Кучково Поле, 2003.
- 55) Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. – М.: Академический проект, 2005.
- 56) Малкин Е., Сучков Е. Политические технологии. – М.: Русская панорама, 2008.
- 57) Масуда Й. Компьютоутопия // Философская и социологическая мысль. 1993. № 6. С.12-15.
- 58) Мелюхин И. С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. - М.: изд. МГУ, 1999.
- 59) Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М.: УРСС, 2002.
- 60) Науменко Т.В. Массовая коммуникация: теоретико-методологический анализ. – М.: Перспектива, 2003.
- 61) Недяк И.Л. Политический маркетинг: особенности развития научно-исследовательского направления // Полис. – 2010. - №4. –С.144-155.
- 62) Никипорец-Такигава Г. О роли Интернета в гражданском протесте: российский опыт в глобальном контексте. // Вестник института Кеннана в России. 2012. № 22.
- 63) Овчинников, Б. В. Виртуальные надежды: состояние и перспективы политического опыта. Дисс. ... канд. полит. наук. – Санкт-Петербург, 2005.
- 64) Ортега-И-Гассет Х. Восстание масс. Изд.: Ермак, 2003.
- 65) Ослон А. Социология и телевидение. Политическая сила телевидения: реальность мифа? (Обзор семинара) // ПОЛИС. Политические исследования. 1994. № 6. С. 155-178.

- 66) Павлютенкова М. Новые информационные технологии в современном политическом процессе // Власть. 2002. № 8.
- 67) Павлютенкова М.Ю. Электронное правительство в России: состояние и перспективы // ПОЛИС. Политические исследования. 2013. № 1.
- 68) Парсонс Т. Система современных обществ. – М.: Аспект Пресс, 1997.
- 69) Портер А., Каннингэм С. Сетевые средства связи: двенадцать способов изменить нашу жизнь // Впереди XXI век: перспективы, прогнозы, футурологи. Антология современной классической прогностики. 1952 – 1999. – М.: Academia, 2000.
- 70) Почепцов Г. Г. Теория и практика коммуникации. – М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 2000.
- 71) Публичный дискурс в российской блогосфере: анализ политики и мобилизации в Рунете / Б. Этлинг, К. Алексанян, Дж. Келли, Р. Фарис, Дж. Палфри, У. Гассер // Исследования Центра Беркмана. №11. 2010.
- 72) Пушкарева Г. В. Политический менеджмент : учебное пособие / Г. В. Пушкарева. – М.:, 2002.
- 73) Пушкарева Г. В. Изучение электорального поведения: контуры когнитивной модели // ПОЛИС. Политические исследования. 2003. № 003. С.120-130.
- 74) Раскладкина М. Интернет как средство организации информационно-политического пространства России. Дисс. канд. полит. наук, Санкт-Петербург, 2006.
- 75) Реут О. Ч. Блогосферный дискурс легитимности в российском электоральном цикле 2011–2012 гг. // Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества: Сб. науч. тр. / РАН. ИНИОН. – М.: 2013. С. 161-173.
- 76) Рубченко М. Спящий вирус блогосферы // Эксперт. 2013. №2 (834).
- 77) Рунет сегодня: исследование российского интернета / Доклад Фонда развития гражданского общества. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.civilfund.ru/mat/1> (дата обращения: 12.04.2013 г.).
- 78) Семенов И. Воля к идентичности: сопротивление и информационные технологии // Интернет и российское общество / Под ред. И. Семенова. – М.: Гендальф, 2002.

- 79) Смирнов М. А. Экономика "цифрового разрыва" // Информационное общество. 2002. №1.
- 80) Сморгунов Л. В. Сетевой подход к политике и управлению // ПОЛИС. Политические исследования. 2001. № 3.
- 81) Соленникова Н. В. Политический Интернет в российских избирательных кампаниях // Общественные науки и современность. 2007. №5.
- 82) Соловьев А. И. Коммуникация и культура, противоречия поля политики // ПОЛИС. Политические исследования. 2001. № 6. С. 6-17.
- 83) Соловьев А.И. Политический дискурс медиакратий: проблемы информационной эпохи // ПОЛИС. Политические исследования. 2004. № 2.
- 84) Соловьев, А. И. Политология: политическая теория, политические технологии : учебник для студентов вузов / А. И. Соловьев. – М.: Аспект Пресс, 2006.
- 85) Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество общество: плюсы и минусы сетевого интеллекта. – Киев: ITN Пресс, 1999.
- 86) Тоффлер Э. Третья волна. – М.: АСТ, 2004.
- 87) Трахтенберг А.Д. Интернет как ResPublica: публичная сфера в виртуальном пространстве Рунета // Интернет и современное общество: Труды VIII Всероссийской объединенной конференции. Санкт-Петербург, 8–11 ноября 2005 г. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2005.
- 88) Туронок С. Г. Интернет и политический процесс // Новое литературное обозрение. 2001. № 2.
- 89) Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Фрэн Уэбстер; Пер. с англ. М.В. Арапова, Н.В. Малыхиной / Под ред. Е.Л. Варгановой. – М.: Аспект Пресс, 2004.
- 90) Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации. – СПб.: Питер, 2003.
- 91) Филиппова Т. В. Использование Интернет для социологических исследований // Интернет и современное общество: Тезисы 2-й Всероссийской научно-методической конференции. СПб., 29 ноября – 3 декабря 1999 г. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1999.
- 92) Холмская М. Р. Политическое участие как объект исследования (обзор отечественной литературы) / ПОЛИС. Политические исследования. 1999. №5.

- 93) Черных А. И. Социология массовых коммуникаций. – М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2008.
- 94) Чугунов А. В. Перспективы развития в России «Информационного общества»: (Социальный портрет российской интернет-аудитории по данным социологических опросов) // ПОЛИС. Политические исследования. 2002. № 5. С.16-19.
- 95) 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. Материалы секции «Политическая коммуникация» Третьего всероссийского конгресса политологов. 28–29 апреля 2003 г. / Под общ. ред. Л. Н. Тимофеевой, Е. В. Лобзы. – М.: Республиканская типография, 2003.
- 96) Шарков Ф. И. Истоки и парадигмы исследований социальной коммуникации // Социс. 2001. № 8.
- 97) Шварценберг Р. Ж. Политическая социология: В 3т. – М., 1992.
- 98) Шевченко, И. А. Политические интернет-технологии в трансформирующемся обществе. Дисс. канд. полит. наук. – Ставрополь, 2005.
- 99) Шеремет, А. Н. Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ. Дисс. канд. социол. Наук. – Екатеринбург, 2003.
- 100) Шутов А. Ю. Политический процесс – М.: Изд-во МГУ, 1994.
- 101) Яницкий О.И. Митинги повсюду: реабилитация гражданского активизма в России // Общественные науки и современность. 2012. № 3.

### **Зарубежные источники**

- 102) Alexander C. J., Pal L. A. Digital democracy: Policy and politics in the wired world. – Toronto: Oxford University, 1998.
- 103) Allen G. Come the Revolution // Wired. 1995. September.
- 104) Almond G., Powell G. Comparative Politics Today: A World View. – Glenview, 1988.



- 105) Barber B. The uncertainty of digital politics: Democracy's uneasy relationship with information Technology // Harvard International Review. 2001. № 23. P. 42–48.
- 106) Benhabib S. The Claims of Culture. Equality and Diversity in the Global Era. – Princeton, 2002.
- 107) Bichard S. Building Blogs: a Multi-Dimensional Analysis of the Distribution of Frames on the 2004 Presidential Candidate Web Sites // Journalism and Mass Communication. Columbia. 2006. Vol. 83. №. 2.
- 108) Bimber B. The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism // Polity. 1998. Vol. 31. №1. P. 133-160.
- 109) Bimber B. The study of information technology and civic engagement // Political Communication. 2000. Vol. 17. №. 4. P. 329-333.
- 110) Bonfadelli H. The Internet and knowledge gaps: A theoretical and empirical investigation // European Journal of Communication. 2002. №17. P. 65-84.
- 111) Boulianne S. Does internet use affect engagement? A meta-analysis of research // Political Communication. 2009. № 26. P. 193-211.
- 112) Bruszt L., Verdes B., Stark D. Shaping the Web of Civic Participation: Civil Society Websites in Eastern Europe // Journal of Public Policy. 2005. Vol. 25. Iss. 01. P. 149-163.
- 113) Bucy E. P., Gregson K. S. Media participation: A legitimizing mechanism of mass democracy // New Media and Society. 2001. № 3. P. 357-380.
- 114) Cairncross F. The Death of Distance: How the Communications Revolution Will Change Our Lives. – Boston: MA: Harvard Business School Press, 1997.
- 115) Carpini D. Gen.com: Youth, civic engagement, and the new information environment // Political Communication. 2000. №7. P. 341–350.
- 116) Chandler D. Technological or Media Determinism. September 1995 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/tecdet/tecdet.html>. (дата обращения: 02.08.2012 г.).
- 117) Clark S. J. A populist critique of direct democracy // Harvard Law Review. 1998. Vol. 112. № 2. P. 434-482.

- 118) Coleman S. New mediation and direct representation: reconceptualizing representation in the digital age // *New Media Society*. 2005. Vol. 7. №. 2. P. 177-198.
- 119) Conge P.J. The concept of political participation: toward a definition // *Comparative politics*. 1988. Vol. 20. №.2. P. 241-249.
- 120) Dahlberg L. Rethinking the fragmentation of the cyberpublic: from consensus to contestation // *New media & society*. 2007. Vol. 9. №. 5. P. 827–847.
- 121) Dalton, R. J., Klingemann, H. (ed.) *Oxford handbook of political behavior*. – Oxford, 2007.
- 122) Denhard R. B., Denhardt J.V. The New Public Service: Serving Rather Than Steering // *Public Administration Review*. 2000. Vol. 60. №.6. P. 549-559.
- 123) Deutsch K. *Toward a Cybernetic Model of Man and Society in Modern Systems for the Behavioral Scientist*. – Chicago, 1968.
- 124) Dijk V., Hacker J. The Digital Divide as a Complex and Dynamic Phenomenon. Special Issue: Remapping the Digital Divide // *The Information Society*. 2003. №.19. P. 315–326.
- 125) DiMaggio, P. and Hargittai, E. From digital divide to digital inequality: studying Internet use as Penetration Increases. Working Paper No. 15, the Centre for Arts and Cultural Policy Studies, Woodrow Wilson School, Princeton University. 2001 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.princeton.edu/~artspol/workpap15.html> (дата обращения: 02.04.2013 г.).
- 126) Easton D. A. *A Systems Analysis of Political Life*. – New York: Wiley, 1965.
- 127) Enikolopov R., Petrova M., Zhuravskaya E. Media and Political Persuasion: Evidence from Russia // *American Economic Review*. 2011. №. 101. P. 3253–3285.
- 128) Etzioni A. *The Spirit of Community: rights, responsibilities, and the communitarian agenda*. – New York: Crown Publishers, 1993.
- 129) Farmer B., Benoit G. How the Internet is Changing Political Campaigning // *The New American*. Appleton. 2007. Vol. 23. Iss. 20.
- 130) Federman A. Moscow’s New Rules: Islands of press freedom in a country of control // *Columbia Journalism Review*. 26.01.2010. [Электронный ресурс]. URL:

[http://www.cjr.org/feature/moscows\\_new\\_rules.php](http://www.cjr.org/feature/moscows_new_rules.php) (дата обращения: 02.08.2012 г.).

- 131) Feenberg A. The Idea of Progress and the Politics of Technology // *Philosophy and Technology*. 1982. №5.
- 132) Franzen A. Does the Internet make us lonely? // *European Sociological Review*. 2000. №. 160. P. 427-438.
- 133) Fraser N. Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. In C. Calhoun (Ed.), *Habermas and the public sphere*. – Boston: MIT Press, 1992.
- 134) Freeman R. *Democracy in the Digital Age*. – London, 1997.
- 135) Goroett I., O'Donnell V. *Propaganda and Persuasion*. – N.Y., 1992.
- 136) Groper R. Electronic Mail and the Reinvigoration of American Democracy // *Social Science Computer Review*. 1996. №14.
- 137) Grossman L. K. *The Electronic Republic*. – New York, NY: Viking, 1995.
- 138) Hacker K. L., V. Dijk J. *'Digital Democracy: Issues of Theory and Practice*. – Thousand Oaks, CA: Sage, 2000.
- 139) Huckfeldt R., Sprague J. *Citizens, Politics and Social Communication. Information and Influence in an Election Campaign*. – Cambridge, 1995.
- 140) Innis H. *The bias of communication*. – Toronto: University of Toronto Press, 1951.
- 141) Jennings M .K., Zeitner V. Internet Use and Civic Engagement: A Longitudinal Analysis // *The Public Opinion Quarterly*. 2003. Vol. 67. № 3. P. 311-334.
- 142) Judith S. *Identity and Deception in the Virtual Community / Communities in Cyberspace*. Peter Kollock and Marc A. Smith. – Routledge, 1999.
- 143) Kakabadse A., Kakabadse N., Kouzmin A. Reinventing the Democratic Governance Project Through Information Technology? A Growing Agenda for Debate // *Public Administration Review*. 2003. Vol. 63. №.1. P. 44-60.
- 144) Klein H. Tocqueville in cyberspace: Using the Internet for citizen associations // *The Information Society*. 1999. №.15. P. 213-220.



- 145) Krueger B. S. Assessing the potential of Internet political participation in the United States: A resource approach // *American Politics Research*. 2002. № 30. P. 476–498.
- 146) Lasarsfeld P., Berelson B., Guadet H. *The People's Choice. How Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign*. – New York-London, 1969.
- 147) Lasswell H. *The Structure and Function of Communication in Society / The Process and Effects of Mass Communication*. – Chicago, 1971.
- 148) Lipset S. M., Rokkan S. *Cleavage Structures, Party System, and Voter Alignments // The West European Party System*. – Oxford, 1990.
- 149) Margolis M. and Resnick D. *Politics as Usual: The Cyberspace "Revolution"*. – London: Sage Publications, 2000.
- 150) Masuda Y. *The Information Society as Post-Industrial Society*. – Washington, 1983.
- 151) McLuhan M., Fiore Q. *The Medium is the Message*. – N.Y., 1967.
- 152) Milbrath L. W. *Political Participation: how and why do people get involved in politics?* – Chicago: Rand McNally, 1965.
- 153) Musso J. A., Weare C., Hale M. *Designing Web technologies for local governance reform: Good management or good democracy?* // *Political Communications*. 1999. № 17. P.1-19.
- 154) Negroponte N. *Being Digital*. – New York, 1995.
- 155) Norris, P. *A virtuous circle: political communications in postindustrial societies*. – Cambridge, UK; New York, NY: Cambridge University Press, 2000.
- 156) Norris P. *Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. – Cambridge University Press, 2001.
- 157) Papacharissi Z. *The virtual sphere: The internet as a public sphere // New Media Society*. 2002. Vol. 4. №1. P. 9-27.
- 158) Peterson S. *Political behavior: patterns in everyday life*. – London: Sage, 1990.
- 159) Polat R. K. *The Internet and political participation: Exploring the explanatory links // European Journal of Communication*. 2005. № 20. P. 435–459.
- 160) Porat M., Rubin M. *The Information Economy: Development and Measurement* – Wash., 1978.

- 161) Poster M. Cyberdemocracy: Internet and the Public Sphere // Internet Culture/ Porter D. – New York: Routledge, 1997.
- 162) Postman N. Technopoly: The Surrender of Culture to Technology. – New York: Vintage, 1993.
- 163) Pye L. Political Communication // The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions. Oxford – New York, 1987.
- 164) Reid E. Hierarchy and power: Social control in cyberspace. In Communities in cyberspace, eds. M. A. Smith and P. Kollock. – London: Routledge, 1999.
- 165) Reilley C. A. Teaching Wikipedia as a Mirrored Technology. First Monday. 2011. Vol. 16. № 1-3.
- 166) Rheingold H. The Great Equalizer // Whole Earth Review. 1991. Summer. P. 80-88.
- 167) Riesman D. Leisure and Work in Post-Industrial Society // Larrabee E., Meyersohn R. (eds.). – Mass Leisure. Glencoe, 1958.
- 168) Robinson J., Kestnbaum M., Neustadt A., Alvarez A. Mass media use and social life among Internet users // Social Science Computer Review. 2000. № 18. P. 490-501.
- 169) Rose R. The Internet and Governance in a Global Context // Journal of Public Policy. 2005. Vol. 25. Iss.01. P. 1-3.
- 170) Sassen S. The global city: New York, London, Tokyo, 1991.
- 171) Scheufele D. A., Nisbet M. C. Being a citizen online: New opportunities and dead ends // Harvard International Journal of Press/Politics. 2002. № 7. P. 55–75.
- 172) Schiller H. The world crisis and the new technologies // Columbia Journal of World Business. 1983. № 18.
- 173) Schiller D. Digital capitalism: Networking the global marketing system. – Cambridge, MA: MIT Press, 1999.
- 174) Shannon C., Weaver W. The Mathematical Theory of Communication. – Urbana: Univ. Illinois Press, 1949.
- 175) Slaton C. Televote: Expanding citizen participation in the Quantum Age. – New York: Praeger, 1992.
- 176) Slevin J. Internet and society. – Cambridge, UK: Polity Press, 2000.
- 177) Stonier T. The Wealth of Information. – L., 1983.
- 178) Strange S. The Erosion of the State // Current History. 1997. № 98. P. 365.

- 179) Strukov V. Networked Putinism: The Fading Days of the (Broadcast) Era // Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media. 2012. № 7.
- 180) Sunstein C. Republic.com. – Princeton, 2001.
- 181) Tichenor P., Donohue G. and Olien C. Mass media and differential growth in knowledge// Public Opinion Quarterly. 1970. № 34. P. 158-170.
- 182) United Nations E-government survey 2012. [Электронный ресурс].URL:  
<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan048065.pdf> (дата обращения: 02.06.2013 г.).
- 183) Verba S., Brady H., Schlozman K.L. Beyond SES: a resource model of political participation // American Political Science Review. 1995. Vol. 89. № 22.
- 184) Verba, S., Schlozman K., Brady H. Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics. – Cambridge: Harvard University Press, 1995.
- 185) Ward S., Gibson R., Lusoli W. Online participation and mobilization in Britain: Hype, hope and reality // Parliamentary Affairs. 2003. № 56. P. 652–668.
- 186) Weber L., Loumakis A., Bergman, J. Who participates and why? An analysis of citizens on the Internet and the mass public // Social Science Computer Review. 2003. № 21. P. 26-42.
- 187) Weimann G. One More Step into the Two-step Flow of Communication // American Sociological Review. 1982. № 47.
- 188) Weiss M. The Clustered World. How We Live, What We Buy, and What it All Means about Who We Are. – N. Y., 2000.
- 189) Wellman B., QuanHaase A., Witte J., Hampton K. Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment // American Behavioral Scientist. 2001. № 3. P. 436-455.
- 190) White S., Oates S. and McAllister I. Media Effects and Russian Elections // British Journal of Political Science. 1999-2000. № 35. P.191-208.
- 191) Wilhelm W. Virtual sounding boards: How deliberative is on-line political discussion? // Information, Communication, and Society. 1998. №1. P. 313-338.

- 192) Интернет-сервис Yandexwordstat. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.wordstat.yandex.ru/> (дата обращения: 15.04.2013 г.).
- 193) А зачем Вам Интернет? // Пресс-выпуск ВЦИОМ. №2123. 2012 [Электронный ресурс] URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=113106> (дата обращения: 12.10.2012 г.).
- 194) Выборы и референдумы / База данных Центризбиркома [Электронный ресурс]. URL: <http://www.izbirkom.ru/izbirkom.html> (дата обращения: 06.02.2013 г.).
- 195) Интернет в России / Россия в Интернете. // Информационный бюллетень ФОМ. Зима 2007/08. 2008. № 22. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fom.ru/SMI-i-internet/10681> (дата обращения: 02.02.2013 г.).
- 196) Интернет в России. Зима 2011–2012 гг. // Информационный бюллетень ФОМ. 2012. [Электронный ресурс]. URL: <http://runet.fom.ru/Proniknovenie-interneta/10420>.
- 197) Интернет в России: динамика проникновения. Зима 2012-2013 гг. // Информационный бюллетень ФОМ. 2013. [Электронный ресурс]. URL: <http://runet.fom.ru/Proniknovenie-interneta/10853> (дата обращения: 12.04.2013 г.).
- 198) Информационный бюллетень Яндекс. Осень 2009 г. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.company.yandex.ru/researches/reports/ya\\_content\\_09.xml](http://www.company.yandex.ru/researches/reports/ya_content_09.xml) (дата обращения: 12.04.2013 г.).
- 199) Каталог Интернет-сайтов Mail.ru. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.top.mail.ru/> (дата обращения: 12.07.2011 г.).
- 200) Каталог Интернет-сайтов Яндекс. [Электронный ресурс]. URL: <http://yasa.yandex.ru/> (дата обращения: 12.07.2011 г.).
- 201) Медиафера Рунета. Сентябрь 2010 – Январь 2011 гг. // Информационный бюллетень Яндекс. 2011. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.company.yandex.ru/researches/reports/yandex\\_on\\_internet\\_media\\_spring\\_2011.xml](http://www.company.yandex.ru/researches/reports/yandex_on_internet_media_spring_2011.xml) (дата обращения: 12.04.2013 г.).
- 202) Поиск в Интернете: региональные особенности. Лето 2010 // Информационный бюллетень Яндекс. 2010 [Электронный ресурс]. URL: [http://www.company.yandex.ru/researches/reports/ya\\_regions\\_search\\_2010.xml](http://www.company.yandex.ru/researches/reports/ya_regions_search_2010.xml) (дата обращения: 12.04.2013 г.).

- 203) Регионы России. Социально-экономические показатели. // Сборник Росстат. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 15.04.2013 г.).
- 204) Рейтинг Интернет-ресурсов Rambler ТОП-100. [Электронный ресурс]. URL: <http://top100.rambler.ru/navi/> (дата обращения: 15.04.2013 г.).
- 205) Рейтинг Интернет-сайтов Openstat.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://www.openstat.ru/> (дата обращения: 15.04.2013 г.).
- 206) Рейтинг сайтов Liveinternet. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.liveinternet.ru/rating/ru/> (дата обращения: 15.04.2013 г.).
- 207) Сообщество в социальной сети Facebook "Мы были на Болотной площади и придём ещё". [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/moscow.comes.back> (дата обращения: 10.05.2013 г.).
- 208) Центральный выборный комитет. [Электронный ресурс]. URL: <http://http://www.cvk2012.org/> (дата обращения 1 декабрь 2012 г.).
- 209) Эти наши Интернеты / База данных ФОМ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fom.ru/SMI-i-internet/10681> (дата обращения: 02.02.2013 г.).
- 210) Democrator.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://www.democrator.ru> (дата обращения 20.01.2013 г.).
- 211) TNS WebIndex, август 2013. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/index> (дата обращения: 10.05.2013 г.).
- 212) TNS WebIndex, март 2012. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/index> (дата обращения: 10.05.2012 г.).
- 213) Массив данных опроса «Левада центра», август 2008 г.
- 214) Массив данных опросов ВЦИОМ, сентябрь 2008 г.
- 215) Массив данных опроса ВЦИОМ, март 2010 г.
- 216) Массив данных опроса «Левада центра», август 2011 г.
- 217) Массив данных опроса «Левада центра», декабрь 2011 г.
- 218) Массив данных опроса ВЦИОМ, апрель 2012 г.
- 219) Массив данных опроса «Левада центра», август 2012 г.

## Приложение

**Таблица №1. Источники политической информации [218].**

<b>Является ли для Вас важными или не очень важным источником политической информации... (закрытый вопрос, один ответ)</b>				
		<i>1999</i>	<i>2007</i>	<i>2011</i>
<b>Телевидение</b>	<i>Важный источник информации</i>		82	80
	<i>Не очень важный источник информации</i>		13	14
	<i>Не получаю информации из этого источника</i>		33	3
<b>Пресса, газеты, журналы</b>	<i>Важный источник информации</i>		59	44
	<i>Не очень важный источник информации</i>		26	31
	<i>Не получаю информации из этого источника</i>		11	22
<b>Радио</b>	<i>Важный источник информации</i>	43	49	36
	<i>Не очень важный источник информации</i>	26	28	29
	<i>Не получаю информации из этого источника</i>	28	21	32
<b>Интернет</b>	<i>Важный источник информации</i>		13	31
	<i>Не очень важный источник информации</i>		16	16

	<i>информации</i>			
	<i>Не получаю информации из этого источника</i>		64	46

**Таблица 2. Потребление теленовостей на разных ТВ-каналах и частота использования Интернета [216].**

ЧАСТОТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА	НА КАКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ ВЫ СМОТРИТЕ НОВОСТИ?					
	1-й канал	Россия-1	НТВ	Культура	РЕН-ТВ	Дождь
<b>ежедневно/практически ежедневно</b>	73,20%	67,10%	44,20%	5,70%	8,20%	0,10%
<b>иногда</b>	69,60%	58,20%	49,80%	9,90%	15,80%	1,80%
<b>никогда</b>	69,30%	47,60%	47,00%	3,50%	16,30%	0,00%
<b>Всего</b>	71,70%	61,40%	45,80%	6,00%	11,20%	0,40%

**Таблица 3. Частота потребления теленовостей и частота использования Интернета [216].**

ЧАСТОТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА	СКОЛЬКО РАЗ В ДЕНЬ В ТЕЧЕНИЕ ПОСЛЕДНИХ СЕМИ ДНЕЙ ВЫ СМОТРЕЛИ ПРОГРАММЫ НОВОСТЕЙ?					
	вообще не смотрел	реже, чем раз в день	раз в день	два раза в день	три раза в день	чаще, чем три раза в день
<b>ежедневно/практически ежедневно</b>	60	127	385	203	73	70
	6,50%	13,80%	41,90%	22,10%	8,00%	7,60%
<b>иногда</b>	18	54	135	45	10	11
	6,60%	19,80%	49,50%	16,50%	3,70%	4,00%
<b>никогда</b>	40	59	156	39	9	10
	12,80%	18,80%	49,80%	12,50%	2,90%	3,20%
<b>Всего:</b>	118	240	676	287	92	91
	7,80%	16,00%	44,90%	19,10%	6,10%	6,10%

**Таблица №4. Отношение к предвыборной агитации в рамках кампании выборов в Государственную думу 2011 г. [217].**

	Пользователи Интернета	Непользователи
Понравилась ли Вам предвыборная агитация партии...	<i>Да, понравилась.</i>	<i>Да, понравилась.</i>
Справедливая Россия	24,20%	25,30%
ЛДПР	19,30%	12,80%
Патриоты России	6,00%	4,90%
КПРФ	13,40%	16,50%
Яблоко	15,40%	7,30%
Правое дело	5,70%	3,40%
Единая Россия	15,60%	13,40%

**Таблица № 5. Коэффициенты парной регрессии. Интернет-аудитория и голосование на выборах в Государственную думу в 2011 гг.**

	Коэффициент	t	R2	F-статистика	Значимость*
Явка	67,563	9,563	,033	2,273	,136
	-,208	-1,508			
Единая Россия	60,782	6,388	,048	3,305	,074
	-,337	-1,818			
КПРФ	24,839	6,102	,015	,015	,326
	-,079	-,989			
Справедливая Россия	9,429	2,071	,022	1,458	,232
	,107	1,207			
ЛДПР	7,309	2,186	,059	4,115	<b>,047</b>
	,132	2,029			
Яблоко	-4,015	-3,138	,330	32,578	<b>,000</b>
	,142	5,708			
Патриоты России	,349	5,048	,071	5,048	<b>,028</b>
	,015	5,048			
Правое дело	,043	,191	,091	6,624	<b>,012</b>
	,011	2,574			

\* при  $p < 0,001$ , \*\* при  $p < 0,01$ , \*\*\* при  $p < 0,05$

**Таблица № 6. Коэффициенты парной регрессии. Интернет-аудитория и голосование на выборах в Государственную думу в 2007 г.**

	Коэффициент	t	R2	F- статистик а	Значимость
Явка	69,426	28,486	,146	10,407	<b>,002</b>
	-,339	-3,226			
Единая Россия	65,790	38,858	,141	10,046	<b>,002</b>
	-,231	-3,170			
КПРФ	13,011	13,191	,006	,346	,558
	-,025	-,588			
Справедливая Россия	6,944	7,253	,044	2,838	,097
	,069	1,685			
ЛДПР	9,013	11,712	,015	,929	,339
	,032	,964			
Аграрная партия России	3,011	7,821	,020	1,238	,27
	-,018	-1,113			
Яблоко	-,249	-1,130	,536	70,411	<b>,000</b>
	,080	8,391			
Гражданская сила	,323	2,100	,306	26,892	<b>,000</b>
	,034	5,186			
СПС	,222	1,348	,221	17,325	<b>,000</b>
	,029	4,162			
Патриоты России	,815	3,827	,029	1,786	,186
	,012	1,336			
Партия социальной справедливости	,157	9,393	,278	23,060	<b>,000</b>
	,003	4,802			
Демократическая партия России	,106	11,894	,181	13,238	<b>,001</b>
	,001	3,638			

\* при  $p < 0,001$ , \*\* при  $p < 0,01$ , \*\*\* при  $p < 0,05$

**Таблица №7. Коэффициенты парной регрессии. Интернет-аудитория и голосование на выборах Президента в 2012 г.**

	Коэффициент	t	R2	F-статистика	Значимость
Явка	70,174	12,439	,024	1,602	,210
	-,139	-1,266			
Путин В.В.	70,808	12,729	,048	3,192	,079
	-,193	-1,787			
Зюганов Г.А.	25,149	7,303	,055	3,722	,058
	-,129	-1,929			
Прохоров М.Д.	-4,497	-2,065	,331	32,627	<b>,000</b>
	,242	5,712			
Жириновский В.В.	5,410	3,894	,026	1,768	,188
	,036	1,330			
Миронов С.М.	2,377	2,399	,048	3,261	,076
	,035	1,806			

\* при  $p < 0,001$ , \*\* при  $p < 0,01$ , \*\*\* при  $p < 0,05$

**Таблица №8. Коэффициенты парной регрессии. Интернет-аудитория и голосование на выборах Президента в 2008 г.**

	Коэффициент	t	R2	F-статистика	Значимость
Явка	65,890	14,130	,022	2,805	,178
	-,244	-1,576			
Медведев Д.А.	66,097	38,348	,004	,253	,617
	,037	,503			
Зюганов Г.А.	21,004	15,689	,022	1,386	,244
	-,068	-1,177			
Жириновский В.В.	10,778	10,713	,000	,005	,942
	,003	,073			
Богданов А.В.	,922	7,628	,184	13,974	<b>,000</b>
	,019	3,738			

\* при  $p < 0,001$ , \*\* при  $p < 0,01$ , \*\*\* при  $p < 0,05$

**Таблица 9. Практики использования Интернета [219].**

<b>С какой целью Вы пользуетесь Интернетом?</b>	<b>% респондентов</b>
ОБЩАЮСЬ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	57,10%
ПРИНИМАЮ И ОТПРАВЛЯЮ СООБЩЕНИЯ ПО ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЕ	56,10%
ИЩУ ИНФОРМАЦИЮ ДЛЯ ЛИЧНЫХ, СЕМЕЙНЫХ И БЫТОВЫХ ДЕЛ	43,30%
СЛУШАЮ, СКАЧИВАЮ МУЗЫКУ	40,70%
СМОТРЮ, СКАЧИВАЮ ФИЛЬМЫ, СЕРИАЛЫ	40,00%
ИЩУ ИНФОРМАЦИЮ ДЛЯ РАБОТЫ	36,80%
ИЩУ ИНФОРМАЦИЮ ДЛЯ УЧЕБЫ	36,50%
ЧИТАЮ/ПРОСМАТРИВАЮ МАТЕРИАЛЫ НА САЙТАХ ТЕЛЕКАНАЛОВ И РАДИОСТАНЦИЙ, ГАЗЕТ, ЖУРНАЛОВ, НОВОСТНЫХ ПОРТАЛОВ И ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ	33,10%
С35_9. ИЩУ ИНФОРМАЦИЮ В ЭНЦИКЛОПЕДИЯХ, СЛОВАРЯХ И СПРАВОЧНЫХ ИЗДАНИЙ	30,40%
ОБЩАЮСЬ В РЕЖИМЕ ГОЛОСОВОГО/ВИДЕО ОБЩЕНИЯ	25,90%
ОБЩАЮСЬ В ЧАТАХ, НА ФОРУМАХ, В БЛОГАХ	22,10%
С35_10.СКАЧИВАЮ, ЧИТАЮ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ТЕ	20,90%
ОБЩАЮСЬ В РЕЖИМЕ МГНОВЕННЫХ СООБЩЕНИЙ	20,00%
ИГРАЮ В ОН-ЛАЙН ИГРЫ	18,30%
ДЕЛАЮ ЗАКАЗЫ/ПОКУПКИ	15,90%
ПОЛУЧАЮ ИНФОРМАЦИЮ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ И УЧРЕЖДЕНИЙ	10,50%
ЗНАКОМЛЮСЬ НА САЙТАХ ЗНАКОМСТВ	7,30%
ВЕДУ СОБСТВЕННЫЙ САЙТ, БЛОГ, СТРАНИЦУ В ЖИВОМ ЖУРНАЛЕ	4,40%
УЧАСТВУЮ В ИНТЕРНЕТ-АКЦИЯХ (БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ, ПОЛИТИЧЕСКИХ, ПРАВООЗАЩИТНЫХ)	2,50%

**Таблица 10. Гражданская активность [216].**

<b>Что вы делали в течение последних 12 месяцев? (опрос проводился в августе 2012 г.)</b>	<b>% респондентов</b>
ПОДАВАЛИ МИЛОСТЫНЮ	88,90%
ЖЕРТВОВАЛИ ДЕНЬГИ В БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД ИЛИ НА НУЖДЫ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	13,30%
ПОДДЕРЖАЛИ ДЕНЬГАМИ ЧАСТНУЮ, ОБЩЕСТВЕННУЮ ИНИЦИАТИВУ (НАПРИМЕР, ПРОЕКТЫ НАВАЛЬНОГО, СБОР СРЕДСТВ НА ПРОВЕДЕНИЕ АКЦИИ «ЗА ЧЕСТНЫЕ ВЫБОРЫ» (КОШЕЛЕК РОМАНОВОЙ), НА ИЗДАНИЕ ЭКСПЕРТНОГО ДОКЛАДА «ПУТИН. ИТОГИ») И ТАК	1,00%

ДАЛЕЕ	
УЧАСТВОВАЛИ В МИТИНГЕ, ШЕСТВИИ, ПИКЕТЕ И Т.П.	1,30%
РАБОТАЛИ КАК ВОЛОНТЕР/ДОБРОВОЛЕЦ В НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ, ИНИЦИАТИВНОЙ ГРУППЕ	0,80%
УЧАСТВОВАЛИ В ЖИЗНИ ЦЕРКОВНОЙ ОБЩИНЫ	3,60%
ПРИНИМАЛИ УЧАСТИЕ В РАБОТЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ ОБЩИНЫ/ПРОФСОЮЗА	2,90%
ПРИНИМАЛИ УЧАСТИЕ В ЖИЗНИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ, ОБЪЕДИНЕНИЯ	2,10%

