

Правительство Российской Федерации

Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего профессионального образования

«Национальный исследовательский университет – Высшая школа  
экономики»

На правах рукописи

Малиновский Сергей Сергеевич

**ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ В РУНЕТЕ КАК  
ФАКТОР РОССИЙСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА**

Специальность: 23.00.02 – Политические институты, процессы и  
технологии (политические науки)

Диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук

Научный руководитель: Медведев Сергей Александрович,  
профессор, кандидат исторических наук

Москва 2013



## Оглавление

<b>Введение .....</b>	<b>3</b>
<b>Глава I. Политическая коммуникация в Интернете: теоретико-методологический анализ.....</b>	<b>21</b>
1.1. Политическая коммуникация: теоретический обзор .....	21
1.2. Интернет и политическая коммуникация. ....	37
1.3. Теоретико-методологический подход исследования.....	49
<b>Глава II. Рунет как пространство многосторонней политической коммуникации .....</b>	<b>71</b>
<b>Глава III. Рунет и политический процесс: эмпирический анализ .....</b>	<b>117</b>
3.1. Интернет и политическое участие: методологические и теоретические подходы. ....	117
3.2. Рунет, электоральная активность и политическое участие. Эмпирический анализ: индивидуальный уровень. ....	128
3.3. Рунет и гражданская активность. Эмпирический анализ: индивидуальный уровень.....	139
3.4. Рунет, электоральная активность и электоральные предпочтения. Эмпирический анализ: макроуровень. ....	142
<b>Заключение.....</b>	<b>165</b>
<b>Библиография .....</b>	<b>173</b>
<b>Приложение .....</b>	<b>189</b>



## Введение

Актуальность изучения российского сегмента Интернета и его места в политическом процессе на современном этапе обусловлена рядом причин.

Во-первых, Интернет в России с точки зрения количественных характеристик проникновения перестал быть нишевым медиа самых крупных городов, и прежде всего двух столиц. За 5 лет – с 2008 до 2013 г. активная аудитория Рунета (ежедневное использование Интернета) выросла с 13% до 43%. При этом рост аудитории Интернета осуществляется за счёт средних и малых городов. И, несмотря, на незначительный спад динамики, проникновение Интернета растёт наряду с увеличением частоты использования – за последние 5 лет средняя продолжительность нахождения россиянина в сети выросла в 2 раза [197] [77]. Таким образом, появилась возможность изучать эффекты политической онлайн-коммуникации в рамках всего общества, а не отдельных территорий или социальных групп.

Во-вторых, наряду с количественными изменениями происходят структурные преобразования пользовательского поведения в сторону усиления коммуникационной составляющей. Интернет все больше используется для горизонтальной коммуникации. Так, например, сегодня более половины Интернет-пользователей проводят время в социальных сетях, а среди пользующихся всемирной сетью ежедневно, доля таковых приближается к 100% [77]. Также Интернет-пользователи становятся важнейшим объектом массовой коммуникации, в том числе политической. Интернет не смог составить серьёзную конкуренцию телевидению, но стал наиболее



динамично завоёвывающим доверие источником политической информации, сопоставимым с радио и прессой [218].

При этом важно, что в условиях цифрового неравенства доступом в Интернет все ещё обладает наиболее социально и экономически активная часть населения, преимущественно молодые люди с высоким уровнем образования и социальным статусом. Несмотря на то, что статистически количество пользователей Рунета ещё не является преобладающим, фактически именно они имеют значительный потенциал влияния на политический процесс.

В-третьих, важно отметить особенности политического процесса, в рамках которого происходит развитие Рунета. В современной России остаётся все меньше информационных пространств, которые позволяли бы получать полную и разностороннюю информацию по значимым общественным вопросам. Недостаток возможностей влияния на процесс принятия политических решений, его не публичность и закрытость для большинства населения заставляют искать иные формы артикуляции политических интересов. В связи с этим возрастает значение Интернета как наиболее свободного средства распространения информации, площадки для политической коммуникации и формирования общественно-политического дискурса. Рунет стал инструментом коммуникации для лидеров общественного мнения и распространения альтернативных государственной информационной политике идей.

Меньше чем за два десятилетия Интернет в России превратился в среду, в которой не только осуществляются межличностные взаимодействия, но и посредством которой активно ведётся политическая деятельность. Практически все политические акторы представлены сегодня в Интернет-пространстве. Государственные



институты постепенно также интегрируются в сетевое взаимодействие, развивается, в том числе, сектор оказания государственных услуг посредством Интернета. И это соответствует запросам пользователей. Например, за выборами Президента в марте 2012 года посредством веб-камер, установленных в участковых избирательных комиссиях, следило более 5 млн. человек [179].

Коммуникация в Рунете формирует новые способы взаимодействия между индивидами, политическими институтами и властью. Оценить их роль возможно исходя из анализа изменений электорального поведения, неконвенционального политического участия и гражданской активности, как факторов политического процесса, на которые наибольшее воздействие может оказывать Интернет-среда.

Электоральное поведение Интернет-пользователей может претерпевать изменения, обусловленные новыми моделями потребления информации, доступом к независимым источникам информации, повышением политической эффективности индивида за счёт принадлежности к новым, виртуальным сообществам. Кроме этого электоральные предпочтения могут реформироваться в результате использования партиями и политиками Интернета в качестве средства политической мобилизации.

Сетевая природа Интернета изменяет модель односторонней массовой трансляции информации от субъекта к целевым аудиториям и предоставляет широчайшие возможности горизонтальной коммуникации. Возможности индивида по реконструированию сетей и объединению в сообщества создаёт предпосылки для изменения механизмов политического неконвенционального участия. Начиная с 2011 года активность протестных групп, развивавшаяся в сети, стала

проявляться в публичном пространстве и выходить за пределы виртуальных сообществ и проявляться в публичном пространстве в виде массовых митингов и шествий.

Возникающие в Рунете формы самоорганизации дали начало гражданским инициативам, которые идут в тесном переплетении с политическими требованиями, такими как протест против коррупции, судебной и правоохранительной систем. Такие информационные средства, как электронная почта, Facebook, Twitter, различные чат-клиенты, блоги и сервисы по обмену видеофайлами (наподобие YouTube), стали мощными инструментами как индивидуальных, так и коллективных действий. Например, благодаря распространению в социальных сетях, общественный резонанс, который вызвали ДТП на Ленинском проспекте, Интернет-обращения майора Дымовского, антикоррупционные расследования Алексея Навального, скандал с наручными часами патриарха Кирилла и т.д., вышел далеко за рамки Интернет-сообществ и повлиял на общественно-политическую повестку дня. В пространстве Рунета формируется особая контркультура ещё небольшой, но растущей части общества, выдвигающей все новые инициативы, которые приводят к широкомасштабным коллективным действиям.

Можно констатировать, что Рунет начинает занимать всё более заметное место в политическом процессе России. Однако методики изучения того, в каком направлении и в какой степени Рунет, выступающий одновременно в качестве инструмента и среды, опосредует политический процесс, ещё только формируются.

Изучение вопроса о том, как коммуникация соотносится с общественным развитием происходило, по мере совершенствования средств коммуникации: от общения из уст в уста к галактике



Гуттенберга, далее – к появлению массовых коммуникаций посредством сначала прессы, затем радио, ТВ и, в конечном итоге, Интернета, как наиболее характерного медиа постиндустриального общества. Данный теоретический поиск за довольно короткий промежуток времени проделал путь от анализа средств массовой политической коммуникации, как орудия пропаганды, до исследования Интернета, как новой среды и инструмента взаимодействия между политическими акторами.

Исследованию коммуникационных процессов в политике посвящены труды таких классиков политической науки, как М. Вебер, Р. Даль, Р. Нойштадт. Коммуникативный характер власти раскрывается в теориях политической системы в работах Д. Истона, Г. Алмонда [104], а также в концепции информационно-кибернетической модели политической системы К. Дойча [123]. Среди исследователей, оказавших непосредственное влияние на формирование теории политической коммуникации, можно выделить таких авторов как Г. Лассуэлл [147] (изучал различные аспекты политической пропаганды), Х. Ортега-И-Гассет [64] (один из теоретиков массовой коммуникации), Л. Пай [163] (проводил фундаментальные исследования различных аспектов политической коммуникации в развивающихся странах и в Советском Союзе). Классической является интерпретация коммуникационного процесса, предложенная создателями математической теории информации К. Шенноном и У. Уивером [174], содержание которой определяется выделением источника и адресата информации, а также возможными «помехами» в процессе передачи информации и их влиянии на передаваемое сообщение. На дальнейшие исследования феномена политической коммуникации огромное влияние оказала теория информационной революции и информационного общества, создание

которой непосредственно связано с такими известными именами как Д. Белл [7], М. Кастельс [41], И. Масуда [150], Н. Негропonte [154] и др.

Важное влияние на формирование концепций массовой политической коммуникации оказали Чикагская и Гарвардская школы. Среди представителей первой выделяются: исследователь межличностных коммуникаций Ч. Кули; Р. Парк [93], признававший коммуникацию основой общества; Г. Лассуэл, предложивший первую концептуальную схему осуществления массовой коммуникации в обществе и определивший основные области исследований коммуникационных процессов. Среди представителей второй школы следует отметить Т. Парсонса [68], чьи труды дали наиболее ощутимый импульс развитию системного подхода и теории политической системы, а также П. Лазарсфельда [146] – создателя классического подхода и методов изучения массовой коммуникации. Среди исследователей политико-коммуникационных отношений следует также отметить работы Ж.-П. Шварценберга [97], П. Норис [155] [156], К. Санстейна [180].

В последние десятилетия все больше уделяется внимания изучению того, как политический процесс опосредуется новыми информационно-коммуникационными технологиями – как в отечественной, так и в зарубежной политологической литературе. Все более значимой становится тенденция изучения и анализа коммуникативной составляющей власти. Интернет явился предметом междисциплинарных исследований фактически с момента своего появления. Но если в 70-е годы изучалось лишь общение, опосредствованное компьютерами, то в 80-е годы появляются работы,

ориентированные на изучение коммуникативного применения компьютерных сетей и их влияния на политический процесс.

На сегодняшний момент в западной политологической литературе проблема влияния Интернет-пространства на политический процесс рассмотрена достаточно полно. Взаимозависимость политического процесса и сетевой политической коммуникации рассмотрена с самых разных сторон. Среди современных исследований сетевой политической коммуникации можно выделить работы Р. Дэвиса [33], С. Колемана [118], Б. Барбера [105], Тапскота Д. [85] и др. Некоторые исследователи (М. Постер [161]) постулируют, что Интернет является принципиально новым средством формирования виртуальных ассоциативных сообществ, оторванных от внесетевой жизни. Другие исследователи, такие как А. Этциони [128], Г. Рейнгольд [166], С. Вард [185], делают акцент на технологической стороне Интернета, позволяющей людям с одинаковыми политическими установками создавать сообщества со своими устоявшимися и разделяемыми ценностями, и формировать, таким образом, солидный социальный капитал. Эффекты фрагментации и ограничения в конструировании эффективного публичного пространства, к которым приводит структура и формат коммуникации в Интернет-сообществах, рассматриваются Л. Л. Дальбергом [120] и Б. Бимбером [108]. Как изменился формат взаимодействия властных институтов и граждан; может ли сеть стать более эффективной альтернативой институтам посредничества рассматривается такими авторами, как С. Кларк [117] и Ф. Кэйрнкрос [114]. Возможности Интернет-технологий для осуществления электорального волеизъявления изучаются в работах Р. Фримена [134] и Г. Аллена [103].

Важные проблемы поднимаются в работах П. Норрис [155], Р. Полата [159], Л. Вебера [186], изучающих как Интернет влияет на политическое участие. Общим местом таких исследований является поиск ответа на вопросы: а) за счет чего Интернет влияет на политическое участие: повышение информированности, появление нового канала для агитации, снижение издержек участия, повышение межличностного доверия, внутренней и внешней политической эффективности и др.; б) может ли Интернет привлечь неактивных граждан, или политическое участие будет усиливаться среди и так уже активных индивидов?

Российская наука уже достаточно долго занимается изучением фактора коммуникации в общественном развитии в рамках исследования социально-политических аспектов информационного общества в России. Например, можно отметить работы В. Иноземцева [39], О. Вершинской [21], Т. Ершовой [34].

Также можно выделить исследования, описывающие концептуальные проблемы новых информационно-коммуникационных технологий (Интернета в частности) и их роли в функционировании политической сферы. Речь идёт о работах М. Вершинина [20], М. Лукиной [52], М. Павлютенковой [66], А. Чугунова [94].

Среди российских учёных, занимающихся изучением соотношения непосредственно Интернет-пространства и политических процессов можно назвать следующих: М. Грачева [27], И. Мелюхина [58], И. Кравченко [45], Туронка [88], О. Реута [75] и др.

Проблематика воздействия Интернета на электоральный процесс изучается в первую очередь с точки зрения инструментального использования всемирной сети в избирательных кампаниях,

например, в работах Н. Соленниковой [81], И. Кузнецова [48]. А. Девятков и А. Макарычев [30] рассматривают вопросы сетевой самоорганизации, осуществления неконвенционального политического участия и гражданской активности посредством Интернета. Проблема цифрового неравенства занимает своё место в работах И. Быкова [13], А. Короткова [4], М. Смирнова [79]. Среди авторов, занимающихся изучением влияния политической коммуникации в Интернете на политическое участие можно отметить Т. Амбаряна [2], А. Киселева [42], С. Коновченко [43]. В. Струкова [179], О. Яницкого [101]. Также стоит отметить российскую школу математического моделирования социальных сетей и изучения возможностей информационного управления, формирующуюся в работах А. Чхартишвили, Д. Губанова, Д. Новикова, Д. Федянина [29].

Таким образом, изучению политической онлайн-коммуникации и политического процесса посвящён достаточно большой пласт работ. Тем не менее, необходимость дальнейшего изучения обусловлена рядом причин. Во-первых, теоретические изыскания зачастую не успевают отображать все текущие изменения в особенностях сетевых политических коммуникаций в связи со стремительным развитием самого Рунета - и в количественных показателях и в качественном отношении. Во-вторых, наблюдается недостаток эмпирических исследований, достаточных для того, чтобы делать не теоретические, а подтверждённые репрезентативными данными заключения о макроэффектах воздействия Интернета на происходящие в России политические процессы. Большинство российских исследований фокусируется на анализе Рунета через призму отдельных социальных групп или территорий. В-третьих, многосоставность и неструктурированность Интернет-среды ограничивает возможности исследовать российский сегмент глобальной сети комплексно.



Этим обусловлена поставленная в исследовании задача нахождения модели изучения Интернета, позволяющая, с одной стороны, интегрировать в исследовательском фокусе разные измерения политической коммуникации (с точки зрения направления коммуникации и количества субъектов) а, с другой стороны, на основании анализа воздействия Интернета на индивидов делать заключения на макроуровне, репрезентативные для всего общества. В данном исследовании предпринята попытка решить обозначенную задачу, во-первых, путём выделения политического участия в качестве наиболее значимой категории политического процесса, интегрирующей все измерения коммуникации в Интернете. Во-вторых, за счет рассмотрения фактора Рунета применительно ко всему обществу, на основе анализа массива данных общероссийских репрезентативных опросов.

**Объектом исследования** является российский сегмент Интернета. **Предмет исследования:** роль политической коммуникации в Рунете в российском политическом процессе.

**Цель исследования:** выявить и проанализировать направления, факторы и степень воздействия политической коммуникации в Рунете на политический процесс в России. Для достижения этой цели потребуются ответить на главный исследовательский вопрос диссертационной работы: является ли политическая Интернет-коммуникация значимым фактором российского политического процесса, а сам Рунет относительно автономным виртуальным публичным пространством, воздействие которого значительно выходит за рамки сети? Или же Рунет в первую очередь — репрезентация оффлайн-среды, а сетевая коммуникация в большей степени выступает в качестве производного от происходящих



внесетевых процессов? Другими словами, предстоит определить, способна ли Интернет-коммуникация быть самодостаточным детерминантом политического поведения, или же индивиды используют сеть, прежде всего, в инструментальных целях в соответствии со своими сформировавшимися политическими установками, предпочтениями и практиками поведения, которые Рунет не способен значительно изменить.

В соответствии с поставленной целью, в работе последовательно решаются **следующие задачи:**

- обобщение основных теоретических и методологических подходов к изучению сетевой политической коммуникации;
- выявление особенностей Интернета как среды многосторонней и многосубъектной политической коммуникации;
- определение, категоризация и описание характеристик политизированного сегмента Рунета;
- анализ потенциала влияния на политический процесс и тенденций развития основных измерений политической коммуникации в Рунете (вертикальной и горизонтальной);
- статистическая проверка воздействия Рунета на электоральное поведение, политическое участие и гражданскую активность Интернет-пользователей, как важнейших факторов политического процесса.

### **Теоретико-методологические основы исследования**

Теоретико-методологическую базу исследования составляют работы отечественных и зарубежных учёных, посвящённые проблематике политического процесса, опосредованного информационно-коммуникационными технологиями.



Исходные предпосылки исследования основаны на концепции информационного общества М. Кастельса. Положения системного подхода Д. Истона и Г. Алмонда с элементами структурно-функционального анализа были использованы для структурирования объекта исследования и комплексного рассмотрения совокупности форм политической коммуникации в Рунете в разных измерениях. Для описания характеристик политизированного сегмента Рунета использовался дескриптивный анализ.

Определение контрольных переменных в уравнениях регрессий, направленных на выявление факторов электорального поведения, политического участия и гражданской активности, осуществлялось на основании положений когнитивного подхода, концепции социального капитала, ресурсной модели политического участия, модели гражданского волонтаризма, теории цифрового неравенства и концепции социетальных расколов Липсета-Роккана.

Для анализа эмпирических данных и описания причинно-следственных связей был применён метод статистического регрессионного (бинарная логистическая и множественная линейная регрессия) и корреляционного анализа.

**Эмпирическую базу исследования** составляют, во-первых, массивы данных всероссийских репрезентативных опросов за период с 2008 по 2013 гг., связанных с изучением роли Интернета, любезно предоставленные по запросу тремя ведущими социологическими исследовательскими центрами – Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Левада-центром и Фондом «Общественное мнение» (ФОМ). Во-вторых, статистические сборники социально-экономических показателей регионального развития (в первую очередь, информационный бюллетень Росстата

«Регионы России»). В-третьих, популярные системы рейтингования и каталоги Интернет-ресурсов. Кроме этого автором была составлена собственная база данных ресурсов Рунета, на основании анализа которой производилась кластеризация политизированного сегмента, и уточнялась проблематика исследования.

### **Научная новизна**

- Выявлены особенности Интернета, обуславливающие специфику политической коммуникации.
- Предложена классификация политизированного сегмента Рунета на основе авторского определения критериев политизированности и составления базы политизированных Интернет-ресурсов.
- Предложен комплексный подход рассмотрения Интернета в качестве информационно-коммуникационной подсистемы политической системы, включающей в себя взаимосвязанные измерения мультисубъектной и разнонаправленной коммуникации.
- Политическое участие выделено в качестве значимого для всех измерений политической Интернет-коммуникации фактора, применимого для эмпирического анализа воздействия Рунета на политический процесс. Предложена методология оценки воздействия Интернет-коммуникации на политическое участие на основе статистического анализа различий электорального и политического поведения на региональном и индивидуальном уровнях.
- На основании анализа данных, репрезентативных в масштабах страны, сделан вывод о том, что политическая коммуникация в Рунете не является значимым самостоятельным детерминантом

электорального поведения, политического участия и гражданской активности.

### **Положения, выносимые на защиту**

- Интернет является обособленной средой политического взаимодействия, состоящей из множества связанных относительно устойчивой коммуникацией элементов. При этом Интернет встроен в более широкие социальные структуры, и политическая онлайн-коммуникация зависит от внесетевых процессов. Поэтому для комплексного анализа Рунета как особой среды политической коммуникации, Интернет-пространство целесообразно рассматривать в качестве информационно-коммуникационной подсистемы политической системы.
- Как новое публичное пространство Интернет обуславливает политическую коммуникацию рядом средовых особенностей: сетевым характером организации, эгалитаризмом, децентрализацией, неопосредованностью и характеристиками контента (экстерриториальностью, мультимедийностью, неограниченностью, оперативностью и интерактивностью).
- Для политизированного сегмента Рунета характерно разнообразие видов политизированных ресурсов и динамизм циркуляции политической информации. Несмотря на это, данный сегмент достаточно узок и сохраняет в общей массе ресурсов незначительную долю.
- Рунет не является значимым в масштабах страны источником политической информации. Практики потребления информации с преобладанием телевидения и информационно-развлекательных запросов не подверглись сильному изменению.

Фактор потребления новостной политической информации в Интернете не продемонстрировал статистически значимой связи ни с электоральной активностью, ни с политическим участием.

- Различия в электоральных предпочтениях тех, кто пользуется Интернетом и тех, кто не пользуется, связаны в первую очередь с социально-демографическими характеристиками аудитории Рунета.
- Средовые особенности Рунета способствуют протестности самых активных пользователей: как с точки зрения создания особого протестного дискурса, так и с инструментальной точки зрения. При этом генерация протестного контента обусловлена в основном внесетевыми факторами и информационным потоком оффлайн-СМИ. Рунет играет ведущую роль, прежде всего, в качестве инструмента координации участников протеста, а не его порождения.
- С точки зрения воздействия на политический процесс потенциал горизонтальной политической коммуникации превосходит возможности коммуникации в измерении «политические институты – пользователь». Механизмы коммуникации с Интернет-аудиторией со стороны политических акторов и государственных институтов не соответствуют инструментальным возможностям среды, уровню информированности и коммуникативной компетентности граждан.
- На индивидуальном уровне электоральное поведение, политическое участие и гражданская активность не детерминированы однонаправленной вертикальной Интернет-коммуникацией, а определяются преимущественно социально-демографическими и социально-психологическими факторами,

такими как внутренняя политическая эффективность и политический интерес. Горизонтальная Интернет-коммуникация, определяемая через общение на форумах, в блогах и в чатах, демонстрирует слабую связь с протестным политическим участием и гражданской активностью.

- Уровень проникновения Интернета в регионе соответствует различиям в электоральном поведении и в электоральных предпочтениях, но не детерминирует их. На макроуровне Рунет не является значимым фактором электорального поведения и уступает таким социально-демографическим показателям, как уровень урбанизации, демографической нагрузки и продолжительности жизни.
- Рунет выступает в большей степени в роли репрезентации оффлайн-среды, определяемой текущей общественно-политической ситуацией и социально-экономическим профилем территории распространения. Политическая Интернет-коммуникация на данный момент не является самостоятельным детерминантом политического поведения, которое описывается в первую очередь социально-демографическими факторами индивидуального уровня. При этом Рунет играет возрастающую роль в качестве инструмента политического участия, производного от внесетевых процессов.

### **Теоретическая и практическая значимость**

Содержащиеся в исследовании анализ и выводы, а также фактологический материал, способствуют более глубокому и системному анализу проблематики влияния политической коммуникации на политический процесс в условиях всестороннего проникновения в общество информационных технологий.



Полученные результаты указывают на необходимость смещения теоретического фокуса исследования Рунета в сторону более глубокого изучения инструментального значения политической сетевой коммуникации. Дальнейшие исследования целесообразно локализовать в рамках социальных онлайн-сообществ для изучения политической коммуникации, прежде всего, в качестве фактора межгруппового взаимодействия.

Предложенный автором комплексный подход анализа Рунета открывает новые возможности для проведения дальнейших исследований в области политических, социологических и психологических наук по проблематике политической коммуникации в Интернете.

Теоретические выводы и практические рекомендации могут найти применение при подготовке лекционных курсов по политологическим дисциплинам и в качестве основы для разработки спецкурсов по вопросам политических коммуникаций, политических Интернет-технологий, теории информационного общества и социально-политических трансформаций.

Выводы, полученные по результатам эмпирического анализа, могут быть учтены при планировании избирательных кампаний политическими партиями, проведении кампаний политической мобилизации и координации гражданской активности. Результаты исследования применимы для оптимизации деятельности органов государственной власти, муниципального управления, управленческих структур в целях эффективного выстраивания отношений с гражданами, оказания государственных услуг и выстраивания долгосрочной стратегии политической социализации и развития гражданской компетентности у населения.



## Структура диссертации

Диссертация состоит из введения, заключения и 3 глав.

В первой главе представлен обзор основных теоретических подходов к изучению политической коммуникации; рассмотрены средовые особенности Интернета, предопределяющие специфику политической коммуникации, и предложен комплексный подход рассмотрения Интернета в качестве подсистемы политической системы.

Во второй главе рассматриваются социально-демографические и политические характеристики пользователей Рунета, очерчивается политизированный сегмент Рунета и анализируются основные тенденции развития измерения вертикальной и горизонтальной политической коммуникации в Интернет-среде.

В третьей части исследования описываются основные теоретические подходы, объясняющие, как Интернет-коммуникация может повлиять на политическое участие, выделяются связанные с онлайн-коммуникацией факторы политического поведения и разрабатываются исследовательские вопросы. Для проверки обозначенных вопросов произведен статистический анализ эмпирических данных.



# **Глава I. Политическая коммуникация в Интернете: теоретико-методологический анализ**

## **1.1. Политическая коммуникация: теоретический обзор**

В данном параграфе будет приведён обзор развития основных подходов к изучению политической коммуникации, а также очерчен круг проблем, рассматриваемых исследователями на текущем этапе.

Рассматривая роль коммуникации в истории человечества, не будет преувеличением утверждать, что без коммуникации общество как таковое не может существовать. По сути, общество – это и есть сеть отношений, возникающих и поддерживаемых главным образом посредством коммуникации. Стоит отметить, что на пути развития общества кардинально менялась и коммуникация в нем: от общения из уст в уста к галактике Гуттенберга, далее – к появлению массовых коммуникаций посредством сначала прессы, затем радио, ТВ и в конечном итоге Интернета.

В политологической традиции на протяжении длительного времени складывались разные теоретические и концептуальные подходы к осмыслению политического пространства, однако можно заметить, что большая их часть уделяет особое внимание функции политической коммуникации как одной из важнейших в политической системе.

Так, с точки зрения теории функционализма Т. Парсонса, общество является системой, состоящей из четырёх подсистем: экономической, политической, социальной и духовной [68]. В этой концепции социальная коммуникация является одной 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. Что касается политической коммуникации, то она обеспечивает политическую систему входящей информацией в виде требований и поддержки от населения.

С появлением Интернета и дальнейшим широким применением этого нового канала коммуникации, качественно выделяющегося среди прочих электронных каналов коммуникации, в академических кругах стали довольно живо обсуждаться вопросы, связанные с перспективами использования глобальной сети в политике. Ключевыми и наиболее многообещающими направлениями как теоретического, так и практического анализа стали: оценка манипулятивных возможностей сетевых коммуникаций, особенности процесса выработки совместных решений и перспективы делиберативной демократии, влияние политической коммуникации на политическую и гражданскую активность граждан, на формирование их политических предпочтений и даже политическую социализацию. Экспоненциальный рост количества пользователей глобальной сети во всем мире, а также стремительное проникновение Интернета в политическую жизнь естественным образом отразились и на теоретических представлениях о политической коммуникации. Теоретическая база по этому вопросу за довольно короткий промежуток времени проделала путь от анализа средств массовой политической коммуникации, как орудия пропаганды, до исследования Интернета как новой среды и инструмента взаимодействия между политическими акторами.

Отправной точкой анализа концепций коммуникации для нас будет теория массового общества и массовой коммуникации. Интерес к этому направлению исследований возник в начале XX столетия в



связи, во-первых, с появлением новых каналов массовой коммуникации (радио, кино), а, во-вторых, со ставшим очевидным в период первой мировой войны чрезвычайно высоким значением пропаганды. Среди известных авторов, разрабатывавших отдельные аспекты этой теории можно выделить Э. Дюркгейма, Х. Ортега-и-Гассета, З. Фрейда. Огромное значение для дальнейшего развития теории коммуникаций имели исследования У. Липпмана, который ещё в первой четверти XX века опубликовал книгу «Общественное мнение», заложившую теоретическую основу пропагандистского метода стереотипизации общественного мнения [51]. Проанализировав массовое сознание, а также значение прессы в процессе формирования общественного мнения, Липпман пришёл к выводу, что всем процессом восприятия управляют стереотипы. Сущность концепции Липпмана сводится к тому, что под влиянием информации о событиях, полученных из каких-либо источников, а не непосредственного наблюдения за ними, в сознании человека складываются упрощённые образы, стандартизированные представления об окружающем мире - стереотипы. Однако, будучи основанными на относительно поверхностном знании о явлении или предмете, они могут быть ложными. В своём исследовании, проводившемся в начале XX века, Уолтер Липпман утверждал, что пресса может при определённой подаче информации создавать ложную картину мира, не соответствующую действительности, рассчитанную на эмоциональную реакцию принимающего образ этого мира. Отсюда образуются самые широкие манипулятивные возможности массовых каналов коммуникации [51].

Более позднее исследование возможностей влияния пропаганды на формирование общественных мнений и настроений в обществе принадлежит американским исследователям Э. Пратканису и Э.



Аронсону. В своей книге «Эпоха пропаганды. Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление» они описывают тенденции развития западных обществ и средств массовой коммуникации в XX веке [4]. Отдельного внимания в контексте данного исследования заслуживает рассматриваемая в книге идея «магической пули»: с точки зрения авторов, в XX веке в западных обществах произошли серьёзные изменения характера социальных отношений – переход от маленьких сплочённых общин, придающих особое значение личным отношениям, к сети обезличенных, вторичных отношений, при которых человек оказывался социально изолированным. Существовало опасение, что изолированные индивиды, лишённые возможности взаимного общения и обсуждения каких-либо событий, окажутся легко внушаемыми, находясь практически в полной зависимости от однонаправленной коммуникации со стороны СМИ. В таких условиях средства массовой коммуникации стреляют магическими информационными пулями, способными формировать общественное мнение и склонять массы к любой точке зрения, которую отстаивает коммуникатор [4, с. 112].

В 1948 г. американский учёный Г. Лассуэлл предложил свою модель коммуникации, ставшую классической в социологии массовой коммуникации. Лассуэл рассматривал акт коммуникации, отвечая на пять вопросов: 1) кто сообщает?; 2) что сообщает?; 3) по какому каналу?; 4) кому?; 5) с каким эффектом? Лассуэл фактически создал и описал модель линейной однонаправленной коммуникации в русле бихевиористского подхода. Коммуникация рассматривалась как прямое воздействие на реципиента – объекта коммуникации, реагирующего на воспринимаемую информацию по принципу «стимул-реакция» [147, с. 55].

В середине XX века в западной политической науке произошло выделение темы политической коммуникации в отдельное самостоятельное направление исследований. Связано это было, во-первых, с появлением и развитием нового канала массовой коммуникации – телевидения, во-вторых, с актуализацией темы, поскольку в научной среде появилось мнение, согласно которому политическая коммуникация, осуществляя помимо прочего функцию обратной связи, является необходимым элементом стабилизации всей политической системы, и, в-третьих, с появлением интереса в академической среде к этому направлению исследований, вылившемуся в значительное количество новых научных изысканий.

На данном этапе развития огромное влияние на развитие концепций коммуникации оказал кибернетический подход известного американского учёного и философа Норберта Винера. В своих работах он настаивает на том, что практически все явления окружающего мира могут быть объяснены с точки зрения информационного обмена. Современный человек начинает ориентироваться уже все больше не столько на свои внутренние чувства, сколько на информацию, поступающую извне, и таким образом коммуникация становится важнейшим механизмом, который позволяет человеку реагировать на происходящие в окружающем мире изменения. То же самое касается и социально-политической сферы. Винер отмечал, что уровень информационного обеспечения общества становится важнейшей характеристикой, оказывающей влияние на все процессы общественного развития. Информация разного рода: социально-экономическая, политическая, экологическая, научно-техническая выступает важнейшим компонентом, обеспечивающим полноценную жизнедеятельность как граждан, так и государств и мирового сообщества в целом [27]. Много

позже аналогичные мысли высказывал в своей книге российский исследователь М.С. Вершинин. Согласно его мнению, низкая способность социально-политической системы адаптироваться и приспосабливаться к меняющимся реалиям является как раз следствием неразвитости политической коммуникации в обществе. При этом, степень развитости коммуникации определяется как количеством средств и каналов коммуникации, а также объёмом передаваемой политической информации, так и независимостью каналов и направленностью коммуникации [19].

Именно вопрос степени развитости политических коммуникаций исследовал в традиционных обществах известный американский политолог Л. Пай. Он отмечал, что в этих обществах система коммуникаций не являлась независимой системой, как, к примеру, в более развитых обществах. Направление и характер коммуникаций здесь подчинялись жёсткой иерархической системе, каждый реципиент получал исключительно столько информации, сколько ему предназначалось в зависимости от занимаемой в обществе позиции. В отличие от этой модели, коммуникационные системы современных обществ должны обладать, по мнению Л. Пая, во-первых, развитой системой независимых массовых коммуникаций (СМИ), а, во-вторых, коммуникация должна быть разнонаправленной. Л. Пай выдвинул идею о том, что надо отойти от понимания политической коммуникации, как односторонне направленного потока сигналов от элит к массе. Необходимо изучать широкий спектр разнонаправленных неформальных коммуникационных процессов в обществе, которые оказывают самое разное влияние на политику [163]. Помимо этого исследователь выделяет и переходный тип коммуникационных систем, для которых характерна низкая техническая развитость

коммуникационных каналов, неравномерность их присутствия в рамках государства, а также отсутствие механизма обратной связи между населением, СМИ, как посредником, и элитами. Исследователь даёт некоторые рекомендации для модернизации социальных отношений и успешного развития политических коммуникаций, главной из которых, является увеличение каналов коммуникации, их равномерное проникновение в рамках всего государства, а также налаживание механизмов обратной связи общества и элиты посредством СМИ.

Концепции массовой коммуникации и пропаганды в исторической ретроспективе внесли значительный вклад в развитие концепции политической коммуникации. Они обозначили важность и актуальность коммуникационных процессов как таковых в современных обществах, попытались на ранних этапах развития средств массовой информации оценить и в какой-то степени даже предсказать их манипулятивные возможности, обозначили значимость механизмов обратной связи для стабильного функционирования общества, выделили критерии для оценки степени развитости политической коммуникации в социумах, обеспечили массивным эмпирическим материалом на данную тему, и, таким образом, заложили фундаментальные основы для дальнейших исследований и разработок.

Однако уже на рубеже 40-50-х годов стали очевидными некоторые слабые стороны этих теорий. Эти слабые стороны наглядно продемонстрировал ряд провалов в избирательных кампаниях в США, которые были построены в основном на пропагандистских методах коммуникации. Так, к примеру, в период президентской избирательной кампании 1940 года основная масса печатных СМИ



выступала против Рузвельта, однако он был, тем не менее, избран значительным большинством голосов. Позднее в кампании 1948 года произошла зеркальная ситуация: в поддержку Трумэна выступала малая часть СМИ, тем не менее, на выборах он набрал 49,5 процента голосов. Невозможность объяснить эти и другие подобные моменты из реальной политической практики теорией массовых коммуникаций вынудила исследователей задуматься над новыми теоретическими подходами, и в дальнейшем инициировало их появление. Новой и на какое-то время наиболее актуальной парадигмой стала концепция двухступенчатой коммуникации.

Идея двухступенчатой коммуникации была сформулирована известным американским социологом П. Лазарсфельдом [146]. В ней на основе эмпирического материала было обосновано, что коммуникативное воздействие непрямолинейно, как прежде полагали сторонники теории массовой коммуникации. Та информация, которая есть на выходе у СМИ, совсем не обязательно равнозначна той, которая доходит до реципиента, поскольку по пути своего следования до конечного потребителя она проходит определённые социальные фильтры, преобразующие значительным образом её первоначальный вид. И такими фильтрами с точки зрения исследователя являются лидеры мнений – те люди, мнение которых значимо для конечного реципиента информации, с которыми они обсуждают полученную новость, и формируют на основе этого обсуждения своё понимание информации и её значимости. Исследования Лазарсфельда по-новому поставили вопрос о соотношении массовой и межличностной коммуникации, и ответами на этот вопрос явились несколько важных следствий, которые он сформулировал:



1. к сообщениям, передаваемым по каналам массовой коммуникации, реципиент склонен относиться избирательно;
2. люди склонны верить тому, кого они знают лично, а не безличным СМИ;
3. личное влияние лидеров общественного мнения обладает усиливающим эффектом по отношению к средствам массовой коммуникации [99].

Разработки П. Лазарсфельда имели весьма значительные последствия для практики массовых коммуникаций. Во-первых, информация, преподносимая СМИ, стала более ориентированной именно на лидеров общественного мнения. Во-вторых, появилось стремление коммуникаторов к более тонкой адаптации сообщений к целевой аудитории за счёт использования характерной для аудитории лексики, образов и т.д.

Необходимо отметить, что в дальнейшем теория двухступенчатой коммуникации подверглась значительной доработке и благодаря усилиям ряда учёных постепенно преобразовалась в концепцию многоступенчатой коммуникации, однако основа теории, заключающаяся в том, что информация, распространяемая СМИ на пути к населению проходит сквозь фильтры лидеров общественного мнения, осталась неизменной.

Дальнейшее развитие концепции многоступенчатой коммуникации, о которой упоминалось выше, шло по пути анализа как вертикальных, так и горизонтальных процессов коммуникации. Исследователи стали фокусировать свои усилия не только на изучении лидеров мнений, сколько и на других членах социальных связей, включённых в коммуникационный процесс. В результате были выделены так называемые «маргиналы» - индивиды, находящиеся на

границах социальных групп и не очень активно взаимодействующие внутри своих групп. Их роль в процессе коммуникации оказалась крайне важна: согласно исследованию Г. Вэймана, они выступали своего рода медиаторами между разными группами. Было показано, что межгрупповая коммуникация имеет горизонтальную структуру: маргиналы поддерживают отношения с маргиналами из других групп, обеспечивая процесс распространения информации от одной группы к другой. Вместе с тем, они играют значительную роль только в процессе распространения информации, тогда как в процессе оказания воздействия и влияния их роль мала. В момент попадания информации в группу на первую роль выходят уже лидеры мнений, которые передают информацию сверху вниз другим членам группы, осуществляя, таким образом, вертикальную коммуникацию [187].

Среди важных разработок, внесённых в теорию политической коммуникации исследователями и сторонниками многоступенчатой модели, стоит отметить, во-первых, дифференциацию внутри- и межгрупповых коммуникаций, которые совершенно по-разному организованы и оказывают различное влияние на распространение информации. Во-вторых, эта модель учитывает возможность получения информации из личных источников, а не только из средств массовой коммуникации, и, в-третьих, она позволяет исследователям различать типы коммуникации в зависимости от целеполагания: распространение информации или оказание влияния.

Значительно влияние не изучение проблемы политической коммуникации оказала концепция информационного общества, которая разрабатывалась в различных вариантах и под различными названиями («постиндустриальное», «информациональное» общество)

такими учёными, как М. Маклюэн, Э. Тоффлер, Д. Белл, А. Турен, М. Кастельс и др.

Стоит отметить, что термины «информационное общество» и «постиндустриальное общество» в современной практике используются практически как синонимы. Д. Белл ввёл термин «постиндустриализм» в конце 1950-х годов, однако ближе к 1980-м годам стал заменять его словами «информационный» и «информационное». Суть взгляда на общество, как на информационное, заключается в понимании того, что к концу 1960-х годов двадцатого столетия в развитых странах, в первую очередь Запада, были заложены основы нового социума, где индустриальный сектор потерял свою ведущую роль под воздействием возрастающей технологизации, где основной производственной силой станет наука, потенциал же всякого общества измеряется масштабами той информации и тех знаний, которыми оно располагает [7].

В то время как информация начинает занимать центральное значение в жизни общества, отмечает Д. Белл, рождаются принципиально новые проблемы, которые могут быть суммированы следующим образом. Первое, колоссальный объем информации, который потребляет человек вследствие расширения различных сфер: экономической, политической, социальной, приводит к стремительному росту издержек по её сбору. Большой объем доступной информации не означает её полноты, напротив, как пишет Д. Белл, увеличение количества данных делает информацию все менее и менее полной. Все о большем и большем мы знаем меньше и меньше. Второе, информация становится все более специфической, объект или событие, попадающее в фокус внимания, необходимо изучать более тщательно, чем когда-либо в прошлом. Третье, в связи с

расширением медиасферы и вовлечением в неё всё большего и большего числа людей, групп интересов, происходит умножение числа существующих интересов. Это в свою очередь приводит к тому, что для выяснения разногласий и нахождения компромиссов требуется всё больше времени при пропорциональном росте издержек на это. Таким образом, как это ни парадоксально, повышенная степень активности в большинстве случаев ведёт к росту разочарования: всё чаще слышны заявления, что «индивиды или группы чувствуют себя бессильными повлиять на ход событий» [7, с.635]. Таким образом, с развитием коммуникационных технологий в обществе возникают не только новые перспективы, но и новые опасности. Тем не менее, как отмечает сам Д. Белл, технология не задаёт социальные изменения, она лишь предоставляет для этого возможности и инструменты.

С последним умозаключением Д. Белла были не совсем согласны исследователи теории коммуникации так называемой Торонтской школы – Г. Иннис и его ученик, ставший впоследствии признанным авторитетом в области новых электронных медиа, М. Маклюэн. С их точки зрения, именно технологический аспект коммуникации, то есть эволюция коммуникационных технологий, выступает важнейшей причиной изменений форм социальной организации общества. Именно материальное воплощение информации, другими словами, средства хранения и передачи данных, влияют на то, каким образом мы познаем мир и функционируем в нем. Исходя из своих рассуждений, эти исследователи выделяют три глобальных этапа в развитии цивилизации, отталкиваясь от коммуникационных основ:

1. общество «уха», в котором существовала первобытная дописьменная культура с устными формами передачи информации;

2. «галактика Гуттенберга» - письменно-печатная культура, в которой на смену коллективизму приходит индивидуализм;

3. «глобальная деревня». Представляет собой современное электронное общество, возрождающее слуховизуальное восприятие мира и коллективность, только уже на новом уровне сетевых коммуникаций. Благодаря современным технологиям в таком обществе происходит сжатие пространства и времени, когда индивид может одновременно «переживать» состояние отдалённых объектов [55, с. 320].

Надо заметить, что в своих работах Маклюэн концентрировался в основном на анализе телевидения как наиболее значимого и распространённого на тот момент средства массовой коммуникации. Однако его выводы о том, что современный потребитель все больше демонстрирует пассивное поведение в информационной среде (смотрение ТВ для того, чтобы чем-то занять себя и провести время), актуальны и для нового информационного пространства – Интернета. Однако это только часть вопроса: с одной стороны, потребители все так же, как и во времена развития телевидения, стремятся в сеть за развлечением, с другой стороны, сам Интернет, благодаря своим уникальным техническим особенностям, имеет потенциал гораздо более серьёзного влияния на социально-политическую жизнь, чем существовавшие ранее средства массовой коммуникации.

М. Кастельс, один из ведущих современных исследователей информационного общества в подтверждение широчайших возможностей Интернет-коммуникаций отмечает: «потенциальная интеграция в одной и той же системе текстов, изображений и звуков, взаимодействующих из множества различных точек, в избранное время (в режиме реального времени или с запаздыванием), в

глобальной сети и в условиях открытого и недорогого доступа, фундаментально меняет характер коммуникации» [41, с. 203]. Коммуникация, по словам автора, начинает базироваться на сетевой структуре. Так как информация может легко переходить границы всех типов, она создаёт различные сети, которые могут включать много разных стран, организаций, частных лиц. Сеть не зависит от государственных границ и от внутренних дел страны. Теоретически, она не имеет ничего общего со странами и организациями, поскольку она, вне всяких границ, но она практически не может не отразиться на мышлении и поведении людей. Некоторые из этих сетей действительно глобальны. Сети влияют на повседневную жизнь общества и индивида, они преобразуют действительность. Сети стали новыми источниками власти, более мощными, чем любое институализированное правительство, так как они более мобильны, легко трансформируются и развиваются, адаптируются к ситуации, меняющейся под влиянием новой информации. С другой стороны, если мы анализируем, к примеру, межличностную Интернет-коммуникацию и возможности объединения людей и их групп в различные виртуальные сообщества, то их потенциал, о чем пишет М. Кастельс, ставится под вопрос прочностью существующих связей. Смысл сообщества как такового в том, чтобы оно вовлекало всего человека в коммуникацию, а не какую-то его часть, как это зачастую происходит онлайн. Эти связи могут быть разрушены одним нажатием кнопки, когда интерес к ним пропадает. Тем не менее, М. Кастельс полагает, что включенность в сеть является необходимым условием участия в жизни современного общества.

Несмотря на свой энтузиазм, связанный с возросшими возможностями связи между людьми, Кастельс, как и многие его предшественники, опасается, что в случае, когда главной



составляющей этого общения станет развлечение, интерактивный потенциал Интернет-коммуникации будет минимизирован, и она приобретёт однонаправленный характер. Однако фактором, определяющим в индивидуальном порядке, кто какую коммуникацию выберет для себя, М. Кастельс называет культурные и образовательные различия. Будут существовать две разные группы: взаимодействующие и включённые во взаимодействие, т.е. те, кто способен выбирать свои разнонаправленные цепи коммуникации, и те, кого будут снабжать ограниченным количеством заранее предопределённых вариантов выбора [41]. Унифицированная культурная власть массового телевидения (от которой в прошлом уклонялась лишь немногочисленная культурная элита) таким образом, заменяется в современную эпоху сосуществованием возможностей интерактивной электронной коммуникации, когда индивид сам волен выбирать какую информацию, когда, в каком объёме и зачем потреблять.

С распространением Интернета появилась новая среда политической коммуникации, которая вбирает в себя практически все принципиальные особенности, на которых фокусировались теоретические подходы, рассмотренные выше. Политический процесс переосмысливается в контексте новых информационных и коммуникационных технологий. Многообразие описанных выше подходов и развитие новых информационно-коммуникационных технологий ставит задачу переосмысления и определения понятия политической коммуникации.

Процесс коммуникации заключается в смене и воспроизводстве составляющих его компонент: отправление, получение и обработка сообщений, осуществлении обратной связи. Такой процесс становится



политической коммуникацией в том случае, когда оказывает воздействие на политику или стремится его оказать. Результаты такого воздействия могут проявляться как незамедлительно, так и по прошествии времени. Оно может быть прямым, например, когда проявляется в призывах к участию в выборах, обращении за поддержкой того или иного политического курса или законопроекта. Косвенное воздействие сообщений проявляется в том, что они могут использоваться для формирования образов или стереотипов, политических ценностей и отношений. В свою очередь такие установки влияют на политическое сознание и действия политических элит, индивидов и общественности [28].

С развитием новых медиа политическая коммуникация стала мультисубъектной и мультиобъектной. Создателями и отправителями сообщений являются различные политические акторы: политики, лидеры общественного мнения, журналисты, представители групп интересов или индивиды, которые могут не иметь никакого отношения к каким-либо политическим организациям и даже не иметь политической мотивации. То же самое относится и к реципиентам сообщений.

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 [97].

И влияние Интернета на политической процесс операционализируется именно посредством политической коммуникации: горизонтальной между пользователями, односторонней массовой коммуникации, мобилизации граждан и воздействию посредством сети на политических акторов. Интернет как среда, сама по себе не может рассматриваться как фактор политического процесса. Принципиально важно, что именно за счёт коммуникации единица информации производит политический эффект, воздействуя на сознание, убеждения и поведение индивидов, общностей, институтов, а также на среду, в которой они существуют.

В следующем параграфе будет рассмотрено, как характеристики Интернета как особой среды и нового публичного пространства могут изменить практики политической коммуникации, а также как они переосмысливаются в научных трудах.

## **1.2. Интернет и политическая коммуникация.**

По мере проникновения Интернета ставятся концептуальные вопросы о том, как новые информационные технологии опосредуют политические отношения, приносит ли новые медиа новое качество в коммуникацию между гражданами. С точки зрения прикладного анализа существует большое многообразие зарубежных теоретических разработок, связанных с изучением разных специфических аспектов коммуникации, опосредованной новыми информационными технологиями. Интересны исследования, которые фокусируются на влиянии коммуникации в Интернете на политическое участие. Многие исследования пытаются найти ответ на вопрос, влияет ли коммуникация среди пользователей на

политическое участие онлайн и оффлайн, и как эти виды политического поведения взаимодействуют. Важнейшей темой также является влияние Интернета на электоральное поведение. Множество исследований посвящено тому, как новые каналы коммуникации способствуют мобилизационной активности политических акторов и манипулированию общественным мнением.

В целом среди исследователей политической коммуникации и Интернета можно сформировать и лагерь кибероптимистов и группу киберпессимистов. Исследователи видят положительную роль Интернета в поддержании плюрализма и разнообразия интересов в общественной сфере. Критикуют в качестве возможного источника фрагментации [180]. Некоторые фокусируются на исследовании наиболее резонансных случаев общественной мобилизации в Интернете [118], другие рассматривают Интернет, практически как идеальную модель общественного пространства, в котором главенствуют принципы рациональности действий и целеполагания [133]. Большинство исследований, изучающих концептуальную роль глобальной сети, подчёркивает, что Интернет является фактором демократизации, так как ведёт к информационной открытости и сокращению дистанцированности людей друг от друга [114]. Много внимания уделяется роли Интернета в формировании демократического политического дискурса и культивировании ценности участия. Такие исследователи, как Бимбер, выделяют особую роль Интернета в формировании дополнительного средства сообщения с управляющими субъектами, а также средства канализации политической и гражданской активности [109].

Как видно существует множество подходов, объясняющих то, как изменяются общественные отношения, опосредованные новыми

информационно-коммуникационными технологиями и, в частности, Интернетом. Представляется, что в случае с Интернетом, многие явления могут быть объяснены, исходя из анализа структурных и средовых особенностей этого нового публичного пространства. В данном параграфе мы попытаемся рассмотреть, какие новшества принесла глобальная сеть в сферу политической коммуникации с точки зрения особенностей Интернета как среды.

В первую очередь стоит указать на сетевой характер организации Интернета, который в свою очередь определяет многие другие особенности, описанные ниже. Сетевой характер коммуникации отличается от традиционных иерархических властных отношений. Сетевая коммуникация построена на иных принципах политического взаимодействия. Ей присущи следующие характеристики: а) независимость членов сети; б) множественность лидеров; в) добровольность связей; г) объединяющая цель; д) множественность уровней взаимодействия [78]. Система, базирующиеся на сетевой основе, с одной стороны характеризуются динамичностью, практически неограниченными возможностями к расширению, а также высокой устойчивостью, поскольку потеря одного из элементов системы практически никак не влияет на способности её функционирования и организацию [41].

Благодаря сетевой структуре Интернет-среда создаёт широкие возможности горизонтальных коммуникаций. Если традиционные СМИ ориентированы преимущественно на одностороннюю трансляцию информационного контента сверху вниз, от субъекта к целевым аудиториям, то современные онлайн-ресурсы предоставляют широчайшие возможности горизонтальной коммуникации между самими конечными реципиентами информации.

Принципиально важно и то, что любой пользователь может создавать сети практически любого масштаба. Практически неограниченные возможности по конструированию и реконструированию ассоциаций и сетей является важнейшим свойством политической коммуникации в Интернете. Интернет позволяет людям с одинаковыми политическими установками создавать новые виртуальные сообщества со своими устоявшимися и разделяемыми ценностями, и формировать, таким образом, солидный социальный капитал. С другой стороны, некоторые исследователи постулируют, что Интернет является принципиально новым средством формирования виртуальных ассоциативных сообществ, оторванных от реальной жизни [161]. Такой вектор может способствовать многим факторам дезинтеграции и освобождению индивидов от исполнения требований общественного контроля, которыми они связаны как члены сообщества.

Далее есть ряд особенностей Интернет-среды, обусловленных инструментальными факторами, связанными с контентом. Во-первых, это экстерриториальность. Интернет-сайты всегда доступны всем пользователем безотносительно их местонахождения. Зона распространения традиционных каналов коммуникации, как правило, ограничена. В отличие от традиционных информационных ресурсов онлайн-ресурсы могут быть доступны в любой географической точке независимо от того, где сейчас находится интернет-пользователь. Во-вторых, мультимедийность. Традиционные медиа всегда ограничены в использовании разных видов контента. В большинстве онлайн-ресурсов возможно одновременно разместить практически всё многообразие типов контента. На сайте или в блоге может размещаться как текстовая информация, так и аудио- и видеоролики, фотографии, гипертекстовые ссылки на другие ресурсы, ссылки на

различные информационные базы и архивы и т.д. В-третьих, немаловажным является и то, что традиционные средства коммуникации ограничены в объеме размещаемого в них контента: количеством печатных полос, эфирным временем и т.д. Онлайн-ресурсы позволяют размещать практически неограниченные объемы информации. На видеопортале, например, могут быть размещены огромные объемы видеоконтента, а электронное издание может вмещать в себя неограниченный объем текстовой информации. В-четвертых, оперативность. Онлайн-ресурсы позволяют размещать необходимую для работы информацию в любой момент времени. Время, которое проходит между событием и его интерпретацией в сети, стало минимальным. Традиционные медиа не позволяют достичь такой же оперативности и доступности. Также оперативность традиционных средств массовой информации невысока при реагировании на высоко динамичные события. Онлайн-ресурсы предоставляют возможность ежесекундного размещения оперативной информации, фактически создания информационной репрезентации события в режиме реального времени. Особенно на фоне роста количества аккаунтов в социальной сети микроблогинга Twitter, когда каждый пользователь может вести трансляцию события, свидетелем которого он стал. В-пятых, интерактивность. Эта особенность онлайн-ресурсов позволяет организовать взаимодействие с пользователями, обеспечить двустороннюю коммуникацию, а не просто трансляцию сообщений. Интернет предоставляет разнообразные интерактивные возможности: гостевые книги, форумы, комментарии в блогах, позволяющие организовать массовое обсуждение темы, группы в социальных сетях, кастомизированное потребление информации и многое другое. Интернет-среда изначально сконструирована таким образом, чтобы предоставлять пользователю возможность в режиме



онлайн реагировать на получаемые сообщения, самому выступать и в качестве объекта коммуникации и в качестве субъекта.

Следующая важнейшая средовая характеристика Интернета – его эгалитарная сущность. Глобальная сеть предоставляет равные возможности доступа к информации для всех пользователей. Г. Рейнгольд назвал Интернет великим уравниателем, потому что сеть уравнивает баланс сил между гражданами и держателями власти [166]. С этой точки зрения Интернет может способствовать изменению связей между различными социальными слоями населения. Теоретически все пользователи равны с точки зрения возможностей получения информации в Интернете. Такая качественная симметрия между крупными и мелкими пользователями, наряду с сетевым характером распространения информации и снижающейся по экспоненте стоимостью её обработки обуславливает ещё одну характеристику Интернета – её децентрализацию. Появились основания предполагать, что современные цифровые сети позволят перейти от власти крупных иерархичных организаций к власти множества рассредоточенных пользователей [173].

В сети наблюдается не только равенство пользователей с точки зрения доступа к информации. В отличие от других медиа Интернет позволяет любому объекту коммуникации становиться субъектом коммуникации. Это равенство обусловлено тем, что сеть позволяет пользователям распространять информацию среди других пользователей с минимальными предельными издержками, и каждый потребитель информации может стать одновременно и её производителем [159].

Говоря о равенстве объектов и субъектов коммуникации в сети необходимо рассмотреть уникальный вид онлайн-ресурсов и медиа, основанных на создаваемом пользователями контенте (user generated content). С внедрением в Интернет-пространстве технологий интерактивности Web 2.0 в сети появилась уникальная возможность создавать ресурсы, позволяющие самим пользователям генерировать контент данных ресурсов и зачастую выступать в качестве гражданских журналистов. По большому счёту весь контент блогов и многих форумов, а также контент в социальных сетях создаётся самими пользователями. При этом уровень доверия к информации, содержащейся на таких ресурсах, как правило, существенно выше, чем к информации, транслируемой по традиционным каналам. Связано это в первую очередь с тем, что при обсуждении тех или иных тем мнение формируется коллективно в процессе горизонтальных коммуникаций самими пользователями, а не с помощью прямой рекламы, журналистов и экспертов, воспринимаемых как ангажированные. При этом если обсуждение происходит на нейтральной, не ангажированной площадке, уровень доверия к размещаемой на ней информации также повышается.

В этом смысле Интернет, как практически неограниченная среда, может быть хорошим противоядием против «магических пуль», о которых писали П. Лазарсфельд, Э. Аронсон и Э. Пратканис. С одной стороны, развитие множества социальных онлайн-групп должно преодолеть изолированность индивида. С другой стороны, в условиях, когда каждый пользователь в любой момент превращается в источник массовой информации, влияние институализированных СМИ ослабевает.



Интересны исследования политической коммуникации в Интернете и с точки зрения изучения политической идентичности. При коммуникации по электронной почте или в чатах используются не видимые лица, а зашифрованные адреса, что даёт некоторые основания исследователям ставить вопрос о том, что Интернет является фактором общественного равенства [161]. Традиционные маркеры социальных различий (пол, национальность, возраст, социальный статус) подобным же образом оказывается невидимыми, а, следовательно, смыслы сообщений оцениваются безотносительно стереотипов, проявляющихся при личном общении. С другой стороны, разные Интернет-площадки конструируют идентичность в самых разных направлениях. Некоторые площадки, например, такие как многопользовательские ролевые игры, позволяют строить полностью придуманные виртуальные идентичности, хотя даже в таких играх использование «настоящих имён» - зачастую, вполне обычная практика. Другие Интернет-площадки позволяют участникам обретать идентичность и таким образом канализировать социальную напряжённость [142].

Ещё одной значимой характеристикой Интернета, как принципиально новой среды политической коммуникации является неопосредованность. Так А. Этциони разрабатывал концепцию теледемократии, которая фокусируется на возможностях по дистанционной коммуникации, и приходу власти сообществ на смену профессиональным политикам. [128]. В продолжение этой идеи исследования Интернета заключают в себе посыл, что сеть позволит считать ненужными институты посредничества. В свою очередь это заставляет многих исследователей говорить о том, что будущее политики - в развитии института прямого волеизъявления [137]. Этот институт называют «прямой демократией» её сторонники, и



«плебисцитарной демократией» - её критики. Коль скоро политические партии, законодатели и другие политические посредники служат в качестве каналов связи с общественностью, взаимодействуя с избирателями и друг с другом, распространение Интернета, или если брать более широко, сетевой организации общества, может автоматизировать их функции и ограничить их власть, как кураторов этого взаимодействия.

Интернет изменил роль медиаторов в процессе распространения информации. В условиях сетевого общества и Интернет-технологий влияние имеет именно авторитет и знания, а не прямая власть, поскольку Интернет-сообщество изначально не терпело руководство над своими действиями и воспринимает виртуальное пространство как территорию, свободную от вмешательства государства [42]. Тем не менее, Интернет не снял вопрос посредников. И идеи двухступенчатой коммуникации, заложенные когда-то П. Лазарсфельдом до сих пор актуальны. Лидеры мнений продолжают играть важнейшую роль в распределении информационных потоков в политическом сегменте сети [98] [99].

Резюмируя, можно говорить о том, что Интернет является пространством, интегрирующим возможности коммуникации всех существовавших до него медиа. Фактически Интернет демонстрирует синтез коммуникационных основ и этапов, пройденных обществом: от общества уха до глобальной деревни.

И разные аспекты политической коммуникации в Интернете можно рассматривать, используя теоретические подходы, изучавшие влияние разных медиа на политический процесс. Например, Интернет как канал массовой коммуникации стал инструментом стереотипизации политического сознания, о которой писал У.

Липпман. Возросший объем информации предопределяет появление новых коммуникационных форм, например, таких как Интернет-мемы – единиц передачи культурной информации, которые в сетевой среде приобретает характер подчеркнуто стереотипизированного, схематичного, зачастую агрессивного и поданного в юмористической форме маркера того или иного социального явления или публичного деятеля.

Интернет может быть описан и в терминах однонаправленной политической коммуникации, осуществляемой в субъектно-объектной плоскости по принципу «стимул-реакция». Безусловно, Интернет привнес новое качество в изучение интерактивного взаимодействия объекта и субъекта коммуникации. И конечно, обилие в Интернете горизонтальных связей и возможностей по воспроизводству сетей актуализирует задачу изучения роли посредников и развития теории многоступенчатой коммуникации. В рамках теории постиндустриального общества можно говорить о том, что сетевой характер глобальных общественно-политических процессов, в принципе меняет характер политической коммуникации, опосредованный новыми информационно-коммуникационными технологиями, и в первую очередь Интернетом.

Большинство процессов человеческой деятельности создаются, развиваются и функционируют благодаря процессу коммуникации. А сам коммуникационный процесс является необходимым условием формирования социальных систем, потому что именно он обеспечивает связь, как с внутрисистемными элементами, так и с окружающей средой. Коммуникация приобретает политический характер в том случае, если она оказывает непосредственное или опосредованное влияние на политику, касается сферы властно-

управленческих отношений, прямо или косвенно связана с вопросами власти. Описанные выше средовые характеристики Интернета позволяют сформулировать определение политической Интернет-коммуникации.

В рамках данного исследования под политической коммуникацией в Интернете мы будем понимать разнонаправленный и разноуровневый процесс передачи, воспроизводства и обмена посредством Интернета информации, способной оказывать воздействие на политические ценности, предпочтения и поведение политических акторов.

Важно отметить два момента. Во-первых, информация, которая способна оказать воздействие на поведение политических акторов, не обязательно должна касаться непосредственно политики и политического, а также может относиться к социальной, культурной, экономической сфере общества. Во-вторых, такое определение подчеркивает мультисубъектность и разнонаправленность взаимодействия: к политической коммуникации относится и массовая коммуникация (например, распространение новостей и информационных сообщений), как однонаправленная (например, репрезентации традиционных СМИ в Интернете), так и интерактивная (обсуждение новостей на интерактивных площадках и ресурсах с контентом пользователей (user generated content/UGC-СМИ)), и индивидуальное потребление политической информации в Интернете (например, чтение новостей и мнений популярных блогеров), и коммуникация между пользователями (например, в социальных сетях), и коммуникационное воздействие на политических акторов, как предполагающее (например, использование портала государственных услуг или обращение в государственные органы),

так и не предполагающее обязательную реакцию со стороны реципиента (подписание петиций обращений, организация кампаний поддержки и протеста, хакерство и DDOS-атаки и т.д.).

Такая многосоставность Интернета обуславливает объективные ограничения исследования онлайн-коммуникации. Как подходы, акцентирующие внимание на позитивной роли Интернета в общественной жизни, так и теории, раскрывающие угрозы, которые несёт Интернет, сталкиваются с проблемой неструктурированности этой среды. И это справедливо в нескольких смыслах. Коммуникация в Интернете взаимоувязана с другими медиа, например, телевидением [109]. Разные онлайн-площадки разными способами встроены в более широкие социальные структуры, такие как общественные движения, профессиональные объединения, группы интересов, и их развитие сложно понять безотносительно анализа генезиса этих структур [176]. Интернет-коммуникация может осуществляться одновременно и горизонтально и вертикально, а ее объекты могут в то же время выступать в качестве субъектов.

Практически любое исследование, направленное на изучение какой-либо отдельной ипостаси политической Интернет-коммуникации, является ограниченным, так как не учитывает ряд особенностей Интернета, как пространства, включающего в себя разнонаправленные (и вертикальные и горизонтальные) каналы коммуникации и обладающего своей средовой спецификой. В следующей главе будет предложен подход, нацеленный на структурирование и комплексный анализ Интернета, как системы трех измерений, определяемых в зависимости от субъектности и направления коммуникации.

### 1.3. Теоретико-методологический подход исследования

Интернет, как сложная, динамичная и «текучая» среда [6] обладает рядом принципиальных особенностей. Он сочетает в себе характеристики одновременно и самостоятельного пространства политического взаимодействия, и канала коммуникации, производного от внесетевого политического процесса. Вместе с этим Интернет интегрирует разные модели коммуникации: реципрокное взаимодействие, одностороннюю коммуникацию, индивидуальное потребление информации, групповое взаимодействие, и одновременно является средой взаимодействий и для объектов и для субъектов политического процесса и государственного управления.

Исследования того, как политическая коммуникация в Интернете соотносится с политическим процессом, можно структурировать с точки зрения двух критериев: а) направления коммуникации; б) количества коммуницирующих акторов и субъектности коммуникации. Мы выделяем три вектора изучения Интернета, которые включают в себя практически всё многообразие практик политической коммуникации, опосредованной Интернетом: 1) исследование того, как Интернет влияет на вовлечение пользователей в политический процесс (преимущественно описывается проблематикой политического участия и политической мобилизации); 2) исследование особенностей виртуального публичного пространства (описывается проблематикой социальных сетей, модели социального капитала, развития онлайн-сообществ и делиберативной коммуникации); 3) исследование перспектив «электронной демократии» и «электронного правительства» (описывается инструментальными возможностями Интернета в сфере

формирования властных институтов и организации исполнения государственных функций).

Рассмотрение роли и места Интернета в политическом процессе в рамках отдельно взятого вектора, имеет теоретические ограничения и зачастую противоречащие другому направлению исходные предпосылки, что не позволяет дать комплексной картины проблематики. Для определения принципиальной канвы исследования, будут критически рассмотрены обозначенные выше векторы исследования. Будет показано, что проблемы изучения изолированно каждого из обозначенных направлений ставят задачу анализа Интернета-пространства как совокупности взаимосвязанных, мультисубъектных и разнонаправленных измерений коммуникации.

Для решения этой задачи будет предложена теоретическая конструкция на основе рассмотрения Интернета, в качестве подсистемы политической системы. Кроме этого, изучение теоретико-методологической базы для обозначенных исследовательских векторов задаст рамки для проведения во второй главе анализа Рунета, как многомерного пространства политической коммуникации.

Развитие Интернета привело к появлению идеи о том, что такое пространство безграничной информации и неограниченного доступа к ней должно вылиться в развитие и конвенционального и неконвенционального политического участия. В первую очередь критически рассмотрим факторы Интернета, способные повлиять на политическое участие, которые мы можем назвать «количественными»: возможность увеличения объёмов политической информации, снижение издержек доступа к ней, техническое уравнивание возможностей политического участия [159].

Интернет имеет потенциал для малозатратного и быстрого распространения политической информации и сочетает в себе наиболее сильные стороны каждого из традиционных медиа (радио, телевидение, пресса), предоставляя возможность передавать и воспринимать как оптическую, так и акустическую информацию, коммуницировать как односторонне, так и интерактивно, как с массовой публикой, так и индивидуально [19]. Интернет создаёт новое публичное пространство площадок коммуникации «всех со всеми», и, таким образом, может способствовать наращиванию социальных связей и культивированию навыков общественной активности [144]. Однако, признавая такой потенциал Интернета, необходимо иметь в виду целый ряд ограничений: информационного неравенства (информационного раскола – термин «digital divide», употребляемой в зарубежной политологии), объективных когнитивных способностей человека, политических запросов и интересов индивида [124].

Прежде всего, следует упомянуть фактор цифрового неравенства, т.е. неравенства доступа к информационным технологиям. Интернет ещё не достиг масштабов распространения телевидения и не стал его полноценной заменой [132]. А те, кто имеет доступ в Интернет, во-первых, зачастую не составляют существенную долю населения, а, во-вторых, не являются репрезентацией общества. Традиционно пользователи Интернета – наиболее образованные и обеспеченные члены общества.

Далее стоит сказать о дифференциации с точки зрения активности и практик использования Интернета внутри сети. Уже появилась концепция нового цифрового неравенства (new digital divide), которая постулирует, что по мере всеобщего распространения

новых информационно-коммуникационных технологий, доступ к Интернету получает большинство. Но вместе с тем, внутри сети, то есть среди пользователей есть серьёзные различия и разделение на тех, кто производит контент и на тех, кто его потребляет. И эти различия предопределены технологическими особенностями доступа к Интернету и навыками пользователей по использованию Интернета [165].

Даже при допущении, что Интернет все-таки увеличивает возможности для распространения, потребления политической информации и уравнивания политических акторов, означает ли это, что этот потенциал используется и конвертируется в реальное политическое участие? На этот вопрос некоторые исследователи отвечают утвердительно [186]. Например, приводятся эмпирические доказательства того, что сетевая онлайн-коммуникация усиливает участие в общественной жизни местных сообществ [102], активные Интернет-пользователи проявляют большую заинтересованность в политике [113], имеют более высокий уровень доверия и более развитые социальные сети по сравнению с неактивными пользователями [168].

Но обнаружение таких зависимостей ещё не даёт объяснения природы причинно-следственных связей. Несмотря на ряд исследований, защищающих идею о том, что Интернет способен мобилизовать политически неактивных людей [105], важный полемический тезис заключается в том, что сеть позволяет активизировать деятельность и так предрасположенных к этому граждан, и в первую очередь тех, кто уже вовлечён в политическую активность и инкорпорирует Интернет в существующий набор каналов политического участия [110].



Скептическая позиция заключается в том, что Интернет, безусловно, изменил информационную среду, но не принес качественных изменений в заинтересованность индивидов в политическом участии, их способности принимать решения и предпринимать действия на основании увеличившегося потока политической информации [108]. Некоторые исследования показали, что использование Интернета в инструментальных целях политического участия в первую очередь детерминировано социальным положением, уровнем образования и дохода [110], возрастными поколенческими факторами [141], а не техническими возможностями. И если неравенство в физическом доступе к Интернету постепенно снижается, асимметрия в мотивации использования и невостребованность политической информации представляют собой куда более серьёзную проблему [124].

Поэтому сам по себе Интернет, используемый во всем мире в основном для развлекательных целей, может и не влиять ни на информированность, ни на вовлеченность пользователей в общественно-политическую деятельность [171]. Так, например, метаанализ 38 эмпирических исследований того, как Интернет влияет на политическое участие (в расчёт брались 166 эффектов такого влияния), привёл к выводу, что, несмотря на то, что в целом эффекты являются скорее положительными, значительность их влияния нельзя назвать существенной [111].

Мы считаем, что противоречивость результатов исследований обусловлена тем, что, во-первых, в качестве проверки гипотез выбирается ограниченное количество факторов и индикаторов политического участия, во-вторых, не учитывается конвергенция онлайн и офлайн механизмов такого участия. Поэтому при изучении механизмов политического участия под воздействием Интернет-

коммуникации необходимо сместить фокус с моделей однонаправленной коммуникации и включать в анализ одновременно факторы горизонтальной коммуникации между пользователями.

На заре своего развития Интернет вызывал надежды на то, что он восстановит силу сообществ, создав новые площадки для межличностной коммуникации людей с общими интересами, преодолев временные и пространственные ограничения [189]. Предполагалось, что онлайн-сообщества будут способствовать развитию открытого демократического дискурса и созданию плюралистической среды за счёт возможностей равноправной горизонтальной коммуникации пользователей. Ведь Интернет теоретически может предоставить возможность участвовать в генерации и обмене взглядов индивида и большинства по широкому кругу вопросов. Такое идеализирование приводит к приданию Интернету, как виртуальному пространству, характеристик хабермасовского публичного пространства, основу которого составляют множество равноправных онлайн-сообществ и открытая, мотивированная и рациональная (рефлексивная) коммуникация рациональных же индивидов без вмешательства посредников и властных институтов. Ниже будет рассмотрен ряд положений, которые пока не позволяют говорить о том, что Интернет станет воплощением мечты о сетевом «гемайншафт», пришедшим на смену «гезельшафт» и заменившим обезличенные (а зачастую узурпированные узкой прослойкой населения) отношения господства между государством и индивидом на общение равных в виртуальном пространстве.

Во-первых, в условиях информационного неравенства, о чем уже было сказано, Интернет – скорее эксклюзивное и элитистское пространство, нежели народное, открытое и универсальное [157].

Во-вторых, чтобы стать идеальным публичным пространством Интернету не хватает единства, устойчивости и рациональности. Онлайн-коммуникация осуществляется преимущественно между носителями общих взглядов, что приводит к фрагментации и появлению множества эксклюзивных сообществ [120]. Рациональная аргументация редко превалирует в онлайн-коммуникации и действительный консенсус вряд ли достижим. Это обусловлено условиями среды, в которой идентичность определяется неоднозначно (она гибкая и изменчивая), социальные маркеры отсутствуют, и поощряется инакомыслие [161].

В-третьих, Интернет на практике не стал площадкой равных (хотя принципиально такую возможность сохранил). Интернет позволяет каждому пользователю порождать собственные сети. Такая симметрия теоретически позволяет создавать эгалитарные сообщества и децентрализованные механизмы политического управления. Но в сети все так же острой остаётся проблема фильтров информации. В публичное пространство Интернета вторгаются коммерческие структуры, политические акторы и государственные институты, что не вписывается в понятие хабермасовского публичного пространства, которое должно быть свободно от любого административного воздействия.

В-четвертых, феномен публичного пространства всегда будет шире, чем просто проблема дискуссии на Интернет-площадках. Интернет способствует развитию плюральной децентрализованной среды, которая, однако, является производной от уже существующих моделей политического участия и представительства. Много

отношений, формирующихся в сети, происходят из офлайн-мира, и приводят к возникновению сообществ, интегрирующих онлайн и офлайн взаимодействия.

В-пятых, природа сообществ Интернета не позволяет им конструировать эффективное публичное пространство. Бимбер разделил сообщества на сильные, в которых коллективный интерес стоит выше суммы индивидуальных, и индивид определяет свои интересы и ценности, исходя из коллективных. И слабые, состоящие из индивидов, которые просто являются носителями интересов и ценностей, разделяемых и взаимодополняемых внутри группы. Он выражает скепсис по поводу того, что Интернет способен порождать сильные сообщества, потому что разделяемые ценности, которые способствуют общественному взаимодействию, а не просто ситуативной коммуникации, наилучшим образом подпитываются именно личным знакомством. Интернет-сообщества уязвимы с точки зрения своей гибкости, подвижности, безграничной возможности присоединения к сообществу и выхода из него, в отличие от сообществ, имеющих географическую или институциональную обусловленность. Кроме этого, важным механизмом сильных сообществ является социальное неформальное нормативное давление, в то время как анонимность онлайн-коммуникации способствует снижению ответственности за свои действия в сети [108]. Более того, Интернет, таким образом, напротив, способен подрывать реальную силу сообществ, так как онлайн-взаимодействие является суррогатным субституту личному общению.

В-шестых, Интернет не является децентрализованным пространством множества разнообразных сообществ. Несмотря на огромное разнообразие взглядов и идентификаций в Интернет-пространстве, пользователями в целом востребованы информации и

коммуникация, которые укрепляют их существующую позицию, и они избегают конструктивной вовлеченности в отличные от их ожиданий площадки коммуникации [180]. То есть пользователи прибегают к своеобразной самоцензуре, фильтруя контент под свои интересы, и сам технический интерфейс способствует этому (закладки, ссылки на аналогичные сайты, кастомизированные системы поиска, рекомендуемые каналы). В отличие от офлайн-среды, где люди неизбежно становятся адресатами разных некастомизированных общественных сообщений. Избирательное потребление информации служит самоусилению взглядов и мнений и, как следствие, к дезинтеграции [110]. Таким образом, Интернет может способствовать фрагментации, и превращению общественного пространства в совокупность анклавов. Это обусловлено характеристиками среды, в которой участники обмениваются разделяемыми в рамках группы позициями, а после каждого очередного обсуждения в рамках группы позиции смещаются в сторону укрепления своей безапелляционности [180].

С нашей точки зрения рассмотрение виртуального общественного пространства межличностной коммуникации должно начинаться в первую очередь с определения его принципиального места и ответа на вопрос: расширяет ли Интернет публичное пространство или создаёт ему альтернативу? Для этого особенности горизонтальной коммуникации между пользователями должны анализироваться не с точки зрения идеального публичного онлайн-пространства, а через призму того, как пользователи взаимодействуют вне сети, и какую роль оказывают посреднические структуры – медиа, партии, госорганы и т.д.

Интернет рассматривается как один из возможных факторов эволюции современной представительской демократии в систему институтов электронной демократии, в которой новые технологические средства и компьютерные сети используются не только для распространения информации и политической коммуникации, но и для объединения интересов граждан и принятия решений [20]. Нас интересуют, какое влияние Интернет оказал на то, как конструируются отношения между политическими и государственными институтами с одной стороны и гражданами – с другой. Если суммировать круг исследований этого среза, он сосредоточен в изучении трёх аспектов – онлайн-механизмы политической мобилизации, электронная бюрократия, электронное представительство и прямая демократия [143].

Интернет изменил среду, в которой политические институты взаимодействуют с адресатами своей деятельности, и создал новые сетевые возможности политической мобилизации. Под политической мобилизацией мы понимаем процессы, за счёт которых политические акторы (кандидаты, партии, группы, активисты) воздействуют на индивидов с целью повлиять на электоральное поведение, принятие какого-либо политического решения, нормативные изменения. Политические партии и общественные организации получили новый канал для фандрайзинга, политической рекламы, организации публичных акций, в том числе протестных, информационного давления. Интернет стал новым средством организации общественного протеста и мобилизации политического ресурса (яркий пример так называемые Интернет-революции в Тунисе, Египте, Ливии). При этом не стоит преувеличивать автономность сети. Остаётся открытыми несколько вопросов. Как соотносятся процессы мобилизации онлайн-средствами и за счёт традиционных

медиа? Интернет – это только ситуативное техническое средство координации действий, или самостоятельный источник социальной базы выступлений?

Изменился и формат взаимодействия властных институтов и граждан.

Часть исследований рассматривает Интернет в ракурсе его возможностей для реализации положений менеджериальной демократии: государственные служащие все больше и больше стали использовать информационные сетевые инструменты принятия решений для того, чтобы сделать многие правительственные функции более рациональными, профессиональными и деполитизированными.

Интернет может стать более эффективной альтернативой институтам посредничества, некоторые исследователи видят будущее политики в развитии институтов прямого электронного представительства посредством новых технологических возможностей [118]. Отмечается возрастающая роль Интернета в способности властных институтов создавать условия для прямого гражданского участия в политическом процессе. Интернет облегчает возможности выявления и регистрации общественных настроений. Особенно важно то, что Интернет может предоставить возможность постоянной обратной связи и обеспечить постоянный диалог граждан и власти на разных уровнях по поводу разрабатываемых и принимаемых политических решений. Важность обратной связи заключается в возможности формировать повестку наиболее важных общественных задач, а также, способствовать информированности, пониманию государственной политики и, как следствие, её легитимности. Таким образом, создаются условия для политической социализации граждан [143]. В результате должно произойти смещение от принципов стандартизации и операционной



эффективности к принципам построения социальных сетей, большей вовлеченности объектов управления, клиентоориентированности.

Однако идеи рационального государственного управления посредством глобальной сети не оправдали возложенных на них надежд. Многое в политике проходит в непубличном пространстве, когда доминирующие политические коалиции прибегают к манипулированию технологиями в своих целях под личиной рационального управления. И Интернет как среда не способен противостоять этой проблеме.

Посылы электронной демократии неизбежно упускают из виду посреднические и политические функции, которые становятся непубличными и создают среду для манипулирования [117]. В рамках политических отношений простое устранение посредничества не может оказаться полным, и использование компьютерных сетей зачастую приводит просто к перемещению функций посредничества. Новые информационные технологии могут не только автоматизировать эти функции, но и, напротив, способствовать еще большему их распространению. Традиционные общественные посредники: политические партии, общественные организации, средства массовой информации не заинтересованы в уменьшении своего значения и не должны исключаться из предметного поля исследований Интернет.

Фокус изучения возможностей по повышению эффективности политической мобилизации и государственного управления должен сместиться с выявления технических возможностей устранения или уменьшения посредничества на определение того, как политические и государственные институты могут интегрироваться в Интернет-среду и использовать в своей деятельности сетевой социальный капитал; и





как обеспечить мотивацию граждан к развитию необходимой демократической компетентности посредством глобальной сети.

Описанные выше направления исследований имеют ряд общих теоретических ограничений, которые обусловлены следующими вопросами.

Первый связан с определением направления взаимодействия политических акторов в Интернет-пространстве (горизонтальное, вертикальное, однонаправленное, интерактивное). Каждый теоретический подход к изучению того, как Интернет может повлиять на политический процесс, фокусируется на том, в каком направлении осуществляется политическая коммуникация, а также на том, сколько субъектов и объектов в ней участвует. Между пользователями, между пользователями и политическими институтами или же однонаправленно путем массовой трансляции сообщения. Изучение Интернета, изолированное в рамках того или иного направления, приводит к недооценке факторов других направлений коммуникации. Например, изучение взаимодействия пользователей в формате «многие со многими» упускает из виду то, как на горизонтальные коммуникационные сети воздействуют политические акторы путем вертикальной массовой коммуникации. Равно как и исследование однонаправленной коммуникации может не учитывать, как транслируемое сообщение видоизменяется, попадая на дискуссионные площадки в блогосфере или социальных сетях.

Второй вопрос связан с определением того, в какой степени Интернет является каналом коммуникации, производным техническим инструментом политического участия, политической мобилизации, горизонтальной коммуникации, электорального

волеизъявления, а в какой степени самостоятельной средой, обособленным виртуальным публичным пространством?

Для комплексного понимания роли Интернета необходимо отвечать на эти вопросы в рамках одной исследовательской модели, но с заимствованием объясняющих факторов из разных теоретических направлений. Это ставит задачу выявления такой концепции, которая позволила бы учитывать многомерность пространства Интернет и интегрировать разные подходы к изучению политической коммуникации в сети.

Совокупность сетевых политических взаимодействий не сводима к какому-либо подсегменту и должна охватывать все основные измерения и площадки отношений граждан, политических и государственных институтов.

Интернет является самостоятельной и обособленной средой политического взаимодействия. В то же время элементы этой среды взаимодействуют между собой, будучи интегрированными во внесетевые процессы. Таким образом, Интернет, с одной стороны, обладает характеристиками системы связанных элементов, а, с другой стороны, испытывает воздействие внесетевых процессов, то есть, встроен в более широкие общественные структуры и является частью политической системы.

В этой связи наиболее применимыми при исследовании Интернета и его российского сегмента представляются идеи системного подхода, основанного на концепциях Д. Истона [126] и Г. Алмонда [104]. Современные представления о процессах в сетевых образованиях вносят существенные коррективы в теорию Д. Истона и Г. Алмонда, но при этом она остаётся актуальным объяснением систем, как порождений многообразия «входов» и «выходов». Так как

политику можно рассматривать как особую форму информационно-коммуникационных процессов, формирующихся при распределении общественных ресурсов и статусов, целесообразно изучать Интернет, как информационно-коммуникационную подсистему политической системы.

На наш взгляд можно рассматривать Интернет, как подсистему относительно устойчивой целенаправленной коммуникации, обладающую упорядоченностью информационных потоков, исходящих от определённых коммуникаторов и реципиентов, использующих характерные для них каналы связи и обладающих содержательными отличиями.

Основной содержательной единицей коммуникации является сообщение – многоаспектная информация о чём-либо. Сообщения, в свою очередь, генерируются политиками, общественными деятелями, писателями, исследователями, различными сообществами или индивидами. Информация выступает универсальной тканью общественных отношений и объясняет политику как особую форму информационно-коммуникационных процессов, формирующихся при распределении общественных ресурсов и статусов с помощью государственной власти [83]. Но при этом информационная составляющая относится не только к средствам обеспечения коммуникации как к субъективированному восприятию, истолкованию и усвоению информации с целью применения её в соответствии с намерениями политических субъектов. Информационность есть атрибутивное свойство индивида, а, следовательно, и человека политического. Именно в этой деятельности – цель политического коммуницирования:

сформировать или изменить политическое поведение получателя информации благодаря пониманию им информации.

Изучение должно быть направлено не только на технологические средства транслирования и обмена политической информацией, но на исследование всего комплекса взаимодействий политизированного сегмента Рунета, являющегося площадкой для потребления политической информации, осуществления обмена ею, генерации новой информации и осуществления политических действий на основе полученной информации. Предлагается исследовательский подход рассмотрения Интернета как подсистемы, состоящей из трёх взаимосвязанных измерений (векторов-осей) коммуникации:

Во-первых, измерение «пользователи – политические институты». Сюда включается следующий предметный круг: Интернет, как канал требований, то есть исследование того, как осуществляется артикуляция и агрегирование интересов в рамках Интернет-пространства, как реализуется неконвенциональное политическое участие; Интернет как канал поддержки, то есть канал конвенционального политического участия.

Во-вторых, коммуникационное взаимодействие в направлении «пользователь-пользователь». Сюда включается: изучение характеристик Интернета как особой среды горизонтальной коммуникации; роль структурных факторов (сетевые сообщества и межгрупповая коммуникация); роль медиаторов (лидеры мнений); роль факторов контента (формат сообщения, язык и т.д.).

В-третьих, вектор «политические институты – пользователи». Сюда включается: изучение роли государственных и политических институтов в формировании, в рамках Интернета и посредством него, политического участия, мобилизации и создании механизмов

политической социализации; исследование возможностей развития институтов представительства и механизмов электорального волеизъявления; перспективы электронного правительства.

При этом первое, что стоит отметить: при изучении Интернета нужно рассматривать эти измерения, как взаимосвязанные. Так, например, проблемы политического участия в сети невозможно рассматривать безотносительно роли политических институтов и того, как это участие опосредуются структурными факторами горизонтальной коммуникации между пользователями. Неконвенциональное политическое участие детерминировано возможностями организации сетевых Интернет-сообществ. Так же и политическая мобилизация – сложный комплексный процесс, который происходит во всех трёх обозначенных выше измерениях. Второе, помимо взаимосвязанности важно, что явления, происходящие в этих измерениях, являясь производными от политических процессов оффлайн, все вместе формируют самостоятельную среду политического взаимодействия, которая является информационно-коммуникационной подсистемой политической системы.

Как было сказано выше, изучение по отдельности каждого преломления политического процесса, опосредованного политической коммуникацией в Интернете, снижает комплексность анализа, а рассмотрение всех измерений в рамках одного исследования сложно реализуемо из-за большого объёма наблюдений и эмпирического материала. Решение этой коллизии возможно путём выделения общего фактора, значимого для всех измерений политической коммуникации в Интернете. Поэтому в рамках нашего исследования представляется важным определить такую общую категорию, универсальный элемент, значимый для всех обозначенных выше

измерений влияния политической коммуникации на политический процесс.

В рамках предложенного подхода операционализация роли Интернета в политическом процессе осуществляется через анализ того, как сетевая коммуникация влияет на политическое участие. Политическое участие было выделено в качестве искомой универсальной категории, элемента политического процесса, необходимого для эффективного коммуникационного взаимодействия в рамках всех трех обозначенных выше измерений. Политическое участие является одним из способов поддержки гомеостаза, равновесия политической системы, посредством которого преодолевается отчуждение широких слоёв населения от влияния на политику, на принятие решений. Политическое участие необходимо для взаимодействия политических институтов и рядовых пользователей, для создания условий делиберативной горизонтальной коммуникации, для осуществления идей электронной демократии и электронного правительства. Именно политическое участие является ключевым элементом для развития политического процесса, необходимым элементом функционирования политической системы и её подсистем.

Во второй части исследования будут рассмотрены характеристики и обозначена проблематика влияния политической коммуникации на политический процесс в рамках трёх обозначенных измерений. Уровень же политического участия станет переменной для статистической проверки возможностей влияния Интернета на политический процесс. В заключительной части исследования будет проведён статистический анализ того, как российский сегмент Интернета может повлиять на: 1) электоральную активность, как

важнейший элемент конвенционального политического участия и электоральные предпочтения. 2) политическое неконвенциональное участие. 3) гражданскую активность.

Характеризуя потенциал Интернета, следует различать 1) инструментальную роль Интернет-технологий, открывающих возможности возрождения существующих, реальных практик политического поведения; и 2) роль виртуального публичного пространства, зарождающегося и развивающегося исключительно в пределах киберпространства по собственным законам и собственной логике. Практически все теоретические конструкции могут быть распределены по двум магистральным подходам, в зависимости от того, какую роль они отводят Интернету, как новому медиа, в своих причинно-следственных моделях.

Один подход, который может быть назван технологическим детерминизмом, постулирует решающее влияние новых технологий на развитие общества. Согласно этому подходу технология – если не единственный, то главный двигатель общественных изменений и фундаментальный фактор, определяющий модели общественной организации [116]. Технологии первичны, накладывают свой отпечаток и привносят свою логику в общественные отношения. При этом концепции технологического детерминизма могут фактически сводить роль человека к нулю, когда «технология функционирует независимо от системы, которой служит и становится автономной, как если бы машины перестали управляться своими создателями» [155, с. 142]. Или же допускать равнозначную роль технологий и человека в общественном развитии. То есть признавать силу технологии достаточной для выработки повестки дня и условий



функционирования политической системы, но недостаточной непосредственно для определения политических решений [136].

Интернет в логике технологического детерминизма может рассматриваться как относительно автономное, саморегулируемое и самовоспроизводимое виртуальное публично пространство, оказывающее непосредственное и значительное влияние на процессы, происходящие вне сети. Всеобщее распространение Интернета неизбежно и приведёт к его внедрению во все сферы жизнедеятельности общества, в том числе и политическую. Политическая жизнь оффлайн перетечёт в онлайн, просто потому что это удобнее, дешевле и эффективнее. Элементы электронной демократии, электронного правительства, сетевого фандрайзинга и т.д. – лишь начальная стадия. Интернет с точки зрения влияния на политическое поведение индивидов займёт то место, которое занимало радио в первой половине двадцатого века и телевидение в конце двадцатого века. За счёт всеобщего распространения, повышения объёмов политической информации и её доступности, появления новых возможностей для политической мобилизации. В рамках данного подхода активно развивается мобилизационная теория изучения роли Интернета [113] [145] [159], которая отстаивает идею о том, что Интернет открывает новые возможности для расширения политического участия и гражданской активности за счёт привлечения новых групп граждан. Как пишет П. Норрис, если мобилизационные теории верны, информация в Интернете должна достигать тех, кто не охвачен традиционными медиа или не вовлечён в общественную жизнь, например, молодёжь, людей в изолированных сообществах или малочисленные политические группы, и, таким образом расширять пространство гражданской активности [155, с. 34].



Другой подход, который может быть назван социальным конструктивизмом, постулирует, что реальность конструируется исключительно социальным взаимодействием и концентрируются на изучении социально-экономических предикатов политических отношений и действий, перенося эти же факторы в Интернет. Технология не более чем средство достижения цели, которую ставит перед собой человек, и общество всегда контролирует, как, когда и для чего она используется [131]. То есть, наличие доступа к технологии, такой как Интернет, не является самодостаточным условием изменения политического поведения [149]. То, какие условия Интернет предоставляет для политического участия, не важно до тех пор, пока индивид не обратится к глобальной сети в качестве средства политического действия. В рамках данного подхода Интернет-среда является исключительно репрезентацией оффлайн-среды, пространством, производным от общественно-политической ситуации и социально-демографических факторов на индивидуальном уровне. В этой логике политические акторы сами предопределяют технологии при достижении целей, выполнении функционала, выстраивании системы отношений. Поэтому различия в политическом поведении между разными социальными группами переносятся в виртуальное пространство в тех же пропорциях, что и в реальном общественном пространстве. Интернет оказывает минимальное влияние на политическое поведение, которое, прежде всего, обусловлено социальной идентификацией.

В этом ключе одной из важных является концепция усиления политического участия (reinforcement) [125] [155], которая говорит о том, что именно те, кто уже вовлечён в политический процесс — наиболее обеспеченные, информированные, обладающие ресурсами и навыками для политического участия, получают основную выгоду от

развития новых каналов, одним из которых и стал Интернет. А Интернет только дополняет существующие модели политического поведения [125]. Интернет как новое публично пространство лишь воспроизводит существующее социальное неравенство и практики политического участия: складывается порочный круг, когда сеть воспроизводит активность и так активных [155].

Адепты социального конструктивизма считают Интернет-технологии эффективным инструментом осуществления традиционных функций политического участия, низовой самоорганизации и активности. Технологические детерминисты считают, что Интернет способен в принципе изменить структуру и формы общественной самоорганизации, заменить устаревшие, географически ограниченные общины, новыми, виртуальными общинами, преодолевающими традиционные ограничения времени, пространства и т.д.

Анализ измерений политической коммуникации во второй главе исследования и эмпирический анализ воздействия Рунета на политическое участие в эмпирической части позволит определить, с позиций какого подхода – технологического детерминизма или социального конструктивизма, может быть объяснён генезис Рунета и его место в российском политическом процессе. И, таким образом, ответить на вопрос, способен ли Рунет, рассматриваемый через призму политической коммуникации, стать самостоятельным детерминантом политического процесса или же является пространством, в первую очередь производным от сложившейся социально-политической ситуации и используемым преимущественно в инструментальных целях?

## **Глава II. Рунет как пространство многосторонней политической коммуникации**

В данной главе будут проведён анализ того, как политическая коммуникация в Рунете опосредует политический процесс, исходя из рассмотрения обозначенных в первой главе измерений взаимодействия. Прежде всего, будут определены социально-демографические характеристики проникновения Рунета. Далее будет определена степень политизированности Рунета и произведена классификация Интернет-ресурсов политизированного сегмента. Затем будет представлен ответ на вопрос, насколько Рунет является значимым каналом коммуникации среди других медиа? На основании полученных данных будет произведён анализ Рунета как канала вертикальной массовой коммуникации. Будут рассмотрены различия в электоральных политических предпочтениях пользователей и непользователей. Мы оценим возможности Рунета с точки зрения развития механизмов политической мобилизации и реализации идей электронной демократии. И, наконец, мы рассмотрим Рунет в качестве пространства горизонтальной коммуникации, среды протестного дискурса и политических требований.

Для начала дадим определение Рунета. Рунет – это часть глобальной сети Интернет, состоящей из сайтов с контентом преимущественно на русском языке. По данным Яндекса на осень 2009 года, Рунет состоял из около 15 миллионов сайтов. Только в текстовом формате (без учёта картинок, аудио- и видеофайлов) в Рунете размещено более 140 тысяч гигабайт данных [198].

Далее важным представляется определение того, насколько значимым каналом коммуникации является Рунет. Прежде всего,



необходимо проанализировать уровень проникновения Рунета. По данным фонда «Общественное мнение» на март 2013 года доля активной аудитории российского сегмента Интернет – это выходящие в сеть хотя бы раз за сутки, составляет 43% (50,1 миллиона человек). Доля недельной аудитории – 55% и месячной – 53%. За 2012 год прирост российских Интернет - пользователей, выходящих в сеть хотя бы раз за месяц, составил 11%, а для суточной аудитории данный показатель равен 13%. А ещё 5 лет суточная аудитория Рунета составляла всего 13,1%. Таким образом, распространение глобальной сети осуществляется достаточно быстрыми темпами и до сих пор демонстрируют уверенную положительную динамику, хотя и замедляющуюся. Москва и Санкт-Петербург остаются лидерами по уровню проникновения Интернета, тем не менее, прирост осуществляется преимущественно за счёт регионов: по данным на весну 2013 года 86% новых пользователей проживает за пределами двух столиц [197].

По данным международной исследовательской компании ComScore, в 2007 году российский пользователь Интернета в среднем проводил в сети 13,3 часа в месяц. К началу 2012 года средняя продолжительность нахождения в сети выросла почти в 2 раза – до 22,4 часов в месяц. Таким образом, можно утверждать, что в России за последние годы не просто стало значительно больше пользователей сети, но её использование значительно интенсифицировалось [77].

Тем не менее, Интернет в России не стал всеобщим каналом коммуникации. Уровень проникновения отстаёт от зарубежных стран и в количественном и в качественном отношении. Уровень проникновения Интернета в сельской местности все ещё составляет всего 37% по сравнению с показателем проникновения в целом по

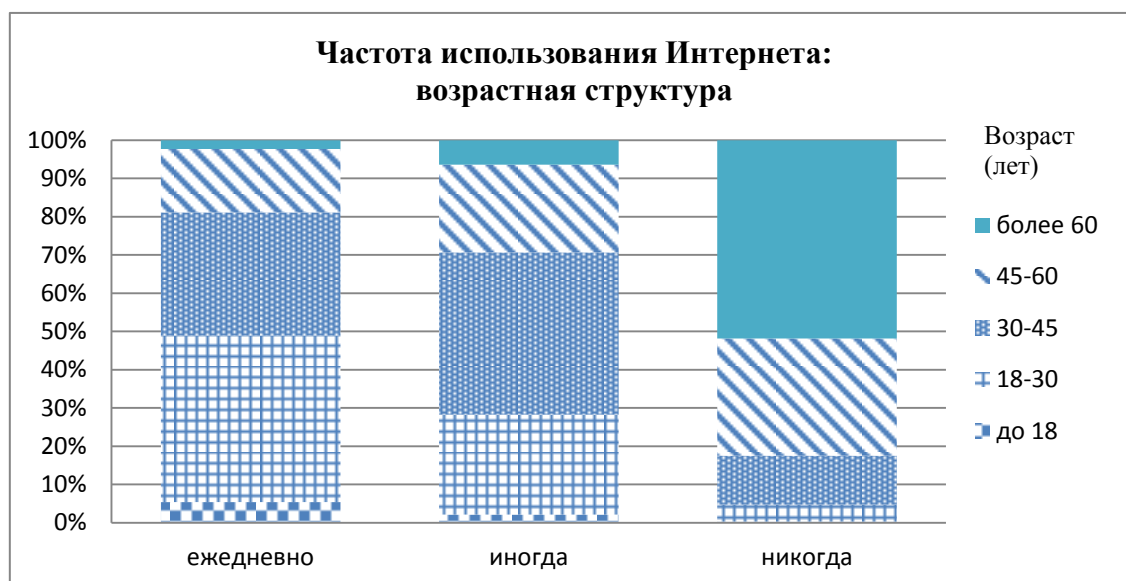
России – 52% и 70% - в Москве и Санкт-Петербурге. 80% Интернет-пользователей сосредоточено в европейской части России, при этом около половины из них – это жители Москвы и Санкт-Петербурга [195].

Технические и инфраструктурные ограничения проникновения Интернета в России являются пока серьезной преградой на пути эффективного использования сетевых политических коммуникаций в рамках всей страны.

Вместе с тем, другой важной характеристикой Рунета, возможно даже более важной, чем количественные показатели проникновения, являются качественные данные социально-демографического профиля пользователей.

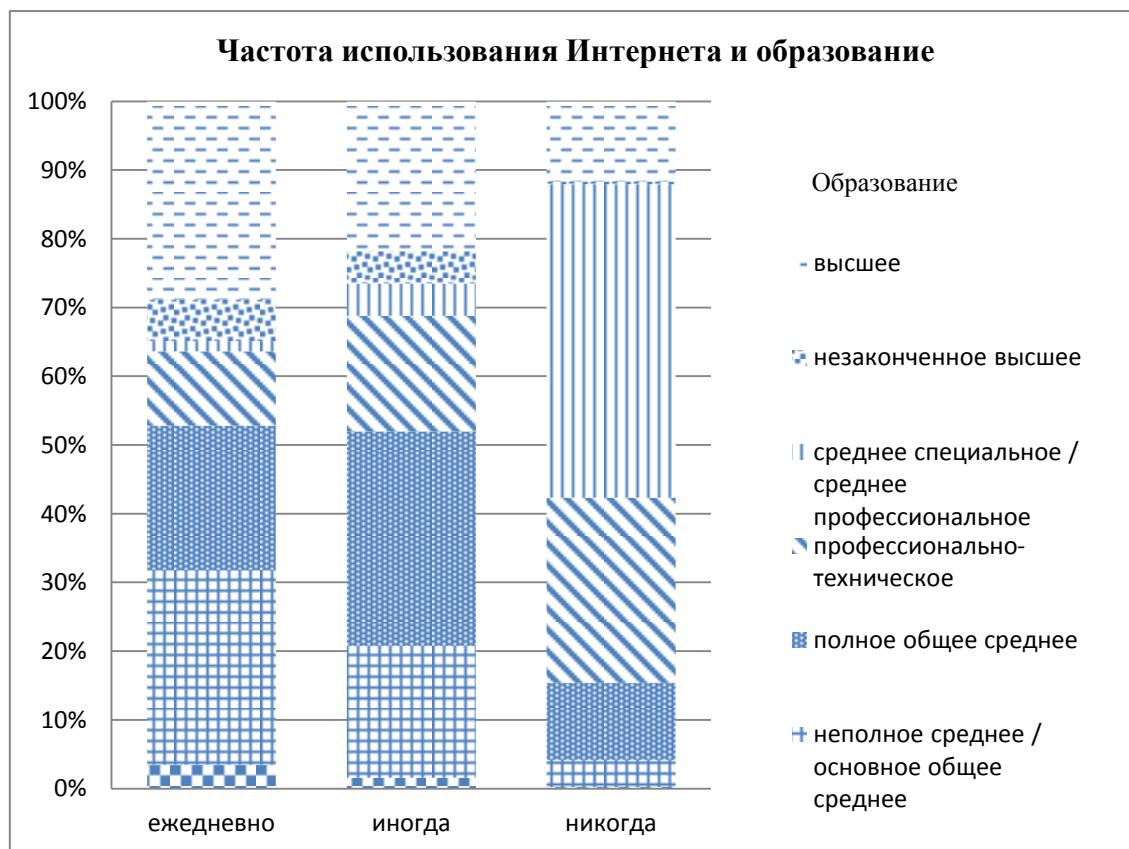
Безусловно, аудитория Рунета – это молодая аудитория. 43,5% самых активных пользователей находятся в возрастной группе 18-30 лет. При этом наблюдается линейная зависимость: чем взрослее человек, тем меньше вероятность, что он будет активным Интернет-пользователем. Есть значимое различие для тех, кто пользуется Интернетом время от времени: в отличие от самых активных почти половина нерегулярных пользователей приходится на возрастную группу 30-45 лет. Те, кто не пользуются Интернетом – люди пенсионного и предпенсионного возраста. Почти 80% непользователей старше 45 лет (см. рисунок №1).

**Рисунок № 1. Распределение пользователей Рунета по возрастным группам [219].**



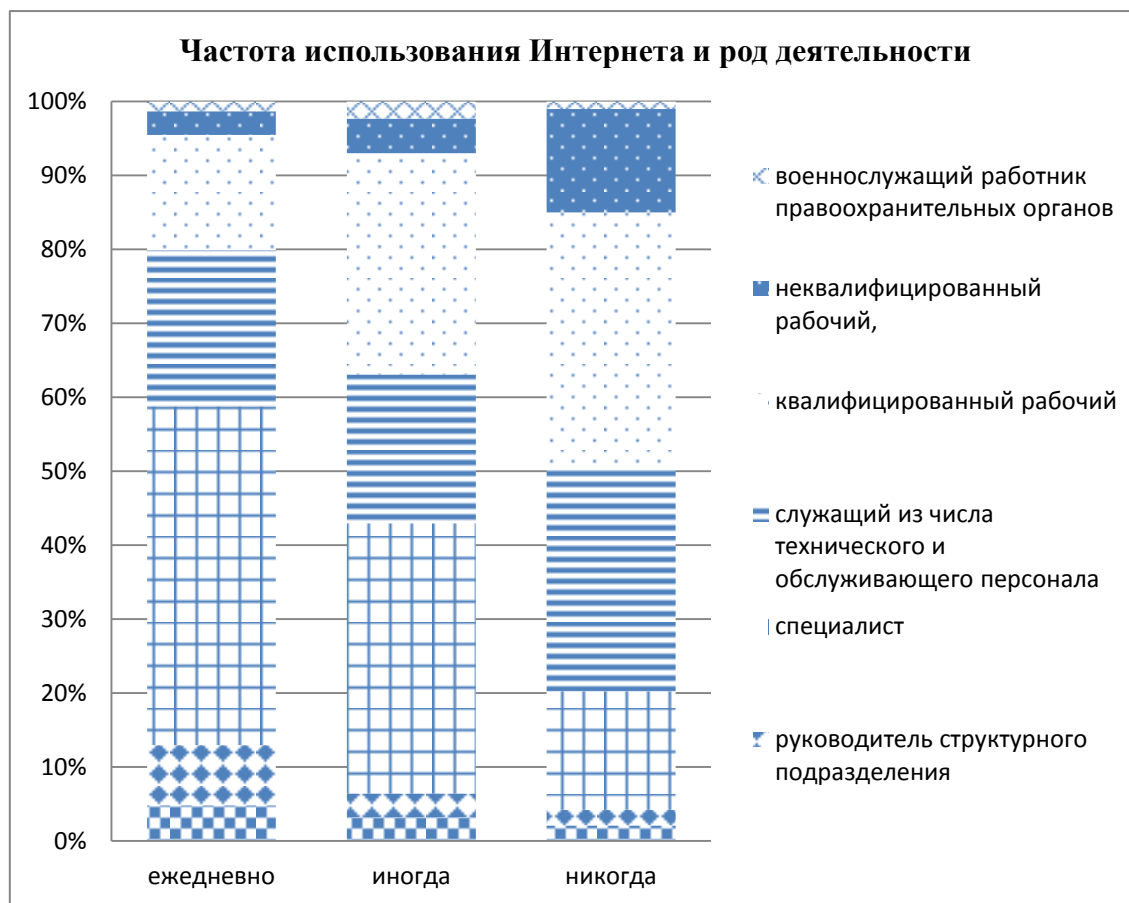
Пользователи Рунета – это как правило люди с высшим образованием, при том что среди непользователей доля таковых составляет всего 13,2%. Стоит отметить, что наибольшая удельная доля людей с высшим образованием приходится на самых активных пользователей. И в целом прослеживается тенденция: более высокий уровень образования соответствует большей интенсивности использования Интернета (см. рисунок № 2).

**Рисунок № 2. Распределение пользователей Рунета по уровню образования [219].**



Более половины активных пользователей Рунета составляют специалисты и руководители. Примерно такая же пропорция наблюдается и среди тех, кто пользуется глобальной сетью время от времени. Однако опять же самыми активными пользователями являются наиболее статусные граждане. В то же время социальную базу непользователей составляют в первую очередь служащие и рабочие (см. рисунок №3).

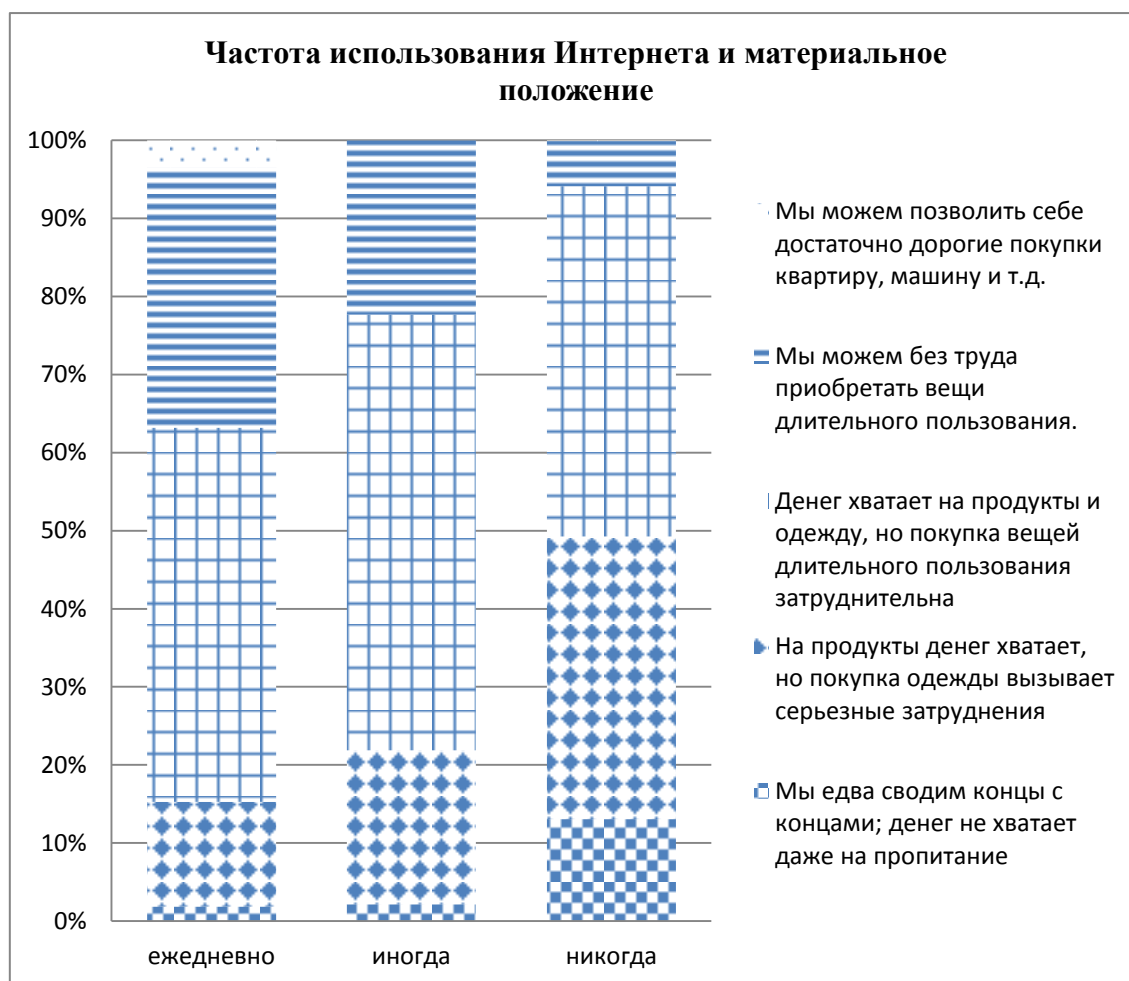
**Рисунок № 3. Распределение пользователей Рунета по группам работников [219].**



Что касается материального положения, можно сказать, что подавляющее большинство активных пользователей Рунета имеют материальное положение на уровне среднего и выше. Материальное положение половины непользователей попадает в группу ниже среднего (см. рисунок №4).

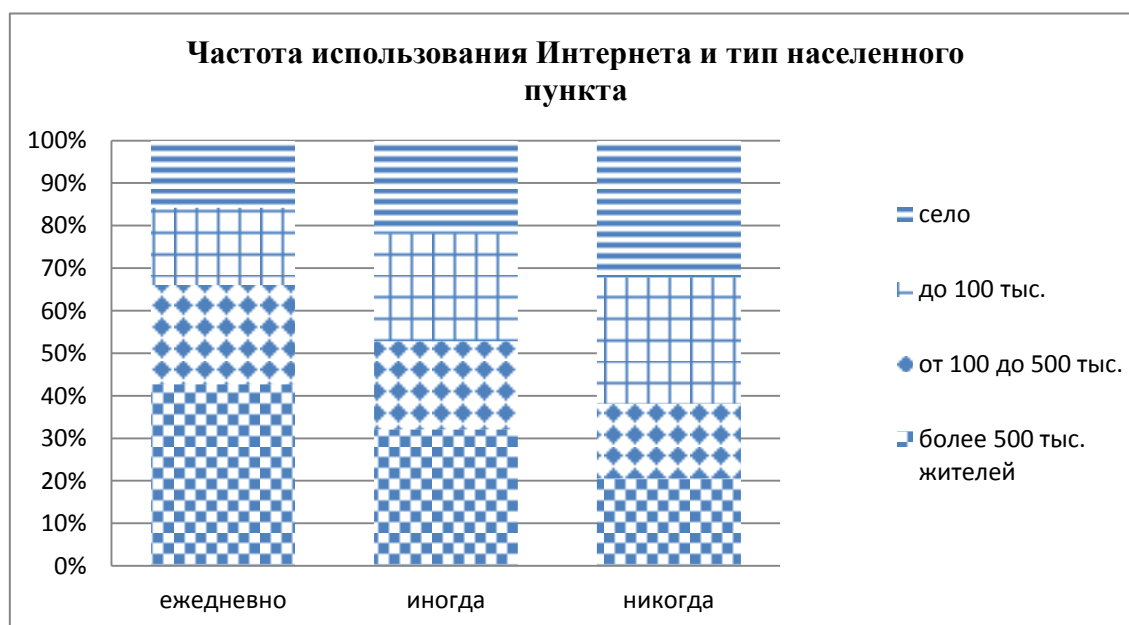


**Рисунок № 4. Распределение пользователей Рунета по материальному положению [219].**



Неудивительно, что пользователи Рунета – это в основном жители крупных городов, почти половина самых активных пользователей живёт в городах с населением больше 500 тысяч человек. В то же время половина непользователей проживает в городах с населением меньше 100 тысяч человек и в сёлах (см. рисунок №5).

**Рисунок №5. Распределение пользователей Рунета по размеру населенного пункта [219].**



Таким образом, можно констатировать, что Рунетом пользуется самая обеспеченная, образованная и активная часть населения России. Качественный анализ социально-демографической структуры аудитории Рунета и её сравнение в целом со структурой населения России позволяют сделать несколько выводов. Во-первых, динамичность, активность, статус пользователей сети позволяет говорить о том, что потенциальное совокупное влияние Интернет-пользователей на политическую сферу общественной жизни значительно превышает их долю в населении страны. Во-вторых, с учётом того, что в структуре пользователей Рунета велика доля людей высокого социального статуса – руководителей, преподавателей, специалистов, людей с высоким уровнем дохода, представляется возможным говорить о пользователях сети как о людях, формирующих тенденции, задающих в определённом смысле тон, то есть, как о лидерах мнений.

Фокус на концепцию многоступенчатой коммуникации (предполагающую наличие определённых фильтров - лидеров мнений, на пути от источника информации к её конечному получателю) как методологическую основу сетевых интеракций, и фокус на Интернет-пользователей как наиболее активную и значимую в политическом плане часть населения страны, позволяет говорить об уже сегодня существующем потенциале влияния Интернет-коммуникаций на формирование политических предпочтений во всем обществе.

В то же время сделанные выводы позволяют ожидать, что среда Интернет-пользователей должна быть наиболее политически активной аудиторией, коль скоро возможности политического участия зависят от наличия ресурсов: статуса, времени, материальных средств.

Однако во многом ответ на вопрос, является ли Рунет детерминантом политического поведения, зависит от того, является ли он значимым для пользователей каналом политической коммуникации. Ответ на этот вопрос можно разбить на две части: а) насколько Рунет является политизированной средой? б) является ли Рунет значимым каналом получения политической информации?

Для начала мы попытались очертить политизированный сегмент Рунета, определить его структуру, выделить и категоризировать совокупность политизированных ресурсов. Российский исследователь М. К. Раскладкина предлагает следующую классификацию политического сегмента Рунета, исходя из структуры и характера контента: а) информационно-аналитические ресурсы; б) дискуссионные площадки, объединяющие контент сетевых СМИ и интерактивные возможности интернет-форумов; в) сетевые версии традиционных СМИ; г) сайты общественных инициатив; д) сайты партий и политических движений; е) кросс-платформенные образования, использующие различные технические и

организационные средства для создания сетевого сообщества и поддержания контакта в оффлайн-структурах [74].

Представляется, что категоризация на основании только критериев контента не позволяет в полной мере отразить структуру политизированного сегмента Рунета. Для выполнения этой задачи с помощью рейтинговой системы Rambler на первом этапе была сформирована широкая база Интернет-ресурсов. Критерием включения в первичную совокупность ресурсов, была обозначена статистическая значимость ресурса. Мы исходили из следующего допущения: для того, чтобы иметь потенциал политического влияния и быть значимым каналом политической коммуникации, ресурс должен обладать значимой посещаемостью. Таким пределом был задан уровень среднесуточной посещаемости в 3000 уникальных посетителей в день, по замерам в Rambler ТОП 100 за период с 1 марта по 31 марта 2012 года [204]. Таким образом, был составлен список из 4100 Интернет-ресурсов.

На втором этапе производилось выделение непосредственно политизированного сегмента из представленной совокупности. Принципиальным методологическим моментом было определение критериев политизированности, необходимых для выбора соответствующих ресурсов. Понятно, что информация о политике наличествует в большом множестве сайтов. Поэтому критериями политизированности были выбраны следующие характеристики политического контента: а) регулярность (регулярность обновления политической информации); б) перманентность (наличие постоянных рубрик с политической информацией); в) целенаправленность (целенаправленное наполнение политическим контентом); г) существенная доля в общем контенте. В результате отбора из базы,

полученной на первом этапе, была составлен список из 345 политизированных ресурсов, отвечающих этим критериям.

На третьем этапе на основе составленной базы была проведена классификация политизированных ресурсов. Анализ информации, собранной на предыдущем этапе, а также первичный анализ содержания сайтов позволил выделить нижеследующие группы сайтов политизированного сегмента (для каждой группы указаны выделенные подгруппы):

### **1) СМИ**

1.1. Сетевые информационные агентства, 1.2. Интернет-СМИ, 1.3.

Интернет-версии печатных СМИ, 1.4. порталы телевизионных каналов и радиостанций, 1.4. агрегаторы новостей.

### **2) Интернет-репрезентации политических акторов**

2.1. сайты политических партий, 2.2. сайты НКО и общественно-политических движений, 2.3. сайты органов государственной власти, 2.4. сайты политических лидеров, 2.5. сайты политических активистов и лидеров общественного мнения. 2.5. сайты оказания государственных услуг.

### **3) Интерактивные ресурсы**

3.1. форумы, 3.2. социальные сети, 3.3. блоги, 3.4. видеохостинги, 3.5. новостные ресурсы с контентом пользователей. 3.6. сайты общественных инициатив, агрегаторы обращений и петиций.

### **4) Специальные ресурсы**

4.1. аналитические ресурсы, 4.2. специальные, тематические и справочно-информационные ресурсы, 4.3. сайты исследовательских политологических организаций, институтов.

Как видно из представленной классификации, политизированный сегмент Рунета состоит из разнообразия сетевых ресурсов, сочетающих разные модели коммуникации, степени интерактивности и генерации контента. При этом с точки зрения охвата аудитории преобладающими являются группы СМИ и интерактивных Интернет-ресурсов.

Далее попробуем хотя бы примерно определить масштаб политизированного сегмента Рунета по количеству Интернет-ресурсов. Например, в разделе «Политика» рейтинга сайтов Rambler Top100 присутствуют 1 600 ресурсов (1% от общего количества сайтов рейтинга) [81]. Доля политических ресурсов в каталоге Яндекса еще ниже – 0,5% (400 сайтов из 80000) [200]. В каталоге Mail.ru в разделе «Политика» содержится 2,2 тыс. ресурсов [199]. В рейтинге сайтов Liveinternet количество сайтов в каталоге «Политика» составляет около 0,3 % (1000 из 370 000) [206].

На основе представленных данных общую численность политизированных ресурсов в Рунете можно оценить в пределах 2 000 - 3 000 сайтов. Стоит оговориться, что эта цифра фактически учитывает только те ресурсы, которые рассматриваются как политизированные их владельцами. Тем не менее, это число можно рассматривать в качестве отправного ориентира и грубой оценки масштаба политизированного сегмента Рунета.

Очертить рамки политизированного сегмента Рунета с точки зрения пользовательской активности позволяет также анализ статистики запросов в самой популярной на сегодняшний день в России поисковой системе Яндекс. В таблице № 1 представлен анализ выдачи поисковых запросов в период с 15 апреля по 15 мая 2013 г. по основным политическим лидерам и политическим партиям в России.

В качестве основных для анализа были взяты партии и политики, которые включаются в опросы и замеры рейтингов социологическими службами России – ВЦИОМ, ФОМ, Левада-Центром.

По выдаче поисковых запросов учитывались все популярные запросы, непосредственно связанные с тем или иным политиком или партией. Данные были получены при помощи сервиса Yandexwordstat [192]. Также в таблице представлено, сколько существует в Рунете страниц, в которых содержится упоминание указанных политиков или партий. Количество страниц было получено путём простого поискового запроса в Яндексе соответствующего политика или партии по состоянию на 1 марта 2013 г.

**Таблица №1. Статистика выдачи запросов и количество страниц с упоминанием поисковой фразы в поисковой системе Яндекс.**

	Запросов, тыс. в месяц	Страниц, млн.		Запросов, тыс. в месяц	Страниц, млн.
Владимир Путин	2 500	15	Общероссийский народный фронт	22	3
Дмитрий Медведев	600	6	Единая Россия	250	8
Геннадий Зюганов	45	1	КПРФ	120	2
Владимир Жириновский	220	1	ЛДПР	80	2
Михаил Прохоров	280	2	Гражданская платформа	20	0,76
Сергей Миронов	260	2	Справедливая Россия	35	2
Григорий Явлинский	10	1,4	Яблоко	13	2

Сергей Шойгу	140	1			
Алексей Навальный	550	2	Координационный совет оппозиции	4	1
Сергей Удальцов	25	0,4	Левый фронт	4	0,9

Для сравнения один из самых устойчивых и популярных запросов - «игры» был выдан за тот же период 130 миллионов раз; «одноклассники» (в большинстве случаев запрос нацелен на попадание на сайт социальной сети Одноклассники) – 110 миллионов; запросы слова «девушки» - 18 миллионов, «футбол» - 6 миллионов раз, «политика» - 2,3 миллиона, «выборы» - 1,6 миллионов. При этом стоит отметить, что за последние два года (максимально доступный временной горизонт анализа инструмента Yandexwordstat) количество запросов по указанным политическим акторам оставалось стабильным, демонстрируя трех-, четырехкратный всплеск пользовательской активности в декабре 2011 года, в период парламентских выборов. В целом же нельзя говорить о том, что объем политизированного сегмента стремится к расширению.

Можно сделать следующий вывод: Рунет с точки зрения пользовательских поисковых запросов, несмотря на существование стабильного запроса на разностороннюю информацию об общественно-политической жизни, для большинства пользователей остаётся преимущественно каналом infotainment (совмещение информации и развлечения). Так по данным одного из сервисов статистики Liveinternet наиболее популярным сегментом Рунета являются сайты рубрики «знакомства и развлечения» с совокупной



посещаемостью в 40-50 миллионов уникальных пользователей в день (сюда входят социальные сети, но не включены такие популярные ресурсы как Facebook, YouTube, Livejournal и т.д.), а, например, сайты рубрики «Новости и СМИ» - совокупно 9 миллионов посетителей в день (исходя из данных на 1 марта 2013 г.). Среди 47 рубрик сервиса сайты рубрики «Политика» и «Политические партии» занимают 44 и 46 места соответственно, и набирает совокупно дневную посещаемость в 470 000 человек [206].

Полученные данные позволяют примерно обозначить горизонт пользовательской активности в политизированном сегменте Рунета. Если из таблицы № 1 взять количество поисковой выдачи по запросам по политикам и партиям, то можно рассчитать, что в среднем поисковая выдача по основным политическим акторам составляет 300 000 запросов в месяц. С учётом того, что на одного пользователя (по состоянию на 2010 год) приходится в среднем 6-7 поисковых запросов [202], можно примерно рассчитать численный объём политизированного сегмента Рунета. Примерная оценка объёма политизированного сегмента Рунета с точки зрения пользовательской аудитории по состоянию на апрель 2013 года, составляет всего порядка 50-70 000 политически заинтересованных пользователей. Или менее 1% от ежемесячной аудитории.

Можно также попытаться оценить уровень политизированности аудитории Рунета, исходя из посещаемости официальных сайтов основных политических партий. Так в период с 1 марта по 31 марта 2013 года посещаемость Интернет-сайтов была следующей: «Единая Россия» - 380 000 уникальных посетителей, «Яблоко» - 120 000 посетителей, «ЛДПР» - 70 000 посетителей, «Справедливая Россия» - 35 000 посетителей, «КПРФ» - 25 000 посетителей [204]. Таким



образом, политизированный сегмент Рунета может быть примерно определён в 1-5% от месячной аудитории Рунета.

Мы не ставим задачи точного определения рамок политизированного сегмента Рунета. Тем не менее, из полученной грубой оценки, очевидно, что на сегодняшний момент, несмотря на рост уровня проникновения Рунета, его политизированный сегмент остаётся незначительным.

Далее мы попытаемся ответить на вопрос, насколько Рунет может стать значимым каналом получения политической информации? Прежде всего, проанализируем какое, место занял Рунет по сравнению с традиционными каналами односторонней массовой коммуникации и насколько он способен изменить отношение к традиционным медиа?

Традиционные средства массовой информации в России прошли через эпоху полного государственного контроля в Советский период, через время значительной открытости и приватизации после распада Советского Союза, к нынешней гибридной модели. В рамках этой модели властные институты активно контролирует национальные телевизионные новостные программы, имеющие огромный охват, способствует расцвету телевизионных развлекательных программ, и допускает существование маргинальных независимых СМИ. После выхода на национальную политическую арену в 1999 году, Владимир Путин затормозил, а в дальнейшем фактически остановил стремительную приватизацию федеральных СМИ. Стивен Уайт, Сара Оутс и Ян Макаллистер показали, что в 1999 году на парламентских выборах, и в 2000 году на президентских выборах, на которых Путин стал президентом, победа была достигнута в значительной степени именно благодаря использованию государственного телевидения

[190]. Начиная с первого президентского срока Владимира Путина, происходит поступательное огосударствление национальной информационной политики. Сегодня ситуация со средствами массовой информации может быть описана как частичная национализация с полной цензурой определённых тем и изданий. Национальное телевидение со всеми федеральными телевизионными станциями в России находятся под прямым контролем государства или государственных предприятий, таких как «Газпром», и фактически курируются из администрации Президента [130]. Российские газеты и радиостанции пользуются гораздо большей свободой, чем федеральное телевидение. Эти средства могут быть более независимыми, чем телевидение, потому что они имеют небольшую аудиторию, ограниченную крупными городами – тиражи даже самых читаемых газет, например, исчисляются только в сотнях тысяч, в то время как телевидение охватывает почти всё население страны. Безусловно, существуют и автономные СМИ, но их количество настолько мало, что, по сути, единственным источником независимых и разносторонних политических новостей остаётся Интернет.

Фактически на сегодняшний день Рунет является единственным каналом массовой коммуникации, не зависимым от государственного вмешательства. Например, в Рунете имеется множество страниц, посвящённых разгону митингов и пикетов, коррупции во властных эшелонах, прямой критики президента и премьер-министра, ограничению свободы выражения мнения и т.д. В официальных же СМИ подобные прецеденты освещаются крайне редко. В целом Рунет функционирует как огромное, разрастающееся пространство, неподвластное прямому контролю.

В условиях упадка политической дискуссии на телевидении стоило бы ожидать миграцию в Интернет телезрителей в поисках разносторонней и относительно объективной политической информации. Благодаря сети у людей появляется возможность участвовать в публичной дискуссии онлайн. Рунет стал удобным местом встреч и коммуникаций для различных профессиональных сообществ, групп по интересам, в том числе и политизированных групп.

Однако практики потребления информации не претерпели значительного изменения. Популярность телевидения настолько велика, что суммарное время, затрачиваемое на другие СМИ, оказывается меньшим, чем время, отданное телевидению. Данные исследования MediaIndex TNS, проводимого при помощи электронных устройств регистрации телесмотра в городах с населением 100 000 человек позволили прийти к выводу, что темпы роста пользователей Интернета в России за последние годы практически не влияют на бюджет телевизионного времени населения (таблица № 2) [11]. По крайней мере, с 2008 года бюджет телевизионного времени остаётся на удивление постоянной величиной. Бюджет времени в отношении Интернета за тот же период вырос достаточно незначительно - на 6%. Его рост происходил преимущественно за счёт других временных ресурсов (чтение периодики, книг и пр.) [11].

**Таблица № 2. Динамика бюджетов телесмотрения с 2008 года по 2012 год (по данным первого квартала каждого года) и аудитория Интернета [209] [11]**

	Год				
	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Телесмотрение, весь день (мин)</b>	220	220	223	213	225
<b>Телесмотрение, будни (мин)</b>	207	200	203	195	207
<b>Телесмотрение, выходные (мин)</b>	253	253	254	243	255
<b>Аудитория интернета (в %)[106].</b>	31,7	39,2	46,5	52,4	59,3

Возросший коммуникационный потенциал российской части Интернета становится фактором модернизации традиционных каналов политической коммуникации в России. Стоит отметить тенденцию конвергенции каналов коммуникации, в первую очередь Интернета и телевидения. Например, практически все федеральные телевизионные каналы имеют собственные Интернет-порталы, на которых можно посмотреть как уже вышедшие в эфир сюжеты, так и запустить онлайн-трансляцию прямого эфира. Выше уже упоминалось о существенном потенциале, который открывается для политических акторов в разрезе коммуникации с Интернет-аудиторией, обусловленном её высокой активностью и потенциалом влияния в общественных сферах. Однако более значимым становится вопрос, в

какой степени сами Интернет-пользователи политически активны и заинтересованы в получении посредством сети политической информации?

Те, кто активно пользуется Интернетом, демонстрируют более высокий интерес к политике, чем те, кто выходит в сеть эпизодически или вообще не пользуется Интернетом. Но эта разница не является существенной. Так, если среди респондентов, выходящих на просторы «всемирной паутины» лишь эпизодически, интерес к политической жизни проявляют 28%, то среди активных Интернет-пользователей этот показатель достигает 34% (таблица № 3).

**Таблица № 3. Частота использования Интернета и интерес к политике [193].**

	<b>Пользуетесь ли Вы Интернетом, и если да, то как часто?</b>		
<b>Скажите, пожалуйста, интересуетесь ли Вы политикой?</b>	<b>Практически ежедневно</b>	<b>Несколько раз в неделю, несколько раз в месяц</b>	<b>Эпизодически, либо не пользуюсь</b>
<b>Безусловно, интересуюсь</b>	6%	4%	6%
<b>Скорее интересуюсь</b>	34%	32%	28%
<b>Скорее не интересуюсь</b>	35%	42%	36%
<b>Совершенно не интересуюсь</b>	24%	21%	30%
<b>Затрудняюсь ответить</b>	1%	1%	1%

Стоит сказать, кроме этого Рунет является каналом интенсивной циркуляции и потребления информации. По данным ресурса Яндекс.Новости на январь 2011 года, каждый будний день СМИ в

Рунете публикуют не менее 50000 новостей на русском языке, каждый выходной — не менее 15 000 [201].

Пользователи Рунета также более активные потребители информации и в других медиа, прежде всего телевизионных новостей (см. приложение, таблицы № 2,3). Однако большинство россиян продолжает считать ТВ ведущим источником информации. Вообще значимость практически всех основных источников политической информации за последние двенадцать лет сократилась. Телевидение и Интернет составляют исключение. И Рунет завоёвывает все более прочные позиции – если в 2005 году только 13% граждан страны считали его важным источником политической информации, то к 2011 году эта доля составляла одну треть от населения. Тем не менее, это не мешает тому, что телевидение имеет намного более высокий уровень доверия. Что ещё более важно, показатель поддержки этого источника политической информации стабилен во времени – телевизионный контент из года в год считают важным источником информации 80% населения страны (см. приложение, таблицу 1).

Ни повышение доверия Рунету, ни увеличение объёмов политической информации не конвертируется в существенные изменения практик её потребления в масштабах страны. Из таблицы № 4 видно, что только двадцатая часть населения получает информацию из Интернета ежедневно, и только шестая часть хотя бы 2 или 3 раза в неделю (по состоянию на август 2011 г.).

**Таблица № 4. Источники получения информации [216].**

	Как часто вы получаете информацию из следующих СМИ? (% респондентов)				
	ТВ	Радио	Газеты	Журналы	Интернет-издания
<b>Ежедневно/ почти ежедневно</b>	80,5%	32,8%	13,4%	5,8%	5,1%
<b>2-3 раза в неделю</b>	14,2%	22%	58,5%	47,1%	14,6%
<b>Практически никогда/никогда</b>	4,8%	44%	27,3%	46,2%	78%

По мнению некоторых ученых распространенность доступной информации не обязательно способствует развитию современных демократий [218]. Напротив, распространение Интернета, телевидения и других средств коммуникации может приводить к снижению гражданской активности, нежеланию людей участвовать в демократическом процессе и попыткам скрыться в собственном замкнутом мире инфотеймента. «Наши предки мало читали, разве что Библию, Шекспира и от случая к случаю какую-нибудь брошюру, но участвовали в выборах гораздо более исправно» - пишет Ф. Уэбстер [89, с. 218].

Отрицать положительные стороны развития коммуникаций сегодня невозможно. Нельзя не согласиться с тем, что информация, отражающая важнейшие социально-политические события, становится более доступной. Вместе с тем, нельзя не согласиться и с рядом авторов, утверждающих, что неизмеримо большее количество информации, которую получает широкая публика, не обязательно является положительным явлением. Огромная часть современной информации создаётся с целью исключительно развлечь потребителя, отвлечь его внимание от ряда насущных проблем [54].

Можно констатировать, что рост уровня проникновения Интернета в России пока не позволяет говорить о том, что Рунет



способен составить конкуренцию телевидению с точки зрения канала односторонней массовой коммуникации.

Специфический состав Интернет-пользователей предопределяет и специфику их предпочтений, зачастую заметно отличающихся от вкусов той части населения, которая глобальной сетью не пользуется. Популярные в Интернете темы, мнения, партии и политики вне его границ, как правило, являются выбором меньшинства, и наоборот. Тому примером может служить особенности электоральных предпочтений Интернет-аудитории.

Если анализировать структуру электоральных предпочтений Интернет-пользователей и непользователей, рассматривая президентские выборы в 2012 году, можно увидеть ряд особенностей (см. таблицу № 5).

**Таблица № 5. Голосование на выборах Президента 4 марта 2012 г. и частота использования Интернета [219].**

	За кого из кандидатов Вы проголосовали на президентских выборах (4 марта 2012 г.)?				
<b>Частота использования Интернета</b>	Геннадий Зюганов	Владимир Жириновский	Сергей Миронов	Михаил Прохоров	Владимир Путин
ежедневно/практически ежедневно	6,30%	7,10%	3,70%	14,50%	68,40%
	11,90%	30,60%	27,00%	61,90%	26,50%
иногда	7,20%	8,30%	5,00%	7,80%	71,70%
	9,10%	24,20%	24,30%	22,20%	18,60%
никогда	20,50%	5,10%	3,30%	1,80%	69,30%
	79,00%	45,20%	48,60%	15,90%	55,00%
Всего	14,30%	6,20%	3,70%	6,30%	69,50%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Среди электората М. Прохорова преобладают Интернет-пользователи. При этом ярко выражено то, что структура электората Прохорова отличается значительно от других кандидатов именно за счёт активных пользователей. Активные юзеры составляют более 60%

избирателей кандидата Прохорова, что в два раза превышает удельную долю по всем остальным кандидатам (за исключением Геннадия Зюганова, для которого наблюдается шестикратное превышение). Также видно, что непользователи составляют подавляющую долю электората Геннадия Зюганова и являются серьёзным подспорьем для Владимира Путина. Что касается пользователей, которые бывают в сети время от времени, то для всех кандидатов (за исключением Геннадия Зюганова) доля таковых в электоральной структуре одинакова и составляет примерно одну пятую.

Что касается возможной электоральной поддержки партий, можно также говорить о наличии различий между пользователями и непользователями в электоральной структуре (таблица № 6). Аналогично голосованию за Зюганова, наибольшую поддержку возглавляемой им партии – КПРФ, оказывают непользователи. Также непользователи составляют половину электората ЛДПР и Справедливой России. Что касается «Единой России», то для неё использование Интернета не является переменной, обуславливающей электоральную структуру: за партию власти проголосовали бы в примерно равной пропорции и пользователи и непользователи Рунета. Что касается активных Интернет-пользователей, то они преобладают в электорате партий «Яблоко» и «Патриоты России», но статистически низкий уровень электоральной поддержки этих партий ограничивает возможность делать репрезентативные заключения.

**Таблица № 6. Частота использования Интернета и голосование за партии [218].**

	<i>За какую из следующих партий Вы бы, скорее всего, проголосовали на выборах в Государственную Думу России, если бы они состоялись с ближайшее воскресенье? (опрос в апреле 2012 г.)</i>						
<b>Частота использования Интернета</b>	<b>КПРФ</b>	<b>ЛДПР</b>	<b>СР</b>	<b>Патриоты России</b>	<b>ЕР</b>	<b>Яблоко</b>	<b>Не стал бы участвовать</b>
ежедневно/ практически ежедневно	6,40%	7,00%	5,60%	1,30%	59,20%	0,50%	20,00%
	24,10%	33,90%	38,60%	61,50%	47,80%	33,30%	46,60%
иногда	8,80%	14,00%	7,40%	0,70%	50,70%	2,20%	16,20%
	7,40%	15,00%	11,40%	7,70%	9,10%	33,30%	8,40%
никогда	16,40%	9,60%	6,50%	0,60%	48,30%	0,40%	17,50%
	68,50%	51,20%	50,00%	30,80%	43,10%	33,30%	45,00%
Всего	11,40%	8,90%	6,20%	0,90%	53,20%	0,60%	18,40%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Какие можно сделать выводы из анализа электоральных предпочтений? Прежде всего, очевидны различия между электоральными предпочтениями пользователей и непользователей. Во-вторых, данные различия актуализируются частотой использования глобальной сети: различия в электоральных предпочтениях значительны только между активными пользователями и непользователями. В-третьих, можно сделать предположение о том, что различия в голосовании за ту или иную партию или кандидата не связаны с усилиями политических акторов по мобилизации электората. Значительной разницы между оценкой предвыборной агитации разных партий между пользователями и непользователями практически нет (см. приложение, таблицу 4). В-четвертых, можно предполагать, что традиционно высоким остаётся уровень поддержки со стороны Интернет-пользователей по отношению к политическим силам, позиционирующим свою принадлежность к демократическому сегменту политического спектра. Данная гипотеза будет статистически проверена в эмпирической части исследования.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что применительно к измерению «пользователи-политические институты» Рунет серьезно ограничен в возможностях воздействовать на политический процесс: а) условиями цифрового неравенства; б) узостью политизированного сегмента и отсутствием интереса к политике у большинства пользователей; в) недостаточной развитостью Рунета в качестве источника политической информации; г) элитарностью и эксклюзивностью Рунета, обусловленной социально-демографическими характеристиками и электоральными предпочтениями аудитории.

Рунет является одним из лидеров среди национальных сегментов Интернета по обеспечению возможностей для горизонтальной коммуникации между пользователями, что выражаются в распространённости социальных сетей. Подавляющее большинство российских пользователей Интернета зарегистрированы в социальных сетях. Если в 2010 году социальными сетями пользовались 52% населения страны, то в 2012 этот показатель вырос до 82% [77]. При этом социальные сети в России пользуются гораздо большей популярностью по сравнению с другими странами мира. По данным ComScore на апрель 2012 года, российские Интернет-пользователи проводят в социальных сетях 12,8 часов в месяц, что является самым высоким показателем в мире, а пользуется социальными сетями 99,7% суточной аудитории Рунета. Социальные сети занимают более половины времени, проводимого в Рунете. При этом увеличивается доля пользователей глобальных игроков Интернет-рынка: в период с 2010 по 2012 году процент пользователей

Facebook вырос с 5 до 18% от общего числа пользователей социальных сетей, а Twitter с 2 до 9% [77].

Что касается блогосферы, как отмечается в этом же докладе, видна тенденция падения популярности таких блогохостингов, как Livejournal и Liveinternet (их аудитория суммарно сократилась с 9 до 5%). Данная тенденция не обязательно указывает на снижение роли блогов, но может говорить о том, что они профессионализируются. Массовая аудитория перестаёт вести личные журналы и уходит в социальные сети и Twitter, но при этом активно формируется прослойка профессиональных блогеров, чьи журналы и по контенту, и по размеру аудитории становятся все больше похожи на крупные Интернет-СМИ. Эта тенденция касается, прежде всего, сервиса блогов Livejournal (живой журнал). Живой журнал используют не только как приватный или публичный дневник, но и как средство социализации, способ получения информации и новостей, способ приобретения новых друзей, место дискуссий и создания совместных проектов [50]. В этом контексте стоит отметить и то, что в последнее время материалы из блогов все чаще становятся информационными поводами не только для Интернет-СМИ, но и для традиционных медиа. Если два года назад, цитирование политизированных записей в блогах на федеральном ТВ было редкостью, то сейчас становится обычной практикой.

Исследование «Публичный дискурс в российской блогосфере: анализ политики и мобилизации в Рунете», проведённое Центром Беркмана, позволило выявить ряд важных особенностей российской блогосферы [71]. Авторы исследования констатируют, что в отличие от зарубежных, блогеры Рунета отдают предпочтение платформам, включающим в себя функции социальных сетей. Русскоязычная

блогосфера в целом сильно сегментирована, однако существует основное «дискуссионное ядро», содержащее в себе большинство обсуждений на политические и общественные темы. В основном это ядро состоит из блогов, базирующихся на платформе «Живого журнала». Русскоязычная блогосфера остаётся пространством в значительной степени свободным от государственного контроля. Проправительственные блогеры пока не занимают особо значимого места. И, несмотря на начальный этап развития российской блогосферы, в ней наблюдаются свидетельства политической и социальной мобилизации со стороны политических акторов.

«Новостная диета русскоязычных блогеров более независима, интернациональна и оппозиционна, чем «меню» пользователей русскоязычного интернета в целом, и это отличие ещё более выражено по сравнению с теми, кто не пользуется Интернетом вообще, а получает информацию в первую очередь из федеральных телевизионных каналов, контролируемых государством» - говорится в исследовании [71, с.5]. Для целей данного исследования этот тезис позволяет поддерживать гипотезу о том, что активное использование социальных сетей должно соответствовать более высокому уровню неконвенционального политического участия.

Отдельно стоит сказать про феномен видеохостингов. На данный момент наиболее часто цитируемым сайтом-видеохостингом для пользователей остаётся Youtube ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)). В условиях ограниченной свободы видеоконтента на федеральных телевизионных каналах, видеохостинги становятся очень востребованным источником видеокартинки, отражающей ключевые события общественно-политической жизни. В основном политические видеоролики посвящены проблемам коррупции и гласности, а также

являются ответной реакцией на злоупотребления властью со стороны элиты, правительства и милиции. Например, планку самой высокой популярности держат ролики с обращением майора милиции Алексея Дымовского, с широко известной телевизионной дискуссией о состоянии демократии в России рок-певца Юрия Шевчука и премьер-министра Владимира Путина, ролики, связанные с делом Магнитского и т.д.

Результаты исследования «Анализ политической активности в русскоязычной блогосфере», осуществлённого по заказу Института общественного проектирования и журнала «Эксперт», выявили, что к осени 2012 года в российской блогосфере насчитывалось около 200 000 политически активных блогеров, то есть авторов, пишущих на политические темы [76]. Примечательно, что в начале исследования, весной 2011-го, их было почти на порядок меньше — около 40 000. Лавинообразный рост произошёл с октября-ноября 2011-го по май 2012 года, на фоне всплеска протестной активности. С одной стороны, в блогосфере имеется небольшое число сверхпопулярных блогеров — на 5% блогов приходится 80% комментариев. С другой стороны, присутствует небольшое число сверхкоммуникабельных блогеров — 16% авторов формируют почти 80% связей комментирования. При этом генерация контента в политическом Рунете происходит очень активно: на одного блогера приходится в среднем полтора сообщения в сутки. Однако поддержание такой активности опирается преимущественно на комментирование материалов, опубликованных в оффлайн и онлайн-СМИ. При этом используются достаточно ограниченное количество новостных источников — около 150 новостных ресурсов или сайтов, связанных с политикой. Чаще всего источниками для политической блогосферы являются газета



«Комсомольская правда», агентство «РИА Новости», радио «Эхо Москвы» и Интернет-издание «Лента.Ру» [76].

Развитие блогосферы и социальных сетей является также одним из главных факторов для дальнейшего развития гражданской активности в России, прежде всего протестной. Высказывается мнение, что российский электорат разделился на ТВ-людей и Интернет-людей [37]. «Партия Интернета» малочисленнее, но политически активнее. При этом «партия Интернета» поддерживает оппозиционно настроенные силы, которые в свою очередь не могут коммуницировать с широкими массами, так как они относятся к «партии телевизора». Представители «двух партий» таким образом, живут в разных информационных средах, независимо от её охвата, формы или содержания. Но влияние Интернета этим не ограничивается. Действия людей в Интернете и их реальное поведение все более расходятся по самым разным параметрам: взгляду на мир, типу поведения и социальной организации, степени доверия и взаимопонимания. Наиболее существенно, это видно с точки зрения неконвенционального политического участия. Рунет становится каналом политической мобилизации, наиболее успешно осуществляемой именно с точки зрения привлечения протестно настроенных граждан. Именно Рунет дал толчок многим гражданским инициативам, которые уже выходят из виртуального пространства в жизнь, вызывая реакцию властей на многие проблемы, заставляя их прислушаться к общественному мнению. В частности, все возрастающий протест самых разных групп и слоёв населения, вызывает деятельность судебной и правоохранительной систем. И власти вынуждены реагировать на сигналы, идущие, в том числе, из блогосферы.



Достаточно широкий размах получают разнообразные неформальные формы низовой самоорганизации, особенно движения одного требования. Речь идёт о движениях автомобилистов, экологов, дольщиков жилищных пирамид и обманутых пайщиков, защитников архитектурного наследия, которые, с одной стороны, спонтанны, а с другой, организованны и эффективны. Такие формы участия, в отличие от традиционного политического участия оффлайн, не требуют каких-то существенных затрат (временных, материальных, организационных) и поэтому используются активными пользователями. Они представляют интерес потому, что позволяют решать конкретные социальные и материальные проблемы людей, стимулируют людей к общению, создают предпосылки для формирования групповой идентичности в рамках локальных сообществ. Однако большинством населения в силу цифрового неравенства, низкого уровня информированности и политического участия, данные практики пока не востребованы.

Поведение Интернет-граждан, особенно в столицах и крупных городах, все больше разнится с декларируемыми ценностями и взглядом на общественно-политическую ситуацию со стороны политических лидеров. Неоднократно фиксировавшееся резкое расхождение проблем, обсуждаемых на политических сайтах, форумах и блогах, и тех проблем, которые, по данным опросов общественного мнения, больше всего волнуют население, также свидетельствует о том, что в пространстве Рунета формируется особый дискурс, который разделяет лишь небольшая, наиболее образованная и обеспеченная часть общества [87]. Виртуальные политические форумы репродуцируют отличный от политического истеблишмента дискурс. Ограниченные легитимные возможности влияния на процесс принятия политических решений, его

непрозрачность и закрытость для большинства населения заставляют искать иные формы артикуляции политических интересов. Новое пространство политической коммуникации становится мощным каналом получения именно альтернативной политической информации, что должно в свою очередь оказать влияние на политические взгляды индивида, в том числе электоральные, его политическое поведение.

Особенности Рунета, как среды, предопределяют протестность активных пользователей: как с точки зрения создания особого протестного дискурса, так и с инструментальной точки зрения. Неслучайно появляются новые формы политического протеста в Рунете, многообразие которых, достаточно сложно описать. Что ещё более важно, организация совместных действий в Интернете приводит к тому, что рано или поздно такая активность переходит в оффлайн. Блоги и социальные сети стали быстрым, удобным средством извещения о времени и месте акции. Интернет-голосования, интернет-кошельки, интернет-оповещения, Интернет-регистрации – это инструменты упростили деятельность активистов. Активность протестных групп, выплеснувшаяся в онлайн и оффлайн публичное пространство России, определило новый социальный феномен. Такая ситуация даже позволила некоторым авторам заявлять, что протестное движение в Рунете является одним из основных симптомов политизации и возрождения публичного пространства в России [30].

Российское протестное движение, как в плане использования новых медиа, так и в плане своих форм и содержания, вписано в мировые тенденции. Глобальные социальные сервисы Facebook, Twitter и YouTube становятся центральными инструментами координации и мобилизации оппозиционных сил. В период зимы

2011-го – весны 2012 года на пространстве Рунета также были использованы многие сетевые технологии, ранее использовавшиеся в арабских странах. В частности, речь идёт о мобилизации людей на оппозиционные акции через массовую рассылку приглашений в социальных сетях. Феномен гражданских митингов на Болотной площади и их аналогов, прошедших во многих российских городах, стал неожиданностью для большинства политических акторов. Социальные сети активно использовались и используются организаторами массовых митингов. При этом количество пользователей, присоединившихся к онлайн-сообществам, оставалось достаточно ограниченным и стабильным на протяжении всей протестной волны, и не выходило за пределы ста тысяч. Например, на митинг «За честные выборы» (прошёл 24 декабря 2011 года на проспекте Сахарова) в группе на Facebook согласились пойти более 54 тысячи человек, и ещё около 100 тысяч получили приглашения. На приглашение пойти на шествие 4 февраля на этом же ресурсе откликнулись почти 29 000 человек [207].

Тем не менее, для многих участников реальной политической активности оффлайн Интернет стал источником информации о дате и месте проведения протестных мероприятий. По данным массива опроса «Левада-центр» в декабре 2011 года 56% опрошенных узнали о митинге на проспекте Сахарова из Интернет-изданий, 33% из других источников в сети; столько же процентов - от друзей, соседей и родных [217]. Таким образом, можно понять, что главным связующим звеном между протестующими стал Интернет. Через него шёл обмен мнениями, диалог сторонников, подготовка общих лозунгов. И особенно важное влияние в транслировании и воспроизводстве протестных настроениях приобрели социальные сети.

Важно, что формирование протестного движения и соответствующего противостояния власти и оппозиции имеет слабую связь с традиционной проблематизацией политического пространства и делением на «либералов» и «консерваторов», «левых» и «правых», «западников» и «патриотов». Политическая идентификация в данном случае является более сложной. Протестные субъекты не складываются вокруг простых политических идентичностей. Более того наблюдается массовая деполитизация протеста в виде превращения его в одну из форм инфотейнмента, и демонстративное отмежевание от политических сил, стремящихся аккумулировать протестные настроения [30].

В таких условиях виртуальные социальные сети способны заместить слабо развитые институты гражданской солидарности. Однако на текущий момент нет эмпирических данных, которые бы подтверждали, что непосредственно распространение социальных сетей усиливает протестные настроения. Скорее можно предполагать, что, если такие настроения возникают, то сеть облегчает координацию участников. Особенно это актуально для нестоличных городов, где зачастую сопоставимый уровень проникновения Интернета не привел к росту гражданской и политической активности, которая наблюдалась в Москве.

Рунет далеко не является абсолютно децентрализованным и инклюзивным пространством. В информационной поле Рунета так же наблюдается централизация и преобладание повестки оффлайн-ресурсов, таким образом, остается проблема фильтров информации. Сети остро не хватает рациональной и аргументированной коммуникации. Избирательное потребление информации служит самоусилению взглядов и мнений, приводит к сегментированности и

формированию маргинальных групп. И наконец, Рунет не стал пространством сильным сетевых сообществ (в терминологии Бимбера [108]), необходимых для формирования политического участия и качественно нового уровня гражданской активности.

Произошли изменения и с точки зрения электоральной и гражданской мобилизации со стороны политических акторов. Очевидно, что роль политического Интернета как политтехнологического средства связей с общественностью и развития протестной активности особенно возрастает в ходе подготовки и проведения избирательных кампаний.

Впервые Рунет стал использоваться как канал масштабной предвыборной агитации в ходе президентских выборов 2000 года. Из одиннадцати кандидатов в президенты восемь обзавелись собственными сайтами. Более широкому и глубокому использованию Интернета в политической жизни способствовали парламентские (2003 г.), а затем президентские выборы в 2004 году. В ходе этих выборов становится очевидным, что для ведения эффективных избирательных кампаний необходимо также использовать возрастающий потенциал Интернет-технологий. Сайты большинства партий стали переориентироваться в сторону большей интерактивности: на Интернет-представительства большинства партий появляются чаты, форумы, ссылки на другие ресурсы сети. Интернет-пользователи получили первую возможность дискутировать на темы политики, а партии и политики могли тем самым следить за общественным мнением и вести пропаганду в соответствии с запросами электората.

После того, как в апреле 2009 года президент Дмитрий Медведев открыл свой дневник в «живом журнале», а позже и

твиттер-аккаунт, практика организации репрезентации политических акторов в сети поступательно набирала динамику и стала повсеместной. Свои аккаунты в твиттере завели В. В. Путин, С. М. Миронов, В. В. Жириновский и другие политики. За президентом страны последовали депутаты, губернаторы и лидеры политических партий. Одним из первых российских политиков завёл свою страничку в «Живом Журнале» лидер «Справедливой России» Сергей Миронов. Партия «Яблоко» перед выборами в Государственную Думу 2011 г. развернула активную деятельность в Интернете. Новый этап в агитации посредством Интернета был открыт на выборах мэра г. Москвы в 2013 году, где оппозиционным кандидатом А. Навальным Рунет был использован в качестве основного средства мобилизации электоральной поддержки. Таким образом, ещё одним критерием возросшего коммуникационного потенциала российского политического Интернета стало его использование в качестве канала распространения рекламной информации и политической пропаганды.

Однонаправленная модель коммуникации воздействия власти на пользователя претерпевает изменения и постепенно уступает место более интерактивным моделям. В настоящее время российский Интернет-пользователь представляет собой актора, все более активно участвующего в политическом процессе. Традиционная структура политического процесса в России трансформируется с учётом требований современных Интернет-коммуникаций. Интернет-аудитория становится не просто наблюдателем и объектом в политическом процессе, но и его активным участником. Политические акторы все активнее делают ставку на политическую коммуникацию в Рунете.

В свою очередь, и государство формирует в Рунете необходимую площадку для коммуникации властных, политических институтов и общества. Появляются предпосылки формирования в России «электронной демократии». Концепции электронной демократии была развита Б. Барбером, О. Тоффлером, Л. Гроссманом и др. [137]. Под «электронной демократией» понимается форма демократии, основанная на использовании информационно-коммуникационных технологий в качестве средства организации коллективных общественно-политических процессов: информирования, разработки совместных решений и контроля их исполнения, электорального процесса, формирования властных институтов и т.д.

Для начала рассмотрим состояние и возможности развития «электронного правительства» в России, как одной из составной частей «электронной демократии». Как пишет Павлютенкова, в 1980 - 1990-х годах многие страны столкнулись с необходимостью пересмотра классических моделей государственного управления, которые оказались не адекватными информационным, социальным, наднациональным вызовам времени. Это привело к поиску возможностей использования информационно-коммуникационных технологий в государственно-административном управлении и нашло реальное отражение в концепции «электронного правительства» [67].

Внедрение Интернета в политику, формирование «сетевой политики», использование нового ресурса власти были заявлены приоритетными направлениями информационной политики России. С 2000 года, после подписания Окинавской хартии, в России была запущена программа по формированию и внедрению механизмов электронного правительства. В 2002 году Правительство РФ приняло



федеральную целевую программу «Электронная Россия (2002-2010 гг.)». В программе упоминалась концепция электронного правительства, предполагающая «кардинальное изменение принципов взаимоотношений государства с гражданами и бизнесом, значительное расширение объёма информации, которую государство обязано предоставлять гражданам, открытый доступ к различным базам данных, повсеместное внедрение в государственных органах систем электронного документооборота, взаимодействующих между собой и с внешним миром» [49]. В октябре 2010 года было принято постановление правительства РФ «О государственной программе Российской Федерации «Информационное общество (2011 - 2020 гг.)»», в котором термин «электронного правительства» был расширен до «электронного государства», а в зону действия программы вошли не только федеральные органы исполнительной власти, но и законодательной и судебной, а также Центризбирком, Счетная палата и контрольные органы [67].

Несмотря на то, что по оценке хода реализации этой программы можно сделать выводы, что заявленные цели реализовать не удастся, движение государства в этом направлении и определённый прогресс заметен [49]. Так, например, в 2009 году заработал портал государственных услуг - справочный, информационный портал, который обеспечивает доступ и предоставление гражданам и организациям государственных услуг в электронной форме. На портале в электронном виде доступно более 140 государственных услуг федерального уровня и более 370 региональных услуг [18]. Если к 2010 году на едином портале госуслуг было зарегистрировано 463 000 пользователей, то к третьему кварталу 2012 г. на портале было уже 3 000 000 авторизованных пользователей [67].



Наблюдается высокий уровень готовности населения использовать современные средства коммуникации, и в первую очередь Интернет. Более 80% населения страны относятся одобрительно к созданию и развитию механизмов электронного правительства [12]. При этом, как показывают результаты опросов, осведомленность населения о возможности получать государственные услуги в Интернете достаточно высока, однако число реальных и потенциальных пользователей практически не растет. И основные причины этого – недостаток навыков или возможности работы с компьютером и Интернетом, а также отсутствие необходимости использования этих средств [8].

В соответствии с докладом ООН Россия входит в двадцатку стран с наибольшим уровнем развития электронного участия (e-participation), определяемого композитным индексом. Но если рассмотреть подробнее структуру индекса можно увидеть, что, несмотря на доступность информации (e-information) и возможность обратной связи (e-consultation) по важнейшему показателю – участие в принятии решений (e-decision making) страна серьезно отстает [182].

Во многом это обусловлено слабо развитой инфраструктурой: не создано единого информационного пространства, не сформированы эффективные инструменты коллективного доступа к информации, особенно в муниципальных образованиях, не внедрен в полной мере электронный документооборот. Но главная проблема в том, что инициативы по развитию электронного правительства способствовали совершенствованию государственного управления, но не привели к созданию востребованных каналов политического участия граждан.

В России с распространением Интернета формируются инструменты участия граждан в принятии публично-властных решений и организации электорального процесса. Например, появилось несколько Интернет-порталов, таких как [www.democrator.ru](http://www.democrator.ru) или [planeta.ru](http://planeta.ru), которые воплощают в себе идеи так называемой «облачной демократии» и предоставляют возможности для объединения вокруг общих общественно-политических проблем, организации коллективных действий. Эти ресурсы организованы по принципу кумулятивного сбора положительных и отрицательных оценок той или иной петиции или обращения.

Проведем краткий анализ портала [democrator.ru](http://democrator.ru), как старейшего и наиболее популярного ресурса данной категории. На начало 2013 года на Интернет-ресурсе [democrator.ru](http://democrator.ru) было накоплено более 10 000 проблем, из них решенными оказались не более 200, то есть менее 2% [210]. Ежемесячно ресурс просматривает примерно 80 000 пользователей, однако более половины всех зафиксированных проблем приходится на Москву и Московскую область. Что касается элементов электронного голосования, интересен кейс с организациями выборов в координационный совет оппозиции, которые были организованы после многократных массовых политических выступлений граждан России, начавшихся после выборов в Государственную думу 4 декабря 2011 года. Это был первый в России опыт организации массового электронного голосования, организованного не государственными органами власти. Регистрация кандидатов и избирателей велась исключительно в Интернете. На площадке для голосования зарегистрировалось 170 000 человек, из них 97 тысяч избирателей прошли процедуру верификации по паспорту и были допущены до выборов. Всего за кандидатов в совет проголосовали 81 801 человек [208]. При этом стоит отметить, что,

несмотря на то, что кампания по выборам координационного совета была объявлена федеральной, и в частности были созданы выборные комитеты в 59 регионах, фактически подавляющее большинство проголосовавших было из Московского региона. Несмотря на сравнительно небольшое количество проголосовавших, выборы в совет стали самой массовой попыткой проведения электронного голосования в России. Однако пока фактически единственной. На выборах государственных органов власти электронное голосование через Интернет не проводится.

Развитие информационно-коммуникативных технологий в России не привело к радикальному изменению института народных собраний, нацеленных на решение общезначимых проблем или выбора органов управления. Интернет предоставил техническую возможность не присутствовать всем гражданам той или иной политической общности в одном месте. Сеть сделала возможным переход от коммуникационной модели «один – многие» (one-to-many-communication) к модели «многие ко многим» (many-to-many-communication). Однако превращение виртуального народного собрания в реальный орган народовластия сдерживается по ряду причин.

Во-первых, это уже упоминавшийся фактор цифрового неравенства. Во-вторых, отсутствие необходимого уровня политического участия и гражданской компетентности. Как видно из рассмотренных выше кейсов возможности организации коллективных действий в Рунете локализуется преимущественно в Москве, а также небольшом количестве крупнейших городов, и ограничивается кругом мотивированных пользователей в 100 000 - 150 000 человек. Несмотря на то, что киберпространство позволяет индивидам, разделенным

огромными расстояниями, мгновенно вступать в контакт между собой, виртуальные собрания до сих пор реализуемы в небольших по территории и численности населения политических образованиях. Кроме этого для того чтобы электронные формы коллективного действия были эффективными, необходимы серьезные организационные усилия. Общение участников невозможно без участия медиатора. Соответственно, должна быть установлена четкая процедура рассмотрения вопроса и детально прописаны процедуры принятия решений, встроенные в системы органов государственного управления. Обеспечить решение этих задач можно только посредством законодательного регулирования.

Уже сейчас круг вопросов, решаемых путем Интернет-голосования, может быть сильно расширен, особенно на муниципальном и региональном уровнях. Основой такого расширения является рост образованности и информированности граждан. Однако прямое участие граждан в осуществлении публичной власти возможно только тогда, когда те хорошо информированы, а информация свободна. Текущий уровень компетенции граждан позволяет актуализировать проблемы посредством сети, но плохо подходит для выработки их решений.

Реализуемые же сегодня проекты, в том числе программы развития электронной демократии направлены главным образом на совершенствование представительной демократии [19, с. 117]. Внедрение Интернет-технологий позволяет наладить прямой диалог между управленческими структурами и общественностью, повышает открытость власти, облегчает гражданам доступ к информации и т.д. Но право принятия властных решений остается за представительными и исполнительными органами, а не делегируется пользователям. То

есть новейшие коммуникативные и информационные технологии способны консервировать существующий порядок, а не изменять его кардинально. Развитие компьютерной коммуникации практически не повлияло на уровень вовлеченности граждан в процесс принятия решений по публично-правовым вопросам. Само по себе техническое оснащение избирательных и иных кампаний не способно преодолеть пассивность электората. Точно так же как приход эры электричества и телефона не привел к повышению электоральной активности, распространение Интернета в России на сегодняшний день не является путём решения проблемы абсентеизма. В сетевую политику вовлечен далеко не весь избирательный корпус, а только лишь часть элитарных разрозненных ассоциаций. И, наконец, Рунет не стал пространством делиберативной коммуникации – главного элемента необходимого для функционирования измерения политической коммуникации «политические институты – пользователь».

Подводя итоги второй главы, можно сделать нижеследующие выводы.

Распространение глобальной сети в России до сих пор демонстрируют уверенную положительную динамику, хотя и замедляющуюся. Тем не менее, Рунет не стал всеобщим каналом коммуникации. Уровень проникновения отстаёт от зарубежных стран и в количественном и в качественном отношении. Инфраструктурные ограничения проникновения Интернета в России являются пока серьёзной преградой на пути эффективного использования сетевых политических коммуникаций в рамках всей страны. При этом динамичность, активность, статус пользователей сети в перспективе обуславливает высокий потенциал влияния Интернет-пользователей на политическую сферу общественной жизни.

Несмотря на существование стабильного запроса на разностороннюю информацию об общественно-политической жизни, для большинства пользователей Интернет остаётся преимущественно каналом удовлетворения потребности в развлечениях. Сокращение политической дискуссии на телевидении не привело к массовой миграции в Интернет в поисках разносторонней и объективной политической информации. Телевидение остаётся главным источником политической информации. Ни повышение доверия Рунету, ни увеличение объёмов политической информации не конвертируется в изменения практик потребления информации, заметные в масштабах страны.

На сегодняшний момент, несмотря на рост уровня проникновения Рунета, его политизированный сегмент остаётся незначительным. Однако внутри данного сегмента наблюдается высокое разнообразие видов политизированных ресурсов и динамизм циркуляции политической информации. Повышается доверие к Рунету, и это неудивительно, так как глобальная сеть остаётся фактически единственным независимым источником информации. Это позволяет формулировать гипотезу о том, что использование Интернета в целях получения политической информации должно способствовать развитию политического участия.

В сети наблюдаются различия между электоральными предпочтениями пользователей и непользователей, которые актуализируется частотой использования Интернета. Однако разница в электоральных предпочтениях не обусловлена усилиями по политической мобилизации, а связана скорее с социально-демографическими характеристиками аудитории Рунета, традиционно поддерживающей политические силы демократического сегмента

политического спектра. Данный тезис определяет задачу эмпирической проверки гипотезы о том, что активность использования Интернета может воздействовать на электоральную активность и электоральные предпочтения.

Рунет является одним из лидеров среди национальных сегментов Интернета по обеспечению возможностей для горизонтальной коммуникации между пользователями. Особенности Рунета, как среды, обуславливают протестность активных пользователей: как с точки зрения создания особого протестного дискурса, так и с инструментальной точки зрения. В пространстве Рунета формируется особая контркультура, которая разделяется лишь небольшой частью общества. Вместе с этим новые технологические возможности глобальной сети позволяют пользователям оперативно обмениваться информацией и организовывать коллективные действия. Развитие блогосферы и социальных сетей является одним из факторов роста потенциала гражданской активности в России, прежде всего протестной.

Ограниченные возможности влияния на процесс принятия политических решений, его непубличность и закрытость для большинства населения, заставляют искать иные формы артикуляции политических интересов. Именно Рунет дал толчок многим гражданским инициативам, которые уже выходят из виртуального пространства в оффлайн, позволив актуализировать позицию властей по многим проблемам.

В условиях слабо развитых традиционных социальных сетей активно настроенная часть общества использует Рунет как инструмент социального взаимодействия. В таких условиях виртуальные социальные сети способны замещать отсутствующие

институты гражданской солидарности. Исходя из этого, формулируется гипотеза о том, что Рунет способен развивать навыки гражданской активности. Однако опять же необходима эмпирическая проверка того, насколько сетевая коммуникация может определять различия в активности между пользователями и непользователями не только в Москве, но и в других регионах и в целом по стране.

С точки зрения воздействия на политический процесс, потенциал горизонтальной политической коммуникации превосходит возможности коммуникации в измерении «политические институты-пользователь». Механизмы коммуникации с Интернет-аудиторией со стороны политических акторов и государственных институтов не соответствуют инструментальным возможностям среды, уровню политического участия и гражданской компетентности пользователей.

Рунет и особенно социальные сети становятся главным связующим звеном между протестно настроенными гражданами. Однако нет подтверждений, что само по себе распространение социальных сетей усиливает протестные настроения. Рунет завоёвывает своё место в качестве инструмента координации участников протеста, однако его способность быть самодостаточным детерминантом политического участия требует дальнейшего изучения.



### **Глава III. Рунет и политический процесс: эмпирический анализ**

В данной главе представлена практическая часть исследования. Прежде всего, рассматриваются положения основных научных подходов, с разных точек зрения объясняющих факторы политического участия и гражданской активности.

Далее проведён анализ взаимосвязей пользовательской активности в Рунете и электорального участия, политического участия на индивидуальном уровне на основе массива данных общероссийских опросов.

Затем проведена статистическая проверка возможных связей между гражданской активностью и использованием Интернета.

И, наконец, проведён анализ потенциала воздействия Рунета на электоральную активность и электоральные предпочтения на макроуровне на основе данных о результатах голосования на парламентских и президентских выборах и уровня проникновения Интернета в регионах России.

#### **3.1. Интернет и политическое участие: методологические и теоретические подходы.**

Как уже было сказано для комплексного понимания роли Рунета, его необходимо рассматривать в рамках одной исследовательской модели, но с заимствованием объясняющих факторов из разных теоретических направлений. Для проведения эмпирического анализа мы операционализируем место Рунета в политическом процессе через анализ воздействия российского сегмента глобальной сети на политическое участие.

Для начала мы дадим определение политического участия. В данном исследовании политическое участие будет пониматься, как

совокупность предпринимаемых гражданами на индивидуальной или групповой основе действий с целью оказать влияние на процесс принятия политических решений, осуществление государственной политики или выбор политических деятелей на любом уровне власти [36].

Политическое участие традиционно рассматривается исследователями как разновидность поведения и отношений индивидов в политике. При этом уточняются рамки участия в политике: либо это участие только в политическом процессе как санкционированном, легитимном, либо, в более широком смысле, участие в политической жизни, которая масштабнее политического процесса и выходит за его пределы, охватывая и несанкционированные, нелегитимные и насильственные действия. В западной политологии с учетом этого аспекта разграничивают два типа политического участия, каждый из которых имеет свою структуру. Конвенциональное участие в политическом процессе как в повседневной, нормальной, легитимной деятельности в ситуации стабильности политической системы, не нарушающее ожидаемого хода демократических политических процессов. В существующих исследованиях выделяется различное количество форм конвенционального политического участия: от четырех [152] до двенадцати [184]. Неконвенциональное, или протестное участие, как правило, в ситуации политического кризиса, которое может и не противоречить закону, но вследствие его экстраординарности не является частью повседневного, естественно протекающего политического процесса, имеет дестабилизирующий потенциал, так как создает определенный уровень социальной напряженности.

Нас, во-первых, интересует электоральная активность, как важнейшая составляющая конвенционального политического участия. Во-вторых, протестная активность, как важнейший вид неконвенционального политического участия. В-третьих, гражданская активность, как действие индивида, лежащее на стыке конвенционального и неконвенционального политического участия. К гражданской активности мы относим действия, не имеющие прямой политической мотивации, но нацеленные на решение общественно значимых проблем, и таким образом опосредованно влияющие на поведение политических акторов.

Рассмотрим через призму существующих теоретических подходов, как Интернет может повлиять на политическое участие и гражданскую активность.

### ***Социологический подход***

Социологический подход исследует социально-экономические и демографические факторы политического поведения, то есть описывают политический процесс через призму социальной структуры, солидарности индивида, избирателя, гражданина со своей референтной группой, как правило исследуют зависимость того или иного политического акта от доходов, социального статуса, проживания в городе, пола и возраста, образования и т.д. [158]

Социологический подход, в том числе позволяет выявить различия в политическом поведении отдельных социальных групп на основе выявления существующих между ними расколов. Исторически принадлежность к тем или иным группам являлось наиболее сильной объясняющей конструкцией. В рамках анализа того, как Интернет может повлиять на политическое участие, социологический подход

соответствует положениям социального детерминизма и теории усиления (reinforcement) политического участия.

Возраст, образование и доход определяются как наиболее значимые факторы электоральной активности. Так, например, пожилые люди более склонны голосовать, чем молодые [184]. Люди с высоким уровнем образования в странах с развитыми демократическими институтами являют более активными участниками электоральных процессов. Это можно объяснить, например, тем, что именно образованные люди с большей вероятностью обладают информацией, необходимой для совершения мотивированного политического действия [109].

В данном исследовании социально-экономические и демографические факторы будут использоваться в качестве контрольных переменных.

### ***Ресурсная модель***

Исходя из ресурсной теории политического участия, высокие издержки оффлайн-участия (временные, финансовые затраты) должны способствовать перетоку граждан в Интернет и развитие онлайн-участия. При условии постепенного вытеснения публичной политики в виртуальную реальность, на онлайн-сообщества возлагались надежды на создание плюралистической среды равноправной горизонтальной коммуникации пользователей между собой и с государственными, политическими институтами. Интернет может рассматриваться даже как социальный лифт, который помогает менее обеспеченным социальным группам избегать неравенства политической жизни оффлайн, в которой более обеспеченные люди имеют преимущества. Именно поэтому Интернет способен привлечь к

политическому участию группы населения, ранее фактически исключенные из политического процесса [118].

Как было уже заявлено ранее, социально-экономические характеристики индивида являются традиционными факторами его политического поведения. Ресурсная теория во многом исходит из факторов социального статуса избирателя и защищает идею о том, что для того, чтобы участвовать в политической или гражданской активности, необходимы ресурсы. Традиционно среди ресурсов необходимых для политического участия выделяют: доход, время и навыки гражданского участия. Другими словами гражданин должен иметь время, чтобы участвовать в политической активности, достаточные финансовые средства, чтобы поддерживать такую активность и навыки для самостоятельного участия.

### ***Теория цифрового неравенства***

Важность Интернета может быть объяснена через модель цифрового неравенства. Этот феномен заключается в том, что по мере распространения информационных технологий и повышения роли медиа, люди с более высоким статусом быстрее адаптируются к новым источникам информации, а значит быстрее и в более полном объеме получают информацию, нежели индивиды с низким социальным статусом.

Теория цифрового неравенства происходит от теории различий в знаниях (knowledge gap theory), разрабатываемой с 70-х годов прошлого века [181]. Главная мысль заключается в том, что общество разделяется на информационно богатых и информационно бедных, так как люди с высоким статусом имеют возможность быстрее получать информацию. По мере роста объема информации, снижения ее стоимости и повышении скорости ее передачи информационно

богатые становятся еще богаче, информационно бедные еще беднее. Развитие Интернета как принципиально нового медиа приводит к актуализации проблемы «knowledge gap» и развитию цифрового неравенства, понимаемого, прежде всего через ограничение в доступе к информации. Основными факторами такого неравенства, включаемыми, как правило, в эмпирический анализ являются: социальный статус, уровень дохода, возраст, образование, пол.

### ***Модель гражданского волонтаризма (Civic voluntarism model)***

Разработчики модели гражданского волонтаризма добавили к ресурсной составляющей мотивационную и мобилизационную составляющую [184]. Три столпа этой модели стали:

1) ресурсная составляющая политического участия – деньги, время и навыки;

2) психологическая или мотивационная – внутренняя политическая эффективность, то есть субъективная оценка индивидом возможности повлиять на принимаемые политические решения, а также внешняя политическая эффективность, то есть, оценка, насколько деятельность государственных и политических институтов соответствует интересам граждан. В случае отсутствия ощущения политической эффективности снижается уровень политического участия и, более того, как показывают эмпирические исследования, создается благоприятная почва для усиления протестных установок. Для стабильных обществ характерно оптимистическое отношение рядовых членов к участию в политике, тогда как в нестабильном обществе, о чем также свидетельствуют эмпирические исследования, распространяется крайний скепсис по поводу собственной способности конвенционально влиять на политические решения, затрагивающие непосредственные интересы населения.

3) мобилизационная – принадлежность к общественным или политическим организациям, сетям и подверженность политической мобилизации с их стороны.

Таким образом, теория SVM преодолела ограничения объяснения, исключительно исходя из социально-экономического статуса, и интегрировала в одной модели ресурсные факторы и факторы социально-психологические. Тем не менее, на наш взгляд, эта модель упускает из виду роль потребления информации, интереса к политике и политического знания.

### ***Когнитивный подход***

Модели, объясняющие политическое поведение, прежде всего электоральное, на основе структурных факторов, политических установок или способности индивида к рациональному поведению не могут полностью объяснять возникающие различия между индивидами. Фокус сместился на изучение контекста, информационной среды, в которую погружен избиратель, его когнитивных способностей и ограничений. Исследования стали концентрироваться на изучении того, откуда индивид получает информацию о политике, кто выполняет роль медиатора в этом процессе, отчего зависит принятие того или иного сообщения и его игнорирование, к какому поведению подталкивает интерпретация сообщения [73].

Все более важное место приобретают особенности политического поведения, возникающие в результате коммуникации. В последнее время все больше стирается граница между социальными классами, и соответственно все меньше политическое поведение обусловлено принадлежностью к социальному классу или группе. Например, исследования показали, что на электоральные

предпочтения влияют не столько групповая принадлежность сама по себе, а скорее интенсивность и характер политической коммуникации и межличностных отношений в этой группе. Меняется и роль индивида: из простого приемника информации он превращается в проактивного строителя собственных сетей, из которых он получает политическую информацию. Политические предпочтения индивида, влияющие в частности на его политическое участие, формируются на пересечении его личных предпочтений, знаний и контекста, возможностей и ограничений среды [139].

При этом не оспаривается ключевая роль СМИ в распространении информации. Вопрос в том, что социальное окружение помогает человеку формировать мнение о событиях политической жизни, интерпретировать их и наделять почти индивидуальным смыслом. Взаимодействуя с другими людьми и обмениваясь информацией, индивид в свою очередь перенимает распространенные в этой среде политические мнения и становится их носителем.

Российский исследователь Г. Пушкарева определила три положения когнитивного подхода: а) выбор действия политического поведения возможен только в информационной среде, в которой представлены различного рода сообщения, формирующие смысловое поле, в котором находится индивид; б) человек обладает собственной информацией, уникальными сложившимися в ходе политической социализации знаниями и представлениями, позволяющими ему ориентироваться в политической реальности и выражать свое отношение к происходящему; в) существуют особые когнитивные механизмы интеграции внешней и индивидуальной информации, которые обеспечивают восприятие, понимание, оценку поступающей



информации, дают человеку возможность интерпретировать ожидания других людей, создают ощущение необходимости реагировать, принимать решения [73].

Из когнитивной теории следует: политическое участие – результат доступа индивида к информации и его возможности и желания использовать эту информацию в своем политическом поведении [121].

В соответствии с когнитивной теорией политическое участие индивида во многом зависит от его доступа к информации, от его возможности и желания использовать эту информацию для осуществления осознанного выбора. Сокращение стоимости доступа к информации должно привести к появлению все большего количества информированных граждан. Предполагается, что большее потребление информации, в том числе политической, означает увеличение заинтересованности в политике, а, следовательно, и усиление политического участия. Политическое знание также может соответствовать критическому отношению к власти, так как у людей появляется возможность получать неподцензурные мнения и информацию. В рамках этой теории, ключевыми факторами политического участия становятся медиаактивность и активное потребление информации, интерес к политике.

### ***Модель социального капитала***

Теория социального капитала говорит о том, что доверие людей друг к другу и их взаимодействие для обсуждения или решения общих проблем является ключевым фактором повышения политического участия.

Во всех концепциях социального капитала одно из центральных мест среди оснований такого капитала принадлежит доверию.



Межличностное доверие, как основа социального капитала, помогает в борьбе с оппортунистическим поведением и кооперации с гражданами, не входящими в узкий круг каждодневного общения отдельно взятого индивида.

Главное различие заключается в том, что одни авторы на первый план выдвигают идею социальных сетей, другие отдают предпочтение доверию. Но как бы то ни было, доверие и социальный капитал анализируются как тесно связанные между собой, взаимодополняющие категории: с одной стороны, социальный капитал предстает как некий потенциал общественного взаимодействия, являющийся результатом достигнутого доверия между членами сообщества; с другой, уровень доверия выступает выражением накопленного запаса социального капитала. При этом механизм возникновения и развития доверия рассматривается как процесс формирования социального капитала.

С появлением новых сетевых инструментов индивиды всё чаще используют Интернет как место для создания новых отношений. Такие отношения могут быть как личными, так и профессиональными. Понятие совместной социальной сети используется, таким образом, для объяснения высокой степени интерактивности пользователей в пределах ресурса. Целью их посещения является именно установление контактов, поиска знакомых и т.д. Использование Интернета в целях обмена информации коррелирует с более высоким уровнем межличностного доверия и общественной активности [189].

Таким образом, приумножение социального капитала конвертируется как в потенциал совместных политических действий, так и в индивидуальную активность пользователей.

Модель социального капитала в наибольшей степени отвечает постулатам теории двухступенчатой политической коммуникации, так как подчеркивает роль межличностного взаимодействия при преобразовании сообщения и его интерпретации на личностном уровне. Слабым местом теории социального капитала является то, что она практически не учитывает сугубо индивидуальные особенности человека, его уникальные паттерны потребления информации и ресурсные ограничения.

На основе описанных подходов были сформированы четыре группы факторов политического участия, для использования в качестве независимых переменных в регрессионных уравнениях:

- 1) социально-экономические и демографические факторы (пол, возраст, образование, материальное положение).
- 2) социально-психологические (межличностное доверие, политический интерес, внутренняя и внешняя политическая эффективность).
- 3) ресурсные (навыки использования Интернета и навыки гражданской активности).
- 4) факторы коммуникации (потребление новостной информации, коммуникация на форумах, чатах и блогах, коммуникация в социальных сетях, ведение Интернет-блога).

Исходя из положений, описанных выше, были также сформулированы исследовательские вопросы для статистической проверки.

1) Связано ли использование Интернета с социально-психологическими факторами политического участия – интересом к политике, межличностным доверием, политической эффективностью?

2) Воздействует ли Интернет-коммуникация на электоральное поведение и электоральные предпочтения?

3) Воздействует ли Интернет-коммуникация на неконвенциональное политическое участие?

4) Воздействует ли Интернет-коммуникация на гражданскую активность?

5) Обусловлена ли связь между Интернет-коммуникацией, политическим участием и гражданской активностью формой коммуникации (горизонтальная, вертикальная) и коммуникативной Интернет-компетентностью?

### **3.2. Рунет, электоральная активность и политическое участие. Эмпирический анализ: индивидуальный уровень.**

Для статистической проверки связи пользовательской активности в Рунете и электорального участия, участия в протестных акциях с политическими и неполитическими требованиями на индивидуальном уровне будет использован статистический метод бинарной логистической регрессии. С помощью данного метода регрессии можно исследовать зависимость дихотомических переменных от независимых переменных. Модель позволяет рассчитывать вероятность наступления события (например, участие в выборах или в политическом мероприятии) в зависимости от разных факторов.

Эмпирическую базу составил массив данных опроса, проведенного «Левада-центром» в августе 2012 года (опрос по представительной выборке 1600 россиян в возрасте 18 лет и старше;

статистическая погрешность данных исследования не превышает 3,4%).

В качестве зависимой дихотомической переменной будет выбрано участие / неучастие в голосовании на выборах Президента в 2012 году. Эта переменная определяется ответом респондентов на вопрос: «Голосовали ли Вы на выборах Президента 4 марта 2012 года?». В качестве независимых переменных будут выбраны нижеследующие показатели, обоснованные ранее.

### ***Социально-экономические и демографические факторы.***

1) Пол.

2) Возраст.

3) Образование.

*Уровень образования распределяется по группам: а) начальное; б) неполное среднее; в) полное среднее; г) профессионально-техническое; д) среднее специальное; е) неоконченное высшее; ж) высшее.*

4) Материальное положение.

*Определяется ответом респондента на вопрос: «К какой из следующих групп населения вы могли бы себя отнести скорее всего?».*

*Уровень дохода распределяется по следующим группам: а) мы едва сводим концы с концами. Денег не хватает даже на продукты; б) на продукты денег хватает, но покупка одежды уже затруднительна; в) денег хватает на продукты и одежду, но покупка холодильника, телевизора, мебели является проблемой; г) мы можем без труда купить холодильник, телевизор, мебель, но на автомобиль денег нет; д) мы можем позволить себе практически все: машину, квартиру, дачу и многое другое.*

## **Социально-психологические факторы.**

### **1) Уровень межличностного доверия.**

*Определяется ответом респондента на вопрос: «В целом вы бы сказали, что людям можно доверять или что осторожность в отношениях с людьми никогда не помешает?». Уровень доверия группируется по четырем группам: а) практически всегда людям можно доверять; б) обычно людям можно доверять; в) обычно осторожность в отношениях с людьми не помешает; г) практически всегда осторожность в отношениях с людьми не помешает.*

### **2) Политический интерес.**

*Определяется по 5 градациям ответа на вопрос: «В какой степени Вас интересует политика?» - от «в очень большой степени» до «совершенно не интересует».*

### **3) Удовлетворенность возможностями политического участия.**

*Определяется по 4 градациям ответа на вопрос: «В какой степени вы удовлетворены возможностями Вашего участия в политической жизни?» - от «вполне удовлетворен» до «совершенно не удовлетворен».*

### **4) Внутренняя политическая эффективность.**

*Определяется по 4 градациям ответа на вопрос: «Как Вы думаете, могут ли такие люди, как Вы, оказывать влияние на ситуацию в стране, участвуя в митингах, демонстрациях, забастовках?» - от «определенно да» до «определенно нет».*

### **5) Внешняя политическая эффективность.**

*Определяется по 5 градациям ответа на вопрос: «В какой мере государство выполняет сейчас свои обязанности перед гражданами*

*России?» - от «в полной мере выполняет» до «совершенно не выполняет».*

### **Факторы коммуникации**

#### **1) Частота использования Интернета.**

*Определяется ответом на вопрос: «Пользуетесь ли Вы лично дома, на работе, в любых других местах сетью Интернет (кроме электронной почты)? Если да, то, как часто Вы пользуетесь Интернетом?» - ежедневно, несколько раз в неделю, примерно один раз в неделю, 2-3 раза в месяц, примерно 1 раз в месяц, реже 1 раза в месяц, никогда.*

#### **2) Коммуникация в социальных сетях.**

#### **3) Коммуникация на форумах, в чатах, блогах.**

#### **4) Потребление новостной информации (чтение материалов на сайтах телеканалов и радиостанций, газет, журналов, новостных порталов и Интернет-изданий).**

#### **5) Ведение блога.**

*Переменные 2-5 являются дихотомическими и определяются ответом множественного выбора на вопрос «С какой целью Вы пользуетесь Интернетом?».*

### **Ресурсные факторы**

#### **1) Навыки использования Интернета.**

*Для оценки данного фактора используется индекс, получаемый простым суммированием количества упоминаний той или иной активности при ответе на вопрос множественного выбора: «С какой целью Вы пользуетесь Интернетом?». (Варианты ответов для выбора см. в приложении, в таблице №9).*



## 2) Навыки гражданской активности.

*Для оценки данного фактора используется индекс, получаемый простым суммированием количества упоминаний той или иной активности при ответе на вопрос множественного выбора: «Что из перечисленного вы делали за последние 12 месяцев?». (Варианты ответов для выбора см. в приложении, в таблице №10).*

Кодировка ответов респондентов осуществлена по возрастанию: от меньшего к большему, от слабого значения признака к сильному.

Но прежде чем перейти к регрессионной модели ответим на следующий вопрос: есть ли связь между использованием Рунета и традиционным социально-психологическими факторами политического участия.

Для этого рассчитаем коэффициент связи  $\gamma$  Гудмена-Краскала. С помощью  $\gamma$  проверяется гипотеза о равенстве для анализируемых переменных, измеряемых в порядковой шкале, нулю коэффициента ранговой корреляции. Нужно отметить, что коэффициент фиксирует вероятность наличия связи между порядковыми переменными, но не позволяет делать оценки о силе такой связи.

В таблице № 7 показаны результаты расчета  $\gamma$  для переменной «частота использования Интернета» попарно для каждого фактора политического участия. Также сюда включен такой ресурсный фактор, как индекс навыков гражданского участия.



**Таблица № 7. Коэффициенты связи для переменных «факторы политического участия» и «частота использования Интернета».**

	Политический интерес	Межличностное доверие	Внешняя эффективность	Внутренняя эффективность	Удовлетворенность возможностями политического участия	Навыки гражданской активности (индекс)
Гамма	<i>0,172***</i>	-0,054	0,016	<i>0,213***</i>	0,022	0,014
Значимость	<i>0,0</i>	0,126	0,638	<i>0,001</i>	0,579	0,727

Таким образом, делаем следующий вывод: гипотеза о влиянии использования Интернета на социально-психологические факторы политического участия должна быть частично подтверждена, частично опровергнута. Частота использования Интернета положительно связана с уровнем политического интереса и внутренней политической эффективности, но не имеет связи с межличностным доверием, внешней политической эффективностью и удовлетворенностью возможностями политического участия.

Также необходимо отвергнуть гипотезу о том, что использование Интернета связано с развитием навыков гражданской активности.

Далее перейдем непосредственно к логистической регрессионной модели. Как видно из таблицы № 8, в целом модель электоральной активности на президентских выборах 2012 года описывается традиционными факторами политического участия: социально-демографическими (возраст и образование) и социально-психологическими переменными (политический интерес). Факторы

коммуникации не оказывали статистически значимого влияния на вероятность принятия решения об участии в данных выборах.

**Таблица № 8. Коэффициенты бинарной логистической регрессии зависимой переменной «участие в выборах Президента в 2012 году».**

	Участие в выборах Президента 2012 г.
<b>Constant</b>	1,306
<b>Социально-экономические и демографические факторы</b>	
Пол	0,078
Возраст	<b>0,023*</b>
Образование	<b>0,214***</b>
Доход	0,202
<b>Социально-психологические факторы</b>	
Доверие	0,135
Политический интерес	<b>0,434***</b>
Внутренняя политическая эффективность	0,129
Удовлетворенность возможностями политического участия	0,154
Внешняя политическая эффективность	0,073
<b>Факторы коммуникации</b>	
Частота использования Интернета	-0,016
Коммуникация в социальных сетях,	0,006
Коммуникация на форумах, в чатах, в блогах	-0,099
Потребление новостей в Интернете	0,267
Блогинг	-0,047
<b>Ресурсные факторы</b>	
Навыки использования Интернета	0,002
Навыки гражданской активности	-0,133
Nagelkerke R Square	-0,148
Хи-квадрат	49,166***

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

Далее мы произведем статистическую оценку вероятности неконвенционального политического участия (см. таблицу № 9). Для оценки факторов политического участия на индивидуальном уровне также будет использована бинарная логистическая регрессия. В качестве зависимой дихотомической переменной будет выбран

показатель предполагаемого участия в а) протестных митингах с общественно-экономическими требованиями – определяется ответом респондента на вопрос «Если в вашем городе/сельском поселении состоятся массовые выступления против падения уровня жизни, в защиту своих прав, вы лично примите в них участие или нет?»; б) протестных митингах с политическими требованиями - определяется ответом респондента на вопрос «Если в вашем городе/сельском поселении состоятся массовые выступления протеста (митинги, демонстрации, забастовки) с политическими требованиями Вы лично примите в них участие или нет?»).

Эмпирическую базу составил массив данных опроса, проведенного «Левада-центром» в августе 2012 года (опрос по представительной выборке 1600 россиян в возрасте 18 лет и старше; статистическая погрешность данных исследования не превышает 3,4%).

**Таблица № 9. Коэффициенты бинарной логистической регрессии зависимой переменной протестного политического участия.**

	Участие в митингах с неpolитическими требованиями, (2012 г.)	Участие в протестных акциях с политическими требованиями, (2012 г.)
<b>Constant</b>	2,731	1,8
<b>Социально-экономические и демографические факторы</b>		
Пол	-0,052	-0,199
Возраст	-0,014	-0,003
Образование	<b>-0,178*</b>	-0,046
Доход	<b>-0,385*</b>	-0,119
<b>Социально-психологические факторы</b>		
Доверие	0,036	-0,085
Политический интерес	0,178	0,25
Внутренняя политическая эффективность	<b>0,597***</b>	<b>0,667***</b>
Удовлетворенность возможностями политического участия	-0,069	-0,02

Внешняя политическая эффективность	-0,229	-0,044
<b>Факторы коммуникации</b>		
Частота использования Интернета	0,013	0,001
Коммуникация в социальных сетях	-0,06	-0,140
Коммуникация на форумах, в чатах, блогах	<b>0,617*</b>	<b>1,072**</b>
Потребление новостей в Интернете	-0,117	-0,464
Блогинг	-0,09	-0,291
<b>Ресурсные факторы</b>		
Навыки использования Интернета	,011	-0,05
Навыки гражданской активности	0,194	0,054
Nagelkerke R Square	-0,15	-0,143
Хи-квадрат	44,218***	40,534***

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

Как и в случае с электоральной активностью модель в большей степени описывается традиционными факторами политического участия и гражданской активности: социально-демографическими (статистически значимыми оказались переменные «доход» и «образование») и социально-психологическими (переменная «внутренняя политическая эффективность»).

Также можно констатировать, что социально-психологические факторы (внутренняя эффективность, политический интерес и межличностное доверие) увеличивают вероятность политического участия: и электорального и протестного. Этот факт позволяет делать предположение о том, что частота использования Интернета может оказывать положительное воздействие на политическое участие опосредованно: за счет повышения политического интереса и внутренней политической эффективности.

Среди факторов коммуникации, значимых в рамках регрессионной модели, оказался показатель коммуникации на форумах, в чатах и блогах. Так общение в блогосфере и на форумах

увеличивало бы вероятность участия в неполитическом протесте на 3 процентных пункта. Митинг или демонстрацию с политическими требованиями пользователи, коммуницирующие на форумах и блогах, посетили бы вероятнее почти на 10 процентных пунктов по сравнению с теми, кто не прибегает к общению в блогосфере.

Далее мы предприняли попытку сфокусироваться непосредственно на коммуникационных факторах политического участия. Мы включили в модель в качестве зависимых переменных опять же электоральную активность и политическое участие (к сожалению, вследствие ограничений в доступности массива данных, мы были вынуждены ограничиться данными о голосовании на президентских выборах в 2008 году, и о протестном поведении в 2011 г.), а в качестве зависимых были оставлены только факторы коммуникации и потребления информации.

Были добавлены и изменены нижеследующие переменные.

1) Потребление информации.

Переменная определялась ответом респондентов на вопрос «как часто Вы смотрите телевизор/слушаете радио/читаете газеты/читаете журналы/читаете Интернет-издания?» с шестибальной шкалой ответов - от «ежедневно» до «никогда».

2) Фактор «коммуникация в социальных сетях» в отличие от дихотомической переменной для предыдущих моделей, был определен исходя из ответа на вопрос: «пользуетесь ли Вы социальными сетями в Интернете и если да, то, как часто?» с семибалльной шкалой ответов – от «ежедневно» до «никогда».

Полученные результаты и коэффициенты бинарной логистической регрессии представлены в таблице № 10.

**Таблица № 10. Коэффициенты бинарной логистической регрессии. Электоральная активность, политическое участие и факторы коммуникации.**

	Участие в выборах Президента 2008 г.	Участие в протестных акциях с политическими требованиями (2011 г.)	Участие в митингах без политических требований (2011 г.)
<b>Constant</b>	-3,318	-1,698	,764
<b>Социально-экономические и демографические факторы</b>			
Пол	-,019	,123	-,247
Возраст	<b>,079***</b>	-,007	-,018
Образование	<b>,253***</b>	,095	-,038
Доход	-,135	<b>-,534**</b>	<b>-,559***</b>
<b>Потребление информации</b>			
ТВ	,065	-,176	-,065
Радио	,039	-,103	-,092
Газеты	,034	,057	,118
Журналы	-,038	-,110	-,273
Интернет	-,044	,134	,095
<b>Факторы коммуникации</b>			
Частота использования Интернета	-,250	,238	,100
Коммуникация в социальных сетях	-,129*	,080	,005
Коммуникация на форумах, в чатах, в блогах	-,216	<b>,051*</b>	<b>,908*</b>
Блогинг	-,342	,185	-,099
Навыки использования Интернета	-,023	-,002	,010
Nagelkerke R Square	,269	-,050	-,092
Хи-квадрат	111,179***	13,483**	27,335***

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

В данном случае видно, что наряду с традиционными факторами политического участия (возраст, образование, доход) опять же статистически значимым фактором в модели бинарной регрессии стала такая переменная, как коммуникация в блогах, форумах и чатах. Однако стоит отметить, что для данного фактора наблюдаемая связь достаточно слабая.

Факторы возраста, образования и дохода имеют более устойчивую во времени связь и более универсальный характер, то есть, связаны и с электоральной активностью и с политическим участием. Таким образом, модель в большей степени описывается социально-демографическими переменными

Отдельно стоит отметить, что фактор потребления информации в Интернете не показал статистически значимой связи ни с электоральной активностью, ни с политическим участием. Что подтверждает тезис, выдвинутой во второй части исследования, о том, что Рунет пока еще не является значимым источником политической информации.

### **3.3. Рунет и гражданская активность. Эмпирический анализ: индивидуальный уровень.**

В данном подразделе была проведена статистическая проверка связи между гражданской активностью и использованием Интернета.

В качестве независимых переменных остались те же показатели коммуникации и потребления информации, что использовались в подразделе 3.2.

В качестве зависимой переменной был взят бинарный индекс гражданской активности. Этот индекс распределяет респондентов на 2 группы: а) на тех, кто прибегал хотя бы к одному акту гражданской

активности за последние 12 месяцев; б) на тех, кто не упомянул ни одного вида гражданской активности из предложенных вариантов.

Респондентам для выбора были предложены девять следующих видов гражданской активности, определяемые ответом на вопрос «Что из нижеперечисленного Вы делали за последние 12 месяцев?»: а) посещали собрания, посвященные делам вашего города, района; б) написали письмо редактору газеты, журнала или позвонили на радио или телевидение, чтобы выразить свое мнение; в) возглавляли какой-нибудь комитет или комиссию в какой-нибудь местной организации; г) произносили речь или вели публичную беседу с группой людей; д) активно участвовали в деятельности группы людей, пытающихся повлиять на действия властей или изменить что-нибудь в вашем городе; е) участвовали в политическом митинге, шествии или ином политическом событии; ж) написали или позвонили какому-нибудь политику или связались с каким-нибудь государственным служащим; з) сделали существенное пожертвование в какую-нибудь местную, региональную или общероссийскую общественную организацию; и) организовали какое-нибудь общественное мероприятие.

Эмпирическую базу так же составил массив данных опроса, проведенного «Левада-центром» в августе 2011 г. Полученные результаты и коэффициенты бинарной логистической регрессии представлены в таблице 11.



**Таблица 11. Коэффициенты бинарной логистической регрессии. Гражданская активность и факторы коммуникации.**

	Гражданская активность
<b>Constant</b>	-2,64
<b>Социально-экономические и демографические факторы</b>	
Пол	0,516
Возраст	-0,003
Образование	0,013
Доход	0,053
<b>Потребление информации</b>	
ТВ	-0,056
Радио	0,037
Газеты	0,172
Журналы	-0,102
Интернет	0,09
<b>Факторы коммуникации</b>	
Частота использования Интернета	-0,1
Коммуникация в социальных сетях	0,099
Коммуникация на форумах, в чатах, в блогах	<b>0,759*</b>
Блогинг	0,046
Навыки использования Интернета	0,041
Nagelkerke R Square	,055
Хи-квадрат	7,246**

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

В данном случае единственным статистически значимым фактором в модели бинарной регрессии стал фактор коммуникация в блогах, форумах и чатах. Коэффициенты регрессии позволяют высчитать, что коммуникация в блогосфере на 5 процентных пунктов увеличивает вероятность ненулевого значения гражданской активности. Коммуникация в социальных сетях, частота использования Интернета и потребления информации в глобальной сети не продемонстрировали связь с уровнем гражданской активности.

### **3.4. Рунет, электоральная активность и электоральные предпочтения. Эмпирический анализ: макроуровень.**

Голосование – главный демократический ритуал, который может испытывать влияние нового мощнейшего медиа – Интернета. Этим объясняются разные предпосылки: а) повышение информированности избирателя за счет увеличения объема и снижения затрат на доступ к политической информации приводит к усилению электоральной активности; б) Интернет может отвлекать граждан от личного общения и повторить пагубную роль в снижении политической активности, которую когда-то сыграло телевидение; в) новые информационные технологии могут использоваться для перевода процесса голосования в электронный формат.

Нас, прежде всего, будет интересовать вопрос, может ли распространённость Интернета в том или ином регионе соответствовать заметным изменениям в электоральных предпочтениях и электоральной активности жителей.

В данном параграфе будет проведён статистический анализ того, как связано распространение Интернета в том или ином регионе с результатами голосования на выборах Президента РФ в 2008 и 2012 гг. и на парламентских выборах 2007-2011 гг.

Во многом мы опираемся на модель, предложенную российскими исследователями Р. Ениколоповым, М. Петровой и Е. Журавской [127]. Они исследовали зависимость между наличием доступа к медиа и результатами парламентских выборов в 1999 году.

Предложенная ими модель высчитывала вероятность голосования за партии в зависимости от бинарной характеристики – наличия или отсутствия доступа к вещанию телеканала НТВ. Они исходили из следующих предпосылок: а) телевидение было одним из

основных факторов, влияющих на результаты выборов. Созданная за 2 месяца до голосования партия «Единство» выиграла выборы с результатом 23,3%. «Единство» поддерживалась двумя главными (и с точки зрения количественных показателей объема эфирного времени и с точки зрения тональности сообщений) государственными ТВ-каналами – ОРТ и РТР; б) НТВ на момент выборов являлся единственным независимым от правительства телевизионным каналом. Канал, принадлежавший Владимиру Гусинскому, находился в политической оппозиции действующей власти и поддерживал три оппозиционные партии; в) соблюдаются прочие равные условия, то есть при контроле социально-экономических переменных (проживание в городе, средний уровень дохода, качество государственных услуг и т.д.) разница в голосовании между схожими регионами может быть объяснена воздействием вещания НТВ; г) важна институциональная среда – влияние медиа оказывает значительное влияние в странах со слабыми демократическими институтами, а именно неустойчивой партийной системой, низким уровнем партийной приверженности, низкоконтурной медиасредой.

Была предложена регрессионная модель, которая позволила сделать выводы о значительном влиянии НТВ, как независимого и негативно настроенного к действующей власти, медиа: на каждые 10% увеличения покрытия телеканала НТВ в том или ином регионе приходилось снижение уровня поддержки партии «Единство» на 1,55 процентный пункт. Таким образом, партия «Единство» в результате эффекта НТВ ухудшила свой возможный результат на 25%, в то время как оппозиционные партии улучшили свой результат на 60%.

Опираясь на изложенные положения в рамках данной части исследования, мы исходим из следующих предпосылок: 1) в условиях, когда все крупные телеканалы (не являющиеся сугубо развлекательными) находятся в собственности государства или в собственности лиц, аффилированных с правящей элитой, в условиях отсутствия общенациональных независимых от государства печатных СМИ, Рунет является единственным доступным в масштабах страны каналом для получения разносторонней политической информации; 2) Интернет-среда является источником протестного дискурса и каналом циркуляции преимущественно критической информации по отношению к действующей власти; 3) использование Интернета во многом определяется социально-экономическими характеристиками, поэтому при анализе мы будем исследовать возможное влияние Интернета наряду с учетом других традиционных факторов электорального поведения.

Главной является проблема ограниченности количества наблюдений. Поскольку опыт выборов в Российской Федерации пока не превышает двадцати лет, эмпирических данных недостаточно для получения сколько-нибудь надежных выводов. Поэтому для решения поставленной задачи мы перешли с федерального уровня на региональный. Такой подход позволяет резко расширить число наблюдений. В результате удастся сформировать некоторое базовое множество, необходимое для проведения количественного анализа электорального процесса.

Прежде всего, мы намерены опираться лишь на федеральные выборы. Они принципиально более сопоставимы, поскольку происходят во всех регионах одновременно, что позволяет

нивелировать, по крайней мере, некоторые внешние факторы, не имеющие отношения к характеру изучаемого вопроса.

На сегодняшний день в России 83 субъекта федерации. Итоговое количество анализируемых регионов было сокращено по следующим основаниям: а) недоступность данных в необходимом объеме; б) наличие в них избыточного влияния субъективного (политического) фактора на результаты голосований. Не секрет, что результаты выборов в некоторых субъектах федерации вызывали сомнение с точки зрения их полной свободы от вмешательства региональных и местных органов власти. В этой связи из анализа были убраны регионы, в которых разница показателя процента голосов (за ту или иную партию или кандидата) и среднего значения составляла более чем четыре величины стандартного отклонения. Это следующие регионы: Кабардино-Балкария, Карачаево-Черкессия, Башкортостан, Дагестан, Ингушетия, Мордовия, Татарстан, Тыва, Чечня.

В итоге с учетом исключения регионов по основаниям недостаточности данных количество наблюдений составило 71 (для президентских выборов) и 74 региона (для парламентских выборов).

При анализе того, как может распространение Интернета соотноситься с результатами голосования в том или ином регионе, в качестве зависимых переменных мы будем использовать следующие показатели:

- а) Явка избирателей в регионе (в соответствии с данными Центральной избирательной комиссии РФ (ЦИК) [194].
- б) Процент голосов, отданных на выборах за партию или кандидата в Президенты (в соответствии с данными ЦИК) [194].

В качестве независимой переменной будет выступать месячная аудитория Интернета, то есть количество пользователей в регионе, которые пользуются глобальной сетью хотя бы раз в месяц. Для анализа используются данные Фонда «Общественное мнение»: для выборов в декабре 2007 и марте 2008 года – замеры на конец 2007 года [36], для выборов декабря 2011 и марта 2012 гг. – замеры на конец 2011 года [196].

При том, как уже было сказано, электоральное поведение индивида не может быть обусловлено преимущественным влиянием только фактора распространенности того или иного медиа. Поэтому необходима модель, которая могла бы оценить вклад Интернета наряду с другими факторами. Какими они могут быть?

Для анализа факторов электорального поведения на макроуровне мы воспользуемся положениями теории цифрового неравенства и теории социетальных размежеваний (расколов), основанной учеными С. Липсетом и С. Рокканом. Расскажем подробнее о положениях последней. Эта теория возникла в рамках социологической школы исследования электорального поведения. Ее фундамент был заложен исследованиями американских ученых под руководством П. Лазарсфельда на основе анализа выборов президента США в 1948 году. Авторы обратили внимание на то, что электоральное поведение избирателей было во многом обусловлено их солидарностью с социальными группами. Развивая идеи Лазарсфельда, Липсет и Роккан в своих работах, наиболее известная из которых «Структуры расколов, партийные системы и предпочтения избирателей», ввели понятие социального размежевания или раскола (cleavage) – структурного конфликта между социальными группами, при том, что индивид может быть причастным сразу нескольким

группам. Такие расколы достаточно устойчивы и имели долгую историю формирования на протяжении сотен лет. «Паразитируя» на этих расколах, образуются партии, которые выстраивают свое электоральное предложение эксплуатации размежеваний между группами [148].

Ключевыми размежеваниями являются структурные конфликты между центром и периферией, церковью и государством - возникшие в результате национальных революций. Городом и селом, собственниками и рабочими – ставшие следствием индустриальных революций. В Западной Европе структура социальных размежеваний зафиксировалась в первой четверти XX в.; соответственно, стабилизировались и партийные системы. Эта теория критикуется в связи с тем, что к концу XX века традиционные массовые партии, в наибольшей степени, привязанные к классам и группам населения, испытывают кризис и претерпевают преобразования. Появляются catch-all партии, движения одной проблемы, растет уровень мобильности населения и снижается привязанность избирателя к конкретной партии [5].

Тем не менее, устойчивые различия между социальными группами выступают существенным фактором, влияющим на связи между объектами электорального выбора. Поэтому мы можем использовать эту теорию в качестве вектора для определения факторов электорального поведения, которые могли бы объяснить колебания в результатах голосования между регионами страны.

Поэтому в дополнение к фактору использования Интернета в качестве независимых переменных в исследовании используются статистические данные регионального развития, разбитые по 5

группам, сформированным на основании идей социетальных расколов:

Во-первых, показатели, отражающие демографическую структуру региона.

Во-вторых, показатели, характеризующие социально-экономическое положение.

В-третьих, уровень социального развития, характеризуемый уровнем обеспеченности населения, продолжительности жизни и покупательской способностью. А также показателями социальной дифференциации в регионе.

В-четвертых, региональный образовательный потенциал.

В таблице № 12 представлено, какие конкретно показатели были включены в каждую из четырех групп.

**Таблица № 12. Группы показателей социально-экономического развития регионов.**

Группа	Переменные
<b>Демографические показатели</b>	УДЕЛЬНЫЙ ВЕС ГОРОДСКОГО НАСЕЛЕНИЯ В ОБЩЕЙ ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ  КОЭФФИЦИЕНТЫ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ НАГРУЗКИ (на 1000 человек трудоспособного возраста приходится лиц нетрудоспособных возрастов).
<b>Социально-экономические показатели</b>	ВРП НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ  УРОВЕНЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ  УРОВЕНЬ БЕЗРАБОТИЦЫ  ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН
<b>Показатели социального развития и дифференциации</b>	ОЖИДАЕМАЯ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ЖИЗНИ ПРИ РОЖДЕНИИ  СРЕДНЕДУШЕВЫЕ ДЕНЕЖНЫЕ ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ



	ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ РАСХОДЫ В СРЕДНЕМ НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ  КОЭФФИЦИЕНТ ДЖИННИ  ЧИСЛЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ С ДЕНЕЖНЫМИ ДОХОДАМИ НИЖЕ ВЕЛИЧИНЫ ПРОЖИТОЧНОГО МИНИМУМА) (в процентах от общей численности)
<b>Уровень образования</b>	ЧИСЛО ЛИЦ С ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ НА 1000 ЧЕЛОВЕК  ЧИСЛЕННОСТЬ СТУДЕНТОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА 10 000 ЧЕЛОВЕК НАСЕЛЕНИЯ

Основными демографическими параметрами, используемыми при анализе, являются удельная доля городского населения и уровень демографической нагрузки. Предполагается, что наиболее существенным здесь может быть показатель доли городского населения, как наиболее сильного фактора электорального поведения в рамках социального раскола «город-деревня». Например, известно, что наиболее урбанизированные территории склонны к голосованию за демократические партии. Уровень демографической нагрузки характеризует возрастную структуру населения и нагрузку на общество со стороны лиц более пожилого нетрудоспособного возраста. Предполагается, что этот показатель должен коррелировать с поддержкой партий левого спектра, фокусирующихся на риторике социального равенства и социальной справедливости.

Очевидно, должны быть связаны с результатами голосования индикаторы, характеризующие общее экономическое развитие региона и уровень жизни населения. Например, высокий уровень экономической активности и сравнительно высокие среднедушевые доходы населения могут соответствовать большей поддержке действующей власти. А безработица и рост цен, наоборот,

подталкивать к голосованию за оппозиционные силы. Также имеет смысл анализировать, как различия в индикаторах уровня жизни, таких, как продолжительность жизни, среднедушевые доходы и потребительские расходы населения, могут повлиять на поддержку действующей власти или голосование за оппонентов с левого или правого флангов.

Численность студентов может иметь отрицательную связь с результатами голосований за власть. Это связано с тем, что студенты являются наиболее политически пассивной частью населения и не участвуют в выборах, а с другой стороны, студенческая среда традиционно является оппозиционно настроенной частью общества. Такую же связь стоит ожидать и с показателем удельной доли граждан в регионе с высшим образованием.

Большое значение на результаты голосования могут оказывать индекс Джинни, показатель неравномерности распределения доходов в обществе, и удельная доля людей с денежными доходами ниже прожиточного минимума. Эти показатели опять же помогают учитывать расколы между различными социальными группами населения.

Все перечисленные показатели включаются в анализ, будучи нормированными по численности населения. Данные были взяты из ежегодного сборника Росстата «Регионы России. Социально-экономические показатели». При расчетах использовались данные на конец года, в котором проводились выборы в Государственную Думу РФ, то есть, на конец 2007 и 2011 гг. соответственно [203].

На основе анализа индикаторов нам предстоит отобрать те из них, которые будут максимально значимы с точки зрения оптимизации оценки электоральных последствий. Изначально ясно, что это не

должны быть все индикаторы. Многие из них достаточно тесно коррелируют друг с другом, и потому не должны пересекаться в рамках одной и той же модели.

Предварительно был проведен анализ того, как коррелирует показатель месячной аудитории Интернета и голосования. В таблице № 13 и № 14 указаны полученные коэффициенты корреляции Пирсона. В скобках указана оценка значимости гипотезы о равенстве нулю коэффициента корреляции для переменных.

**Таблица № 13. Коэффициенты корреляции показателей месячной аудитории Интернета, явки и голосования на выборах депутатов Государственной думы РФ в 2007 и 2011 гг.**

	<b>Выборы в ГД (2011 г.)</b>	<b>Выборы в ГД (2007 г.)</b>
<b>Явка</b>	-0,182 (0,136)	<b>-,300*</b> <b>(0,015)</b>
<b>Единая Россия</b>	-0,218 (0,074)	<b>-,271*</b> <b>(0,029)</b>
<b>КПРФ</b>	-0,121 (0,326)	-0,089 (0,481)
<b>Справедливая Россия</b>	0,147 (0,232)	0,189 (0,132)
<b>ЛДПР</b>	<b>,242*</b> <b>(0,052)</b>	0,089 (0,479)
<b>Яблоко</b>	<b>,575***</b> <b>(0,000)</b>	<b>,711***</b> <b>(0,000)</b>
<b>Патриоты России</b>	<b>,267*</b> <b>0,028</b>	0,154 (0,225)
<b>Правое дело</b>	<b>,302*</b> <b>0,012</b>	
<b>Аграрная партия России</b>		-0,148 (0,24)
<b>Гражданская сила</b>		<b>,524***</b> <b>(0,000)</b>

СПС		<b>,460***</b> <b>(0,000)</b>
Партия социальной справедливости		<b>,500***</b> <b>(0,000)</b>
Демократическая партия России		<b>,416**</b> <b>(0,001)</b>

**Таблица № 14. Коэффициенты корреляции показателей месячной аудитории Интернета, явки и голосования на выборах Президента РФ в 2008 и 2012 гг.**

	<b>Выборы Президента (2012 г.)</b>	<b>Выборы Президента (2008 г.)</b>
<b>Явка</b>	-0,154 (0,21)	<b>- 0,234*</b> <b>(0,039)</b>
<b>Владимир Путин</b>	-0,218 (0,079)	
<b>Геннадий Зюганов</b>	-0,234 (0,058)	-0,141 (0,26)
<b>Михаил Прохоров</b>	<b>,575***</b> <b>(0,000)</b>	
<b>Владимир Жириновский</b>	0,162 (0,188)	-0,001 (0,991)
<b>Сергей Миронов</b>	0,219 (0,076)	
<b>Андрей Богданов</b>		<b>,419***</b> <b>(0,000)</b>
<b>Дмитрий Медведев</b>		0,063 (0,616)

Из анализа коэффициентов в представленных таблицах можно сделать следующие выводы.

- 1) Показатель месячной аудитории Интернета отрицательно коррелирует с явкой на выборы и Президента и депутатов Государственной думы в рамках обоих электоральных циклов – 2007-2008 и 2011-2012 гг. Тем не менее, статистически значимыми являются коэффициенты корреляции только для выборов цикла 2007-2008 гг.

- 2) Проникновение Интернета наиболее тесно коррелирует с поддержкой демократического сегмента политического спектра. В рамках двух циклов для всех партий, декларирующих приоритет демократических ценностей, наблюдается положительная корреляция с популярностью Интернета в регионе: Яблока, Правого дела, Гражданской силы, СПС, Демократической партии. Схожая картина наблюдается для кандидатов на пост главы государства. Голосование за кандидатов, идентифицируемых избирателем, как политики из демократического лагеря, Михаила Прохорова (в 2012 году) и Андрея Богданова (в 2008 году), имеет сильную связь с распространением Интернета. Коэффициенты корреляции для этих партий и политиков достаточно высоки - от 0,4 до 0,7 и все статистически являются высоко значимыми.
- 3) Показатель месячной аудитории Интернета отрицательно коррелирует с голосованием в поддержку партии власти. В обоих электоральных циклах голосование за «Единую Россию» имело отрицательный коэффициент корреляции (статистически значимый опять же только для показателей 2007 года). При этом голосование за кандидатов в Президенты от действующей власти не демонстрирует статистически значимой связи с показателем распространения Интернета.
- 4) Голосование за партии левого сегмента политического спектра (КПРФ, Справедливая Россия, Аграрная партия России) равно как и за соответствующих кандидатов в Президенты (Геннадий Зюганов и Сергей Миронов) не коррелирует с Интернет-активностью в регионе. Исключение составляет Партия социальной справедливости.

- 5) Для партий национал-патриотического (ЛДПР) и патриотического (Патриоты России) толка наблюдается незначительная связь с показателем месячной Интернет-аудитории в регионе, и только на выборах в 2011 году. При этом голосование за лидера ЛДПР Владимира Жириновского не демонстрирует такой связи ни для выборов 2008, ни для выборов 2012 года.

Очевидно, что показатель аудитории Интернета не может являться единственной переменной, позволяющей построить статистически значимую регрессионную модель.

Во-первых, потому что объясняющая способность этого фактора меньше, чем у других, традиционно значимых показателей (например, таких как уровень урбанизации региона). И в целом объясняющая способность модели, в которую в качестве независимой переменной включен только фактор Интернета, является низкой. В таблицах № 5-8 в приложении показаны результаты регрессионного парного анализа голосования на всех рассматриваемых выборах и использования Интернета. Из данных таблиц видно, что для большинства моделей коэффициент детерминации составляет значение всего 0,1-0,2.

Во-вторых, потому что необходимо принимать во внимание, что уровень проникновения Интернета в свою очередь является переменной, зависимой от других показателей (возраста, образования и т.д.)

Поэтому фактор Интернета должен исследоваться, будучи включенным в модель наряду с другими переменными. В связи с этим, для построения модели на первом этапе был проведен парный корреляционный анализ для всех обозначенных выше независимых переменных (демографические, социально-экономические, уровня

образования и качества жизни населения, социального расслоения и проникновения Интернета) и переменных голосования (на выборах Президента в 2008-2012 гг. и выборах в Государственную думу в 2007-2011 гг.). Дополнительно осуществлялась проверка показателей на мультиколлинеарность, поскольку нестрогая линейная зависимость между объясняющими переменными приводит к ненадежным оценкам регрессионной модели.

Вычисления проводились для того, чтобы на следующем этапе построения модели учитывать только значимые показатели, несвязанные друг с другом.

На основании корреляционного анализа выбирались показатели, имеющие определенную связь с итогами голосования за власть, и строились линейные регрессии, позволяющие с помощью пакета анализа данных SPSS методом наименьших квадратов строить приближения вида:

$$Y = c_1 x_1 + c_2 x_2 + \dots + c_n x_n$$

Где  $Y$  - итоги голосования за партию или кандидата в Президенты,

$x_i$  - значение независимой переменной,

$c_i$  – коэффициент,

$n$  – количество объясняющих переменных.

Исходя из проведенного ранее корреляционного анализа, было выявлено, что использование Интернета связано с результатами голосования на выборах. При этом нужно сказать, что коэффициент корреляции фактически фиксирует, насколько тесно взаимосвязаны два показателя, а точнее какова вероятность наличия линейной связи между переменными. А вот для оценки силы связи и проверки ее

статистической значимости больше подходит регрессионный анализ. Кроме этого модели регрессии предоставляют больше возможностей для определения характера и направления причинно-следственных связей.

Как уже было сказано, в регрессионную модель будут включаться переменные, которые демонстрировали статистически значимую корреляционную связь при парном корреляционном анализе. После этого при помощи пакета статистических программ SPSS рассчитывались коэффициенты регрессии и производилась оценка достоверности модели. Для окончательного выбора переменных модели использовался пошаговый метод STEPWISE. Для каждой модели, в которую голосование за партию включено в качестве зависимой переменной, в таблице представлены полученные в результате итоговые переменные и соответствующие им коэффициенты регрессии, а также указан коэффициент детерминации и F-статистика для оценки уровня достоверности модели.

Следует сказать несколько слов о методе STEPWISE. Этот метод вводит переменные в модель по одной (шаг за шагом). На первом шаге вводится переменная, обычная корреляция которой с зависимой переменной максимальна. На каждом следующем шаге вводится переменная с самой сильной частной корреляцией. При этом на каждом шаге переменные проверяются и удаляется наименее полезный из предикторов, т.е. предиктор с минимальным значением F-статистики. Этот метод наиболее применим в данном случае, так как многие независимые переменные сильно коррелированы, т.е. наблюдается мультиколлинеарность.

Так, например, голосование за партию «Единая Россия» в 2011 году было коррелировано с тремя факторами: доля городского



населения, продолжительность жизни и уровень экономической активности населения. Тем не менее, последний фактор был удален из модели методом STEPWISE, так как включение этой переменной ухудшало достоверность модели. Это можно объяснить тем, что уровень экономической активности очень сильно коррелирует с долей городского населения ( $R=0,649^{***}$ ).

В результате для показателей явки и голосования за ту или иную партию или кандидата в соответствующей ячейке таблиц записаны влияющие переменные (и соответствующие им коэффициенты), выбранные после проведения регрессионного анализа.

Сначала рассмотрим полученные регрессионные модели, в которых в качестве независимой переменной выступают результаты голосования на выборах в Государственную думу РФ в 2007 и 2011 гг. (таблица № 15).

**Таблица № 15.**

**Коэффициенты множественной регрессии зависимых переменных «явка» и «результаты голосования на выборах в Государственную думу РФ» в 2007 и 2011 гг.»**

	Выборы в ГД 2011				Выборы в ГД 2007			
		<b>b</b>	<b>R<sup>2</sup></b>	<b>F</b>		<b>b</b>	<b>R<sup>2</sup></b>	<b>F</b>
<b>Явка</b>	Constant		,242	11,357 ***	Constant	82,535* **	,133	11,228 **
	Доля городского населения	-,231***			Доля городского населения	-,267**		
	Продолжительность жизни	1,654**						
<b>«Единая Россия»</b>	Constant	31,008	,184	7,988 ***	Constant	83,502 ***	,212	19,676 **
	Доля городского населения	-,345***			Доля городского населения	-,290**		
	Продолжительность жизни	1,460*						
<b>КПРФ</b>					Constant	-1,267	,279	25,942 *
					Демографическая нагрузка	,023***		
<b>Справед-</b>	Constant	6,421	,067	5,168				

Левая Россия	Доля городского населения	,114*		*				
ЛДПР	Constant	92,706***	,336	16,473***	Constant	30,653***	,421	14,328***
	Продолжительность жизни	-,902***			Продолжительность жизни	-,334***		
	Демографическая нагрузка	-,026***			Демографическая нагрузка	-,009*		
					Доля городского населения	,072***		
Яблоко	Constant	-31,110**	,635	20,151***	Constant	,396	,712	41,291***
	Доля людей с высшим образованием	,025***			<u>Аудитория Интернета</u>	,049***		
	Демографическая нагрузка	,018***			Уровень безработицы	-,122***		
	<u>Аудитория Интернета</u>	,095**			Доля студентов	,001***		
	Уровень безработицы	,252**						
	Экономическая активность населения	-,157**						
Патриоты России	Constant	-3,511***	,245	20,432***				
	Экономическая активность населения.	,068***						
Правое дело	Constant	,348***	,186	13,485***				
	Доля городского населения	,012***						
Аграрная партия России					Constant	,295	,059	4,298*
					Демографическая нагрузка	,004*		
Гражданская сила					Constant	-,1170**	,345	27,401***
					Доля городского населения	,031***		
СПС					Constant	-2,111***	,328	28,738***
					Индекс Джинни	7,560***		
Партия социальной справедливости					Constant	,021	,376	40,979***
					Доля городского населения	,003***		
Демократическая партия России					Constant	,102	,254	18,016***
					<u>Аудитория Интернета</u>	,002***		

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



Регрессионный анализ позволяет уточнить выводы о том, что использование Интернета может являться фактором электорального поведения на макроуровне.

Для выборов 2011 года в парламент переменная «месячная аудитория Интернета» вошла только в одну регрессионную модель – модель, описывающую голосование за партию «Яблоко». При том, что на этапе корреляционного анализа была продемонстрирована связь между использованием интернета и голосованием за ЛДПР, Патриотов России и Правое дело. Так увеличение на 10% Интернет-аудитории соответствовало бы росту результата «Яблока» на выборах на 1 процентный пункт, что с учетом падения электоральной поддержки этой партии является очень значимым фактором.

Что касается голосования за партии в 2007 году, то, как и в 2011 году, наблюдается сильная связь между проникновением Интернета и процентом голосов, отданных за партию «Яблоко». Увеличение на 10% степени проникновения Интернета соответствовало бы росту результата «Яблока» на выборах на 0,5 процентных пункта.

Можно зафиксировать связь голосования за «Демократическую партию России» и показателя нормированного количества людей, пользующихся хотя бы раз в месяц Интернетом. Однако и в этом случае влияние фактора Интернета совсем невелико – коэффициент переменной месячной аудитории Интернета составляет всего 0,002.

Однако даже для тех случаев, где Интернет стал переменной регрессионной модели, стоит отметить, что такая зависимость не обязательно объясняется воздействием именно фактора распространения Интернета. Дело в том, что показатель Интернет-аудитории сильно коррелирует с другими переменными - социально-экономическими показателями, такими как доля городского

населения, экономическая активность населения, среднедушевые доходы, потребительские доходы. Поэтому появление фактора Интернета в модели может быть вызвано влиянием других переменных. Так, например, для голосования за «Яблоко» замена в модели фактора Интернета на переменную «доля городского населения» совсем незначительно ухудшает модель для обоих избирательных циклов.

Приблизиться к пониманию причинно-следственной связи и определению того, какой фактор действует сильнее, поможет и анализ регрессионных моделей, описывающих голосование на выборах Президента (см. таблицу № 16).

**Таблица № 16. Коэффициенты множественной регрессии зависимых переменных «явка» и «голосование на выборах Президента РФ в 2008 и 2012 гг.»**

	Выборы Президента в 2012 г.				Выборы Президента в 2008 г.			
		b	R2	F		b	R2	F
<b>Явка</b>	Constant	90,339***	,204	9,077 ***	Constant	70,658 ***	,133	7,566*
	Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума	-,662			Доля городского населения	-,215**		
	Доля городского населения	-,232						
<b>Путин В.В.</b>	Constant	71,993***	,077	5,869*				
	Доля городского населения	-,146*						
<b>Зюганов Г.А.</b>	Constant	3,813	,095	7,380**	Constant	2,957	,233	20,687 ***
	Демографическая нагрузка	,023**			Демографическая нагрузка	,028***		
<b>Жиринов- ский В.В.</b>	Constant	34,909 ***	,382	20,666 ***	Constant	41,304 ***	,398	20,537 ***
	Продолжительность жизни	-,462***			Продолжительность жизни.	-,588***		
	Доля городского населения	,053***			Доля городского населения	,099***		
<b>Прохоров</b>	Constant	-6,613***	,447	24,607				

<b>М.Д.</b>	Доля городского населения	,111**		***				
	Доля людей с высшим образованием	,031***						
<b>Миронов С.М.</b>	Constant	16,940*	,164	6,857**				
	Доля городского населения	,031**						
	Индекс потребительских цен	-,145*						
<b>Медведев Д.А.</b>	Constant				Constant	15,105	,139	8,416**
	Доля городского населения				Продолжительность жизни	,807**		
<b>Богданов А.В.</b>					Constant	-,613*	,492	51,233***
					Доля городского населения	,027***		

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

Анализ результатов таблицы показывает, что, несмотря на наличие корреляционных связей между голосованием на выборах Президента и Интернет-аудиторией, фактор Интернета не был включен в регрессионные модели. Ни в модель, объясняющую электоральную активность ни в модели, объясняющие голосование за того или иного кандидата. В модели для голосования за кандидатов Михаила Прохорова и Андрея Богданова попал фактор «доля городского населения», влияющий на уровень проникновения Интернета. Этим и может быть объяснено наличие корреляционной связи между использованием Интернета и голосованием за Прохорова и Богданова.

Какие выводы могут быть сделаны, исходя из результатов анализа в рамках данного параграфа диссертации.

- 1) На макроуровне степень проникновения Интернета демонстрирует отрицательную корреляционную связь с электоральной активностью.
- 2) Большее проникновение Интернета соответствует большей поддержке демократических партий и политиков, неприятно

центристских партий, при этом никак не связано с поддержкой левых и патриотических политических сил.

- 3) Что касается выявления причинно-следственной связи между фактором использования Интернета, электоральной активностью и формированием электоральных предпочтений, статистический анализ показывает, что на макроуровне использование Интернета не является самостоятельным значимым фактором и уступает социально-демографическим показателям.
- 4) Самыми значимыми факторами электоральной активности и электоральных предпочтений являются показатели урбанизации, демографической нагрузки и продолжительности жизни.

То есть в масштабах страны можно говорить о том, что различия в электоральных результатах между регионами нельзя объяснить факторами проникновения Интернета в том или ином регионе.

Подведем итоги эмпирической части исследования.

- 1) 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.
- 2) Гипотезу о том, что использование Интернета связано с развитием навыков гражданской активности необходимо отвергнуть.
- 3) Использование Интернета не демонстрирует связь со склонностью к электоральной активности.

- 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 неопосредованность. 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. Текучая 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) Варданын 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.dkvtal.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. 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.: 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) Пушкарёва Г. В. Политический менеджмент : учебное пособие / Г. В. Пушкарёва. – М.:, 2002.
- 73) Пушкарёва 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) Сморгун 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: 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. Вартановой. – 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.-Петербург. 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. – NewYork, 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 избирательный 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].**

Является ли для Вас важными или не очень важным источником политической информации... (закрытый вопрос, один ответ)				
		1999	2007	2011
<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</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].**

	<b>НА КАКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ ВЫ СМОТРИТЕ НОВОСТИ?</b>					
<b>ЧАСТОТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА</b>	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].**

	<b>СКОЛЬКО РАЗ В ДЕНЬ В ТЕЧЕНИЕ ПОСЛЕДНИХ СЕМИ ДНЕЙ ВЫ СМОТРЕЛИ ПРОГРАММЫ НОВОСТЕЙ?</b>					
<b>ЧАСТОТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА</b>	<b>вообще не смотрел</b>	<b>реже, чем раз в день</b>	<b>раз в день</b>	<b>два раза в день</b>	<b>три раза в день</b>	<b>чаще, чем три раза в день</b>
<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%