

DOI: 10.12731/2218-7405-2013-10-44

УДК 323.2

БЛОГИ – ЭЛЕМЕНТЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПОЛЯ

Нестеренок Ю.И.

В статье анализируется влияние блогосферы на политический процесс. Исследуются политические механизмы производства публичной политики через деятельность политических блогов; обосновывается выбор исследовательского инструментария; показано, что сеть интернет становится в отличие от иных медийных платформ территорией свободного самовыражения.

В статье проводится анализ и обобщение различных коммуникационных теорий и определяется роль блогов в современном политическом поле и коммуникационном пространстве.

Применение современных интернет-технологий и развитие других средств массовых коммуникаций способствует формированию различных репрезентативных образов политических событий.

В ходе исследования приводятся различные способы коммуникативного взаимодействия в различных видах демократии и отмечается повышение роли влияния интернет-сообщества на современный политический процесс.

Демократические реформы неразрывно связаны с повышением политической активности населения, где одним из форм выражения своего мнения выступают политические блоги.

В современном политическом пространстве отмечается появление нового поколения потребителей медийной продукции, имеющих навыки, способности, интерес и энтузиазм, чтобы использовать открывающиеся возможности создания и трансформации контента. В заключение отмечается что современный по-

литический процесс отличается появления новых детерминант развития как масс-медиа, так и других средств коммуникации.

Ключевые слова: политические блоги; блогосфера; политическая коммуникация; политический процесс, элитарная демократия, «электронная демократия».

BLOGS ARE THE ELEMENTS OF POLITICAL FIELD

Nesterenok Y.I.

The article analyzes the influence of blogosphere on the political process. The author studies political mechanisms of public policy-making through the activity of political blogs. The article also grounds the choice of the research tools and shows that the Internet is becoming, in contrast to the other media platforms, the territory of free self-expression.

The article analyses and summarizes different communication theories and defines blogs' role in a modern political and communication space.

The application of modern Internet technologies and the development of other mass media encourage the formation of different representational images of political events.

During the study different types of communicative interaction in different types of democracy are represented in the article, and as well the increase of Internet community role's influence on the modern political process.

Democratic reforms are inevitably linked with the increase of public political activity, where one of the forms of expression of one's opinion is political blogging.

In a modern political space one can note a new generation of consumers of media goods with skills, talents, interest and enthusiasm to use the opened opportunities of creating and transforming the continent. In the summary we point out that modern

political process differs the appearance of new determinants of mass media development as well as the development of other communication facilities.

Keywords: political blogs; blogosphere; political communication; political process; elitist democracy; e-democracy.

Функционирование блогов подразумевает как пассивное потребление представленного в них контента, так и политическое действие в форме обсуждения, где обсуждение выступает способом комбинирования информации из различных источников, увеличения для актора диапазона аргументов, необходимых формированию объективного восприятия политической действительности. В данном отношении политические блоги выступают не только формой политической коммуникации, но и инструментом стимулирования политических процессов в обществе.

Ещё в начале 80-х годов XX века американская социология обратила внимание на то, что внедрение информационных технологий способствует осуществлению децентрализации и автономизации социальных акторов, что позволяет ускорить модернистский переход к постиндустриальному обществу, которое по своей сути является полиморфным информационным обществом, состоящим из различных мобильных групп» [1, с. 126-127]. Принимая эту мысль, заметим, что блогосфера как раз и представляет материализацию деятельности в телекоммуникационных сетях.

Ускоряя информационные потоки информационное общество способствует трансформации глубинных структур информации [2, с. 765-767]. Проводниками информационного общества выступают социальные агенты, к которым относятся и политические блогеры, активно влияющие на функционирование информационно-политического поля.

Объединяясь вокруг блогов и иных информационных ресурсов пользователи телекоммуникационных сетей образуют тем самым виртуальные сетевые сообщества [3, с. 68-69]. В рамках сообщества блогер выступает в качестве не-

формального лидера, вокруг которого объединяется сетевой социум. Творческая деятельность блогера является журналистской деятельностью с присущими этой форме коммуникации обратными связями и интерактивностью. Сетевую журналистику можно в этой связи рассматривать как равноправную с традиционными медиа, как ветвь “четвертой власти”, представляющую собой объединение субъектов политического действия.

Несмотря на то, что в рамках теории коммуникации началось обсуждение новых форм «общественного» дискурса, относительно недавно он в равной степени важен для понимания трансформации мира политической повседневности значительной части населения страны. Так, Л. Пай утверждает что «политическая коммуникация представляет собой неформальные коммуникационные процессы в обществе, оказывающие различное влияние на политику. Политическая жизнь в любом обществе невозможна без устоявшихся методов политической коммуникации» [4, с. 442]. В свою очередь, Р.Ж. Шварценберг акцентирует внимание на многомерности определения понятия политической коммуникации. «Политическая коммуникация, – говорит он, – это процесс передачи политической информации, благодаря которому она циркулирует от одной части политической системы к другой и между политической и социальной системой. Идет процесс обмена информацией между индивидами и группами на всех уровнях» [5]. Речь в первую очередь о коммуникативных процессах в публичной сфере.

Публичная сфера, по определению Ю. Хабермаса – это та «область социальной жизни, в которой формируется общественное мнение» [6, с. 231]. В этом качестве она представляет собой «совместную практическую деятельность, направленную на достижение разделяемых всеми целей» [7, с. 174]. Поскольку политические блоги – это публичные ресурсы, а их деятельность чаще всего не носит коммерческого характера, то они в полной мере подходят под определение инструментов публичной политики.

Только в рамках обозначенного дискурса возможно появление площадок «электронной демократии», теоретические основы которых были заложены в работах С.В. Бондаренко [7, с. 164-178]. Если же сообщество, возникшее вокруг политического блога не трансформируется в площадку «электронной демократии», оно неизбежно становится ареной конфронтации, с которой по воле владельца блога рано или поздно будут изгнаны все несогласные с его точкой зрения.

Политические блоги имеют публичный статус и являются инструментами публичной политики. При этом, в зависимости от представленного в них контента, блоги могут находиться в диапазоне между *policy* (политикой, как программой действий) и *politics* (политикой, как системой взглядов) [8]. Большинство блогов относится ко второй из вышеупомянутых форм осуществления политического действия.

Далее предпримем попытку описания методологического инструментария, при помощи которого возможен анализ функционирования блогов в политической системе страны и их влияние на политические процессы. Основными теоретико-методологическими инструментами выступают на наш взгляд:

- теория поля П. Бурдьё;
- теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса и его последователей;
- теория делиберативной демократии;
- теория масс-медиа.

Специфика сетевых структур пользователей блогов заключена в переплетении функций по потреблению и производству контента. В отличие от традиционных медиа, граница между производителями контента и его потребителями в блогосфере размывается. Кроме того, веб-технологии развиваются более быстрыми темпами, способствуя тем самым снижению коммуникативных издержек, что, в свою очередь, влияет на развитие рационального самоуправле-

ния в деятельности виртуальных сетевых сообществ, образующихся вокруг блогов.

Теория демократии допускает две точки зрения о возможностях обычных людей участвовать в осуществлении рационального самоуправления и их роли в функционировании политического поля. Некоторые авторы высказывают сомнения в способности типичных граждан постигать и решать сложные общественные проблемы. Сторонники данной точки зрения сомневаются относительно ценности массового участия в выработке тактики политического действия с использованием возможностей блогосферы.

К примеру, У. Липпман, известный в России своей концепцией «общественного мнения» [9], ставшей на Западе одной из классических [10], приводит доводы в пользу формы элитарного, технократического правления, полагающегося на политических лидеров и технических экспертов, которые и будут определять политику и затем организовывать общественное мнение (используя для этого масс-медиа).

Напомним, что теория элитарной демократии утверждает, что при обсуждении вопросов политики, граждане, как правило, неинформированы, политически безразличны и патетичны. Человеческая природа в политике существенно лишена рациональности и это не потому, что люди неспособны к размышлениям и действию рационально, но потому, что их жизни пока удалены от действительности национальной или международной политики. Граждане не имеют никакого прямого влияния на эти сферы, не имеющие прямых эффектов на их жизни. В результате, типичный гражданин опускается к более низкому уровню умственной работы, как только он входит в политическое поле. Он обсуждает и анализирует пути, которым он с готовностью признал бы как инфантильный в пределах сферы его реальных интересов. Он становится примитивным. Его взгляды становятся ассоциативными и эмоциональными, – это говорит Й. Шумпетер [11, с. 262].

Другие исследователи, напротив, демонстрируют гораздо больше веры в способности граждан обсуждать общественные проблемы и выносить разумные суждения о политике. Так, Дж. Дьюи [12] утверждает, что современным демократическим государствам угрожали меньше некомпетентные граждане, нежели системы связи, некачественно их обслуживающие [13]. С усовершенствованиями средств общественного обсуждения, доказывал он, цели истинных организованных общественных действий достижимы. Думается, что данная точка зрения гораздо ближе к политическим реалиям.

Как отмечает О.А. Артюхин, блогосфера вместе со средствами массовой информации может формировать бренд, какого либо политического концепта, воздействуя на общественное мнение и, формируя репрезентативное представление о политическом процессе.[14]

Масс-медиа должны стать – по Дж. Дьюи – мощной просветительной силой, особым элементом культуры, соответствующим времени массового общества.

Применительно к российским условиям, общественное мнение и политическое сознание рассматривали такие исследователи, как: В.Э. Бойков, М.В. Борисенко, Р.А. Зобов, В.Н. Келасьев, А.В. Копьев, А.Ю. Мельвиль, Д.В. Ольшанский, Д.Л. Спивак, А.Г. Судас, Ж.Т. Тощенко и др. [15; 16; 17; 18; 19; 20].

Принято считать, что средства массовой информации преобразовали политику в своего рода спорт, что вместо того, чтобы функционировать как автономные, мыслящие акторы зрители просто потребляют политические представления, распространяемые элитами через средства массовой информации. Публика, которая должна быть согласно теории независимой, на самом деле в пост-современности представляет толпы, собранные вокруг политического зрелища [21; 22; 23 с. 3-38]. Социологические опросы и проводимые референдумы только усиливают фрагментированное общественное мнение, сформированное без каких-либо значимых общественных дебатов.

В книге Л. Болтански и Эв. Кьяпелло «Новый дух капитализма», критика запретов, сама критичность, оказались успешно интегрированными в современный гедонистический и инновационный капитализм [24].

Однако применительно к функционированию блогосферы, упомянутый выше дискурс справедлив лишь отчасти. В телекоммуникационных сетях, в отличие от телевидения, пользователь имеет дело в основном с текстом, в который необходимо вдумываться, в то время как на ТВ господствует калейдоскоп визуальных образов [25, с. 131].

В результате воздействия современной медийной информационной культуры изменяются и потребители информации, появляется такой социокультурный тип личности, как «авторитарный человек», а многие потребители продукции современной культуры не хотят думать, но при этом «пытаются иметь обо всем собственное мнение» [26].

Политическая блогосфера имеет устойчивую практику проводить расколы по идеологическим линиям (консервативно ориентированные авторы объединяют вокруг себя консервативно ориентированных пользователей и их чаще цитируют консервативные традиционные медиа. Аналогичная ситуация – в либеральной сфере. Тем не менее, в российском сегменте киберпространства имеют место и площадки с относительно сбалансированными политическими взглядами.

На наш взгляд, существует взаимосвязь и взаимозависимость современных блогосферы и медиасферы, что и подтверждает участие элиты СМИ в создании политических блогов, ссылки на блоги в публикациях традиционных масс-медиа.

Большинство федеральных СМИ создали в онлайне свои блоги. Подобный дискурс обусловлен процессами институционализации блогов, как полноправных участников политического поля. В блогах, практически без модерирования со стороны издателей газет и теле- радиостанций, их сотрудники отра-

жают собственную точку зрения на происходящее в стране, при этом сами в которых работают блогеры, не несут ответственности за содержание постов.

Косвенным результатом упомянутого дискурса становится появление нового поколения потребителей медийной продукции, имеющих навыки, способности, интерес и энтузиазм, чтобы использовать открывающиеся возможности создания и трансформации контента. Современное общество становится свидетелем появления новых детерминант развития масс-медиа.

В условиях, когда в большинстве стран мира продолжается концентрация собственности на СМИ, важно оценить детерминанты, связанные с развитием сети Интернет, как новой среды политического самовыражения и организации коллективного политического действия. Институциональные тенденции коммерциализации наблюдаются и в телекоммуникационных сетях, однако их масштаб не позволяет отдельно взятым акторам (или же группе акторов какой бы обширной она ни была), осуществить контроль над потоками политической коммуникации.

Речь в данном случае идет об институциональных рамках новых технологий, а не о технических факторах. При этом, само понятие средства массовой информации изменилось в последние годы за счет блогов, ранее оставшихся на периферии медийной сферы.

Обсуждение по демократическому потенциалу Интернета в общественных науках поляризовано в два блока конкурирующих теоретических концептов [27, с. 273-297; 28]. Теория мобилизации оптимистично рассматривает демократический потенциал Интернета. Сторонники этой теории убеждены, что Интернет имеет огромный потенциал, чтобы мобилизовать новые группы в обществе, которые пока были относительно невовлеченными в политические процессы. Интернет, согласно теории, создает новые возможности для политического участия, стимулируя информированных граждан к политическому действию за счет уменьшения барьеров связанных со стоимостью коммуникации и

практически неограниченному доступу к информационным ресурсам, необходимым для принятия взвешенных решений.

Сторонники теории консолидации, напротив, нисколько не убеждены в демократическом потенциале Интернета. Скептики акцентируют внимание на существовании цифрового раскола в обществе, поскольку доступ и использование Интернета ограничено для разных слоев населения. Кроме того, утверждается, что люди, участвующие в политике онлайн, уже участвуют в политике в офлайне. Кроме того, люди обычно ищут в Интернете информацию, которая подтверждает их существующие взгляды. Соответственно, Интернет стимулирует социальную фрагментацию в обществе.

Здесь важно понимать, что в любой профессии правила возникают по мере деятельности. Тем не менее, выхватывая отдельные факты, сторонники упомянутых теоретических концептов продолжают культивировать дихотомию.

На наш взгляд, ни одна из упомянутых теорий не должна иметь монополии на истину, а потому требуется синтетическая теория, в рамках которой учитывалось бы политическое поведение не только активной части общества, но и пассивных индивидов, ориентированных только на потребление информационных продуктов. При этом следует учесть, что, несмотря на развитие телекоммуникационных сетей, многие граждане лишены возможности выбора источников информирования, а значит доступа к медийной информационной культуре. Десятилетие назад картина выглядела следующим образом. В современной России гражданское общество по-прежнему находится в начальной стадии становления. Политическая блогосфера способствует развитию гражданской активности, независимо от политических предпочтений пользователей. Соответственно происходит и развитие коммуникативной среды политического поля.

Список литературы

1. Nora S. Minc A. The Computerisation of Society. Cambridge: MIT Press. 1980.
2. Игнатъев В.И. Информационное общество в социологическом измерении // Тезисы докладов и выступлений на II Всероссийском социологическом конгрессе «Российское общество и социология в XXI веке: социальные вызовы и альтернативы»: В 3 т. М.: Альфа-М, 2003. Т. 3.
3. Бондаренко С.В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ. Ростов н/Д.: Изд-во РГУ, 2004.
4. Pye L. Political Communication // The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions. N-Y.: Oxford, 1987.
5. Шварценберг Р.Ж. Политическая социология. Ч. 1. М., 1992.
6. Habermas J. The Public Sphere / In: Seidman S (ed.). Jurgen Habermas on Society and Politics. Boston: Beacon Press, 1973.
7. См. Бондаренко С.В. Особенности создания и функционирования площадок «электронной демократии» // Полис. 2011. № 5.
8. Jones O. An introduction to the study of public policy. Belmont: Duxbury Press, 1970.
9. Печатнов В.О. Уолтер Липпман и пути Америки. М.: Международные отношения, 1994.
10. Lippmann W. Public Opinion. N-Y.: Harcourt Brace Jovanovich, 1922.
11. Schumpeter J.A. Capitalism, Socialism and Democracy. 3rd ed. N-Y. and Evanston: Harper Torchbooks, 1950.
12. Dewey J. The Public and Its Problems. N.-Y. Holt. Rinehart and Winston. 1927.
13. Дьюи Дж. Демократия и образование / Пер. с англ. М.: Педагогика-пресс, 2000.

14. Артюхин О.А. Суверенная демократия: бренд или тренд? // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС.2012. № 1. С.154-159.
15. См. Бойков В.Э. Ценности и идеологические основы и ориентации российского постсоветского государства. Дис. канд. философ. наук, СПб., 2004.
16. Зобов Р.А., Келасьев В.Н. Мифы российского сознания и пути достижения общественного согласия. СПб., 1995.
17. Конев А.В. Политическая мифология: реализация социального опыта. М., 2003.
18. Ольшанский Д.В. Массовые настроения в политике. М., 1995.
19. Судас А.Г. Общественное мнение как ресурс управления. М., 2004.
20. Тощенко Ж.Т. Фантомы общественного сознания и поведения // Социол. исслед.: СОЦИС. 2004, № 12.
21. Ginsberg V. The Captive Public: How Mass Opinion Promotes State Power. N.-Y.: Basic Books, 1986.
22. Fishkin J.S. Virtual Democratic Possibilities: Prospects for Internet Democratic / Paper presented at the conference on Internet, Democratic and Public Goods, Belo Horizonte, Brazil, November 2000.
23. Fishkin J.S., Luskin R.C. Bringing Deliberation to the Democratic Dialogue / The Poll with a Human Face: The National Issues Convention Experiment in Political Communication, eds. M. McCombs and A. Reynolds. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 1999.
24. См.: Болтански Л., Кьяпелло Э. Новый дух капитализма. М.: Новое литературное обозрение, 2010.
25. Ситников А.П., Гундарин М.В. Победа без победителей. Очерки теории прагматических коммуникаций. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт», 2003.
26. Adorno Th., Frenkel E., Brunswick S., Levinson D., Sanford R. The Authoritarian Personality. N.Y., 1950.

27. Vissers S., Hooghe M., Moreas M.-A. De relatie tussen internetgebruik en politieke partieke participatie in Vlaanderen / In Vlaanderen gepeild. Brussel. Studiedienst van de Vlaamse Regering. 2009.

28. Bree D.v. Netactivisme internet en het recht van spreken. Amsterdam. Hogeschool voor de Kunsten Utrecht. 2004.

References

1. Nora S. Minc A. *The Computerisation of Society*. Cambridge: MIT Press. 1980.
2. Ignat'ev V.I. Informacionnoe obshhestvo v sociologicheskom izmerenii [Information society in sociological measurement]. *Tezisy dokladov i vystuplenij na II Vserossijskom sociologicheskom kongresse «Rossijskoe obshhestvo i sociologija v XXI veke: social'nye vyzovy i al'ternativy»*: V 3 t. M.: Alfa-M, 2003. T. 3.
3. Bondarenko S.V. *Social'naja struktura virtual'nyh setevyh soobshhestv* [Social structure of virtual network communities]. Rostov n/D.: Izd-vo RGU, 2004.
4. Pye L. Political Communication. *The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions*. N-Y.: Oxford, 1987.
5. Shvarcenberg R.Zh. *Politicheskaja sociologija* [Political sociology]. Ch. 1. M., 1992.
6. Habermas J. The Public Sphere / In: Seidman S (ed.). *Jurgen Habermas on Society and Politics*. Boston: Beacon Press, 1973.
7. Bondarenko S.V. Osobennosti sozdanija i funkcionirovanija ploshhadok «jelektronnoj demokratii» [Features of creation and functioning of platforms of "electronic democracy"]. *Polis*. 2011. № 5.
8. Jones O. *An introduction to the study of public policy*. Belmont: Duxbury Press, 1970.
9. Pechatnov V.O. *Uolter Lippman i puti Ameriki* [Walter Lippman and ways of America]. M.: Mezhdunarodnye otnoshenija, 1994.
10. Lippmann W. *Public Opinion*. N-Y.: Harcourt Brace Jovanovich, 1922.

11. Schumpeter J.A. *Capitalism, Socialism and Democracy*. 3rd ed. N-Y. and Evanston: Harper Torchibooks, 1950.
12. Dewey J. *The Public and Its Problems*. N.-Y. Holt. Rinehart and Winston. 1927.
13. D'jui Dzh. *Demokratija i obrazovanie* [Democracy and education] / Пер. с angl. M.: Pedagogika-press, 2000.
14. Artjuhin O.A. Suverennaja demokratija: brend ili trend? [Sovereign democracy: brand or trend?]. *Gosudarstvennoe i municipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski SKAGS*. 2012. № 1. pp.154-159.
15. Sm. Bojkov V.Je. *Cennosti i ideologicheskie osnovy i orientacii rossijskogo postsovetskogo gosudarstva* [Values both ideological bases and orientations of the Russian Post-Soviet state]. SPb., 2004.
16. Zobov R.A., Kelas'ev V.N. *Mify rossijskogo soznaniya i puti dostizheniya obshhestvennogo soglasija* [Myths of the Russian consciousness and way of achievement of a public consent]. SPb., 1995.
17. Konev A.V. *Politicheskaja mifologija: realizacija social'nogo opyta*. M., 2003.
18. Ol'shanskij D.V. *Massovyje nastroyenija v politike* [Mass moods in policy]. M., 1995.
19. Sudas A.G. *Obshhestvennoe mnenie kak resurs upravlenija* [Public opinion as management resource]. M., 2004.
20. Toshhenko Zh.T. Fantomy obshhestvennogo soznaniya i povedenija [Phantoms of public consciousness and behavior]. *Sociol. issled.: SOCIS*. 2004, № 12.
21. Ginsber B. *The Captive Public: How Mass Opinion Promotes State Power*. N.-Y.: Basic Books, 1986.
22. Fiskin J.S. *Viztual Democratic Possibilites: Prospects for Internet Democratic* / Paper presented at the conference on Internet, Democratic and Public Goods, Belo Horizonte, Brazil, November 2000.

23. Fishkin J.S., Luskin R.C. *Bringing Deliberation to the Democratic Dialogue / The Poll with a Human Face: The National Issues Convention Experiment in Political Communication*, eds. M. McCombs and A. Reynolds. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 1999.

24. См.: Boltanski L., K'japello Je. *Novyj duh kapitalizma* [New spirit of capitalism]. М.: Новое литературное обозрение, 2010.

25. Sitnikov A.P., Gundarin M.V. *Pobeda bez pobeditelej. Oчерki teorii pragmaticheskikh kommunikacij* [Victory without winners. Sketches of the theory of pragmatical communications]. М.: Консалтинговая группа «IMIDZh-Kontakt», 2003.

26. Adorno Th., Frenkel E., Brunswick S., Levinson D., Sanford R. *The Authoritarian Personality*. N.Y., 1950.

27. Vissers S., Hooghe M., Moreas M.-A. De relatie tussen internetgebruik en politieke partieke participatie in Vlaanderen / In *Vlaanderen gepeild*. Brussel. Studiedienst van de Vlaamse Regering. 2009.

28. Bree D.v. *Netactivisme internet en het recht van spreken*. Amsterdam. Hogeschool voor de Kunsten Utrecht. 2004.

ДАнные ОБ АВТОРЕ

Нестеренок Юлия Игоревна, аспирант

Южно-Российский институт-филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

Ул. Пушкинская, 70, г. Ростов-на-Дону, 344002, Россия

e-mail: state2000@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Nesterenok Yulia Igorevna, post-graduate student of the chair of Political Science and Ethnopolitics

*South institute of Russian academy of national economy and public administration
under the President of the Russian Federation*

Pushkinskaya street, 70, Rostov-on-don, 344002, Russia

e-mail: state2000@mail.ru

Рецензент:

Минасян Л.А., декан гуманитарно-экономического факультета Донского государственного технического университета, доктор философских наук, профессор