

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ДОКУМЕНТ
КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН**

*Сборник материалов
IV Всероссийской научно-практической
конференции с международным участием
(г. Томск, 29–30 октября 2009 г.)*

Томск
2010

С.А. Шпагин

БЛОГИ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И РОССИЙСКАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА

Развитие технических возможностей коммуникации в современном информационном обществе приводит к появлению всё новых и новых её форм. В особенности это относится к сети Интернет, где пространство общения расширяется столь стремительно, что возможности получения и распространения информации ограничиваются едва ли не одной фантазией и желанием коммуникаторов и реципиентов. Это существенным образом изменило характер коммуникации не только в межличностном общении, экономике, но и в политике. Как отмечают А.И. Соловьев и С.А. Туронок, «Интернет-дискурс инициировал такие процессы, которые стали существенно модифицировать различные институты, нормы и даже самих участников политического процесса» [1. С. 267].

Например, с появлением в Интернете так называемых социальных сетей возникли принципиально новые возможности и формы коммуникации, активно используемые ныне политическими акторами. В отличие от ведения самостоятельных сайтов, заполнение персонального профиля в социальной сети не требует отдельных материальных затрат, что делает эту процедуру доступной для всех категорий населения, имеющих выход в Интернет. Это обстоятельство заметно повышает социальное значение такой формы коммуникации, поскольку её посредством расширяются возможности политического участия для молодежи и социально незащищённых слоёв населения.

Одной из таких возможностей является *блог* – электронный дневник пользователя, размещённый на его персональной странице в социальной сети и доступный для просмотра либо ограниченному кругу лиц, либо всем желающим – выбор зависит только от автора дневника. Эта форма электронного общения приобрела в последние годы большую популярность, причем затронула она не только молодежь. Блоги ведут актёры, писатели, спортсмены, журналисты и даже ведущие политики. Среди последних – действующий президент России. Появились также корпоративные блоги, как коммерческого, так и политического характера [2]. Пространство общения в Интернете посредством блогов стало уже столь значительным, что заставляет экспертов обратить внимание на потенциал и перспективы этого явления. Так, в США политические блоги помогают собирать колоссальные средства на ведение предвыборных кампаний и оказывают мощное

психологическое влияние на политиков [3. С. 86–87]. Наконец, любое из современных исследований, посвящённых Интернет-сообществам, уже не считается репрезентативным без изучения блогосферы.

В чём же заключается привлекательность блога как формы Интернет-коммуникации? Прежде всего – в его *оперативности*, возможности с его помощью немедленно реагировать на текущие события. Затем – в его *бесцензурном характере*, позволяющем размещать в сети эмоционально окрашенные сообщения и заметки, которые непосредственно выражают собой авторское мнение по тому или иному актуальному вопросу. Наконец (и это, может быть, самое главное), блог представляет собой документ особого рода, отличительными свойствами которого являются *открытость* и *многомерность*. Наряду с возможностями гипертекстовой коммуникации, которые предоставляет Интернет, блог является, в сущности, незавершённым документом, который продолжается во времени и пополняется информацией до тех пор, пока это соответствует желанию автора. Кроме того, автор чаще всего даёт возможность комментирования своего блога, тем самым не только получая обратную связь, но и предоставляя посетителям широкое поле для самовыражения и проявления критических способностей. В результате некоторые блоги превращаются в самостоятельные дискуссионные площадки, где по поводу отдельных сообщений или комментариев разгораются целые словесные баталии.

Вместе с тем, есть основания полагать, что в России популярность блогосферы имеет не только универсальную, но и специфическую природу. На это косвенным образом указывают данные новейших исследований социальных сетей в политическом Рунете.

В частности, А.А. Киселев указывает на то, что «конвенциональные группы (государство, политические партии) недостаточно используют возможности активизации политического участия граждан посредством Интернета, в то время как неконвенциональные группы активно используют основные возможности ИКТ для мобилизации граждан и организации общественно-политических действий» [4. С. 12]. Если же конвенциональные группы всё-таки прибегают к политической Интернет-коммуникации, то наиболее востребованными для реципиентов оказываются диалогические её формы – т.е. форумы и блоги [4. С. 20].

С другой стороны, Флориана Фоссато подчёркивает такие тенденции российских социальных сетей, как низкий уровень качества Интернет-дискуссий, дефицит доверия, нетерпимость их членов, закрытость и воспроизводство внесетевых («офлайнных») форм деятельности [5. С. 92–93]. В поисках объяснения подобного их состояния она приходит

к выводу о том, что в условиях «частичной ресоветизации» российской политики и медиа-системы Интернет превратился в альтернативное социальное пространство, аналогичное андеграунду советских времён. Вопреки прогнозам энтузиастов демократизации рубежа веков, виртуальное пространство не трансформировало собой социальную действительность, а само приспособилось к ней. И российские социальные сети в их нынешнем состоянии стали одним из механизмов такого приспособления: «Интернет становится инструментом адаптации к той политической реальности, на которую, по мнению пользователей, они не в состоянии повлиять ни вместе, ни поодиночке» [5. С. 96].

Думается, что такие характеристики Рунета вообще и социальных сетей в нём, в частности, далеко не случайны. Они отражают собой едва ли не центральную черту отечественной политической культуры, обусловленную ограниченностью возможностей действительного воздействия граждан на государственную политику. Такой чертой является склонность наших соотечественников к *замещению публичной политики дискурсивными практиками, выведенными за рамки официального политического пространства*. Эта склонность, проявившая себя ещё со времён салонных дискуссий западников и славянофилов, продолжается кружковыми традициями разночинной интеллигенции и кухонными разговорами интеллигенции советской. А в наше время она находит своё закономерное воплощение в возможности с комфортом поболтать о политике на форуме, в чате или блоге (неважно, своём или чужом), не придавая сколько-нибудь серьёзного значения высказанным там мнениям и оценкам.

Такая пассивная позиция неоднократно фиксировалась в современных исследованиях российской политической культуры. Пользуясь методологией голландских социологов Ф. Хьюнка и Ф. Хикспурса, российский исследователь В.О. Рукавишников ещё в конце 1990-х гг. на основе статистического анализа политических ориентаций рассчитал примерное соотношение политических субкультур в России. Полученные данные свидетельствуют о том, что в нашей стране доминируют «пассивные» культуры, которые характеризуются низким уровнем политической активности граждан. Немногочисленная группа политически активных россиян почти целиком не доверяет существующим политическим институтам. Преобладающей же (по статистике – более половины населения) является одна из пассивных культур – так называемая субкультура «наблюдателей»: «Россияне – люди грамотные, привыкшие на досуге смотреть информационно-политические программы на ТВ, слушать радио, читать газеты, судачить о политике и не верить политикам» [6. С. 194].

Проблема, однако, состоит в том, что российская власть обычно придавала привычке высказывать своё мнение о политике преувеличенное значение. В XIX в. III Отделение один за другим раскрывало «заговоры умов», фабрикуя дела лишь по обвинению в «противузаконных умыслах». В XX в. спецслужбы арестовывали советских людей даже за политические анекдоты. И эта практика находит своё отражение в актуальной политике. Доказательством тому служат неоднократные решения о привлечении блоггеров к уголовной ответственности по ст.282 УК РФ (за возбуждение ненависти либо вражды по признакам пола, расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии, а равно принадлежности к какой-либо социальной группе, совершенные публично или с использованием СМИ). Думается, что такая практика происходит из разницы пониманий сущности блага в сетевой среде и правоохранительных органах. Если блоггеры полагают, что в своём дневнике они «у себя дома», в своём социальном пространстве, то органы правопорядка считают их издателями СМИ. И лишь время покажет, как они смогут понять друг друга.

Примечания

1. *Политические коммуникации*: Учеб. пособие для студентов вузов / Ю.Ю. Петрушин и др.; под ред. А.И. Соловьева. М.: Аспект-Пресс, 2004. 332 с.
2. *Кузин А., Ющук Е.* Корпоративный блог – новый инструмент политических коммуникаций // Конкурентная разведка. Сайт Ющука Евгения Леонидовича. Режим доступа: <http://ci-razvedka.ru/Corporate-Blogging-Politics.html>
3. *Фрам Д.* Записки БЛОГОнамеренного // Русский журнал. 2008. Режим доступа: <http://www.russ.ru/Media/Files/Devid-Fram-Zapiski-BLOGOnamerennogo>
4. *Киселев А.А.* Политическое участие в Интернете: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. Краснодар, 2007. 26 с.
5. *Фоссато Ф.* Рунет как инструмент адаптации // Pro et contra. 2009. № 2. С. 91–99.
6. *Рукавишников В.* Политические культуры и социальные изменения. Международные сравнения / В. Рукавишников, Л. Халман, П. Эстер. М.: Международные отношения, 2000.