

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова
Кафедра социально-политических теорий

Д. Е. Палатников
Е. В. Ратманова

Информационно- коммуникационные технологии в политике

Учебно-методическое пособие

Ярославль
ЯрГУ
2020

УДК 32:004(075.8)
ББК Ф0я73
П14

*Рекомендовано
Редакционно-издательским советом университета
в качестве учебного издания. План 2020 года*

Рецензент
кафедра социально-политических теорий ЯрГУ

Палатников, Денис Евгеньевич.
П14 Информационно-коммуникационные технологии
в политике : учебно-методическое пособие / Д. Е. Палат-
ников, Е. В. Ратманова ; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Деми-
дова. — Ярославль : ЯрГУ, 2020. — 40 с.

В пособии раскрываются особенности протекания общественно-политических процессов в цифровой среде, условия осуществления массовой коммуникации, определяется роль Интернета в политическом управлении.

Предназначено для студентов, изучающих дисциплины «Информационно-коммуникационные технологии в политике», «Теория политических коммуникаций и PR», «Прикладная политическая аналитика», «Сетевые структуры и организации».

УДК 32:004(075.8)
ББК Ф0я73

© ЯрГУ, 2020

Учебно-методическое пособие предназначено для освоения дисциплины «Информационно-коммуникационные технологии в политике», представленной в вариативной части общей образовательной программы магистратуры по направлению 41.04.04 «Политология». Цель освоения дисциплины состоит в ознакомлении студентов с особенностями осуществления политической коммуникации в информационном обществе, а также с основными методами и ограничениями применения информационно-коммуникационных технологий в политической практике.

Части 1–3 пособия посвящены теоретическому осмыслению основных понятий курса, таких как «информационно-коммуникационные технологии», «информационное общество», «электронная демократия» и «электронное правительство». Особое внимание уделено уточнению категории «политическая коммуникация» с учетом её осуществления посредством новых информационных технологий. Представлены результаты практических социологических исследований аудитории Интернета на территории Ярославской области, что призвано способствовать формированию у студентов углубленных знаний о специфике применения информационно-коммуникационных технологий в региональном аспекте.

Четвертая часть пособия направлена на анализ основных практических методов осуществления эффективной политической коммуникации в сети Интернет. Студентам предлагается самостоятельная работа по написанию кейс-задания.

Каждая тема содержит формулировку задачи, которая должна быть решена в результате освоения темы, список использованных и рекомендованных источников, представлены контрольные.

Процесс освоения данной дисциплины направлен на формирование:

- универсальных компетенций магистрантов (способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий — УК-1; способность применять современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия — УК-4);

- общепрофессиональных компетенций (способность осуществлять поиск и применять перспективные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для комплексной постановки и решения задач профессиональной деятельности — ОПК-2; способность выстраивать стратегию продвижения публикаций по профилю деятельности в средствах массовой информации на основе базовых принципов медиаменеджмента — ОПК-5);

- профессиональных компетенций (способность к сбору и обработке информации в условиях информационной закрытости и намеренного искажения данных — ПК-10; способность к использованию политико-управленческих технологий, созданию организационных структур в сфере политики, владение навыками институционального инжиниринга — ПК-12).

Учебно-методическое пособие рекомендовано для подготовки к зачету по дисциплине «Информационно-коммуникационные технологии в политике», а также для изучения дисциплин «Теория политических коммуникаций и PR», «Прикладная политическая аналитика», «Сетевые структуры и организации».

Тема 1. Информационно-коммуникационные технологии в современной политической науке и практике

Задача: рассмотреть основные подходы к определению понятия «информационно-коммуникационные технологии» (ИКТ), провести типологизацию и классификацию ИКТ, отметить основные тенденции в развитии ИКТ. Выявить особенности применения ИКТ в политической практике.

Краткое содержание темы

В рамках данного курса мы определяем понятие **«информационно-коммуникационные технологии» (ИКТ)** как комплекс методов обработки разрозненных исходных данных в надежную информацию для дальнейшего оперативного принятия решений с помощью аппаратных, программных средств с целью достижения оптимальных параметров объекта управления.

Применительно к управлению политическими процессами **информационно-коммуникационные технологии** определяются как совокупность практических приемов, основанных на использовании современных достижений компьютерной техники, призванных воздействовать с целью трансформации на общественное, массовое сознание и поведение ради достижения значимых для инициатора воздействия целей.

Рассматриваемая категория ИКТ в политике является смежной сразу для нескольких научных отраслей знания:

- для политической науки это один из элементов политической коммуникации,
- в социологической науке ИКТ рассматривается как значимая система процедур для исследования параметров объекта (социально-психологических, демографических и пр.), в отношении которого предпринимается воздействие,
- с точки зрения лингвистики ИКТ трактуются как система правил и техник вербальной коммуникации.

Информационно-коммуникационные технологии являются частью более широкого комплекса политико-коммуникативных технологий, также призванных изменять как массовое, так и индивидуальное сознание людей, однако при этом не используя-

щих искусственно созданные (технические) процедуры сбора, фиксации, обработки и трансляции информации.

При рассмотрении понятия информационно-коммуникационных технологий в политике необходим учет ряда методологических требований.

1. Направленность на создание определенного типа сообщений, имеющих своей целью влияние на поведение получателей неким объединяющим признаком, на основе которого происходит интеграция политико-коммуникационных технологий в одну группу. Именно эта особенность отличает коммуникационные технологии от других типов межличностного воздействия.

2. Транслируемыми сообщениями (сообщениями) инициатор (коммуникатор) старается трансформировать действия объекта коммуникации при соответствующем изменении сознания.

3. Политико-коммуникационные технологии используются при организации политических кампаний всех типов, несмотря на их многообразие.

Информационно-коммуникационные технологии в политике не ограничиваются только сферой электоральных процессов, не равны электоральным технологиям. Они находят свое место не только для осуществления противостояния различных политических сил, но и для подготовки и внедрения в жизнь политических решений, для увеличения коэффициента полезного действия процессов управления (государственного и муниципального управления, управления политическими партиями и общественными объединениями, средствами массовой информации).

Всю совокупность ***информационно-коммуникационных технологий в политике*** мы можем разделить на 2 большие группы, основываясь на критерии использования или неиспользования инновационных продуктов информатизации общества:

1) «старые» информационно-коммуникационные технологии — это приемы и методы, для внедрения которых в жизнь используются привычные всем механизмы трансляции информации: печатные издания, телевизионные СМИ, телефон и телеграф, радиосигнал и др.;

2) «новые» информационно-коммуникационные технологии — средства массовой коммуникации, использующие инновационные продукты, ставшие следствием перехода общества к новой, инфор-

мационной, стадии своего развития (компьютерная техника, искусственный разум, ресурсы сети Интернет).

Классификация новых информационно-коммуникационных технологий

1. По способам построения компьютерной сети (локальные — несколько связанных между собой компьютеров; многоуровневые — наличие подчиненности в сети разных уровней; распределенные — сложные сети автоматизированных банков данных).

2. По виду технологии обработки информации: текстовая обработка, электронные таблицы, банки данных, обработанная графическая информация, мультимедийные системы, системы программирования и др.

3. По области управления социально-экономическим процессом (банковские, налоговые, страховые и т. д.).

По характеру используемых методов и средств ***информационно-коммуникационные технологии*** в политике делятся:

- 1) на агитационные приемы и методы;
- 2) маркетинговые технологии.

Пропаганда — это система деятельности, отвечающая за легитимизацию и закрепление в обществе отношений господства — подчинения между правящей элитой и массовыми группами населения. Пропаганда направлена на достижение стратегического, не единичного успеха. Агитация — взаимодействие с населением для достижения локальных, узких, тактических целей. Агитация может являться составной частью пропаганды.

Основное отличие информационно-коммуникационных технологий агитационно-пропагандистского типа в том, что они направлены на контроль над сознанием и поведением людей. Типичные приемы информирования в этом случае — дезинформация и фальсификация сведений.

Информационно-коммуникационные технологии маркетингового типа нацелены на отбор, обработку и распространение информации в соответствии с интересами и запросами аудитории. Они подразделяются на технологии PR; технологии создания имиджа; технологии политической рекламы.

В зависимости от типа базового носителя информации информационно-коммуникационные технологии в политике подразделяются следующим образом:

1) аудиовизуальный контент (телевизионные сюжеты, ролики на информационных экранах в транспорте и на улице и др.);

2) печатные публикации (статьи в печатных средствах массовой информации — газетах, журналах, а также листовки, плакаты и др.);

3) публичные события (всевозможные презентации, уличные встречи политиков с избирателями, партийные мероприятия — съезды, конференции, праймериз, пикеты, митинги, акции протеста или солидарности).

Информационно-коммуникационные технологии по горизонту планирования и использования могут разделяться:

1) на стратегические, отличающиеся системностью планирования и использования на довольно продолжительный срок (в различных системах стратегического планирования от трех до шести лет);

2) тактические, для которых тоже характерна системность планирования, но не такой продолжительный срок, как для стратегических (от 1 года до 3 лет);

3) ситуативные, применение которых обусловлено текущим социальным и политическим положением, вызываются к жизни отдельными событиями общественной жизни;

4) повторяющиеся, обусловленные наличием каких-либо однопорядковых, циклических событий в жизни общества (например, выборами в органы власти).

В зависимости от инициатора применения информационно-коммуникационные технологии делятся:

1) на используемые государственными органами власти;

2) используемые политическими объединениями (политическими партиями, общественными объединениями, некоммерческими организациями);

3) используемые определенными социальными группами (молодежь, семьи и др.);

4) используемые отдельными персонами (лидерами общественного мнения, политиками, простыми гражданами).

При этом следует иметь в виду, что при применении «новых» информационно-коммуникационных технологий существенно возрастает роль отдельной персоны в политике и её влияние на политический процесс.

Основные тенденции развития ИКТ в политике:

- гибридизация информационного политического продукта, связанная с расчетно-аналитической работой и превращением результата в специфическую услугу, предоставляемую индивидууму;
- комплексность и совмещение всех типов информации, ориентированные на восприятие индивидуумом и предпринимаемое им действие (или бездействие), важное для субъекта ИКТ;
- конвергенция современного процесса развития ИКТ, заключающаяся в стирании различий между сферами жизнедеятельности во всемирном информационном пространстве, взаимопроникновении различных отраслей жизнедеятельности.

Методические рекомендации к изучению темы

Изучение данной темы способствует формированию у студентов целостного взгляда на роль информационно-коммуникационных технологий в современной политической практике, закреплению представления об основных тенденциях в их эволюции.

При самостоятельной подготовке к семинарскому занятию необходимо ознакомиться с рекомендуемой литературой (особенно источники 2, 3, 5, 9).

Контрольные вопросы

1. Преимущества и недостатки использования Интернета в политической коммуникации.
2. Различия понятий «информационно-коммуникационные» и «информационно-коммуникативные» технологии.
3. Классификация информационно-коммуникационных технологий.

Список литературы

1. Анохин, М. Г. Информационно-коммуникационные технологии в политике / М. Г. Анохин, М. Ю. Павлютенкова // Вестн.

Рос. ун-та дружбы народов. Сер. : Политология. — 1999. — № 1. — С. 40–52.

2. Володенков, С. В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления / С. В. Володенков. — М. : Издательство Московского университета ; Проспект, 2018. — 272с.

3. Грачев, М. Н. Средства коммуникации как инструмент преобразования социально-политической действительности / М. Н. Грачев // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер.: Политология. — 2001. — № 3. — С. 88–103.

4. Лосенков, О. И. Интернет-технологии как фактор политического процесса в современном глобальном пространстве / О. И. Лосенков // Вестник Астраханского государственного технического университета. — 2006. — № 3.

5. Малкин, Е. Б. Политические технологии / Е. Б. Малкин, Е. Б. Сучков. — М. : Рус. панорама, 2008.

6. Почепцов, Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. — М. ; Киев : Рефл-бук, Ваклер, 2002. — 352 с.

7. Соловьев, А. И. Политические коммуникации / А. И. Соловьева. — М. : Аспект Пресс, 2004. — 332с.

8. Соловьев, А. И. Политология : Политическая теория, политические технологии / А. И. Соловьев. — М. : Аспект-Пресс, 2001. — 559 с.

9. Шабров, О. Ф. Политические технологии / О. Ф. Шабров // Знание. Понимание. Умение. — 2012. — № 4. — С. 328–330.

Тема 2. Интернет как пространство политической коммуникации

Задача: дать характеристику Интернету как новому пространству осуществления политической и социальной коммуникации; определить особенности политической коммуникации в Интернете, её основные характеристики, виды, этапы и особенности; сформировать представление об основных тенденциях развития Интернета на территории Ярославской области.

Краткое содержание темы

Большинство определений сети Интернет сводится к выделению следующих его сущностных характеристик.

Во-первых, с технологической точки зрения Интернет — это информационно-коммуникационная сеть, т. е. совокупность взаимосвязанных устройств, предназначенных для приема и передачи сигнала, содержащего информацию.

Во-вторых, с социологической точки зрения Интернет — это явление социальной, духовной, культурной жизни мирового социума, которое способствует становлению новой познавательной и ценностной среды между субъектами обмена информацией. В ней происходит выработка нового интеллектуального продукта, который, в свою очередь, становится результатом деятельности различных социальных групп (зачастую территориально разрозненных, но взаимосвязанных в понимании сути информации). Компьютерные технологии открыли возможность многосторонней коммуникации, в которой происходит виртуальное взаимодействие участников (каждый из них одновременно может быть адресатом и адресантом) и повышается информационная активность и взаимообусловленность всего процесса передачи и получения информационных сообщений.

Общетеоретические аспекты значения Интернета в политике представлены в исследованиях М. Кастельса [18], Д. М. Кэрролл [1], Н. Лумана [23], Э. Шмидта, Дж. Коэна [30], М. С. Вершинина [8], М. Павлютенковой [26], С. Г. Турунок [29] и др.; конкретные технологии в сети и основы их регулирования рассматривали исследователи Ф. Вирин [9], А. О. Ефремова [14], Л. Горшкова [12], А. Медушевский [24] и др.

В подтверждение значимости Интернета как средства коммуникации ниже ***представлены данные о динамике аудитории Интернета в Ярославской области***. Данные представлены по итогам регулярных социологических исследований, проводимых департаментом общественных связей Ярославской области на территории региона. Все исследования проведены по единой методике (не менее 7 800 респондентов старше 18 лет, постоянно или временно проживающие на территории муниципальных образований региона, личное интервью по месту жительства) и с использованием единого опросного инструментария. Выбо-

рочная совокупность репрезентативна для населения всех городских округов и муниципальных районов Ярославской области. Достоверность данных составляет 95 %, статистическая погрешность в диапазоне $\pm 1,1$ %.

Таблица 1

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Вы лично пользуетесь Интернетом?»
(один вариант ответа)» (в % опрошенных)**

	2009	2010	2011	2012	2013	2015	2016	2017	2018	2019
Пользователи сети Интернет	31,5	39,4	47,5	49,0	54,0	60,7	48,1	65,7	63,9	73,1
Не пользуются сетью Интернет	68,3	60,6	52,4	50,9	46,0	39,30	51,8	34,3	36,1	26,9

В разрезе социально-демографических характеристик

	По полу		По возрасту				
	Мужской	Женский	18–29	30–39	40–49	50–59	60 лет и старше
Пользователи сети (Ярославль, июнь 2019)	72,5%	73,5%	97,8%	95,9%	90,5%	52,9%	34,0%

Таблица 2

**Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как часто Вы пользуетесь Интернетом?» (один вариант ответа)
(в % опрошенных)**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2015	2016	2017	2018	2019
Каждый день	49,4	60,4	67,4	74,2	72,4	75,8	80,6	63,0	86,0	84,4	91,2
2–3 раза в неделю	21,6	21,4	16,5	15,4	19,9	17,6	14,1	23,7	9,3	12,2	5,3
1 раз в неделю	8,4	5,9	5,9	3,5	4,5	3,4	3,1	7,2	3,2	2,4	2,1
2–3 раза в месяц	8,4	3,9	4,4	2,9	1,5	1,3	1,4	3,4	0,9	0,5	0,7
Реже, чем раз в месяц	8,1	5,5	4,0	2,7	1,3	1,4	0,7	2,1	0,4	0,1	0,7
Затрудняюсь ответить	4,2	2,9	1,9	1,3	0,4	0,5	0,1	0,6	0,2	0,4	0,0

Таблица 3

**Распределение ответов респондентов на вопрос: «Сколько времени в среднем за день Вы пользуетесь Интернетом?»
(один вариант ответа) (в % опрошенных)**

	2009	2010	2011	2012	2013	2015	2016	2017	2018	2019
Менее 30 минут в день	11,4	8,1	6,6	6,8	4,7	5,9	8,0	8,8	6,0	2,1
30 минут — 1,5 часа в день	28,8	26,7	24,4	28,6	31,%	33,7	27,2	30,3	28,0	15,8
1,5–2,5 часа в день	21,8	27,4	29,7	26,9	36,0	37,4	33,8	27,4	31,3	30,2
2,5–4,5 часа в день	21,2	19,1	21,5	21,7	19,5	16,2	16,2	16,7	19,3	30,2
4,5–8,5 часов в день	10,8	11,6	11,7	11,5	6,0	4,9	9,5	10,2	9,8	13,3
Более 8,5 часов в день	6,1	7,1	6,1	4,5	2,2	1,9	5,3	6,7	5,6	6,7

Таблица 4

**Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какое устройство Вы обычно используете для выхода в Интернет, если не учитывать пользование Интернетом на работе или на учебе?» (несколько вариантов ответа)
(в % опрошенных)**

	2018	2019
Мобильный телефон	63,4	78,6
Стационарный компьютер	57,4	40,4
Ноутбук	28,5	30,2
Планшет	19,8	13,0
Затрудняюсь ответить	0,5	0,7

Коммуникация с использованием информационных технологий меняет доступ к общественной жизни. Став участником процессов в виртуальном пространстве, субъект переводит свои индивидуальные мотивы в планируемые и желаемые цели (результат). Данный механизм можно перевести в политический контекст коммуникации, рассмотрев *мотивы и вознаграждение за участие в виртуальной политической жизни* [21, с. 292–293].

Таблица 5

Действие	Мотив/вознаграждение	Степень активности участия
Присоединение	Участие Расширение полномочий	Доказательство, что субъект не один Получение знаний
Комментирование	Социальное одобрение, признание Налаживание контактов	Поиск способа выразиться, желание быть услышанным Пассивный вклад
Обмен мнениями	Моральное обязательство Принадлежность	Активный вклад
Установка общих задач и целей	Общие стремления Общие ценности	Общее принятие решений Взаимодействие
Создание сообщества	Стимул что-то менять	Тесные связи внутри сообщества Обмен знаниями Построение доверия

Политическая коммуникация в Интернете трактуется с точки зрения обмена информацией среди субъектов политики с помощью «новых» информационно-коммуникационных технологий.

В политической практике Интернет и его ресурсы стали использоваться буквально с момента возникновения, т. е. на рубеже 80–90-х гг. XX в. Сегодня он является основным каналом передачи значимой государственной и политической информации.

Характеристики Интернета, обуславливающие трансформацию политической коммуникации [6; 7]:

- мультимедийность;
- интерактивность;
- вариативность использования моделей поведения;
- глобальный доступ к информационным ресурсам;
- интегрируемость;
- внутрисистемное пространство коммуникации (наличие внутренних коммуникационных связей и структурно-динамическая организация сети);
- оперативность распространения информации;
- всеобщий архив актов коммуникации;
- независимость.

Виды политической коммуникации в сети Интернет [25]:

- по степени институциональности (формальности): максимально неформальные разговоры о политических процессах в семье, максимально институциональные международные переговоры;
- по степени локальности событий: выборы, съезды политических партий, парламентские слушания, митинги, референдум и т. д.;
- по субъектно-адресатным отношениям: коммуникация между политическим институтом и гражданином, между политическими субъектами в рамках института, межинституциональная;
- по характеру жанра сообщения: политические дебаты, лозунги, программы и т. д.

Этапы развития политической интернет-коммуникации [3]: информационный и инструментальный. Первый этап характеризуется проникновением и хранением во всемирной Сети политической информации (новостные ленты, электронные СМИ, электронные издания и т. д.); второй — медиатизацией политической сферы, попыткой использования Интернета в качестве инструмента политических технологий.

«Политический Интернет» занимает весомое место в общей совокупности интернет-коммуникаций. Возрастает его роль в идеологической сфере (политической, культурной, экономической жизни, на международном уровне): информировать, разъяснять, оценивать и способствовать формированию определенных мировоззрений и убеждений. Представленность информационных ресурсов политического Интернета постоянно увеличивается и характеризуется все более широким охватом (сайты органов власти, политических партий, персональные сайты политических и общественных деятелей, информационно-аналитические сайты, новостные ленты и др.).

Функции политической интернет-коммуникации [2]: коммуникативная, когнитивная (сеть Интернет как среда познания реальности), информативная, культуuroбразующая (среда формирования отдельных информационных субкультур), эстетическая, экспрессивная (подчеркивающая субъективное отношение к происходящим явлениям, фактам), функция целенаправленного воздействия на формирование общественного мнения.

Типологии политических интернет-ресурсов [28]:

- а) по типу контента сайтов (новостные, аналитические, имиджевые, агитационные, смешанные);
- б) по функциям и целям создания (предвыборные, имиджевые, компроматные, пропагандистские);
- в) по аудитории (зарубежные, общероссийские, региональные, местные);
- г) по принадлежности самих информационных ресурсов (государственные, медийные группы, независимые, бизнес-группы).

Наиболее заметные акторы политической коммуникации в сети Интернет:

- субъекты государства (органы власти, государственные лидеры и др.);
- политические и общественные объединения граждан (политические партии, общественные объединения, некоммерческие организации);
- сетевые сообщества как единицы коммуникации, объединяющие граждан схожих политических и социальных взглядов;
- сетевые лидеры общественного мнения (так называемые блогеры);
- отдельные индивиды.

Характеристика ключевых изменений политической коммуникации в Интернете:

- разрушение вертикальных, иерархических структур коммуникации, переход к сетевому принципу организации политической коммуникации;
- увеличение интенсивности политической коммуникации и скорости передачи информации и, соответственно, подвижности, динамичности картины социальной действительности;
- рост неопределенности и непредсказуемости результатов политической коммуникации;
- образование новых структур и институтов как результат сотрудничества (коалиции) новых социальных акторов в сетевом пространстве;
- появление особого социально-политического феномена — нетократии.

Отличия аудитории традиционных масс-медиа от аудитории интернет-ресурсов [22].

Аудитория традиционных масс-медиа — социально недифференцированная совокупность людей с отсутствующей структурой и неопределенным составом. Представители традиционной аудитории потребляют и воспринимают информацию индивидуально, изолированно друг от друга, на основе принципа «от одного ко многим».

Современные интернет-сообщества имеют выраженную структуру, определяемую наличием активно развитых горизонтальных коммуникационных связей. Большинство интернет-сообществ объединяют онлайн-пользователей по различным социальным параметрам, включая демографические, религиозные, профессиональные, политические и иные характеристики.

Ключевое отличие — это отсутствие взаимных горизонтальных коммуникаций, а следовательно, и регулярного информационно-коммуникационного взаимодействия между «изолированными» членами общества в традиционной парадигме массовых коммуникаций.

Принципы распространения информации в интернет-пространстве позволяют выстраивать отношения «от одного ко всем», «от одного к одному», «от многих к одному».

По мнению исследователя Ё. Масуды, на современном этапе информационные сообщества, не имеющие социальной дифференциации, подменяют собой традиционные классы [10].

Изменяется в условиях нового звучания политических коммуникаций и институт политического лидерства. Лидеры общественного мнения в сетевую эпоху выдвигаются самой сетевой аудиторией из своих же представителей. Политическим лидером в этих условиях может явиться каждый пользователь социальных сетей, чьи идеи будут артикулированы и созвучны мнению большинства. То, что сетевая среда сама «выращивает» своих лидеров, повышает доверие к ним и к политической коммуникации, которую они ведут.

Соотношения оффлайн- и онлайн-пространств в аспекте их влияния друг на друга.

Фиксируется возрастание влияние онлайн-коммуникаций на оффлайн-пространство вследствие нескольких причин:

- чаще всего наиболее равнодушная, активная часть гражданского общества предпочитает именно онлайн-коммуникацию, простота и доступность Интернета облегчает им донесение своей позиции до широкой аудитории;

- сетевые события, а также размещаемый в Интернете контент все сильнее воздействуют на позиции и функции «старых» средств массовой информации, они все чаще черпают содержание своих новостей именно из событий, представленных сетевыми лидерами общественного мнения (блогерами). Таким образом, виртуальная политическая реальность и виртуальный политический процесс формируют содержание и смысловое наполнение реального политического процесса, в сетевые события вовлекаются даже те граждане, кто не является активными пользователями сети Интернет;

- ресурсы сети Интернет дают широкий набор инструментов для оперативного взаимодействия политических лидеров со своей аудиторией посредством прямого участия в обсуждении тех или иных значимых вопросов политической повестки, проведения обмена мнениями и дискуссий в режиме реального времени с пользователями в различных частях страны или региона.

Методические рекомендации к изучению темы

Данная тема направлена на повышение уровня знаний магистрантов о распространенности использования сети Интернет в современной России (на примере Ярославской области), о характеристиках современных виртуальных сообществ, а также на уяснение особенностей офлайн- и онлайн-коммуникации в политике.

Закрепить материал темы поможет выполнение магистрантами практического задания (вопрос 3). Список рекомендуемой литературы позволит магистрантам всесторонне изучить понятийный аппарат данной темы.

Контрольные вопросы

1. Каковы основные отличия традиционных масс-медиа от интернет-средств массовой информации?
2. Определите основные отличия политического сегмента интернет-коммуникаций от политической коммуникации офф-лайн.

3. На основе информации, представленной в таблицах 1–4, сформулировать основные тенденции в развитии Интернета как средства коммуникации на территории Ярославской области. Ответ представить в виде доклада. В докладе должны быть сформулированы количественные тенденции проникновения Интернета на территории Ярославской области; демографические тенденции изменения аудитории Интернета; основные тенденции интенсивности использования ресурсов Интернета; основные тенденции относительно способов выхода в Интернет.

Список литературы

1. Carroll, J. M. Neighborhood in the Internet : design research projects in community informatics / J. M. Carroll. — London and New York : Routledg. 2012.

2. Артюхина, Е. В. Интернет как средство политической коммуникации / Е. В. Артюхина // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 7 : Философия. Социология и социальные науки. — 2008. — № 2 (8). — С. 121–124.

3. Белкин, С. Интернет и власть / С. Белкин, В. Воронин, С. Устименко // Власть. — 1999. — № 9. — С. 195–201.

4. Блумер, Г. Общество как символическая интеракция / Г. Блумер // Современная зарубежная социальная психология : тексты. — М. : Изд-во МГУ, 1984.

5. Бондаренко, С. В. Особенности создания и функционирования публичных площадок «электронной демократии» / С. В. Бондаренко // Политические исследования. — 2011. — № 5. — С. 164–178.

6. Бронников, И. А. Интернет как фактор активизации гражданского общества / И. А. Бронников // Знание. Понимание. Умение. — 2011. — № 3. — С. 264–267.

7. Бронников, И. А. Новые способы политической коммуникации в сети Интернет / И. А. Бронников // Научные труды Московского гуманитарного университета. Вып. 128. — М. : Изд-во МосГУ, 2011. — С. 80–87.

8. Вершинин, М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе / М. С. Вершинин. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2001. — 253 с.

9. Вирин, Ф. Анализ ПК в Интернете / Ф. Вирин // Рекламные технологии. — 2005. — № 6. — С. 20–22.

10. Володенков, С. В. Социальные медиа как инструмент современной публичной политики: особенности и перспективы применения / С. В. Володенков // Политическая наука. — 2017. — № 1. — С. 290–305.

11. Володенков, С. В. Управление современными политическими кампаниями / С. В. Володенков. — М. : Издательство Московского университета, 2012.

12. Горшкова, Л. Место норм, регулирующих сеть Интернет, в системе российского права / Л. Горшкова // Информационные ресурсы России. — 2005. — № 3. — С. 32–35.

13. Громова, Т. Н. Коммуникативное взаимодействие субъектов политического процесса: стратегия и тактика поведения / Т. Н. Громова // Принципы и направления политических исследований. — М. : РОССПЭН, 2002.

14. Ефремова, А. О. Технологии E-mail маркетинга как инструмента продвижения / А. О. Ефремова // Маркетинг в России и за рубежом. — 2006. — № 1. — С. 68–71.

15. Засурский, Я. И. От электронного общества к мобильному / Я. И. Засурский // Информационное общество. — 2008. — № 5/6.

16. Каас, М. Политическая наука и Интернет / М. Каас // Политическая наука. — 2002. — № 1.

17. Казаков, В. П. Интернет как информационное пространство взаимодействия политического лидера и общества / В. П. Казаков // Информатика и образование. — 2007. — № 2.

18. Кастельс, М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс. — Екатеринбург : У-Фактория, 2004. — 327 с.

19. Коротникова, Н. В. Интернет как средство производства сетевых коммуникаций в условиях виртуализации общества / Н. В. Коротникова // Социс. — 2007. — № 2.

20. Лекторова, Ю. Ю. Политическая коммуникация в информационном пространстве: опыт теоретико-методологического осмысления / Ю. Ю. Лекторова // Вестник Пермского университета. Сер.: Политология. — 2011. — № 1.

21. Лиллекер, Д. Дж. Политическая коммуникация : Ключевые концепты / Д. Дж. Лиллекер. — Харьков : Гуманитарный центр, 2010.

22. Логунова, О. С. Концепции определения и измерения Интернет-аудитории / О. С. Логунова // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2019. — Том XXII, № 2. — С. 230–246.

23. Луман, Н. Реальность массмедиа / Н. Луман. — М. : Праксис, 2005.

24. Медушевский, А. Право и новые технологии : параметры регулирования Интернета (Рунета) / А. Медушевский // Сравнительное конституционное обозрение. — 2006. — № 1. — С. 106–113.

25. Морозова, О. Н. Политическая интернет-коммуникация: ее роль, функции и формы / О. Н. Морозова // Политическая лингвистика. — 2011. — № 1 (35).

26. Павлютенкова, М. Ю. Новые информационные технологии в современном политическом процессе / М. Ю. Павлютенкова // Власть. — 2000. — № 8. — С. 38–43.

27. Политическая коммуникативистика : проблемы предметного позиционирования: материалы методологического семинара / Российская акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации; [отв. ред. Л. Н. Тимофеева]. — М. : Изд-во РАГС, 2008. — 63 с.

28. Смирнова, А. П. Использование Интернет-ресурсов в политологическом образовании / А. П. Смирнова // Наука. Общество. Оборона. — 2017. — № 3 (12).

29. Турунок, С. Г. Интернет в политическом процессе / С. Г. Турунок // Общественные науки и современность. — 2001. — № 2. — С. 51–63.

30. Шмидт, Э. Новый цифровой мир : как технологии меняют жизнь людей, модели бизнеса и понятие государства / Э. Шмидт, Дж. Коэн. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013.

Тема 3. Информационное общество, электронная демократия, электронное правительство

Задача: рассмотреть теоретические подходы к понятию «информационное общество», определить его виды и характеристики; раскрыть сущность понятий «электронная демократия» и «электронное правительство», выявить в них общее и особенное. Сформировать представление о структуре, основных функциях и принципах построения электронного правительства в современной административной практике.

Краткое содержание темы

Информационное общество — стадия развития человеческого общества, при которой большинство работающих в экономике людей занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации, в том числе высшей её формы — знаний.

Понятие «информационное общество» вводится в научный оборот с развитием кибернетики в 1940-х гг.

В 70–90 годы XX в., в период повышенного внимания к теории информационного общества, наибольший вклад в её развитие внесли Д. Белл [5], М. Порат [3], Ё. Масуда, О. Тоффлер, Ф. Уэбстер [18] и другие. Ё. Масуда разработал одну из наиболее авторитетных концепций информационного общества, представив её в труде «Информационное общество как постиндустриальное общество». Основное её содержание можно изложить следующим образом:

- фундаментом социума нового типа будет цифровая технология, главное предназначение которой заменять или экспоненциально повышать эффективность труд человека, прежде всего умственный;

- информационная революция достаточно быстро примет форму новой производительной мощности и сделает возможным всеобщее производство «знаний» (как в широком смысле, так и в узком — технологий для всеобщего подъема эффективности экономики);

- потенциальным рынком станет «граница познанного», возрастет возможность решения проблем и развитие сотрудничества;

- ведущей отраслью экономики станет интеллектуальное производство, продукция которого будет аккумулироваться; аккумулированная информация станет распространяться через синергетическое производство и долевое использование;

- в новом информационном обществе основным субъектом социальной активности станет «свободное сообщество», а политической системой будет являться «демократия участия»;

- основной целью в новом обществе будет реализация «ценности времени» [2].

О. Тоффлер определяет информационное общество как общество, в котором фактор знания и сфера знаний являются определяющими в социальном прогрессе. Общество при этом предстает как интегрированная система, власть в которой строится на трех главных «китах» — «силе», «деньгах» и «информации» [16;17].

Д. Белл в работе «Социальные рамки информационного общества» представил вариант конвергенции идей постиндустриализма и информационного общества [6]. Информационное общество, в трактовке Д. Белла, определяется критериями, используемыми в дефиниции постиндустриального социума (значительный рост экономического сектора услуг, доминирующее значение теоретического знания, направленность в будущее и детерминированный этим фактором технологический вектор, рост интеллектуальной сферы). Знание и информация при этом не только «агент трансформации постиндустриального общества», но и «стратегический ресурс» такого общества.

Руководствуясь мнением М. С. Вершинина, можно выделить *следующие варианты* определения *информационного общества* [9]:

- социум нового порядка, предстающий как итог всемирной социальной революции, вызванной качественно новым этапом развития информационно-коммуникационных технологий;

- общество знания, в котором главным условием благополучия каждого человека и каждого государства становятся знания, полученные благодаря беспрепятственному доступу к информации и умению работать с ней;

- глобальное общество, в котором обмен информацией не будет иметь ни временных, ни пространственных, ни политических границ; которое, с одной стороны, способствует взаимопроник-

новению культур, а с другой — открывает каждому сообществу новые возможности для самоидентификации.

Основные аспекты информационного общества:

- инновационно-технологический аспект;
- аспект роста экономической значимости информации;
- культурологический аспект;
- аспект, связанный со сферой занятости.

Понятие электронной демократии целесообразно рассматривать:

- во-первых, с точки зрения реализации политической активности посредством информационно-коммуникационных технологий;
- во-вторых, с позиции определения центрального места информационно-коммуникативных технологий в системе современного политического управления.

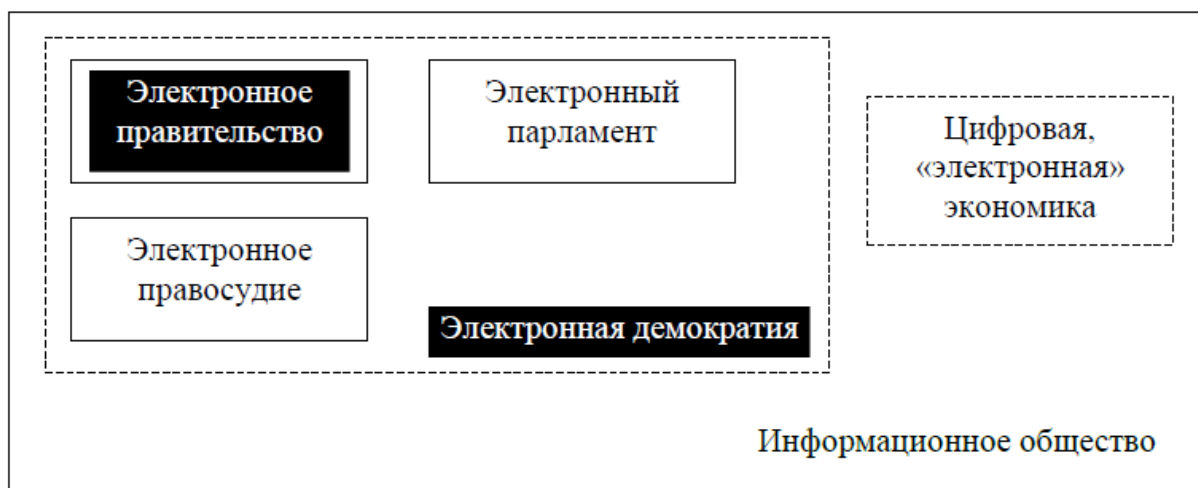


Рис. 1. Соотношение понятий «информационное общество», «электронная демократия», «электронное правительство»

На наш взгляд, правомерно будет объединить указанные определения, сформулировав общее следующим образом. **Электронная демократия** — это способ реализации властного механизма на основе информационно-коммуникационных технологий в рамках демократического политического режима.

В науке интерес к понятию «электронное правительство» связан прежде всего с последовательной рефлексией относительно возможностей применения информационно-коммуникационных технологий для достижения целей государственного регу-

лирования, для совершенствования процедур принятия государственных решений.

Широкое значение термина «электронное правительство» как новой модели государственного управления под воздействием возможностей современных ИКТ включает в себя следующие аспекты:

- оказание услуг организациями населению с применением ИКТ (через создание сайтов органов государственной власти);
- внедрение информационно-коммуникационных технологий во всех сферах государственной деятельности с целью повышения эффективности, экономичности и прозрачности своей работы с возможностью общественного контроля;
- трансформация государственного управления, связанная с использованием ИКТ как катализатора преобразований всего государственного сектора.



Рис. 2. Структура функционирования электронного правительства

В практике применения информационно-коммуникационных технологий в государственном секторе фиксируются следующие основные группы выгодоприобретателей от внедрения механизмов электронного правительства:

- граждане («государство — граждане», G2C) являются основными «клиентами» электронного правительства, чаще других вступая во взаимодействие с ним посредством оффлайн- и онлайн-инструментов;
- бизнес («государство — бизнес», G2B) вступает во взаимодействие с государством прежде всего как поставщик тех или иных

товаров и услуг. Кроме того, от результативности работы бизнеса во многом зависят ресурсы государственного аппарата;

- государственная власть («государство — государство», G2G): принципы электронного правительства призваны повысить эффективность межведомственного взаимодействия (межведомственные согласования, переписка, электронный документооборот), что в конечном итоге сказывается на эффективности выполнения всех функций государства.

Для каждой из этих групп важна реализация своего, специфического интереса во взаимодействии с государственным аппаратом, и, следовательно, у них у всех разные ожидания от электронной бюрократии.

Инфраструктура электронного правительства призвана как сопровождать текущие, регулярно воспроизводимые процессы социальной сферы, политики, экономики в рамках государственного управления, так и способствовать решению инновационных, прорывных задач. Конечная цель — сделать государство удобным для потребителей услуг и сервисов и повысить таким образом доверие к государственным институтам, укрепить авторитет политических лидеров. Важным аспектом в связи с этим является антикоррупционная функция электронного правительства, которое выступает как гарант прозрачности всех процедур принятия решения, исполнения контрольно-надзорных функций государственного аппарата, обеспечивает эффективный контроль гражданского общества за деятельностью власти.

Функции электронного правительства:

а) в аспекте «государство — государство»:

- обеспечение совместимости стандартов хранения информации, в том числе организация систем межведомственного электронного документооборота,

- обеспечение доступа всех органов государственной власти к сети Интернет, поддержание высокого уровня обеспеченности органов власти современными средствами обработки информации (компьютеры, периферийная техника),

- внедрение электронного документооборота, в том числе межведомственного электронного взаимодействия,

- проведение информатизации отдельных сфер и отраслей государственного управления (информатизация здравоохранения, образования и пр.),

- создание общедоступных баз данных, работа с открытыми данными;

б) в аспекте «государство — бизнес»:

- оптимизация взаимодействия государственных органов (в первую очередь контрольно-надзорных органов) и бизнес-организаций. Наиболее востребованные бизнесом направления совершенствования сферы взаимодействия с государственными органами — налоговая, таможенная, регистрационная. Именно с внедрения в этих сферах элементов электронного правительства начинало большинство развитых стран,

- совершенствование механизмов заказа для государственных нужд товаров, работ и услуг, развитие электронной торговли,

- формирование устойчивого запроса органов власти на развитие сектора производства товаров и услуг в сфере ИКТ;

в) в аспекте «государство — граждане»:

- предоставление государственных и муниципальных услуг в электронном виде (выдача справок, подтверждающих документов, государственная фиксация актов гражданского состояния и др.),

- реализация прав граждан на получение информации о деятельности государства, реализация политики информационной открытости по всем аспектам деятельности государства (бюджет, государственная служба, контактная информация и пр.),

- реализация политики открытых данных, накапливаемых в процессе деятельности государственных органов.

Основной целевой группой являются граждане и бизнес. Для этих категорий потребителей сервисов электронного правительства наиболее важны снижение всего спектра издержек, обусловленных взаимодействием с государством (временные, финансовые, организационные). Для организаций чрезвычайно важно также снижение бремени регулирования.

Электронное правительство призвано обеспечить возможности прямого участия граждан в подготовке и принятии управленческих решений через электронное голосование, формирование площадок обсуждений. Это может способствовать увеличе-

нию капитала общественного доверия, открыть возможности преодоления иерархии властных структур.

По сути, государство становится поставщиком услуг оптимального качества по минимальной цене, с акцентом на максимальном удовлетворении потребностей граждан.

Приоритетом государственного менеджмента становится повышение собственной эффективности, заимствование прогрессивных управленческих технологий, усиление связей с гражданами, внедрение децентрализованных организационных структур. Новые технологии стали одним из факторов снижения издержек функционирования государственных организаций, определяется акцент на роли граждан как партнеров государства. Как отметил Л. В. Сморгун, «принципы нового государственного менеджмента и хорошего публичного управления создали идеологический фундамент для электронного правительства, а потенциал ИКТ позволил вывести реформы на новый этап» [15, с. 58].

Принципы функционирования эффективного электронного правительства:

- политические: ориентация на консенсус; совместная работа граждан и власти; оперативность реагирования;
- правовые: равенство; верховенство права;
- социально-экономические: результативность и экономичность;
- универсальные: прозрачность и подотчетность.

Для оценки уровня развития принципов электронного правительства ООН проводит рейтингование государств раз в два года. В рейтинге уровня развития электронного правительства ООН (E-Government Development Index) позиции стран распределяются на основе полученного ими общего индекса. Он, в свою очередь, складывается из трех подындексов, характеризующих состояние:

- веб-присутствия органов государственной власти;
- телекоммуникационной инфраструктуры;
- человеческого капитала.

По итогам оценки 2018 г. Россия занимает 32 место из 193 стран. Лидером последнего рейтинга стала Дания, в тройке лучших — Австралия и Республика Корея [13].

Методические рекомендации к изучению темы

Предполагается, что при изучении данной темы магистранты обладают общими знаниями по предложенным вопросам. Важной задачей является углубление теоретических знаний и возможность их применения в рамках практического анализа.

При подготовке к семинарскому занятию необходимо ознакомиться с рекомендуемой литературой, обратить особое внимание на монографии и исследования [7–10; 14].

При написании работы магистрантам предлагается применить свои знания по теме, более глубоко осмыслить предложенный учебный материал и представить практические рекомендации по конкретной проблеме (вопрос 3).

Контрольные вопросы

1. Выделить общее и особенное в понятиях «информационное общество», «электронная демократия» и «электронное правительство».

2. Каковы сущность, основные принципы и функции электронного правительства?

3. Проанализировать возможные препятствия, проблемы в функционировании электронного правительства и предложить пути их преодоления (вариант ответа представляется студентами в виде письменной работы).

Требования к работе

Работа представляется в машинописном или рукописном вариантах общим объемом не более двух страниц. В структуре работы выделяется введение, 3 основных тезиса, выдвигаемых к защите, 3 основных аргумента в обоснование тезиса, заключение.

Критерии оценки

- Оценка «отлично»:
 - полностью и обоснованно раскрывается тема;
 - выявлены отличные знания источников по теме, умение пользоваться ими для обоснования своих мыслей, делать выводы и обобщения;
 - логично и связно изложен материал в соответствии с предложенной структурой;
 - полно доказывается каждый выдвинутый тезис;

- написано правильным литературным языком и стилистически соответствует содержанию;
- фактические ошибки отсутствуют;
- заключительная часть включает итоговые умозаключения, взаимосвязанные с основной частью.

- Оценка «хорошо»:

- тема раскрывается преимущественно полно;
- логично изложен материал;
- формулировки раскрытия двух тезисов представлены;
- написано правильным литературным языком и стилистически соответствует содержанию;

- допущены незначительные фактологические ошибки;
- есть логические нарушения последовательности в раскрытии материала;

- заключительная часть включает итоговые умозаключения, взаимосвязанные с основной частью.

- Оценка «удовлетворительно»:

- тема в целом раскрыта;
- представлен односторонний, неполный ответ на тему;
- четко сформулирован лишь один тезис по теме;
- допущены значимые ошибки в изложении материала;
- фиксируются трудности в оформлении выводов;
- выводы не вполне соответствуют основному содержанию.

- Оценка «неудовлетворительно»:

- тема не раскрыта;
- основная часть представлена в качестве несвязного изложения отдельных фактов, финальные выводы и обобщения отсутствуют;

- характеризуется случайным расположением материала, отсутствием связи между частями;

- выводы не соответствуют основной части.

Список литературы

1. Katz, R. L. The Information Society : An International Perspective / R. L. Katz. — N. Y., 1988.

2. Masuda, Y. The information Society as Post-Industrial Society / Y. Masuda. — Wash., 1981.

3. Porat, M. The Information Economy : Development and Measurement / M. Porat, M. Rubin. — Wash., 1978.
4. Stonier, T. The Wealf of Information / T. Stonier. — London, 1983.
5. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество : Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. — М., 1999.
6. Белл, Д. Социальные рамки информационного общества / Д. Белл // Новая технократическая волна на Западе. — М. : Прогресс, 1986. — С. 330–342.
7. Бессонова, О. Э. Институциональная матрица социального государства и демократии в России / О. Э. Бессонова // Экономическая социология. — 2018. — Т. 19, № 3. — С. 50–67.
8. Бондаренко, С. В. Особенности создания и функционирования публичных площадок «электронной демократии» / С. В. Бондаренко // Политические исследования. — 2011. — № 5. — С. 164–178.
9. Вершинин, М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе / М. С. Вершинин. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2001. — 253 с.
10. Головин, Ю. А. Новые политические технологии в современной России : монография / Ю. А. Головин, П. В. Григорьев, М. А. Щенников. — М. : Изд-во Моск. гуманитар. ун-та, 2009. — 205 с.
11. Кастельс, М. Галактика Интернет : размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс. — Екатеринбург : У-Фактория, 2004. — 327 с.
12. Кастельс, М. Информационная эпоха : экономика, общество и культура / М. Кастельс. — М. : ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.
13. Обзоры ООН по электронному правительству в 2018 году. — URL : <https://publicadministration.un.org/ru/Research/UN-e-Government-Surveys> (дата обращения: 14.12.2019).
14. Сморгунов, Л. В. От электронного государства к электронному правлению : смена парадигм / Л. В. Сморгунов // Политическая наука : сб. науч. тр. — 2007. — № 4. — С. 20–49.
15. Сморгунов, Л. В. Сравнительный анализ политико-административных реформ : от нового государственного менеджмента к концепции «governance» / Л. В. Сморгунов // Полис. Политические исследования. — 2003. — № 3.

16. Тоффлер, О. Метаморфозы власти / Э. Тоффлер. — М. : АСТ, 2003. — 669, [3] с.

17. Тоффлер, О. Эра смещения власти : знание, богатство и сила на пороге XXI века / Э. Тоффлер. — М. : ИНИОН, 1991.

18. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер. — М. : Аспект Пресс, 2004.

Тема 4. Использование информационно-коммуникационных технологий в проведении политических кампаний

Задача: выполнить индивидуальное кейс-задание. Основываясь на теоретическом описании методов манипуляции общественным сознанием в сети Интернет, представить предложения по мерам противодействия манипулятивным техникам.

Краткое содержание темы

Информационно-коммуникационные технологии в практике политического управления интенсивно используются для формирования обществом оценки социально-политической реальности, для формирования моделей массового поведения.

Существенную роль приобретают технологии убеждающей коммуникации, рассчитанные на внедрение в массовое сознание необходимых субъектам политического управления стереотипов, шаблонов и мнений.

С позиции теории рационального выбора использование методов манипулирования в политическом управлении вполне оправдано и основано на стремлении реализовать политические цели эффективным способом.

Важным фактором, влияющим на рост манипулятивного потенциала информационно-коммуникационных технологий, выступает мировая тенденция снижения уровня доверия к традиционным СМИ. Всемирная паутина служит основным альтернативным источником политической информации для значительных масс населения.

Учитывая, что возможности информационно-коммуникационных технологий позволяют доводить до целевых аудиторий разнообразную по виду, типу, форме информацию в любое время и в любом месте, можем понять, почему манипулятивные возможности новых технологий будут и дальше только возрастать.

Факторы, способствующие повышению эффективности манипулятивных технологий в сетевом интернет-пространстве [2; 5]:

1. Рост объемов транслируемой информации приводит к клиповому, отрывочному, фрагментарному её восприятию.

2. Феноменом сегодняшней социальной и политической действительности является большой уровень доверия интернет-информации, чем сведениям, получаемым офф-лайн. Это способствует большей эффективности манипуляции именно в сетевом пространстве.

3. В социальных сетях пользователи в своих сообществах самостоятельно определяют, что для них важно в настоящий момент, самостоятельно интерпретируют события, тем самым невольно облегчая задачу для манипулятора.

4. В сетевой среде возможно использование так называемых виртуальных аккаунтов (ботов), за которыми может не стоять реально существующая персона, что увеличивает возможности и расширяет богатство инструментария манипулятора общественным мнением.

Задачи виртуальных аккаунтов, симулирующих явления и персон реального мира:

- акцентирование социального внимания на размещенных в сети материалах через общедоступные инструменты виртуальной активности (лайк, репост);

- создание эффекта широкой поддержки или порицания в отношении события или фигуре от лица «широких общественных масс»;

- противодействие комментарийной активности персон, высказывающих альтернативную политическую позицию;

- демонстрация значительного уровня социального одобрения автора в комментариях либо, наоборот, «обструкция» в отношении нелояльного манипулятору пользователя;

- трактовка тех или иных фактов социальной действительности в выгодном для манипулятора ключе.

5. Создание поддельных («фейковых») аккаунтов лидеров общественного мнения, политических персон. С помощью таких аккаунтов проводится негативизация отдельных политических субъектов и событий.

Можно выделить следующие методы манипуляции общественным сознанием, которые применяются в интернет-среде:

1. Метод «наклеивания ярлыков» [6]. Состоит в создании отрицательной оценки у целевой группы в отношении тех или иных политических лидеров или политических концепций (бездоказательно присваиваются названия «революционер», «сепаратист» и пр.). Практической технологией осуществления данного метода в интернет-пространстве является использование хэштегов.

2. Метод «спирали молчания» предложен немецким социологом Э. Ноэль-Нойман [7]. Его использование служит для создания псевдореальной картины всеобщего одобрения тех или иных политических идей, позиций, решений, в результате чего индивид с альтернативным мнением, выберет позицию молчания о нем, чтобы не быть в своеобразном социальном и психологическом одиночестве. В интернет-пространстве создание «спирали молчания» реализуется через возможность размещения огромного количества репостов сообщений и публикаций, идентичных по смыслу. Это способствует поддержанию эффекта всеобщего одобрения либо осуждения.

3. Метод утечки «секретной» информации: часто наблюдаемый в интернет-пространстве эффект, когда посредством тех или иных ресурсов публикуются материалы, основанные на якобы «конфиденциальных», но достоверных источниках.

4. Метод семантического манипулирования [2, с. 165]. Применяется в интернет-среде для трактовки социальных, политических, экономических явлений с использованием слов-символов, ассоциирующихся в общественном сознании в позитивном или негативном контексте, что влияет на понимание транслируемой информации в нужном для манипулятора ключе.

5. Метод «объективного подхода» [2; 3] призван в сетевой среде создавать направления восприятия информации. Искусственно формулируются (подбираются) объективные данные, подтверждающие отсутствующий социальный факт, явление,

тенденцию. Это убеждает массовое сознание в наличии этого факта, явления, тенденции и тем самым «стартует» их существование в реальности.

6. Введение полярности [3, с. 102] призвано внедрить в массовое сознание ряда противоположных сценариев развития событий, представленных для выбора индивидов. Это симулирует ситуацию, когда создается иллюзия существования определенного спектра вариантов, облегчающих принятие решений манипулируемыми. Любое выбранное мнение будет априори в интересах манипулятора, т. к. сценарий выбора был задан им же.

7. Метод «общего вагона» [3]. Каждый человек имеет потребность в причастности к какой-либо социальной группе. Именно эту социальную потребность и эксплуатирует манипулятор. Посредством направленного воздействия через содержание сообщений объекту прививается необходимая модель поведения. Манипулируемый при этом не будет настроен критически, т. к. ощущает себя частью желаемой группы, а внушаемое ему становится объективно необходимым.

8. Метод управляемого искажения фактов [4]. При использовании этого метода субъект манипуляции трактует события социальной реальности так, чтобы их интерпретация объектами манипулирования совпадала с им запланированной. При этом на основе принятия объектом манипулирования искаженных фактов реальности у него формируется такое же искаженное их понимание.

Безусловно, этот перечень не является исчерпывающим и политическая практика демонстрирует нам постоянное появление новых методов, развитие существующих, адаптацию к новым условиям и задачам.

Методические рекомендации к изучению темы

При подготовке практического материала в рамках работы с индивидуальным кейс-заданием студентам необходимо ознакомиться с рекомендуемой литературой (особо обратить внимание на источники 2, 4).

Выполнение практического задания по теме позволит магистрантам углубить свои политологические знания, применить их на практике, повысить уровень профессиональной компетентности.

Практическое задание по теме

Определить способы противодействия представленным методам манипулирования сознанием в интернет-среде.

Структура кейса:

1. Определить метод манипуляции, для которого предполагается разработать технику противодействия.
2. Представить развернутую технику осуществления противодействия по следующей схеме: алгоритм, временные рамки, ресурсы, затраченные на осуществление.
3. Привести пример реализации указанных техник из российской или зарубежной политической практики (не позднее 2015 г.).
4. Анализ эффективности методов противодействия (на основе приведенных примеров).
5. Итоги реализации мер противодействия.

При решении необходимо использовать методы ситуационного, сетевого анализа и case-study. Анализ источников и СМИ можно проводить контент-анализом и ивент-анализом.

Технология работы с кейсом в учебном процессе предполагает следующие этапы:

1. Индивидуальная самостоятельная работа студентов с материалами кейса (идентификация проблемы, формулирование ключевых альтернатив, предложение решения или рекомендуемого действия).
2. Консультирование студента с преподавателем по согласованию видения ключевой проблемы и путей её решения.
3. Презентация с очной защитой и экспертиза результатов кейса в общей дискуссии (на занятии учебной группы).

Критерии оценки результатов работы студентов

Оценка «отлично» выставляется студенту, изложившему правильно не менее 75 % содержания ответа (высокая степень оригинальности текста кейса), когда к характеристике и названию методов противодействия добавляется его грамотный и полноценный анализ.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, изложившему правильно не менее 60 % содержания ответа, но характеристика либо

анализ методов противодействия вызывают затруднения или не вполне аргументированы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, изложившему правильно не менее 50 % материала, но в ответе полностью отсутствует аргументация.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, изложившему правильно менее 50 % материала.

Список литературы

1. Анохина, Н. В. Влияние средств массовой информации на электоральное поведение : основные подходы / Н. В. Анохина // Вестник Самарского государственного университета. Сер.: Социология. — 2000. — № 1. — С. 26–38.

2. Володенков, С. В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления / С. В. Володенков. — М. : Изд-во Московского университета ; Проспект, 2018. — 272 с.

3. Володенков, С. В. Современная политическая коммуникация как инструмент манипулирования общественным сознанием / С. В. Володенков // Вестник Московского университета. Сер. 12 : Политические науки. — 2012. — № 5. — С. 89–103.

4. Ибрагимов, Л. Х. Технологии интернет-манипуляции в сетевом пространстве политики / Л. Х. Ибрагимов // Проблемный анализ и государственное управленческое проектирование : политология, экономика, право. — 2015. — Т. 8, № 2. — С. 34–41.

5. Короченский, А. П. Источники кризиса доверия. Главные причины недоверия к СМИ / А. П. Короченский // Журналистика и медиарынок. — 2006. — № 12. — С. 40–46.

6. Кравченко, Е. И. Научные воззрения Дж. Г. Мида в курсе истории и теории социологии / Е. И. Кравченко // Социологические исследования. — 2010. — № 10. — С. 131–140.

7. Ноэль-Нойман, Э. Общественное мнение : Открытие спирали молчания / Э. Ноэль-Нойман. — М. : Прогресс-Академия, 1996. — 393 с.

8. Соленикова, Н. В. Политический Интернет в российских избирательных кампаниях / Н. В. Соленикова // Общественные науки и современность. — 2007. — № 5. — С. 69–74.

Оглавление

Тема 1. Информационно-коммуникационные технологии в современной политической науке и практике.....	5
Контрольные вопросы.....	9
Список литературы.....	9
Тема 2. Интернет как пространство политической коммуникации.....	10
Контрольные вопросы.....	18
Список литературы.....	19
Тема 3. Информационное общество, электронная демократия, электронное правительство	22
Контрольные вопросы.....	29
Список литературы.....	30
Тема 4. Использование информационно-коммуникационных технологий в проведении политических кампаний.....	32
Список литературы.....	37

Учебное издание

Палатников Денис Евгеньевич
Ратманова Екатерина Васильевна

**Информационно-коммуникационные технологии
в политике**

Учебно-методическое пособие

Редактор, корректор М. Э. Левакова
Верстка М. Э. Леваковой

Подписано в печать 03.07.2020. Формат 60×84 1/16.
Усл. печ. л. 2,32. Уч.-изд. л. 1,5.
Тираж 2 экз. Заказ

Оригинал-макет подготовлен
в редакционно-издательском отделе ЯрГУ.

Ярославский государственный университет
им. П. Г. Демидова.
150003, Ярославль, ул. Советская, 14.

