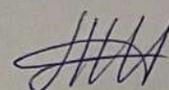


**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Кубанский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

На правах рукописи



ШЕСТАКОВА АНАСТАСИЯ АНДРЕЕВНА

**НОВЫЕ СУБЪЕКТЫ ПУБЛИЧНОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ
СЕТЕВОГО ОБЩЕСТВА**

5.5.2. Политические институты, процессы, технологии

Диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук

Научный руководитель:
Гнедаш Анна Александровна,
кандидат политических наук, доцент

Краснодар 2023

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ ПУБЛИЧНОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ СЕТЕВОГО ОБЩЕСТВА	31
1.1 Публичная политика в условиях сетевого общества: концептуальные подходы к исследованию, содержание и измерение	31
1.2 Интернет как пространство формирования публичной политики в сетевом обществе	58
1.3 Субъекты публичной политики: содержательные характеристики, формы актуализации	89
2 ПРАКТИКИ АКТУАЛИЗАЦИИ НОВЫХ СУБЪЕКТОВ ПУБЛИЧНОЙ ПОЛИТИКИ: КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ	114
2.1 Основания и результаты актуализации новых субъектов публичной политики в сетевом обществе: зарубежные кейсы	114
2.2 Особенности актуализации и функционирования новых субъектов публичной политики в современной России	130
2.3 Проблемы и перспективы развития новых и гибридных субъектов публичной политики в условиях сетевого общества	150
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	173
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	178
ПРИМЕЧАНИЯ	198

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы диссертационного исследования. Под воздействием информационно-коммуникационных технологий усложняется пространство публичной политики за счет множественности дискурса, что приводит к формированию новых субъектов публичной политики, предлагающих современные альтернативные способы решения публичных проблем. Новые субъекты публичной политики задают тренды в использовании политических технологий в ведении политических кампаний и взаимодействии с электоратом, а также трансформируют особенности действий традиционных субъектов публичной политики, которые вынуждены существовать в современных условиях. Неполитические субъекты попадают в контекст политики под воздействием условий актуализации политической субъектности и становятся политическими агентами, объединёнными между собой воображаемой сетью взаимодействий, политических интересов и событийным аспектом. Неполитические субъекты и новые субъекты публичной политики под воздействием актуализации субъектности пытаются включиться в политический процесс и закрепиться в дискурсивном поле политики и напрямую или косвенно участвовать в принятии политических решений.

Интерпретация прилагательного «новый», в контексте понимания субъектности обуславливается лингвистическим значением слова. Согласно толковому словарю Т.Ф. Ефремовой¹, понятие «новый» определяется как «пришедший на смену старому», «относящийся к настоящему времени, современный». По толковому словарю С.И. Ожегова² прилагательное «новый» интерпретируется как «относящийся к ближайшему прошлому или к

¹ Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М.: Русский язык, 2000

² Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. Москва: Азъ, 1996. С. 560.

настоящему времени». Лингвистическое значение слова «новый» подтверждает легитимность использования этого прилагательного по отношению к изучаемому объекту исследования.

Интернет-пространство выступает в качестве площадки коммуникации и взаимодействия, которая соединяет интересы традиционных и новых субъектов публичной политики и формирует политический дискурс, тиражируемый за пределами онлайн-пространства.

По данным компании Mediascope¹ за июль-сентябрь 2021 года общая структура аудитории Интернет в России составила 100,2 млн. человек – ещё в октябре-декабре 2020 года этот показатель составлял 97,7 млн. человек – при этом 40 % пользователей пользуются Интернетом через мобильное устройство и 60 % используют компьютер и телефон в равном объеме. Как отмечает компания Brand Analytics², произошло признание компаниями и государством значения социальных медиа. При этом публичность в социальных сетях повышает рейтинг доверия к политикам, партиям в том случае, если пользователь убежден в честности намерений и достоверности публикуемой информации. И поскольку эффективность современных методов верификации информации весьма высока, существует опасность потерять аудиторию в случае публикации непроверенной информации. Как следствие, повышается роль новых субъектов публичной политики, деятельность которых разворачивается в онлайн-пространстве.

События 2020 года, связанные с всемирной пандемией коронавируса, повлекли за собой изменения во всех сферах жизнедеятельности, в том числе и в Интернет-пространстве. Необходимая изоляция людей от социальной среды вынудила аудиторию, не являющуюся пользователями Интернет-пространства, действовать по правилам, которые диктовала сложившаяся реальность. Дистанционная среда спродуцировала модель поведения,

¹ Mediascope. URL: <https://webindex.mediascope.net/> (Дата обращения: 15.10.2022).

² Media trends. Media persons. URL: <https://br-analytics.ru/mediatrends/mediaperson> (Дата обращения: 15.10.2022).

предполагающую вынужденно уделять онлайн социальным платформам большее количество времени, по сравнению с периодом до пандемии коронавируса. Все, кто до событий вынужденной самоизоляции отрицал значение Интернета в социальной, политической и экономической жизни, были вынуждены вступить на путь сетевого взаимодействия в силу отсутствия других возможностей поддержания коммуникативных практик и социально-политического действия.

По данным информационного агентства ТАСС¹, в апреле 2020 года в период самоизоляции время потребления Интернета значительно увеличилось. По данным WEB-Index², в апреле 2020 года потребители Интернет-среды возрастной категории старше 12 лет ежедневно уделяли время потреблению интернет-контента на 12% дольше, чем в марте 2020 года.

Глобальная цифровизация обуславливает новое прочтение теории о сетевом обществе и публичной политике. Социальные сети становятся не просто частью досуга, но и каналом коммуникации, где взаимодействуют медийные личности, политики, известные деятели. Сетевое построение процессов ускоряет стирание условных барьеров между политическими акторами и обществом, между личным и публичным. Становление сетевого общества, при котором «вертикальные» отношения трансформируются «горизонтальные», уравнивая всех в статусных позициях, перевернуло восприятие многих общепринятых норм.

Определяя социальную проблему, мы говорим о том, что онлайн- и офлайн-практики являются двумя сторонами единого глобального физического пространства, где базируются социальные субъекты и объекты, состоящие из отдельных индивидов, публики, компаний, сообществ. Они производят социальные практики или социальные действия, которые имеют разный вектор влияния по отношению к этим двум парадигмальным категориям. Субъекты глобального физического пространства продуцируют

¹ Тасс. URL: <https://tass.ru/obschestvo/9508331>. (Дата обращения: 15.10.2022)

² Mediascope. URL: <https://webindex.mediascope.net/>. (Дата обращения: 15.10.2022)

социальные практики одновременно в двух парадигмах действительности. Происходящие процессы перетекают из онлайн-среды в офлайн-среду и обратно, трансформируясь под воздействием конструктивных или деструктивных практик социального действия. При этом офлайн-пространство формирует запрос, который реализуется как онлайн-взаимодействие и может обратно переходить в офлайн.

Онлайн-пространство, в свою очередь, задаёт особого типа коммуникативную ситуацию, конструируя дискурс и задавая тон вектору общения для репрезентации новых субъектов публичной политики.

Научная проблема состоит в осмыслении процесса формирования субъектности акторов публичной политики, механизмов и технологий взаимодействия власти и гражданского общества, определяющих развитие принципиально нового дискурса публичной политики, реализующейся в условиях глобальной цифровизации. Цифровая среда позволяет накапливать и фиксировать большие данные. Большие данные – обозначение структурированных и неструктурированных данных огромных объёмов и значительного многообразия, эффективно обрабатываемых горизонтально масштабируемыми программными инструментами. В современных условиях переизбытка информации, что приводит к сложностям в систематизации и структуризации нужного контента, возникает необходимость создания площадок для упорядочивания научной информации с целью её применения в исследованиях социальных процессов.

В этом контексте необходимо рассмотреть функционирование новых субъектов публичной политики в онлайн-пространстве. В контексте сетевого общества происходят изменения практик пользователей: интегрируясь в цифровую среду, отношения между пользователями переходят в стадию сетевых отношений и сетевого взаимодействия. В контексте сетевой практики пользователи совершают различные социальные действия, тем самым конструируя повестку, общественный дискурс и задавая вектор новым тенденциям в сфере публичной политики.

Таким образом, в сетевом пространстве наблюдаются сетевые практики, продуцируемые значительным числом новых субъектов публичной политики, что оказывает влияние на публичную политику в условиях сетевого общества. И именно в выявлении новых практик и закономерностей актуализации новых субъектов публичной политики в офлайн- и онлайн-пространстве современных государств и заключается практическая актуальность настоящей диссертации.

Степень научной разработанности проблемы. В ходе исследования нами будут рассмотрены четыре области исследования, раскрывающие понимание: публичности и публичной политики; сетей и сетевого общества; Интернета и социальных сетей; традиционных и новых субъектов публичной политики.

Сущность понятия публичности и публики впервые рассмотрел И. Кант¹, который также предложил частное и публичное объяснение разума. В своей работе «Философия права» Г. Гегель² рассматривает государство и общество как единый организм, в котором все процессы должны быть связаны между собой. Важным выводом является то, что государство выражает через себя концепт публичности, сущность которого состоит в ограничении частной сферы. Г. Гегель определил ведущие характеристики гражданского общества, которое является традиционным субъектом публичной политики, где особо выделены публичность и всеобщая осведомленность.

Исследования публичной политики с позиции определения публичности представлены фундаментальными трудами Х. Арендт, П. Бурдьё, И. Гофмана, Н. Лумана, Ю. Хабермаса³. Описывая первобытную публичность и представляя политику через понятие свободы, Х. Арендт утверждает, что

¹ Кант И. Ответ на вопрос «Что такое Просвещение?» (1784) // Сочинения в 6 т. М., 1966. Т.6. С. 24-36.

² Гегель Г. Философия права. М., 1990.

³ Арендт Х. *Vita Activa* или о деятельной жизни. СПб., 2000. С. 32-33.; Бурдьё П. Социальное пространство: поля и практики. Санкт-Петербург, 2005. 255 с.; Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. и вступ. статья А. Д. Ковалева. М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2000. 304 с.; Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб. 2001.; Луман Н. Реальность массмедиа / Пер с нем А. Ю. Антоновского. М., 2005. С. 160

политика может закладываться и функционировать только в публичном, являющемся частью социального, пространстве, которое разграничено на частную и публичную жизнь. Публичную сферу П. Бурдьё раскрывает в контексте теории поля, где известность и признание является желаемым обладанием символического капитала. И. Гофман определяет публичную сферу как способ организации публичного пространства через практики коммуникационного взаимодействия.

Опираясь на труды И. Канта и Г. Гегеля, Ю. Хабермас выделяет идеальную модель публичности, где определяет политическую особенность к рассуждению как категорию гражданской публичности, рассуждая о дихотомии публичного и частного. Н. Луман также разграничивает понятие частной и публичной сфер. Однако в отличие от Х. Арендт, он привносит в определение публичности собственную модель коммуникации, как и Ю. Хабермас, представленную в категориальном аппарате коммуникативного действия. Х. Арендт, Ю. Хабермас и Н. Луман заложили фундаментальный задел в понимание и трактовку политической публичности и публичной политики как макросоциальных явлений.

Концептуализация понятия «публичная политика» была проведена такими исследователями, как Ю.А. Красин, О.Ю. Малинова, Л.И. Никовская, В.Н. Якимец, А.Ю. Сунгуров, Н.Ю. Беляева, А.И. Соловьев¹. В частности, Ю.А. Красин концептуализирует понятия «публичная сфера» и «публичное пространство», выделяя компоненты «публичной сферы»: экономический, социальный, гражданско-политический и социокультурный. О.Ю. Малинова

¹ Красин Ю. А. Публичная сфера и публичная политика в российском измерении // Полития. 2004. № 3. С. 5 – 23.; Малинова О.Ю. Идеологический плюрализм и трансформация публичной сферы в постсоветской России. Полис. Политические исследования. 2007. № 1. С. 6-21.; Никовская Л. И., Якимец В. Н. Публичная политика в современной России: между корпоративно-бюрократическим и гражданско-модернизаторским выбором // Полития. 2007. № 1. С. 30-51.; Никовская Л.И. Блогинг как стремительно растущий институт публичной политики в контексте формирующегося сетевого общества // Социально-политические исследования. 2022. № 4 (17). С. 5–17.; Сунгуров А. Ю. Публичная политика и экспертиза // Пчела. 2004. № 1 (45). С. 15-6; Беляева Н.Ю. «Публичная политика» как термин, понятие и научная категория. URL: https://www.civisbook.ru/files/File/Belyaeva_publ_pol_kak_termin.pdf (Дата обращения: 15.10.2022); Соловьев А.И. Государственное управление и публичная политика // Гражданский сектор государственного управления / Под ред. проф. А.И. Соловьева. Москва: Аргатак-медиа, 2018. С. 13-33.

определяет публичную политику в контексте конструирования общественного мнения и, как и А.И. Соловьев, описывает модели процесса публичной политики. Л.И. Никовская интерпретирует понятие публичной политики через программы и приоритеты органов власти, а также механизмы и технологии их реализации, которые вырабатываются в контексте интересов гражданского общества. А.Ю. Сунгуров определяет публичную политику как процесс принятия решений и как поле взаимодействия государства и общества. Н.Ю. Беляева интерпретирует термин, понятие и категорию публичной политики, делая акцент на том, что категориальный аппарат публичной политики имеет тесную связь с другими системными единицами.

Цифровизацию публичной политики рассматривали такие исследователи, как А.Е. Коньков, С.В. Володенков¹, в частности, раскрывая феномен цифровизации в политическом процессе. А.В. Волкова рассматривает этику сетевой коммуникации и пределы гражданского контроля в условиях цифровизации общества и политических отношений.² Группа учёных Н.А. Рябченко, А.А. Гнедаш, В.В. Катермина³ рассматривают практики управления политическим контентом в онлайн-пространстве. А.В. Баранов, С.В. Васюк в своей работе «Политические технологии установления медиаповестки дня и фрейминга в Интернет-СМИ» описывают важность конструирования политического дискурса в онлайн-пространстве в контексте управления общественным мнением по средствам интернет-СМИ.⁴

¹ Коньков А.Е. Цифровизация политики vs политика цифровизации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Международные отношения. 2020. Т. 13. Вып. 1. С. 47–68; Володенков С.В. Трансформация современных политических процессов в условиях цифровизации общества: ключевые сценарии // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2020. Т. 13. № 2. С. 6–24.

² Волкова А.В. Цифровая бдительность: этика сетевой коммуникации и пределы гражданского контроля // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2019. № 3 (29). С. 59-64.

³ Рябченко Н. А., Катермина В. В., Гнедаш А. А, Вульфович Б. Г. Региональный политический дискурс: теоретическая модель, методология исследования и практики управления политическим контентом в online-пространстве субъектов РФ. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnyu-politicheskiy-diskurs-teoreticheskaya-model-metodologiya-issledovaniya-i-praktiki-upravleniya-politicheskim-kontentom-v>. (Дата обращения: 15.10.2022).

⁴ Баранов А.В., Васюк С.В. Политические технологии установления медиаповестки дня и фрейминга в Интернет-СМИ (на материалах воссоединения Крыма с Россией) // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 2019. Т. 13, № 2. С. 47–56.

В области сетевой теории, источниками, на которые мы будем опираться при написании диссертационной работы, будут труды отечественных и зарубежных ученых. В трудах М. Кастельса по теории общества сетевых структур¹ сетевое общество – это общество, социальная структура которого в основном основана на сетях, которые активируются новыми информационными технологиями и достижениями микроэлектронной революции.

Политологическую концепцию с позиции сетевого взаимодействия раскрывают Л.В. Сморгун, А.С. Шерстобитов, Е.В. Морозова, И.В. Мирошниченко, Н.А. Рябченко², рассматривающие общество, как структуру, в котором публичная политика носит сетевой характер.

А.В. Глухова, А. И. Кольба, А.В. Соколов, Р.В. Савенков³ изучают сетевой потенциал политических сетей политико-конфликтных взаимодействий городских сообществ.

Социокультурный компонент сетевой публичной политики – сетевую политическую культуру рассматривают исследователи З. А. Жаде, С. А. Ляшева, отмечая, что сетевая культура строится на системе сетевого взаимодействия, которая влияет на образование и конструирование нового

¹ Кастельс М. Власть коммуникации. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. С. 23.; Кастельс М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Москва, 2004. С. 155; Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. Москва: Academia, 1999. С. 494–505.

² Сморгун Л.В., Шерстобитов А.С. Политические сети: Теория и методы анализа. Москва: Издательство Аспект Пресс, 2014. 320 с.; Морозова Е.В., Мирошниченко И.В. Сетевые сообщества в условиях чрезвычайных ситуаций: новые возможности для граждан и для власти // Полис. 2011. №1. С. 141-153.; Мирошниченко И.В. Сетевой ландшафт российской публичной политики. Краснодар: Просвещение-Юг, 2013. С. 52.; Рябченко Н.А. Online-социальные сети в публичной политике: «Семь мостов» Египта [Электронный ресурс] Режим доступа: http://chsu.kubsu.ru/arhiv/2011_4/2011_4_Ryabchenko.pdf (Дата обращения: 15.10.2022).

³ Глухова А.В., Кольба А.И., Соколов А.В. Политико-конфликтные взаимодействия городских сообществ: сетевые аспекты // Политическая наука. 2021. № 4. С. 185-209.; Савенков Р.В., Сотников А.И. Стратегия и тактика действий региональных и муниципальных властей в период локальных акций общественного протеста (пример Воронежской области 2016– 2018 гг.). URL: http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2019/vipusk__76._oktjabr_2019_g./pravovie_i_politicheskie_aspekti_upravlenija/savenkov_sotnikov.pdf (Дата обращения: 15.10.2022).

типа личности, являющуюся субъектом социально-политического взаимодействия¹.

Е.В. Ефанова и Мельниченко Д.В. рассматривают как социальные медиа становятся новым политическим пространством и инструментом публичной политики как в России, так и в зарубежных странах².

Вопросы политического протеста молодежи российских мегаполисов в социальных сетях, а также технологии и модели молодёжной политической онлайн-мобилизации и цифрового вигилантизма подробно раскрыты в работах О.В. Поповой, Е.О. Негрова, Г.В. Лукьяновой, С.И. Сулова, Д.С. Мартьянова и Н.А. Мартьяновой³.

Социологическая концепция исследования сетей предполагает изучение социологии мобильности (Д. Урри), феномена социального действия и социального взаимодействия (М. Вебер)⁴. Сетевые принципы были охарактеризованы французскими постструктуралистами Ж. Делезом и Ф. Гваттари⁵. Специфику сетевых структур как противопоставление иерархическим конструкциям рассматривали Л.А. Коробейникова, Ю.А. Гиль, Д.А. Новиков, Е.А. Бердник⁶, подразделяя их на статичные и

¹ Жаде З.А., Ляужева С.А. Новые тенденции в исследовании сетевой идентичности. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-tendentsii-v-issledovanii-setevoy-identichnosti> (Дата обращения: 15.10.2022).

² Ефанова Е.В., Мельниченко Д.В. Социальные медиа как инструмент публичной политики в современной России // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2018. Т. 18. № 1. С. 92–95.; Ефанова Е.В. Социальные медиа в американской публичной политике (на примере социальной сети Twitter) // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения. 2020. Т. 25. № 3. С. 172–179.

³ Попова О.В. Политическая онлайн-коммуникация молодежи российских мегаполисов // *Galactica Media: Journal of Media Studies*. 2021. Т. 3. № 2. С. 28–54.; Попова О.В., Сулов С.И. Сетевой анализ политических интернет-сообществ: от формализованных к "ненаблюдаемым" группам // *Политическая наука*. 2021. № 1. С. 160–182.; Негров Е.О. Роль и особенности молодежного политического онлайн-активизма в современной России // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*. 2021. Т. 23. № 1. С. 18–30.; Лукьянова Г.В., Мартьянов Д.С. Спонтанный вигилантизм и конфликтогенный потенциал повседневного интернет-дискурса // *Конфликтология / nota bene*. 2022. № 1. С. 32–47.; Мартьянов Д.С., Мартьянова Н.А. Управляемость виртуальных сообществ: сравнительный анализ политизированных групп ВКонтакте // *Журнал политических исследований*. 2019. Т. 3. № 3. С. 79–93.

⁴ Урри Д. Мобильности. Москва: Праксис, 2012. 576 с.; Вебер М. Хозяйство и общество. Беркли, 1978. П. 24-25.

⁵ Делёз Ж. Ризома // *Философия эпохи постмодерна*. Минск, 1996. 136 с.

⁶ Коробейникова Л.А., Гиль А.Ю. Сетевые структуры в условиях глобализации // *Известия Томского политехнического университета*. 2010. Т. 316. № 6. С. 105–109.; Новиков Д.А. Сетевые структуры и организационные системы. М.: ИПУ РАН, 2003.; Бердник Е.А. Сетевая культура как объект социологического анализа // *SOCIOTROPSTP- Междисциплинарный сборник научных работ по социологии и социальной работе*. 2011. № 1. С. 51-55.

динамичные. Феномен «сетевой культуры» изучают Е.А. Бердник, Т. Терранова¹ для интерпретации коммуникативной среды интернета и для обозначения культуры, основанной на сетевой логике.

Вклад в изучение феномена сетевого взаимодействия с позиции социальной психологии и социальной антропологии внесли Д. Морено, Дж. Барнз, А. Рэдклифф-Браун².

Во второй половине XX в. существенно расширился системный анализ социальных сетей в работах таких исследователей, как С. Боргэtti, Р. Берт, Б. Веллмэн, Д.Р. Вайт, М. Грэноветтер, С. Воссермэн, Л. Фримен. Социальные сети С. Боргэtti³ представляет в виде графов, в которых раскрывает понятие структуры ядра и периферии, концепция которой предполагает наличие плотного связного ядра и разреженной несвязанной периферии. Специфику социальных сетей Р. Берт⁴ подкрепляет обзором аргументов и доказательств связи между социальными сетями и социальным капиталом, где сетевые механизмы несут ответственность за эффекты социального капитала. Д.Р. Вайт⁵ рассматривает сетевые связи через сплочённость групп, что отображает паттерны сетевых связей в содержательные гипотезы о социальной сплочённости, которая повышается, за счет нескольких соединений между членами группы. М. Грэноветтер⁶ подчёркивает важность слабых связей в сети, потому что их вероятность стать мостом больше, чем можно было бы ожидать от их количества. Сетевую теорию рассматривал Л. Фримен⁷, выделяя типы структурированности групп, в которой блокируется

¹ Terranova T. *Network Culture: Politics for the Information Age*. L.: Pluto Press, 2004.

² Moreno J.L. *Sociometry, experimental method and science of society*. N.Y.: Beacon House, 1951; Barnes, J. *Class and Committees in a Norwegian Island Parish* // *Human Relations*, 1954. P. 1117. Radcliffe-Brown A.R. *Structure and Function in Primitive Society: Essays and Addresses*. London: Cohen & West, 1952.

³ Borgatti S., Everett M. 1999. Models of Core/Periphery Structure // *Social Networks*, Nr 21 (4): 375-395.

⁴ Burt R. 2001. The Social Capital of structural holes // Guillen M.F., Collins R., England P., Meyer M. (eds.). *New Directions in Economic Sociology*. N.Y.: Russel Sage Foundation: 201 - 246.

⁵ White D. Harary F. The Cohesiveness of Blocks in Social Networks: Node Connectivity and Conditional Density // *Sociological Methodology*, No. 31. 2001. P. 305 - 359.

⁶ Granovetter M.S. 1982. The strength of weak ties: A network theory revisited // P. Marsden and N. Lin (Eds.). *Social structure and network analysis*. Beverly Hills: 105 - 130.

⁷ Freeman L.C. 1992. The Sociological Concept of "Group": An Empirical Test of Two Models // *American Journal of Sociology*. Vol. 98, No. 1: 152 - 166.

возможность быть одновременно членом двух кластеров. С. Воссерман, Б. Веллман, Г.В. Градосельская¹ применяют теоретический подход, в соответствии с которым в общественных отношениях социальной сети отводится первостепенная доминирующая роль. Сторонники акторно-сетевой теории раскрывают теорию социальной сети (представители батской школы – Г. Коллинз², Т. Пинч)³. Г. Градосельская, для того чтобы оценить все возможности сетевого подхода, предлагает «перевести концепты традиционной социологии в сетевые термины»⁴.

Французская школа представлена исследованиями Бруно Латура⁵ и Мишеля Каллона⁶, развивающими общетеоретические и методологические интенции акторно-сетевой теории. Эта теория является альтернативой работам конструктивистов социальной реальности (П. Бурдьё, Э. Пикеринг, Д. Харавэй⁷), постструктуралистов и модернистов (Ж. Делёз⁸, Ж. Деррида⁹).

Другую теоретическую область представляют размышления о социальной сети как целостной «квазиреальности» Р. Роуза¹⁰,

¹ Wasserman S., Faust K. *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge, 1994. P. 45-75.; Wellman B., Leighton B. *Networks, Neighborhoods, and Communities: Approaches to the Study of the Community Question* // *Urban Affairs Quarterly*, 14(3). NY, 1979. P. 34; Градосельская Г.В. Сетевой анализ как метод исследования современных трансформаций // *Социологические опыты. Сборник научных статей. Институт социологии РАН. Москва. 2002. С.29-40.*

² Коллинз Р. *Четыре социологические традиции*. М.: Территория будущего, 2009. 317 с.

³ Pinch T., Bijker W. *The Social Construction of Facts and Artefacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other* // *Social Studies of Science*. 1984. № 14. P. 399-441.

⁴ Градосельская Г.В. Сетевой анализ как метод исследования современных трансформаций // *Социологические опыты. Сборник научных статей. Институт социологии РАН. Москва, 2002. С.29-40.*

⁵ Latour B. *On technical mediation* // *Common knowledge*. 1994. Т. 3. №. 2. С. 29-64.

⁶ Callon M. et al. *What does it mean to say that economics is performative* // *Do economists make markets*. 2007. С. 311-357.

⁷ Бурдьё П. *Социальное пространство: поля и практики*. Санкт-Петербург, 2005. 255 с.; Pickering A. *From science as knowledge to science as practice* // *Science as practice and culture*. Chicago, 1992. P. 1-29.; Haraway D. *A cyborg manifesto: Science, technology and socialist feminism in the 1980s* // *Socialist rev*. 1985. N 80. P.65-107.

⁸ Делёз Ж., Гваттари Ф. *Что такое философия?* М.: Академический Проект, 2009. с. 51, 85, 71-98.

⁹ Derrida J. (2000) *Ogrammatologii [Of Grammatology]*, Moscow.: Ad Marginem. Ivanov D.V. (2010) *Aktual'naiia sotsiologiia: veselaia nauka v poiskakh zlykh istin [Actual Sociology: Laughing Science Searching for Wicked Truths]*. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii [The Journal of Sociology and Social Anthropology]*, 13 (2-3): 21-65.

¹⁰ Роуз Р. *Достижение целей в квазисовременном обществе: социальные сети в России* // *Общественные науки и современность*. 2002. № 3. С. 23-38.

Б.С. Сивиринова¹ и её феноменологии (Н. Луман, А. Шюц)². Основные синтезируемые концепции представлены в трудах отечественных и зарубежных социологов и специалистов по социальным системам (Т. Парсонс³, Н. Луман⁴, П. Сорокин⁵), аналитиков сетей (Дж. Скотт, С. Вассерман, Б. Веллман)⁶, сторонников акторно-сетевых подходов (Б. Латур, М. Каллон)⁷.

Одним из базовых подходов к исследованию модели социальной актор-сети является феноменологический подход, так как он ориентирует на необходимость учитывать деятельность сознания по восприятию реальности⁸. Согласно Б.С. Сивиринову, феноменологическая социальная реальность обладает теми же признаками, что и виртуальная, прежде всего рефлексивной основой⁹.

Рассматривая диссертационные работы, связанные с политическими практиками и онлайн-пространством за 2018-2021 гг., следует выделить исследования А.В. Соколова, который в докторском диссертационном исследовании «Сетевой политический протест в России: субъекты, тенденции и технологии»¹⁰ выявил особенности генезиса, организации и

¹ Сивиринов Б.С. Социальная квазиреальность или виртуальная реальность? // Социс. 2003. № 2. С. 39-44.

² Луман Н. Реальность массмедиа/Пер с нем А. Ю. Антоновского М., 2005. С. 160; Шюц, А. Обыденная и научная интерпретация человеческого действия / Пер. с англ. Н. Смирновой // А. Шюц. Избранное: Мир, светящийся смыслом. М.: РОССПЭН, 2004. С. 7–50.

³ Парсонс Т. О структуре социального действия. Москва: Академический Проект, 2000. 880 с.

⁴ Луман Н. Невероятность коммуникации [Электронный ресурс] // Социальная теория. 2011. Режим доступа: http://lib.mdpu.org.ua/load/Sociology/Neveroatnost_kommunikacii_N (Дата обращения: 15.10.2022).

⁵ Сорокин П. А. Система социологии. Социальная аналитика: Учение о строении сложных социальных агрегатов. М.: Наука, 1993. 447 с. Т. 2.

⁶ Scott J. Social Network Analysis. Handbook. London, Newbury Park, Calif.: Sage Publications, 1991. 83 p.; Wasserman S., Faust K. Social Network Analysis: Methods and Applications. Cambridge, 1994. P. 45-75.; Wellman B., Leighton B. Networks, Neighborhoods, and Communities: Approaches to the Study of the Community Question // Urban Affairs Quarterly, 14(3). NY, 1979. P. 34

⁷ Latour B. On technical mediation // Common knowledge. 1994. Т. 3. №. 2. С. 29-64.; Callon M. et al. What does it mean to say that economics is performative // Do economists make markets. 2007. С. 311-357.

⁸ Малов Е. А. Феномен социальных сетей: акторно-сетевой контекст, теоретико-методологический анализ: дисс. ... канд. социолог. наук. Новосибирск. 2014. Режим доступа: <https://www.dissercat.com/content/fenomen-sotsialnykh-setei-aktorno-setevoi-kontekst-teoretiko-metodologicheskii-analiz>. (Дата обращения: 15.10.2022).

⁹ Сивиринов Б.С. О феноменологической интерпретации социальной реальности. URL: <https://ecsocman.hse.ru/data/922/692/1217/004Sivirinov.pdf> (Дата обращения: 15.10.2022).

¹⁰ Соколов А.В. Сетевой политический протест в России: субъекты, тенденции и технологии: дисс. ... докт. полит. наук. М. 2018. URL: <https://www.dissercat.com/content/setevoi-politicheskii-protest-v-rossii-subekty-tendentsii-i-tehnologii> (Дата обращения: 15.10.2022).

результативности сетевого политического протеста в современной России, а также степень использования Интернет-инструментов в ходе его организации. А.В. Жуков в работе «Социальные сети как инструмент политической власти: влияние на международную безопасность (2020)»¹ разработал подход к интерпретации социальной сети как новой политической власти, представляющей социальное взаимодействие, которое может угрожать безопасности государства. Г.Ю. Никипорец-Такигава в исследовании «Интернетизация политического пространства на примере России (2020)»² рассматривает интеграцию Интернета в деятельность государства.

Исследователь И.Н. Гомеров³ раскрывает смысловое содержание понятий «политический субъект», «политическая субъектность», а также определяет формы актуализации политической субъектности. Сущность понятий традиционных субъектов публичной политики раскрывают такие исследователи как О.Т. Мясников, В.А. Михеев, А.Ю. Сунгуров, Т.В. Ермилова, В.Н. Якимец и Л.И. Никовская⁴. В частности, О.Т. Мясников выделяет факторы, обусловившие трансформации субъектов политических процессов в советский период. В.А. Михеев обозначает и перечисляет субъекты публичной политики в контексте институционального компонента. А.Ю. Сунгуров характеризует субъекты публичной политики через конструктивное взаимодействие государства с другими политическими

¹ Жуков А.В. Социальные сети как инструмент политической власти: влияние на международную безопасность: дисс. ... канд. полит. наук. М. 2021. URL: <https://www.disscat.com/content/sotsialnye-seti-kak-instrument-politicheskoi-vlasti-vliyanie-na-mezhdunarodnuyu-bezopasnost> (Дата обращения: 15.10.2022).

² Никипорец-Такигава Г.Ю. Интернетизация политического пространства на примере России: дисс. ... докт. полит. наук. М. 2020. URL: <https://www.disscat.com/content/internetizatsiya-politicheskogo-prostranstva-na-primere-rossii> (Дата обращения: 15.10.2022).

³ Гомеров И.Н. Субъект как смысловое ядро политической субъектности. URL: [https://siu.ranepa.ru/nauka/zhurnal/stati/3\(3\)-51-62.pdf](https://siu.ranepa.ru/nauka/zhurnal/stati/3(3)-51-62.pdf) (Дата обращения: 15.10.2022).

⁴ Мясников О.П. Субъекты политики // Соц.-полит. науки. 1993. №5.; Михеев В.А. Социальное партнерство и пути совершенствования публичной политики. Власть. 2005. № 7. С. 14; Сунгуров А.Ю. Публичная политика как поле взаимодействия и как процесс принятия решений // Публичная политика-2005. СПб., 2006. С. 9.; Ермилова Т.В. Органы власти как субъекты публичной политики. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organy-vlasti-kak-subekty-publichnoy-politiki-1> (Дата обращения: 15.10.2022); Никовская Л.И., Якимец В.Н. Муниципальная публичная политика как индикатор качества взаимодействия власти и общества на местном уровне // Местное право. 2022. № 4. С. 3–20.; Никовская Л.И., Якимец В.Н. О состоятельности институтов и субъектов муниципальной публичной политики (на примере Костромской и Ярославской областей) // Полис. Политические исследования. 2021. № 3. С. 38–56.

институтами. Т.В. Ермилова определяет публичную политику как деятельность, которая обеспечивается за счёт институтов – субъекты публичной политики. Л.И. Никовская и В.Н. Якимец рассматривают гражданское и общественное участие, при котором гражданское общество выступает в качестве политического субъекта в контексте публичной политики.

Переосмысление традиционной субъектности публичной политики прослеживается в работах Ю. В. Усовой, О. В. Михайловой, И.В Самаркиной¹. В частности, Ю. В. Усова уделяет внимание стратегиям коммуницирования политических элит с социальными медиа с целью снижения информационных угроз. О. В. Михайлова пишет о важности переосмысления механизмов взаимодействия государственных институтов с гражданскими структурами в условиях цифровизации, уделяя внимание виртуализации коммуникации и экспансии сетевого ландшафта. И. В. Самаркина рассматривает сетевые сообщества как часть субъективного пространства современной публичной политики.

Таким образом, в научных работах недостаточно представлены новые субъекты публичной политики (в отличие от традиционных субъектов); потенциал новых субъектов публичной политики в основном представлен с позиций их деструктивного влияния на публичную сферу в условиях цифровизации общества, а конструктивный потенциал остается слабо изученным. В политической науке отсутствует закреплённое определение новых субъектов публичной политики, как и описание характеристик и оснований политической субъектности, присущих новым субъектам публичной политики.

¹ Усова Ю. В. Развитие стратегий взаимодействия политических элит с социальными медиа // Философия права. 2021. № 4(99). С. 58-62.; Михайлова О. В. Современное государственное управление в условиях виртуализации и расширения сетевого ландшафта публичной политики, Вестник Московского университета. Серия 21: Управление (государство и общество), №4. С. 23-39, 2019.; Самаркина И. В. Политическая картина мира сообществ «ВКонтакте»: опыт анализа субъективного пространства политики в условиях сетевого общества // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. 2021. Т. 17. № 1. С. 87-102.

Объектом исследования являются новые субъекты публичной политики в сетевом обществе.

Предмет диссертационной работы – характеристики новых субъектов публичной политики и практики актуализации их субъектности в пространстве сетевой публичной политики.

Цель исследования – определить содержательные характеристики новых субъектов публичной политики, выявить и описать практики актуализации их субъектности в политическом процессе в условиях сетевизации современных обществ.

Задачи диссертационного исследования:

1) раскрыть содержание теоретических оснований исследования структурных компонентов публичной политики в условиях сетевого общества;

2) охарактеризовать Интернет как пространство формирования публичной политики в сетевом обществе;

3) выявить и охарактеризовать структурные и процессуальные аспекты актуализации новых субъектов публичной политики в офлайн- и онлайн-пространстве современных государств;

4) выделить содержательные характеристики функционирования цифровых лидеров, гражданских журналистов, сетевых движений и сетевых партий, блогеров и онлайн-СМИ как акторов публичной политики в зарубежных странах;

5) определить и описать особенности актуализации новых субъектов в российской публичной политике;

6) аргументировать перспективные траектории развития новых субъектов публичной политики в условиях сетевого общества.

Хронологические рамки исследования – с 1991 г. по 2021 г. Нижняя граница хронологического периода определяется становлением публичной политики в онлайн-пространстве; верхняя граница определена 2021 г. как

годом, предшествующим крупнейшим турбулентным событиям в мировой политике в 2022 г.

Географические рамки исследования были определены параметрами, которые определялись на основании масштабности представленности и результативности процессов актуализации новых субъектов публичной политики, деятельность которых инкорпорировалась за пределы одной страны.

Теоретико-методологические основания, используемые в данной научной работе, соответствуют предмету исследования, а общая методология использована с учетом решаемых задач.

В диссертационной работе использованы сетевой подход, коммуникативный подход и неоинституциональный подход.

Сетевой подход и понятие сетевого общества (М. Кастельс), в частности, позволили провести исследование с позиции междисциплинарного понимания происходящих процессов. Данная парадигма позволила проанализировать изменения, переместившие сферу публичной политики в онлайн-пространство. Постструктуралистская призма исследования сетевого общества (Ж. Делез, Ф. Гваттари) также позволила рассмотреть процессы актуализации субъектности на основе сетевых принципов.

В основу исследования публичной политики с позиции коммуникативного подхода вошли теоретические разработки Ханны Арендт¹, которая, анализируя устройство полиса, выделяет в нем социальную и политическую сферы. Политическое пространство полиса Х. Арендт ассоциирует с публичной сферой, в которой действуют отношения свободы, равенства и плюрализма. В качестве основного механизма разрешения конфликтных ситуаций исследователь называет речь и убеждение. Коммуникативный подход Ю. Хабермаса² даёт объяснение генезиса

¹ Арендт Х. Vita Activa или о деятельной жизни. СПб., 2000. С. 32-33.

² Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб. 2001.

социального действия субъектов политических отношений как рационального действия и определяет сущность публичной политики.

Для решения поставленных задач анализа субъектов публичной политики применялся неоинституциональный подход, который позволил описать новые субъекты публичной политики с указанием их функционального аппарата, характеристик и особенностей. Так Д. Норт¹ выделяет формальные институты, образующиеся людьми по определённым правилам, и неформальные институты, сложившиеся под воздействием механизмов в ходе общественного развития. Этот подход обосновывает формирование новых субъектов публичной политики, как неформальных институтов. С позиции неоинституционального подхода П. Ди Маджио и У. Пауэлл² рассматривали эволюцию институтов-организаций в рамках концепции изоморфизма, согласно которой происходит гомогенизирование организаций, где постепенно адаптируясь к институциональной среде, они меняют свои характеристики и в результате становятся схожими.

Теоретические положения публичной политики переосмысливаются в работах Н.Ю. Беляевой через призму государственной (государство главный политический институт) и общественной (публичная политика в интересах общества) политики и определяются как совокупность специфических процедур принятия решений с позиции прозрачности и открытости.

И.В. Мирошниченко определяет сетевую публичную политику как новое явление политической науки. Исследователь предлагает рассматривать публичную политику с позиции сетевого взаимодействия и выделяет содержательные характеристики типов публичной политики и сетевой публичной политики в зависимости от пространственного, информационно-

¹ Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики (пер. с англ. А.Н. Нестеренко). М.: Фонд экономической книги Начала. 1997. 180 с.

² Ди Маджио П.Дж., Пауэлл У.В. Новый взгляд на «железную клетку»: институциональный изоморфизм и коллективная рациональность в организационных полях (пер. с англ. Г.Б. Юдина) // Экономическая социология. 2010. Т. 11. № 1. С. 34-56.

дискурсивного, институционального, управленческо-технологического и социокультурного компонентов.

В настоящей работе использованы подходы Г. Кехлера, А.Е. Конькова и С.В. Володенкова к определению сетевой публичной политики. Рассматривая феномен цифровой толпы с позиции политической психологии, Г. Кёхлер¹ приводит аргумент в пользу того, что популяризация значения Интернета дает обществу повод признать наступление новой эпохи почти безграничных процессов коммуникации, продуцирующих дальнейшее выявление человеческого потенциала. А.Е. Коньков² предлагает использование цифровых технологий в политике в контексте двух парадигм: цифровизации политики как наложении технологий на политические связи и политики цифровизации, характеризующейся построением методов и технологий в политическом управлении и внедрением цифровых технологий в социальную и экономическую жизнь общества. С.В. Володенков рассматривает сценарии трансформации политического процесса под воздействием цифровизации и предлагает подход, согласно которому процессы цифровизации конструируют «новую цифровую реальность, включающую расширенный инструментарий коммуникаций, ресурсы и технологии Big Data, искусственный интеллект и нейросетевые алгоритмы работы с цифровыми данными, технологии наблюдения и распознавания визуальных образов, модели профилирования граждан на основе их персональных цифровых следов»³.

Модель актуализации новых субъектов публичной политики в сетевом обществе была разработана посредством экстраполяции следующих теоретических моделей политического процесса и разработки политических

¹ Кёхлер Г. Новые социальные медиа: шанс или препятствие для диалога? *Лаборатория: пространства политической коммуникации* // Полис. Политические исследования. 2013. № 4. С. 75-87.

² Коньков А.Е. Цифровизация политики vs политика цифровизации // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Международные отношения*. 2020. Т. 13. Вып. 1. С. 47-68.

³ Володенков С.В. Трансформация современных политических процессов в условиях цифровизации общества: ключевые сценарии // *Контурные глобальных трансформаций: политика, экономика, право*. 2021. Т. 13. № 2. С. 6-24.

решений: модель структуры открытых систем, построенной на идее «воронки причинности» (Р. Хоффербет)¹; институциональная модель (Э. Остром)², рассматривающая включение институтов в рассмотрение и выработку управленческих решений; модель «конкурирующих защищающих коалиций» (П. Сабатьер)³, в которой делается акцент на условиях, изменяющих политический курс и обязательное включение технической информации в понимание политического процесса; модель политических потоков (Дж. Кингдон)⁴, основанная на воздействии трёх потоков, составляющих процесс выработки политики.

Методы сбора и анализа данных релевантны объекту и предмету исследования, его целям и задачам.

Метод вторичного анализа данных позволил выявить особенности построения процессов в сетевом обществе в контексте публичной политики, хронологию развития Интернета как пространства публичной политики, что позволило определить особенности возникновения и практики актуализации новых субъектов публичной политики в контексте развивающегося сетевого общества.

Метод кейс-стади позволил выявить и описать специфику и особенности поведения и характеристики политической деятельности новых субъектов публичной политики в разных странах. Дизайн кейс-стади включил метод анализа контента открытых данных социальных сетей Twitter, Facebook*⁵, Instagram*⁶, YouTube, «ВКонтакте» и контента открытых данных новых субъектов политики, функционирующих на данных платформах в России, Сингапуре, США, Франции, Великобритании и других зарубежных странах.

¹ Hofferbert R. The study of public policy. Indianapolis: Bobbs-Merril. 1974. 275 p.

² Ostrom E. An Agenda for the Study of Institution. Public Choice. 1986. № 48. Pp. 3-25.

³ См.: Концепции и проблемы государственной политики и управления / Под ред. Л.В.Сморгунова. М: «Российская политическая энциклопедия». РОССПЭН. 2006. 384 с.

⁴ Kingdon J. Agendas, Alternatives and Public Policies. Boston: Little, Brown. 1984. 240 pp.

⁵ Здесь и далее * означает, что компания Meta и соцсети, которыми она владеет, признаны в России экстремистскими и запрещены.

⁶ Здесь и далее * означает, что компания Meta и соцсети, которыми она владеет, признаны в России экстремистскими и запрещены.

Метод сравнительного анализа зарубежных и российских практик деятельности новых субъектов публичной политики позволил определить отличительные особенности, основания и результаты актуализации новых субъектов публичной политики в сетевом обществе в зарубежных странах и особенности актуализации и функционирования новых субъектов публичной политики в современной России, а также выявить гибридные субъекты публичной политики.

Метод лингводискурсивного анализа онлайн-контента позволил определить способы актуализации новых политических субъектов как акторов публичной политики, что позволило выявить практики и механизмы, отличающие новых субъектов публичной политики от традиционных.

Эмпирическая база диссертации представлена различными типами источников, характеризующих процессы актуализации субъектности новых и деятельности традиционных политических субъектов:

– открытые данные новых и гибридных субъектов публичной политики в зарубежных странах: международная некоммерческая организация WikiLeaks (<https://wikileaks.org/wiki/Wikileaks/ru>); аккаунты блогеров в социальных сетях (Великобритания, Пол Стейнс: <https://order-order.com/>), аккаунты политиков в социальных сетях (Ален Жюппе (Франция, https://www2.assemblee-nationale.fr/sycomore/fiche/%28num_dept%29/4104), Дональд Трамп (США, From the Desk of Donald J. Trump («С рабочего стола Дональда Дж. Трампа»), www.donaldjtrump.com/desk)); сетевые движения Women's March (США, <https://womensmarch.com/>) и Black Lives Matter (США, <https://blacklivesmatter.com/>); сетевые партии «Движение пяти звёзд» (Италия, Il blog di Beppe Grillo, <http://www.beppegrillo.it/listecivi-che/liste/fabriano/chisiamo.html>) и политические партии (Сингапур, Партия «Народное Действие», <https://twitter.com/PAPSingapore>; Партия «Прогресс», <https://psp.org.sg/>), онлайн-СМИ (Великобритания, США, Франция, The Independent, https://www.independent.co.uk/?utm_source=vsesmi_online, Free Republic, <https://freerepublic.com/home.htm>);

– открытые данные новых и гибридных субъектов в России:
Алексей Навальный**¹
(<https://www.youtube.com/channel/UCsAw3WynQJMm7tMy093y37A>), Юрий
Дудь***² (https://www.youtube.com/channel/UCMCgOm8GZkHp8zJ6l7_hIuA),
Ксения Собчак
(<https://www.youtube.com/channel/UCvQXaJTjA3jRucTKN4CGiwg>,
https://www.instagram.com/xenia_sobchak/), Андрей Рудой
(https://www.youtube.com/channel/UCQ_LYRUJzBfh-mvU14xCNMw), Максим
Кац***³ (<https://www.youtube.com/channel/UCUGfDbfRIx51kJGGHIFo8Rw>),
Михаил Светов***⁴
(<https://www.youtube.com/channel/UCWjEiMNZv4g3P9BWbrtMjyA>),
Meduza***⁵ (<https://meduza.io/>), Lenta.ru (<https://lenta.ru/>), Дождь***⁶
(<https://tvrain.ru/>);

– материалы аналитических агентств «Медиалогия» и Brand Analytics; материалы зарубежных СМИ (Singapore Press, Francetvinfo, Washingtonpost); материалы информационных агентств России «ТАСС» и «РИА НОВОСТИ»; материалы сайта Фонда «Общественное мнение».

Научная новизна диссертационного исследования состоит в операциональном определении новых субъектов публичной политики и обосновании их содержательных характеристик. В работе формулируются отличительные особенности новых субъектов публичной политики в контексте актуализации поведенческого аппарата и их социально-

¹ Здесь и далее ** означает, что Алексей Навальный внесен в перечень экстремистов и террористов РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fedsfm.ru/documents/terrorists-catalog-portal-act> (дата обращения 15.10.2022).

² Здесь и далее *** означает, что данные лица и организации внесены в перечень иностранных агентов. [Электронный ресурс]. URL: <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7755/> (дата обращения: 15.10.2022).

³ Здесь и далее *** означает, что данные лица и организации внесены в перечень иностранных агентов. [Электронный ресурс]. URL: <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7755/> (дата обращения: 15.10.2022).

⁴ Здесь и далее *** означает, что данные лица и организации внесены в перечень иностранных агентов. [Электронный ресурс]. URL: <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7755/> (дата обращения: 15.10.2022).

⁵ Здесь и далее *** означает, что данные лица и организации внесены в перечень иностранных агентов. [Электронный ресурс]. URL: <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7755/> (дата обращения: 15.10.2022).

⁶ Здесь и далее *** означает, что данные лица и организации внесены в перечень иностранных агентов. [Электронный ресурс]. URL: <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7755/> (дата обращения: 15.10.2022).

политических действий в условиях сетевого общества. Научная новизна конкретизирована в следующих результатах:

1) на основе критического анализа теоретических оснований исследования уточнены информационно-дискурсивные, институциональные, управленческо-технологические, пространственные и социокультурные компоненты публичной политики;

2) определены основные характеристики Интернета как пространства формирования публичной политики в сетевом обществе; охарактеризованы этапы эволюции российской публичной политики в мировом контексте становления онлайн-пространства;

3) дано операциональное определение новых субъектов публичной политики; обоснованы содержательные характеристики новых субъектов публичной политики (гражданские журналисты, блогеры в социальных сетях, цифровые лидеры, сетевые партии, сетевые движения, онлайн-СМИ); предложена модель актуализации новых субъектов публичной политики, определяющая устойчивость и функциональность их деятельности;

4) на материалах кейс-стади выделены и охарактеризованы сложившиеся практики политической актуализации гражданских журналистов, блогеров в социальных сетях, цифровых лидеров, сетевых движений, сетевых партий и онлайн-СМИ в США, Великобритании, Сингапуре, Франции, Канаде и других странах;

5) определены отличительные характеристики актуализации субъектности, условия и институциональные ограничения развития новых субъектов публичной политики в современной России;

6) выделены две основные траектории развития новых субъектов публичной политики: функционирование новых субъектов политики в прежнем статусе на основе использования потенциала информационно-коммуникационных технологий; гибридизация новых субъектов политики на основе включения их в традиционную систему политического представительства.

Положения, выносимые на защиту:

1) Современная трансформация публичной политики обусловлена сетевой логикой развития социально-политических субъектов и взаимодействия между ними. Публичная политика в сетевом обществе – это пространство социально-политических действий (онлайн и офлайн), в котором происходит конструирование информационно-дискурсивных, институциональных, управленческо-технологических, пространственных и социокультурных практик. Основными характеристиками публичной политики в сетевом обществе являются: расширение публичного пространства за счет интеграции с Интернет-средой; формирование общественно-политического дискурса, интегрированного в офлайн- и онлайн-среду; институционализация сетевых структур гражданского общества в качестве акторов публичной политики; включение в процесс выработки и принятия решений неполитических субъектов; фрагментация и эклектичность ценностных оснований транзитных идентичностей участников сетевых коллективных действий.

2) Основными характеристиками Интернета как пространства формирования публичной политики в сетевом обществе является дихотомия личного и публичного, внушаемого и желаемого, достоверного и ложного, а также проницаемость границ онлайн- и офлайн-практик. Выделяются 4 этапа развития публичной политики в контексте становления онлайн-пространства. I этап – «Становление публичной политики в онлайн-пространстве (1991–2007 гг.)» – характеризуется перемещением политических лидеров в онлайн-пространство и конструированием разного рода политического контента в виде онлайн-платформ общественно-политического устройства, акцептом федеральных и региональных законодательных документов, в различном плане стремящихся побуждать формирование российского сегмента Интернета как национальной государственной онлайн-платформы. II этап – «Онлайн-платформы как новая арена публичной политики (2007–2011 гг.)» – ознаменовывается наложением публичной политики на онлайн-пространство.

III этап – «Формирование новых субъектов публичной политики» (ноябрь 2011 – март 2020 гг.) – обусловлен развитием публичных практик в Интернете: новыми онлайн-технологиями в условиях избирательного цикла 2011–2012 гг., увеличением роли видеоконтента (популярность набирает формат интервью), признанием властью онлайн-пространства как поля политических практик, социальное действие в онлайн-пространстве вытекает в последствие в офлайн-пространстве. Впервые в условиях российских реалий происходит активное проникновение власти в сетевые практики онлайн-взаимодействия как ответной реакции на высокую протестную активность населения, сформировавшуюся именно в российском сегменте Интернета. IV этап – «Политическая актуализация новых субъектов как равнозначных традиционным субъектам публичной политики» (март 2020 – по декабрь 2021 гг.) – характеризуется началом развития публичной политики в большей степени в Интернет, чем в офлайн, и трансформацией происходящих процессов; начало этапа ознаменовано глобальным социально-политическим кризисом, вызванного всемирной пандемией коронавируса.

3) Отличительной чертой новых субъектов публичной политики в условиях развивающегося сетевого общества является продуцирование и распространение асинхронного мультимодального дискурса, сочетающего различные типы контента. Основаниями актуализации новых субъектов политики (гражданские журналисты, блогеры в социальных сетях, цифровые лидеры, сетевые партии, сетевые движения, онлайн-СМИ) в онлайн-пространстве являются: цифровизация жизни в современном обществе; процессы сетевизации социально-политических процессов; интеграция онлайн- и офлайн-пространств публичной политики; трансформация новостного контента и изменение моделей потребления информации и новостей в эпоху постправды; возникновение «пятой власти» (гражданская журналистика). Процесс актуализации новых субъектов публичной политики в сетевом обществе включает 4 последовательных стадии: появление условий вхождения в политический процесс; возникновение информационного потока,

необходимого для формирования дискурса; вхождение в политическое окно публичной политики; достижение эффекта политического участия и обеспечение устойчивости деятельности новых субъектов.

4) Сложившиеся практики политической актуализации новых субъектов публичной политики обладают специфическими особенностями: сетевой принцип формирования субъекта и его деятельности; свобода входа и выхода в дискурсивно-коммуникативном пространстве; множественность и неоднозначность конструируемых дискурсов и их глобальная адресация; использование технологий онлайн-мобилизации для консолидации офлайн-действий; применение манипулятивных технологий. На основе указанных практик формируются определенные дискурсивные характеристики деятельности новых субъектов публичной политики в онлайн-пространстве: независимость в отражении собственной позиции; воздействие на формирование социально-политических смыслов; структурирование и трансляция сценариев поведения. Мобилизация новых субъектов публичной политики для активных политических действий происходит в рамках контекстуальных ограничений (ситуативность в условиях кризисов или внешних факторов; актуализация значимости конкретных проблем).

5) Позиционирование и функционирование новых субъектов в российской публичной политике осуществляется на основе информационно-коммуникационных технологий онлайн-пространства обеспечивающих: многообразие способов и возможностей размещения мультимодального контента; автономность и динамичность продвижения новостного контента в различных социальных сетях; выработку способов решения проблем и трансфер данных способов в офлайн-практики; накопление политического капитала в онлайн-пространстве и его конвертацию в различные формы поддержки и политического действия в офлайн; использование мессенджеров при решении тактических задач новыми субъектами политики. В российских условиях получили развитие такие новые субъекты публичной политики как гражданские журналисты, блогеры, цифровые лидеры, сетевые движения,

онлайн-СМИ. Сетевые политические партии не актуализированы в российской практике вследствие институциональных ограничений, связанных с партийным и избирательным законодательством.

б) На основе проведенного анализа выделены две перспективные траектории развития новых субъектов публичной политики. Первая траектория характеризуется функционированием новых субъектов (блогеры, гражданские журналисты), которые участвуют в формировании общественно-политического дискурса, политической повестки дня, политической мобилизации и в процессах выработки политических решений для урегулирования публичных проблем в прежнем статусе на основе использования потенциала информационно-коммуникационных технологий. Вторая траектория складывается вследствие гибридизации новых субъектов политики на основе их включенности в традиционную систему политического представительства: избрание в законодательные органы государственной власти и представительные органы местного самоуправления, назначение на должность, рекрутирование в политическую элиту и др.

Теоретическая и практическая значимость диссертации.

Теоретическая значимость диссертации обусловлена её новизной и заключается в постановке и решении важной для науки проблемы актуализации новых политических субъектов как акторов публичной политики в контексте сетевого общества. Выделенные структурные и процессуальные характеристики новых субъектов публичной политики могут стать концептуальной основой для дальнейших теоретико-прикладных исследований данного явления в компаративных и кросс-региональных сравнениях.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования практических выводов для разработки рекомендаций органам власти по развитию конструктивного потенциала новых субъектов политики и их включения в процесс выработки инновационных способов решения общественно-значимых проблем. Подходы, эмпирические данные и

политические технологии могут быть интегрированы в учебные курсы образовательных программ по подготовке кадров в области публичной политики и государственного управления.

Соответствие содержания диссертационного исследования паспорту научной специальности. Диссертация выполнена в рамках специальности 5.5.2. – «Политические институты, процессы, технологии» и соответствует следующим направлениям исследований: 4. Механизмы и технологии традиционной и цифровой политики: формы и уровни организации; 8. Политические институты: формирование, развитие и современные трансформации; 14. Политический процесс: сущность, источники, структура, социальные основания и средовые факторы; 19. Глобализация, сетевизация и цифровизация: политические аспекты; 29. Информационные процессы и управление политическими коммуникациями: традиционные СМИ, социальные медиа и сети.

Апробация результатов исследования. Основные положения исследования были изложены автором в 19 научных работах общим объемом более 10 печатных листов (в том числе: 2 статьи в изданиях, рецензируемых в базе Web of Science (WoS); 3 статьи в ведущих рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ для публикации результатов кандидатских диссертаций; 15 статей в изданиях, индексируемых в базе данных РИНЦ) и представлены как выступления на различных научных мероприятиях, в том числе на Всероссийских конгрессах РАПН (г. Москва, 2018, 2019, 2020 гг.); международных (Москва, 2018, 2019, 2020, Минск 2019, Санкт-Петербург, 2019) и всероссийских конференциях (Краснодар, 2018, 2019, 2020, Пермь, 2018), а также конференциях с международным участием (Краснодар, 2019).

В рамках проблематики диссертационного исследования автор принял участие в качестве исполнителя в 3 научно-исследовательских проектах: грант РФФИ проект № 20-011-31626 «Управление цифровой социально-политической повесткой дня в онлайн-пространстве: субъекты, технологии и

результаты), 2020 г.; грант РФФИ, проект № 18-011-00910 «Модели и практики управления политическим контентом в онлайн-пространстве современных государств в эпоху постправды», 2018-2020 гг.; грант Президента РФ для государственной поддержки молодых российских ученых – кандидатов наук, проект № МК-3430.2015.6 «Конструктивный и деструктивный потенциал онлайн социальных сетей в публичной политике России: методика стохастического моделирования поведения», 2015-2016 гг.

Диссертация обсуждена и рекомендована к защите на заседании кафедры государственной политики и государственного управления ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», протокол № 5 от 08.11.2022 г.

Структура работы состоит из введения, двух глав, шести параграфов, заключения, списка использованных источников.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ ПУБЛИЧНОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ СЕТЕВОГО ОБЩЕСТВА

В данной главе в первом параграфе будут раскрыты основные аспекты публичной политики и сетевого общества, будут выявлены подходы к определению публичной политики и сетевого общества в результате чего будет сформулировано собственное определение публичной политики в сетевом обществе.

Во втором параграфе будет представлена периодизация процессов в Интернет в области публичной политики в контексте сетевого общества с позиции событийности, в процессе которой актуализируются субъекты публичной политики.

В третьем параграфе будут определены традиционные, новые и гибридные субъекты публичной политики. Описаны существующие модели и подходы традиционной субъектности публичной политики и будет сформулирована собственная модель актуализации новых субъектов публичной политики.

1.1 Публичная политика в условиях сетевого общества: концептуальные подходы к исследованию, содержание и измерение

В данном параграфе мы рассмотрим основные подходы к определению публичной политики и сетевого общества. Будет раскрыта специфика публичной политики с позиции её основных компонентов: пространственного, информационно-дискурсивного, институционального, управленческо-технологического, социокультурного. Вместе с тем будет раскрыто как политическая наука интегрирует в себя сетевые практики из различных областей научного знания: естественно-научной, философской,

социологической. Также будет рассмотрена сетевая публичная политика, обусловленная сетевой логикой развития социально-политических субъектов.

На рубеже XX–XXI вв. развитие информационно-коммуникационных технологий привело к формированию сетевого общества, в котором каналы передачи и потребления информационно-коммуникационных потоков строятся на базе различных онлайн социальных сетей и сетевых сообществ, становление которых происходит благодаря таким социальным платформам как Facebook*, «ВКонтакте», Twitter, «Одноклассники». Публичная политика в этих условиях подвержена трансформации с позиций сетевого взаимодействия, при котором технологии публичной политики встраиваются в процесс сетевизации общества. В этом контексте стоит рассматривать публичную политику как сетевую публичную политику. Феномен сетевого общества достаточно новое понятие и исследования в этой области набирают популярность, поскольку существование сетевого общества и изменения в этой среде, влияют на важнейшие аспекты деятельности человека и его дальнейшую жизнь, в том числе и на выстраивание публичной политики.

В современном обществе наблюдается трансформация информационного общества в сетевое, в котором происходит конструирование новой модели потребления, что доказывает изменение отношений в Интернет-пространстве.

Концепция сетевого общества тесно связана с парадигмой публичной политики, в соответствии с которой её осмысление основывается на раскрытии самого понятия публичности. Для начала рассмотрим определение публичной политики в контексте основных компонентов публичной политики. Мы рассмотрим теории традиционной публичной политики в контексте содержательных характеристик типов и компонентов публичной политики: пространственном, информационно-дискурсивном, институциональном, управленческо-технологическом, социокультурном¹.

¹ Мирошниченко И.В. Сетевой ландшафт российской публичной политики. Краснодар: Просвещение-Юг, 2013. С 52.

Пространственный компонент публичной политики характеризует «политическое пространство» как постоянную среду, в которой протекают политические процессы публичной политики. Публичность как форма организации политического пространства рассмотрена в работах И. Канта, Х. Арендт, Ю. Хабермаса.

Сущность понятия публичности и публики впервые рассмотрел И. Кант¹, который также предложил частное и публичное объяснение разума. К частному определению разума индивид прибегает на своем рабочем пространстве, где он обязан следовать правилам и выполнять приказы. Однако как личность, обладающая способностью к рассуждению, он вынужден использовать публичную составляющую разума, иными словами, прибегать к публичной критической способности строить умозаключения в обществе. Образованная публика способствует переходу индивида из состояния «узкого» разума, из апраксии владеть собственным умом самостоятельно без подстраивания под авторитетные позиции.

Раскрывая дихотомию публичного и частного с позиции философского осмысления, Х. Арендт² уделяет особое внимание пространству публичного и сфере частного как места и отношения к этому месту. Само понятие публичности как феномена раскрывается с двух, на первый взгляд схожих, но совершенно разных сторон. В первом случае публичность – это открытость, доступность и гласность, то, что в целом может быть воспринято другими людьми как данность, что и означает принадлежность к публичности. Такая публичность формируется, как только мы выставляем на показ вещи, формирующиеся в личном пространстве. Мы выдвигаем их в сферу, где они находят реальность, которой они бы никогда не достигли в сфере приватного, независимо от того, насколько интенсивно для индивида было переживание с ними связанное³.

¹ Кант И. Собр. Соч. в 6-ти томах. Т.6. М., 1966. с. 25 - 35.

² Арендт Х. *Vita Activa* или о деятельной жизни. СПб., 2000. С. 32-33.

³ Арендт Х. *Vita activa*, или О деятельной жизни. СПб.: Алетейя, 2000. С. 32-76.
URL: <https://bojidarivkov.files.wordpress.com/2012/08/d0b0d180d0b5d0bdd0b4d182-d185-vita-activa->

Второе значение понятия публичного означает общую область, где нет того, что принадлежит нам в частной жизни, то есть отсутствует сфера, которую мы называем нашей личной свободой. Эта публичность является коллективной концепцией понимания того, что имеется между людьми, что ощутимо выходит на передний план этой созданной публичности. Совместная жизнь в таких условиях означает, что определенная область вещей находится между теми, для кого это привычное место жительства. Только существование публичного пространства в реальном мире, превращение объектов, которое оно осуществляет, в реальный мир, который собирает и связывает людей, рассчитано на длительный срок. Публичность – это бессмертное понятие, где конечность человеческой жизни не будет препятствовать развитию процессов публичности. То, что люди на протяжении веков осмеливались быть публичными, фактически, вплоть до нового европейского усовершенствования, трактуется непосредственно тем, что они хотели созидать нечто (лично созданное или общее) более продолжительное, чем их земная жизнь. Поскольку политика была для греческого народа чем-то вроде римского *res publica* («вещь общественная»), именно участие в публичной политике делало существование индивида относительно прочным, давало защиту от бесполезности и спасение от всего, и было предназначено обеспечить бессмертие смертному человеку.

Реальность в условиях публичности гарантируется не определенной универсальной человеческой природой, а возникает потому, что, несмотря на все различия в позициях, из этого вытекает множество аспектов, где каждый человек занят одним и тем же¹. Таким образом, в понимании Х. Арент, публичность имеет две стороны. С одной публичность – это открытое пространство с присущей ей гласностью и открытостью; с другой –

d0b8d0bbd0b8-d0be-d0b4d0b5d18fd182d0b5d0bbd18cd0bdd0bed0b9-d0b6d0b8d0b7d0bdd0b8-2000.pdf (дата обращения: 15.10.2022).

¹ Арент Х. *Vita activa, или О деятельной жизни*. СПб.: Алетейя, 2000. С. 32-76.
URL: <https://bojidarivkov.files.wordpress.com/2012/08/d0b0d180d0b5d0bdd0b4d182-d185-vita-activa-d0b8d0bbd0b8-d0be-d0b4d0b5d18fd182d0b5d0bbd18cd0bdd0bed0b9-d0b6d0b8d0b7d0bdd0b8-2000.pdf> (дата обращения: 15.10.2022).

философская категория, которой присуща вечная память бессмертия, процессы которой остаются запечатленными в истории.

Основоположник теории коммуникативного действия Ю. Хабермас рассматривает понятие публичной политики в двух контекстах, давая более развернутое определение. В узком смысле публичная политика понимается им как определенное общественное пространство, в котором формируется открытый взгляд на происходящие процессы в политике, обществе, государстве, с присущими этим процессам диалогом публичного дискурса, где свободно обсуждаются разные точки зрения на происходящие явления. В широком смысле Ю. Хабермас рассматривает публичную политику, так же, как и Х. Арндт, через призму антитезы публичное-частное, где публичная политика интерпретируется как взаимоотношения общества и государства за рамками рефлексии и созерцания, трансформируясь в действия, направленные на результат¹. Ю. Хабермас показывает, что в состав Новой публики входит образованный и обладающий собственностью средний класс, выбивающийся как из отношений государственной власти, так и из частной семейной сферы европейских буржуа. Ю. Хабермас выделяет эволюцию публичной сферы, где меняются практики формирования субъектов, представительства, согласования интересов, как и включённости различных субъектов в процесс принятия решений.

Информационно-дискурсивный компонент публичной политики характеризуется созданием информационного поля, в контексте которого формируются дискурсивные практики, определяющие направления публичной политики. Публичный политический дискурс в контексте поведения толп (публик) рассматривает Г. Тард². Согласно его теории, гражданское общество конструирует общественное мнение, которое тиражируется СМИ. Учёный определил, что СМИ объединяет разрозненные

¹ Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы: исследования относительно категории буржуазного общества. М.: Весь мир, 2016. 342 с.

² Тард Г. Мнение и толпа / Г. Тард // Психология толп. М. : Институт психологии РАН, Издательство КСП+, 1998. 416 с.

дискурсивные практики в сплочённую публику, общественное мнение которой становится продуктом публичной сферы. Артикуляцию общественных интересов с помощью дискурсивных практик как важную функцию публичной политики рассматривает Ю.А. Красин¹. Он определяет важность свободного выражения общественного интереса, который, проходя общественную оценку, становится направлением деятельности публичной политики. Н.Ю. Беляева, определяя понятие публичной политики в информационно-дискурсивном контексте через призму «общественная», характеризует формирование и реализацию этой политики в интересах общества, а также отдельных социальных групп², выражающих свои потребности через информационно-коммуникационные и дискурсивные практики. Институциональный компонент публичной политики раскрывается в совокупности делиберативных практик, реализуемых акторами политического процесса с целью выработки управленческих решений, необходимость которых создает запрос гражданского общества.

Определяя понятие публичной политики³ в институциональном контексте, через призму «государственная», Н.Ю. Беляева постулирует первостепенную роль государства как субъекта публичной политики в обеспечении консолидации интересов социальных групп. Институциональную основу публичной политики определяют традиционные субъекты публичной политики, такие как государство, органы государственной власти, политические партии, институты гражданского общества, некоммерческие организации и объединения, традиционные СМИ, посредством диалога с которыми происходит выработка управленческих решений. По мнению М. Горного органы власти как субъект публичной политики должны обеспечивать прозрачность политических действий,

¹ Красин Ю. А. Публичная сфера и публичная политика в российском измерении // Полития. 2004. № 3. С. 5 - 23.

² Беляева Н.Ю. «Публичная политика» как термин, понятие и научная категория. URL: https://www.civisbook.ru/files/File/Belyaeva_publ_pol_kak_termin.pdf (дата обращения: 15.10.2022).

³ Беляева Н.Ю. «Публичная политика» как термин, понятие и научная категория. URL: https://www.civisbook.ru/files/File/Belyaeva_publ_pol_kak_termin.pdf (дата обращения: 15.10.2022).

практики которых должны следовать принципам «открытости, понятности, возможности влияния»¹. Н.А. Баранов определяет сущность публичной политики как отражение «интересов общества через диалог с властью посредством налаженного коммуникационного процесса, в котором принимают участие, с одной стороны, государство, с другой – институционализированное гражданское общество»². А.С. Епифанов³ занимается вопросами конструирования российской партийной системы и рассматривает политические партии как субъекты публичной политики. Он раскрывает специфику идеологической основы российских политических партий в процессе формирования институционального механизма защиты интересов административной элиты. В изучении публичной политики М. Риттер⁴ использует институциональный подход, предполагающий, что институты структурируют политический процесс. Автор рассуждает о демократии участия, подчеркивая, что построение институционального деления демократического государства невозможно без участия гражданского общества. Ю.И. Левшенко⁵ рассматривает СМИ как определяющую платформу взаимодействия субъектов публичной политики с институтом гражданского общества, посредством которой происходит формирование политического дискурса.

Управленческо-технологический компонент публичной политики проявляется в комплексе практик участия гражданского общества в конкретном деятельностном аппарате публичного управления. Под публичной политикой в контексте управленческо-технологического компонента можно

¹ Горный М. Вместо введения // Публичная политика: проблемы мягкой безопасности в Балтийском регионе / под ред. М. Б. Горного. СПб.: Норма, 2004. С. 52-147.

² Баранов Н.А. Российская политика: испытание публичностью // Публичная политика 2012. Сб. статей / Под ред. М.Б.Горного и А.Ю.Сунгурова. СПб.: Норма, 2013. С.32-38.

³ Епифанов А.С. Партийная система современной России как инструмент воспроизводства основных компонентов политического режима // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2015. № 2 (6). С. 126-132

⁴ Риттер М. Публичная сфера как идеал политической культуры // Граждане и власть: проблемы и подходы. М., 1998. 174 с.

⁵ Левшенко Ю.И. Политический дискурс в СМИ и легитимация власти в контексте социально-политических изменений // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2012. № 3-1. С. 111-115.

понимать «программы и приоритеты органов власти, а также механизмы и технологии их реализации, выработанные на основе и с учетом ожиданий социальных групп общества через их представителей»¹. Определение понятия публичной политики в контексте управленческо-технологического компонента позволяет раскрыть смысл непосредственной процедуры принятия политических решений, где основными признаками публичной политики выступают «прозрачность» и «открытость для публики»².

Л.В. Сморгунов рассматривает когнитивную модель, конструктивистский подход и важность коммуникации в публичном управлении. Автор отмечает основополагающее значение знания и информации, выделяя теоретические научную, информационную и когнитивную конструкции управления. Когнитивная модель рассматривается исследователем в контексте фукианской идеи «управленческой ментальности» (governmentality).³ Согласно этой концепции практики управления зависят от ментальности человека, которая определяется поведенческими характеристиками. Управление в этом контексте не сосредоточено на одном государстве, а рассматривается в расширенном контексте. Совокупность особенностей, присущих социальной или этнической группе влияет на модель управления, в рамках которой фокусируются ресурсная теория и стратегическое управление, а в основе самой практики управления заложены такие конструкты как знания, коммуникации, образы и репутация. Эта концепция тесно связана с социокультурным компонентом публичной политики.

Социокультурный компонент публичной политики заключается ценностно-ориентированной направленности политических действий, основанных на системности, идентичности и партнёрстве. Г.В. Пушкарёва

¹ Никовская Л.И., Якимец В.Н. Проблемы и приоритеты развития публичной политики в современной России // Власть. 2015. Том 21. № 9. С. 4-10.

² Беляева Н.Ю. «Публичная политика» как термин, понятие и научная категория. URL: https://www.civisbook.ru/files/File/Belyaeva_publ_pol_kak_termin.pdf (дата обращения: 15.10.2022).

³ Сморгунов Л.В. Знание и публичное управление: от утверждения нормы к суждению // Политическая наука. 2016. № 2. С. 181-197.

рассматривает роль знаний и ценностей в конструировании пространства публичной политики.¹ В контексте социокультурного компонента рассматривается политическая культура, политическая этика, политические ценности как конструкты, которые формируются в контексте процессов публичной политики. И.С. Семененко в контексте публичной политики рассматривает политическую идентичность, через призму которой субъекты политического процесса формируют повестку дня, а их самоопределение происходит через политическое действие². Определяя проблемы концептуализации политической идентичности, автор постулирует влияние ментальности не только на рациональные, но и эмоциональные поведенческие алгоритмы политических субъектов.

Публичная политика в системе политических отношений, так же, как и сетевые практики и сообщества существовали всегда, но Интернет создал новое пространство, в котором сети – это не только сообщества, но и каналы. Вслед за перемещением пользователей от сайтов к сетевым платформам, современные исследования переходят в стадию сетевых исследований и сетевого анализа. Любая отрасль науки так или иначе соприкасается с конструкцией сетевого общества, в результате чего она порождает или заимствует из других областей науки определенные сетевые практики, которые она адаптирует под данную область науки и поставленные задачи. В контексте современных социальных трансформаций концепция сетевого общества транспонируется в той или иной степени в публичную политику, которая интегрирует в себя практики различных научных дисциплин. Исследователи из различных областей научного знания через призму сетевого подхода анализируют научную специфику и феномены, присущие их направлению. Если представить научные знания в форме круга, то все его

¹ Пушкарёва Г.В. Идеи и ценности в политической картине современного человека. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/idei-i-tsennosti-v-politicheskoy-kartine-sovremennogo-cheloveka> (дата обращения: 15.10.2022).

² Семененко И.С. Политическая идентичность в контексте политики идентичности. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-identichnost-v-kontekste-politiki-identichnosti> (дата обращения: 15.10.2022).

составные части так или иначе будут затрагивать исследования, касающиеся сетевого взаимодействия (рис 1).



Рисунок 1 – Концепция сетевого подхода

Философская призма сетевого подхода в публичной политике представлена американским социологом М. Кастельсом в его теории сетевого общества, согласно которой широкое распространение информационных процессов в современном мире приводит к радикальным сдвигам в социальной жизни общества. Порождение глобального потока информационных сетей становится причиной того, что свое значение утрачивают вертикальные связи управления, на замену которым приходят интенсивно развивающиеся горизонтальные социальные связи. М. Кастельс определяет сетевое общество как место, социальная конструкция которого строится и ранжируется в окружности сетей, где информация имеет цифровой формат и лежит в основе электронных коммуникационных технологий. Социальная реальность в

современном обществе имеет сетевой характер из-за массового распространения интернет-технологий. Сети имеют внутреннюю структуру, мощность в сетевых организациях растет, однако сетевые структуры не только предоставляют возможности для развития, но также часто создают ограничения для дальнейшего эффективного функционирования¹.

По мнению М. Кастельса, именно сети ознаменовали образование современной социальной морфологии имеющих обществ. Стоит пояснить, что здесь имеется в виду не только сама организация социальных сетей как таковых, но и процессы, сущность которых состоит в способности обрабатывать и контролировать информацию благодаря использованию новых современных технологий. Трансляция логики сетевых обществ трансформирует модели потребления продуктов, культуры и власти, где сети выступают движущей силой современного общества, определяя устройство всех происходящих процессов.

Термин «сетевые общества» гораздо шире, в отличие от «информационного общества», в том понимании, что не только технологии характеризуют современное сообщество, но и различные модели его устройства: экономические, культурные, политические. Воздействие социальных факторов – религии, воспитания, культуры, политических организаций – конструируют сетевое общество. Они обуславливают разнонаправленные последствия как способствуя развитию сетевых обществ, так и тормозя процесс становления сетевых структур.

Сеть представляет собой набор взаимосвязанных узлов. Узлы отличаются по степени значимости для сети. В некоторых версиях сетевой теории особенно важные узлы называются «центрами» или «хабами». Любой сетевой компонент является узлом, а его функция и значение зависят от сетевой программы и характера взаимодействия данного узла с другими узлами сети. Несмотря на то, что все узлы необходимы для работы сетей,

¹ Кастельс М. Власть коммуникации. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.

последние допускают некоторую избыточность для обеспечения устойчивости и надежного функционирования. Однако, когда узлы становятся ненужными для достижения целей, сети имеют тенденцию к перестройке структуры, удалению определенных узлов и добавлению новых.

В общественной жизни сети выступают в роли глобальных коммуникационных структур, в которых узлы – коммутаторы, связь и взаимодействие которых обусловлено потоками сообщений в пространстве и времени. Таким образом, сети создают среду, в которых функционируют информационные потоки, обеспечивающие взаимосвязь узлов, входящих в состав сети. В социально-политических и организационных сетях социальные субъекты, которые защищают свои ценности и интересы во взаимодействии с другими социальными субъектами, появляются в результате создания и программирования сетей. Таким образом, как только установленные и запрограммированные сети следуют инструкциям, введенным в их операционную систему, они могут самостоятельно формироваться в пределах параметров, предписанных целями и методами. Изменение результатов, получение которых призвана обеспечить сеть, возможно при условии, что новая программа (набор согласованных с результатами кодов) будет установлена в сеть извне.

Сети, а также совокупность интересов и ценностей, которые они образуют в конкретной форме, могут сотрудничать или конкурировать, что обусловлено способностью сетей общаться друг с другом¹.

С момента формирования и развития сетевого общества изменениям подверглись многие сферы человеческой деятельности, начиная с мировой экономики и заканчивая урбанизацией городов и социальной мобильностью. Стоит пояснить, что сетевое общество представляет собой новый тип социальности, в которой знания и информационные потоки играют определяющую роль. Особенностью нового типа общественных отношений

¹ Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. Москва: Academia, 1999. С. 494–505.

является то, что они основываются на многоканальности и высокой плотности мостов транспортировки потребляемого контента. При этом информационные узлы, которые являются ячейками накопления контента, связаны между собой воображаемой сетью, по которой уникальные носители информации осуществляют мобильную передачу информационных потоков, архивацию и обмен контентом¹. М. Кастельс определил сетевое общество как место, социальная конструкция которого строится и ранжируется в пределах окружности сетей, а информация имеет цифровой формат и лежит в основе электронных коммуникационных технологий. Рассматривая трансформации общества и общественных отношений в современном дискурсе под влиянием сетевого общества, М. Кастельс констатирует наличие локальных изменений внутреннего аппарата коммуникативных практик, так и изменение процессов в глобальных отношениях, не зависящих от индивида. Если раньше фундаментом любого человеческого сообщества была причастность индивида к личному пространству, то особенность современности – это уменьшение этой привязанности и обращение к более слабым экстерриториальным социальным связям. Индивиды утрачивают связи с локальной идентичностью не столько вследствие появления трансформированной реальности и современным возможностям общения, но потому, что общество, базируясь на этих современных возможностях, осознает свои персональные потребности. Эту особенность конструирования локальной идентичности М. Кастельс определяет как сетевой индивидуализм, или «персонализированное сообщество»².

Сетевое общество – это общество, социальная конструкция и модель которого в основном базируется на сетях, которые определяются современными информационными технологиями и прорывом микроэлектронного переворота. Массовое распространение информационно-

¹ Мирошниченко И.В. Сетевой ландшафт российской публичной политики. Краснодар: Просвещение-Юг, 2013. С 52.

² Кастельс М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Москва, 2004. 155 с.

коммуникационных технологий трансформировало социальную структуру, что привело к «сетевому характеру» определения этой реальности. Внутренняя структура сетей устроена таким образом, что ускорение процессов в сетевых организациях приводит как к неизбежному продвижению возможностей, так и к ограничению дальнейшего эффективного функционирования¹.

Рассмотрим метафорическую модель трактования сетевой организации общества с точки зрения философской рефлексии. Французские постструктуралисты Ж. Делез и Ф. Гваттари² выражают протест против замкнутых и центрированных, открытых и децентрализованных «ризоматических» систем, в которых взаимосвязь, регулирование и согласование процессов обеспечивается без центрального элемента. Здесь важно отметить принцип «незначительного разрыва», суть которого состоит в том, что «ризому» можно разорвать в любом месте без нанесения вреда для всей системы ввиду того, что она может восстановить свой рост как в старой, так и в новой магистрали. В своей теории авторы пытаются пересмотреть и радикализировать концепцию множества. Ж. Делез подвергает сомнению классический принцип «единства по множественности», в котором противопоставление всегда порождается разделением одного, полагая, что подобный подход характеризует искажение понятия множества, поскольку сама идея единства включает в себя множество и разрушает его. Как считает В.А. Емелин³, термин «ризома» самым точным образом характеризует основу устройства сетевых технологий и в то же время указывает на их корреляцию с мировоззренческим контекстом. Связь обладает отправной точкой развития, а происходящие процессы характеризуются децентрализацией и анти-иерархическим устройством. Иначе говоря, ни один узел не должен иметь

¹ Кастельс М. Власть коммуникации. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.

² Делёз Ж. Ризома // Философия эпохи постмодерна. Минск, 1996. 136 с.

³ Емелин В.А. Ризома и Интернет [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://emeline.narod.ru/rhizome.htm>. (дата обращения: 15.10.2022).

превосходство над другим и иметь преимущественные мосты между двумя отдельными узлами.

Сетевая организация сквозь призму математической экономики раскрывается совокупностью иных граней. А. Котелкин и М. Мусин¹ стремятся выработать из синергетического подхода прикладную методологию изучения «матриц влияния», описывая многомерную структуру отношений между учреждениями или организациями. Отношения и операции рассматриваются ими как коммуникативные процедуры, связанные с местом субъекта в системе отношений. Таким образом, речь идет об изучении математических формул сетей, в которые включены индивидуумы и институты.

Представляя собственное осмысление сетевой теории и сетевого общества, А.В. Назарчук² отмечает, что сети возникают сами по себе во время интенсификации потока сообщений. Скорость и плотность самих коммуникационных потоков создаются сетевыми структурами. Базовые магистрали, которые передают эти потоки связи, автоматически регистрируются в сети, что, в свою очередь, является чем-то принципиально новым в сетевом обществе, за исключением количественного эффекта. В виду чего не каждый признает концептуальную последовательность концепции сетевого общества.

Сетевой подход в публичной политике сквозь естественно-научную призму предполагает изучение социально-политических явлений посредством теории графов, рассматривающей среди прочего техническое построение социальных платформ, породившее технику «лайка» и гражданское взаимодействие. Граф представляет собой определенное количество вершин (или узлов), соединенными между собой рёбрами (или связями). Основоположником теории графов является Л. Эйлер, который в 1736 году

¹ Котелкин А.И., Мусин М.М. Матрицы влияния // Теория и практика экономического управления. Москва, 2003. 198 с.

² Назарчук А.В. Сетевое общество и его философское осмысление // Вопросы философии. 2008. № 7. С. 61–75.

приходит к мысли о том, что можно обойти весь Кёнигсберг по семи мостам, при этом, не попав на один и тот же мост дважды. Графическая визуализация графов предполагает изображение вершин графа фигурой (например, кругом), внутри которой проецируется сущность вершины, и рёбер – линий, соединяющих вершины. Публичная политика адаптировала теорию графов под свою область знания, транспонируя теорию графов для различных применений.

Посредством графа рассматриваются отношения в группе и положение индивида в обществе, строятся сетевые площадки в онлайн-пространстве, конструируется политический дискурс и практики принятия управленческих решений.

Принцип дискретности в контексте методологии изучения социальных сетей как платформы действий сетевой публичной политики рассматривается Г.В. Градасельской¹, которая отмечает, что при моделировании социальных сетей социальный объект рассматривается как система. В то же время она полагает, что исследователь вправе в зависимости от задачи и фильтра выбирать отдельные части этой системы для рассмотрения.

В социальных сетях принято атомное видение социальных явлений, где поведение актора сравнивается с поведением и структурой атома с присущими ему связями в молекуле. Структуру социальной сети лучше всего представлять в виде точек, которые представляют участников взаимодействия и могут иметь разные свойства, а также линии или связи, соединяющие эти точки в определенной последовательности. Такие схемы структуры сетей называют социальными графами. Математическая теория, изучающая структурные свойства этих объектов (их способность к изменению, а также их возможности в решении различных проблем содержания), называется теорией графов. Точки в теории графов называются вершинами, а связанные с ними линии называются рёбрами. Таким образом, технологическую составляющую

¹ Градасельская Г.В. Сетевой анализ как метод исследования современных трансформаций // Социологические опыты. Сборник научных статей. Институт социологии РАН. Москва, 2002, С.29-40.

становления сетевого общества обеспечивает естественно-научная область знания, представители которой также рассматривали вопросы сетевого общества с позиции сетевого анализа и теории графов.

Социологическая призма сетевого подхода в публичной политике предполагает изучение социологии мобильности¹ (Дж. Урри), феномен социального действия и социального взаимодействия² (М. Вебер). Дж. Урри считает, что специфика и необратимость трансформации парадигмы реальности, которая также выражается в модификации современного научного восприятия, подчиняется разнообразному большинству форм мобильности и циркуляции миграционных потоков, в рамках которых существуют и разрабатываются все социальные структуры. В то же время Дж. Урри подчеркивает, что, несмотря на то мобильность сама по себе не представляется чем-то принципиально новым, её интенсивность и масштаб в современном мире, как и технические средства, её обеспечивающие, качественно изменились. Люди стали легче продвигаться в космос – всё быстрее и дальше, но в то же время, время, проведенное в дороге, увеличивается. Можно отметить особенность современного восприятия пространства, при котором понятие расстояния заменяется понятием времени. Есть современные типы мобильности, которые накладываясь на традиционные, дополняют их. Дж. Урри отмечает важность «мобильности мест», однако следствием мобильности является растущая независимость от государства и сложность контроля. Потоки людей, денег, информации, ресурсов становятся менее организованными и структурированными, что подрывает целостность и управляемость обществ и в конечном счёте ставит под вопрос их существование³ ввиду повышенной вероятности формирования в сетевом пространстве деструктивного социального действия.

¹ Урри Д. Мобильности. Москва: Праксис, 2012. 576 с.

² Вебер М. Хозяйство и общество. Беркли, 1978. С. 24-25.

³ Урри Д. Мобильности. Москва: Праксис, 2012. 576 с.

Впервые феномен «социального действия» был представлен немецким социологом М. Вебером, который анализирует четыре идеальных типа социального действия: целерациональное, ценностно-рациональное, традиционное и аффективное¹. Эти типы «социального действия» накладываются на современную парадигму сетевого общества, где акторы публичной сферы реализуют позиционирование своего имиджа в социальных сетях. Целерациональное социальное действие характеризуется поведением индивида, который достигает своей рациональной цели, при этом средством достижения выступают определенные предметы и люди. Подобным образом поступает политическая элита, стремящаяся завоевать электорат проявляя интерес в социальных сетях и создавая направленного и лично-ориентированного контента. При ценностно-рациональном действии у индивида появляется осознание важности и значимости определенного действия или явления исходя из его личных убеждений, морали и принятых норм. Как следствие, подобное действие может, например, послужить стимулом к конструктивному последствию за пределами онлайн-пространства. Традиционный тип действия представляет собой обыденную стратегию поведения индивида, характерную для него или окружающих при схожих обстоятельствах. Такой тип также можно понимать как шаблонное следование определенным нормам. Проецируя этот тип на пользователя социальных сетей, можно предсказать, что такой человек, будучи членом тех же сообществ и групп в социальных сетях, что и больше подписчиков, будет придерживаться мнения большинства. Такой тип пользователя будет ставить отметки «мне нравится» под теми новостями и фотографиями, где больше всего голосов. Многие события в социальной сфере становятся наиболее значимыми с точки зрения общественного внимания после их освещения на площадках различных социальных платформ с большим количеством подписчиков, таких как Facebook, «ВКонтакте», Twitter, «Одноклассники».

¹ Weber M. Economy and Society. Berkeley, 1978. P. 24-25.

При аффективном типе социального действия индивид придерживается эмоционального показателя, его действия могут быть спонтанными и определяться эмоциями. Пользователь социальных сетей такого типа, может быть резок в своих высказываниях по поводу определённых происшествий, событий и новостей.

Таким образом, сетевой подход наложился на публичную политику, практики которой с позиции сетевого взаимодействия раскрывают Л.В. Сморгунов, А.С. Шерстобитов¹, И.В. Мирошниченко², Н.А. Рябченко³, рассматривающие общество как сетевую структуру, в котором публичная политика носит сетевой характер.

Сетевая модель распространяется на проектную деятельность с целью оптимизации некоторых процессов. Как следствие, популярность завоёвывает новая форма использования ресурсов – краудсорсинг (англ. crowdsourcing, crowd – «толпа» и sourcing – «использование ресурсов»). Принцип данной технологии заключается в координации деятельности группы людей, работающих над определённым проектом с целью достижения совместных результатов. Краудсорсинг определяется как подраздел онлайн-пространства, формирующий общий узел между офлайн- и онлайн-пространствами, характеризующийся конструктивными последствиями. Офлайн-пространство конструирует запрос на политическое решение, а онлайн-пространство обеспечивает сетевые конструкции для производства этого политического решения, исходя из потребностей общества⁴. Как следствие, популярность набирают многочисленные краудсорсинговые платформы.

¹ Сморгунов Л.В., Шерстобитов А.С. Политические сети: Теория и методы анализа. Москва: Издательство Аспект Пресс, 2014. 320 с.

² Мирошниченко, И.В. Сетевой ландшафт российской публичной политики. Краснодар: Просвещение-Юг, 2013. С. 52.

³ Рябченко, Н. А. Online-социальные сети в публичной политике: «Семь мостов» Египта [Электронный ресурс]. URL: http://chsu.kubsu.ru/arhiv/2011_4/2011_4_Ryabchenko.pdf (дата обращения: 15.10.2022).

⁴ Гнедаш А. А., Рябченко Н. А. Эффективность политических медиа-проектов: механизмы формирования и анализа медиа-активизма в online-пространстве // Политическое проектирование в пространстве социальных коммуникаций. Материалы X Международной научной конференции. Ч. 1. Москва: ЛЕНАНД, 2013. С. 181-183.

Технология краудсорсинга предполагает вовлечение неограниченного количества Интернет-пользователей в решение различных задач.

Сущность политического краудсорсинга проявляется в использовании инновационного потенциала групповой деятельности, предполагающей разрешение публичных проблем в организованных общественных сетях в онлайн-пространстве. Технологии краудсорсинга, первоначально возникшие в онлайн-социальных сетях, были адаптированы политическими субъектами к публичной практике¹.

Таким образом, можно сделать вывод, что онлайн-социальные сети за короткое время прошли путь от удобных коммуникаторов и средств обмена файлами до социальных сетей – платформ создания и распространения уникального вербального и визуального контента, которые на данный момент являются наиболее популярным онлайн-ресурсом с высоким уровнем вовлечения. Таким образом, сетевая теория применяется в проектной деятельности (краудсорсинговые проекты и технологии) с целью обеспечения функционирования и оптимизации определенных процессов.

Политологи Л.В. Сморгунов и А.С. Шерстобитов различают типы политических сетей, основанные на трех критериях: степень внутренней интеграции, количество участников сети и распределение ресурсов между ними. Авторы определяют политические сообщества через сети, характеризующиеся стабильностью отношений; стабильным и ограниченным членством; вертикальной зависимостью, основанной на совместной ответственности за предоставление услуг; и изоляцией как от других сетей, так и от общественных организаций. Такие сети высоко интегрированы и имеют высокую степень вертикальной взаимозависимости и ограниченную вертикальную координацию. Подчеркивается, что такие сети сконцентрированы на основных функциональных интересах. Авторы выделяют профессиональные сети, основанные на вертикальности власти;

¹ Мирошниченко И. В. Модернизационный потенциал краудсорсинга в современной публичной политике // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. 2011. № 6.

межрегиональные сети, особенностями которых являются явное исключение других общественных объединений, широкое освещение интересов, связанных со многими услугами, ограниченная вертикальная взаимозависимость, широкая горизонтальная структура и способность взаимодействовать со многими другими сетями; сети производителей, отличающиеся значительной ролью в политике экономических интересов (государственного и частного секторов), их мобильном членстве, зависимости центра от промышленных организаций, производства желаемых товаров, опыта и ограниченной взаимозависимости между экономическими группами; проблемные сети, характеризующиеся большим количеством участников с ограниченной степенью взаимозависимости¹.

Начало XXI века ознаменовалось началом цифровизации, которая, наложившись на публичную политику, трансформировала внутреннюю конструкцию компонентов публичной политики в сетевом обществе.

Рассмотрим формирование публичной политики в условиях сетевого общества под влиянием современных цифровых информационно-коммуникационных технологий, а также в контексте содержательных характеристик типов и компонентов публичной политики: пространственном, информационно-дискурсивном, институциональном, управленческо-технологическом, социокультурном².

Пространственный компонент публичной политики в сетевом обществе характеризуется интеграцией офлайн- и онлайн-среды. Сети, которые строятся в контексте публичной политики благодаря Интернет-пространству, расширяют публичную сферу и имеют каналы распространения и потребления отличные от классической публичной сферы.

Для понимания некоторых важных аспектов определения публичной политики в сетевом обществе ценна социологическая концепция П. Бурдьё.

¹ Сморгун Л.В., Шерстобитов А.С. Политические сети: Теория и методы анализа. Москва: Издательство Аспект Пресс, 2014. 320 с.

² Мирошниченко И.В. Сетевой ландшафт российской публичной политики. Краснодар: Просвещение-Юг, 2013. С 52.

Автор концептуализирует саму сущность социально-политического пространства, в котором основой процессов выступают сетевые коммуникации, базирующиеся на технологической составляющей сути этих процессов¹. Сеть определяется в качестве основополагающего элемента для достижения результата по упорядочиванию социально-политических влияний в пространстве общества. Умение оказывать влияние и быстро отвечать на возникающие изменения в социальной среде П. Бурдые определяет как «социальное поле». Это явление непостоянно и изменчиво, способно группировать и перегруппировывать социальные классы, создавать и изменять социальные институты. Прецедент в одном месте в определенной плоскости незамедлительно модифицирует ситуацию во всех других областях. Выявление пространства и конструкции расположения в данных сетевых взаимодействиях определяются П. Бурдые как «габитус». Габитус – это пространство в сети неоднородных сетей, которое потенциально может быть занято всеми, что неизменно приведет не только к переиначиванию функций ролей и корреляций, но и к получению уникальных привилегий общения.

Сетевая публичная политика в контексте Интернет-пространства представляет одномоментно процесс и результат коллаборации акторов социально-политического процесса. Определение нового концепта политической науки – сетевая публичная политика – предлагает И.В. Мирошниченко, рассматривающая публичную политику с позиции сетевого взаимодействия. Авторский концепт сетевой публичной политики строится её структурными (сетевым ландшафтом) и процессуальными составляющими (механизмами), которые вырабатываются под влиянием процессов сетевизации современного общества². Сетевые структуры, которые формируются социальными сетями, конструируют некоторое видение публичной политики. Сетевые сообщества становятся инструментами

¹ Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики. Санкт-Петербург, 2005. 255 с.

² Мирошниченко И.В. Сетевая публичная политика и управление: Монография. М.: АРГАМАК-МЕДИА, 2016. С. 52.

публичной политики, поскольку в дискурсе пользователей социальных сетей и блогосферы, совершается обмен информационными потоками, содействующий конструированию общественных суждений и принятию политических решений. Сетевые сообщества имеют специфику интерактивной среды, содействующей не только конструированию принципиально новых информационных потенциалов для политического дискурса, но и формированию новых акторов политической сетевой общественности.

Информационно-дискурсивный компонент сетевой публичной политики раскрывается в способности акторов социально-политического процесса независимо и самостоятельно организовывать обмен дискурсивным практиками с помощью сетевых практик и цифровых технологий. С.В. Володенков и Ю.Д. Артамонова рассматривают отличительные поведенческие особенности онлайн и офлайн масс, делая акцент на том, что онлайн масса не ограничена территориальным и временным принципом и обладает отличительными признаками саморегулирования, в отличие от офлайн массы, которая подчиняется моральным и этическим нормам, законам и устоям. Автор определяет термин «сетевая элита», которая понимается как фактор принадлежности контролирующего субъекта к сетевым сообществам в онлайн-пространстве. Особенность построения информационных потоков как дискурсивного ядра публичной политики в Интернете рассматривается авторами как капсульное сосредоточение информации в замкнутых системах¹. Фейк-ньюс как деструктивная дискурсивная практика публичной политики в сетевом обществе в онлайн-пространстве стала конструировать ложную политическую повестку². Этот феномен актуализировался как сфабрикованный материал, выдаваемый за правдивый. Блоговолны –

¹ Володенков С.В., Артамонова Ю.Д. Информационные капсулы как структурный компонент современной политической интернет-коммуникации. Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2020. № 53

² Распопова С. С. Фейковые новости: Природа происхождения // Вестник Челябинского государственного университета. №11. 2017. С. 49. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/feykovye-novosti-priroda-proishozhdeniya> (дата обращения: 15.10.2022)

механизм конструирования политического дискурса гражданскими активистами – проявляются как реакция пользовательского сообщества социальных сетей, подхватывающего и транслирующего одну новостную тематику. Новость мигрирует в поле традиционных СМИ, а затем обратно в блоги, тем самым создавая значимую повестку, которая влияет на практики принятия управленческих решений и построения законодательных инициатив¹. Политические процессы в условиях сетевого общества требуют основных концептуальных оснований политического устройства, выражающихся в теории делиберативной политики, включающей в себя модель дискурсивных практик.

Институциональный компонент сетевых практик публичной политики в сетевом обществе проявляется в образовании гибридных акторов политического процесса. Гражданское общество как субъект публичной политики под воздействием цифровизации демонстрирует инновационные сетевые структуры гражданского взаимодействия между государством, политическими партиями, органами государственной власти. Технология блокчейн как децентрализованная цепочка блоков сетевой структуры обеспечивает прозрачность политической системы, формируя гражданское общество с позиции «активного гражданина»².

Управленческо-технологический компонент сетевой публичной политики проявляется в многослойности и непосредственном вовлечении гражданского общества в практики тиражирования и принятия управленческих решений. А.И. Соловьев³ раскрывает неопределённость институциональной статусности политических акторов, что подкрепляется образованием и силой неформальных лидеров мнений. Нужно отметить, что

¹ Сидоренко А. Блогеры и государство, цифровой дуализм в России. URL: https://www.ifri.org/sites/default/files/atoms/files/ifri_sidorenko_russian_digital_rus_dualism_dec_2011.pdf (дата обращения: 15.10.2022).

² Ирхин Ю.В. Сетевые подходы в политике и технология блокчейна. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevye-podhody-v-politike-i-tehnologiya-blokcheyna> (дата обращения: 15.10.2022).

³ Соловьев А.И. Фронтальные зоны публичной политики // Политическая наука. 2021. № 3. С. 183–204.

неформальные лидеры мнений политической повестки образуются посредством Интернет-коммуникации, образуя сетевые сообщества схожих позиций и взглядов.

Социокультурный компонент сетевой публичной политики проявляется в специфике фрагментации политической культуры разрозненностью политических ценностей и конструированием сетевой идентичности. Сетевая культура интерпретируется как особенность видового разнообразия культуры общества, структура и система управления которой имеет сетевую логику взаимодействия. Сетевая культура строится на конкретной системе сетевого взаимодействия, что порождает образование и конструирование нового типа личности, которая является субъектом социально-политического взаимодействия¹. Сетевую идентичность Л.А. Фадеева определяет как виртуальную самопрезентацию пользователя, относящегося к определённому сетевому сообществу². Сетевая идентичность, как социокультурный компонент сетевой публичной политики, формируется под влиянием Интернет-технологий и характеризуется анонимностью, дихотомией реального и виртуального, а также агрегированностью или разрозненностью взглядов, мнений и интересов.

В условиях сетевого общества и под воздействием информационно-коммуникационных технологий происходит трансформация политических практик. Изменения происходят как со спецификой социально-политических действий, так и с особенностями поведения субъектов политического процесса. Эти действия встраиваются в концепт сетевой публичной политики, выстраивая отношения, процессы и технологии по определённым правилам. Новое восприятие формирует иную реальность. С появлением сетевого общества и воздействием онлайн-пространства как поля сетевых практик

¹ Жаде З.А., Ляушева С.А. Новые тенденции в исследовании сетевой идентичности. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-tendentsii-v-issledovanii-setevoy-identichnosti> (дата обращения: 15.10.2022).

² Фадеева Л.А. Сетевая идентичность. Идентичность: Личность, общество, политика. Энциклопедическое издание / Отв. Ред. И.С. Семененко / ИМЭО РАН. М.: Издательство «Весь Мир». 2017. С. 535-539.

возникает потребность в изучении субъектного аппарата политических отношений. Публичная политика в сетевом обществе под воздействием цифровых технологий и Интернет приводит к возникновению новых субъектов, которые возникают в онлайн-пространстве и конструируют политический дискурс. Подробнее этот аспект будет раскрыт в параграфе 1.3.

Подводя итог параграфа, необходимо отметить, что в результате применения сетевого подхода определенной областью науки для пересмотра своего понятийно-категориального аппарата, в социальной сфере происходит внедрение инновационных сетевых практик. Все инновационные практики, которые были порождены различными отраслями научного знания, меняют структуру привычных устоев и выстраивают реальность, как сетевое общество (Рисунок 2).

Сетевое общество и его признаки

- Информационно-коммуникационные технологии породившие сетевые площадки (Facebook, «ВКонтакте», Twitter, «Одноклассники» и др.) и общий процесс глобализации
- ↓
- Условные границы (языковые, иерархические)
- ↓
- Вертикальный стиль управления заменяется на комбинированный(вертикальный + горизонтальный стиль)
 - Инновационные социальные практики (Краудсорсинг)
 - Трансформация публичной сферы (Краудсорсинговый проект «Барьеров нет»)
 - Понятие расстояния заменяется понятием времени
 - Быть online (относительность доступности)
 - Возможность тиражирования опыта (Платформа «Ушахиди»)

Рисунок 2 – Сетевое общество и его признаки

В данном пункте мы рассмотрели основные подходы, которые политическая наука адаптирует с целью встраивания в концепцию построения политических процессов и сетевых практик. Философская трактовка теории

сетевого общества постулирует радикальные сдвиги в социальной жизни ввиду широкого распространения информационных процессов. Теория графов, пришедшая из естественно-научной области знания, раскрывает суть функционирования социальных платформ, породивших технику «лайка» и гражданское взаимодействие. Социологическая область знаний позволяет применять адаптированную теорию социальной мобильности, социального действия и социального взаимодействия для объяснения и прогнозирования социально-политических явлений.

Политологическая концепция сетевого взаимодействия заключается в рассмотрении общества как сетевой структуры, в котором публичная политика носит сетевой характер. Разрабатываются подходы, позволяющие использовать сетевую организацию общества для оптимизации социально-политических процессов. Как следствие, популярность набирают краудсорсинговые платформы.

Публичная политика является частью публичной сферы, в которой происходящие процессы конструируются по правилам сетевого общества. Публичная сфера – это пространство, в котором формируется публичная политика. Нам наиболее близка позиция Ю. Хабермаса, который выделяет эволюцию публичной сферы, в которой трансформируются практики формирования субъектов, представительства интересов и практики согласования интересов, практики включённости различных субъектов в процесс принятия решений.

Определяя термин публичной политики, мы говорим о выработке и согласовании интересов, которые кристаллизуются в пространстве публичной сферы. Интересы репрезентируются в субъектной позиции тех или иных акторов публичной политики, в практиках, в выработке решений с участием гражданского общества.

На основе сказанного сформулируем определение публичной политики в сетевом обществе. Сетевая публичная политика – это пространство социально-политического действия (онлайн и офлайн), в котором происходит

конструирование информационно-дискурсивных, институциональных, управленческо-технологических, пространственных и социокультурных практик. Публичная политика в сетевом обществе характеризуется дискурсивностью и созданием условий для включения неполитических субъектов в процесс выработки и принятия решений. В публичной политике в сетевом обществе вертикальный стиль управления заменяется на комбинированный (вертикальный и горизонтальный); внедряются инновационные социальные практики и происходит тиражирование опыта; происходит трансформация публичной сферы; понятие расстояния заменяется понятием времени; трансформируется понимание относительной доступности (онлайн и офлайн).

1.2 Интернет как пространство формирования публичной политики в сетевом обществе

В данном параграфе будет рассмотрено развитие Интернета как пространства формирования публичной политики в сетевом обществе. Будет проанализирован российский сегмент Интернета (на последнем этапе с включением зарубежных практик), как инструмент публичной политики в контексте сетевых коммуникаций, где будут выделены этапы, в которых изменяются технологические особенности и правила поведения в сети. Вместе с тем будут рассмотрены особенности построения публичной политики в Интернет-пространстве в условиях развития сетевого общества, информационных и цифровых технологий.

Дискурс Интернет-пространства стал инструментом конструирования публичной политики и каналом коммуникации между обществом и государством. Встраивание Интернет-пространства (онлайн-пространства) в публичное поле и определение функций онлайн-пространства для

воспроизводства, или позиционирования, фундаментальных и вновь образованных идентичностей определены цифровой характеристикой и сетевой общностью социальных коммуникаций. Конструкция сетевой коммуникации, основанная на технологическом потенциале Интернета, представляет собой многофункциональный по действенности формирования различных групп идентичностей в публичном пространстве. Многофункциональная по своим характеристикам конструкция сетевой коммуникации воздействует на конструирование определённых идентичностей исходя из целевого аппарата их носителей и возможностей использовать иные сетевые конструкции, к которым относится технология рефлексивной вовлечённости индивидов в публичное пространство, технология сетевого структурирования групп, а также технология публичного краудсорсинга.

Существует периодизация становления особенностей формирования публичной политики в онлайн-пространстве российского сегмента Интернет, как площадки формирования публичной политики, предложенная Н.А. Рябченко, в которой автор выделяет пять этапов¹, заканчивающихся 2014 годом. В контексте этих периодов нами предложена дополненная периодизация определения важных изменений, произошедших в Интернете в области публичной политики, что повлияло на особенности происхождения некоторых процессов в политическом дискурсе с позиции субъектности. В нашей периодизации пять периодов, обозначенных Н.А. Рябченко, были объединены в три, где с третьего периода начинается дополнение процессов, произошедших после 2014 года. Первым основанием для создания новой периодизации, является призма рассмотрения особенностей функционирования онлайн-пространства, суть которой – отражение развития публичной политики в онлайн-пространстве с учётом сетевизации и цифровизации. Второе основание новой периодизации обусловлено

¹ Рябченко Н. А. Институционализация публичной политики в online-пространстве современной России. Дис. канд. полит. наук. Рябченко Н. А., Краснодар, 2012. 191 с.

возрастающей ролью онлайн-пространства под влиянием сетевизации и цифровизации и самим функционированием онлайн-пространства. Третьим основанием является кардинальные изменения в жизни людей и сообществ, произошедшие в 2020 году, связанные с физическими ограничениями людей в офлайн-пространстве. Именно 2020 год внес коррективы по интеграции онлайн- и офлайн-пространств, о которых мы подробно рассказали в конце параграфа 1.1.

I этап – «Становление публичной политики в онлайн-пространстве (1991–2007 гг.)» характеризуется перемещением политических лидеров в онлайн-пространство и конструированием разного рода политического контента в виде онлайн-платформ общественно-политического толка, акцептом федеральных и региональных законодательных документов, в различном плане стремившихся побуждать формирование российского сегмента Интернета как национальной государственной платформы в онлайн-пространстве¹. На этом этапе особенность создания каналов государственного уровня оправдывается овладением технологиями политического PR международного уровня, что подтверждается использованием новых технологий для донесения информации взамен устаревшей.

В 1994 году в Интернет-пространстве был зарегистрирован домен первого уровня «.ru», что ознаменовало предоставление общего доступа и синхронизацию мирового сообщества с российским сегментом Интернета². Этот этап ознаменовался принятием законодательных актов, регулирующих информационные потоки в онлайн-пространстве на правовом уровне, определяющих основные положения и особенности функционирования онлайн-пространства, о чём в январе 1995 года был принят федеральный закон № 24-ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации»³.

¹ Рябченко Н. А. Институционализация публичной политики в online-пространстве современной России. Дис. канд. полит. наук. Рябченко Н. А., Краснодар, 2012. 191 с.

² Международный информационный центр InterNIC. URL: <https://www.internic.net/> (дата обращения: 15.10.2022).

³ Об информации, информатизации и защите информации. Федеральный закон от 20 февраля 1995 г. N 24-ФЗ. URL: <https://base.garant.ru/10103678/> (дата обращения: 15.10.2022).

Если охарактеризовать тактическую практику и поведенческие особенности политических элит в онлайн-пространстве на данном этапе, то можно констатировать, что действия не были подкреплены стратегическим контент-планом. Во-первых, были сложности в отношении технологических особенностей анализа целевой аудитории Интернета как потенциальных единомышленников. Во-вторых, отсутствовало понимание принципов участия на онлайн-площадках как платформах публичной политики. Так в 1996 году создается и формируется первый сайт политической партии «Яблоко», и его особенностью является возможность в любое время задать вопрос Г. Явлинскому и через определённое время получить обратную связь; создаётся первая поисковая российская система «Рамблер»; и в 1997 году зарождается поисковая платформа «Яндекс». Теперь пока ещё немногочисленное пользовательское сообщество уже имеет возможность «добывать» значимый политический контент¹.

В целях позиционирования национального имиджа, высоких показателей развития и достижений публичной политики перед международным сообществом в 1998 году происходит первая в истории России онлайн-видеосвязь с пользовательским сообществом, проводимая президентом РФ Борисом Ельциным. Эта конференция привлекла большое внимание общественности и послужила движущим элементом для дальнейшего использования подобных практик взаимодействия власти и общества. Для подобных мероприятий создаются специальные платформы коммуникации с возможностью онлайн-участия и дальнейшего ознакомления с прикрепленными материалами.

Нарастающий интерес к онлайн-практикам как со стороны политических институтов, так и со стороны общественности порождает усовершенствование политических технологий в онлайн-пространстве, а новизна этого канала коммуникации и отсутствие законодательного

¹ Рябченко Н. А., Мирошниченко И. В. Институционализация публичной политики в online-пространстве современной России. Краснодар: Просвещение-Юг, 2012. С. 83-101.

регулирующего способствует появлению среды распространения компромата. На этом этапе развитие получили политические технологии «чёрного пиара» в силу того, что Интернет-пространство даёт безграничные возможности, не обременённые правовыми издержками и нормами в отличие от традиционных СМИ. Появляется «сетевой компромат» и «сайты-двойники», использующие дублированные ссылки, цель которых дискредитировать соперника на «арене» нечестной игры. Особенность специфики « сетевого компромата» в том, что его данные никогда не исчезнут бесследно благодаря алгоритмам перекрёстных ссылок и безграничному цитированию. История с появлением «сайта-двойника» Юрия Лужкова, выдающего себя за официальный ресурс, компрометирующий политика, создала прецедент, в соответствии с которым политический дискурс, сформированный в онлайн-пространстве, тиражировался офлайн-сообществом и СМИ.

В 1999 – 2000 гг. Интернет впервые начинает функционировать как инструмент конструирования имиджа политических субъектов. Примером такой деятельности можно представить действия первого известного политика Бориса Немцова, использовавшего онлайн-пространство для позиционирования своей политической парадигмы и применившего технологию обратной связи с пользователями Интернет-среды. Сконструированное в онлайн-пространстве политическое сообщество «Россия молодая», динамично вовлекало единомышленников через этот канал коммуникации и позиционировало свою деятельность в контексте либерального сообщества. На этом этапе развития онлайн-пространства обеспечение известности в онлайн-пространстве было невозможно в случае отсутствия популярности в реальной жизни, поскольку аудитория Интернета на тот момент не обладала многочисленностью и была ограничена по большей части городами федерального значения¹. Однако в силу того, что «лидеры мнений» активно занимали онлайн-пространство, происходила так

¹ Рябченко Н. А. Институционализация публичной политики в online-пространстве современной России. Дис. канд. полит. наук. Рябченко Н. А., Краснодар, 2012. 191 с.

называемая двухступенчатая коммуникация, когда в Интернете формировалась повестка, а традиционные СМИ тиражировали эту повестку на телевидении и в печатных изданиях в офлайн. Таким образом, большая часть аудитории получала информацию, размещённую в Интернете из традиционных СМИ, но онлайн-платформы имели возможность задавать повестку дня.

На этом этапе на сетевых платформах возникают как традиционные акторы публичной политики, так и новые политические игроки, такие как онлайн-СМИ. Федеральные каналы, радиостанции и ведущие печатные издания открывают онлайн-платформы, на которых освещается новостной контент, среди которых первый выпуск «Правды-Интернет»; первая ежедневная онлайн-газета Gazeta.ru, представительство в сети газеты «Коммерсант», «Известия». Бурный рост онлайн-СМИ на арене Интернет-пространства как инструмента манипулирования общественным сознанием связывают с резким падением курса рубля в 1998, когда люди ощутили острую необходимость в получении оперативных новостей. Информация, подаваемая в традиционных СМИ, быстро устаревает, в отличие от онлайн-пространства, где информационный обмен происходит гораздо быстрее¹. В 1998 году создаётся информационный политический проект «Полит.ру», который трансформирует традиционные представления о политической журналистке, вводя в обиход не только практику отслеживания деятельности власти, но и её обсуждения.

В целях развития публичной политики в онлайн-пространстве создаются доменные места для сайтов федеральной (GOV.RU-коренной домен) и региональной государственной власти (RSNET). В результате на выборном цикле 2004 года у всех шести кандидатов в президенты имеются официальные сайты. На этом этапе впервые кандидатами на выборы закладывается бюджет на политическую агитацию не только в традиционном понимании для

¹ Водолагин А. Л. Гражданское общество и правовое государство. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/487/675/1231/6.pdf> (дата обращения: 15.10.2022).

проведения офлайн мероприятий, но и на онлайн-представительство. Национальная особенность Интернет-пространства как арены политической игры начала активно формироваться в канун выборов. Так действия российской некоммерческой организации «Фонд эффективной политики» косвенно могли повлиять на исход выборов, опубликовав на своей платформе предварительные результаты выборов, руководствуясь отсутствием законодательного регулирования онлайн-пространства¹.

Государство на законодательном уровне начинает уделять внимание Интернет-пространству, где в 2000 году создается официальный портал президента РФ «kremline.ru». Принимается ФЗ «Об электронной цифровой подписи», и электронная подпись становится юридически закреплённой и равной подписи на печатном документе. Утверждается федеральная целевая программа «Электронная Россия» (2002 – 2010 гг.), основной целью которой является информационная открытость на международной арене. Выходит Постановление Правительства РФ от 12 февраля 2003 г. № 98 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности правительства РФ и федеральных органов исполнительной власти». Выстраиваются демократические принципы гражданского общества и законодательное закрепление прав человека в равном и свободном доступе к информации, что ознаменовывается конструированием нового дискурса публичной политики в контексте сетевого общества.

В 2006 году запускается важный для публичной политики в Интернете инструмент коммуникации – «Яндекс Блоги», сетевая поисковая конструкция по блогам, открывающая доступ к политически авторитетному контенту, что формирует новую повестку публичной политики. Примерно в это время онлайн-социальная сеть «ВКонтакте», российский аналог Facebook, начинает свободно регистрировать пользователей на своей площадке коммуникации и быстро завоёвывает популярность среди российской аудитории.

¹ Рябченко Н. А., Мирошниченко И. В. Институционализация публичной политики в online-пространстве современной России. Краснодар: Просвещение-Юг, 2012. С. 83-101.

Обобщая выводы по этому этапу позиционирования публичной политики в Интернет-среде, можно констатировать зарождение деструктивных практик позиционирования политических акторов в сетевой коммуникации и отсутствие стратегического компонента в массовом проникновении политических субъектов в онлайн-среду. Вместе с тем происходит становление законодательной базы регулирования публичной политики в онлайн-пространстве.

II этап – «Онлайн-платформы как новая арена публичной политики (2007–2011 гг.)». Этот этап ознаменовывается наложением публичной политики на онлайн-пространство, что отражается в появлении новой площадки коммуникации в Интернет-среде Президента РФ (блогоплатформы в LiveJournal)¹, которая используется с целью синхронизации с онлайн-социальными сетями, что способствует наращиванию потенциального электората Президента. Это является стимулом к конструированию и совершенствованию онлайн-платформ региональных лидеров и чиновников, для осуществления публичной политики в онлайн-пространстве России.

В геометрической прогрессии растёт аудитория социальной сети «ВКонтакте», что приводит к активному становлению публичной политики на этой платформе коммуникации и апробированию новых технологий для привлечения потенциальных сторонников политических игроков.

Летом 2008 года, на открытии двенадцатого Российского интернет-форума, Президент РФ Дмитрий Медведев заострил внимание на нивелировании цифрового неравенства, позиционировании России как влиятельного игрока онлайн-пространства и на значимости создания образовательных порталов. Позднее Президент одобрил проект о создании русскоязычных доменов, что в итоге ознаменовало выход национального кириллического доменного имени «.рф» на международную арену с целью способствовать позиционированию русского языка и нивелированию

¹ Рябченко Н. А. Институционализация публичной политики в online-пространстве современной России. Дис. канд. полит. наук. Рябченко Н. А., Краснодар, 2012. 191 с.

языкового ограничения, протекции национального сегмента онлайн-пространства и вовлечению на онлайн платформы новой аудитории¹.

Этот этап также ознаменовался информационным противостоянием России и Грузии на поле Интернет-пространства в период грузино-осетинского конфликта в августе 2008 года, в процессе которого, после попытки вмешаться в дела государства с помощью онлайн-социальных платформ, грузинская сторона заблокировала российскому домену доступ к своим ресурсам.

Еще одним маркером новостного контента с позиции сетевых практик, является символ «хештег», характеризующий событие или новостной контент одним словом, которому предшествует символ «#». «Хештег» позволяет систематизировать информацию, что значительно облегчает поиск необходимого контента.

Популярность завоёвывают хештеги, как маркеры новостных и поисковых запросов. Впервые хештеги набрали свою узнаваемость и были апробированы в сетях IRC для характеристики дискурса и групп. Они применяются для позиционирования определённого контента, имеющего отношение к группе, а также для заявленной темы или «канала». Известность хештегов набрала масштабы в одном временном отрезке с ростом популярности Twitter. Это натолкнуло Криса Мессина популяризовать хештеги в качестве альтернативы для обозначения тем, привлекающих внимание для сети микроблогов. Хештег приобрёл известность в 2007 году в период пожаров в Сан-Диего, когда Нейт Риттер использовал хештег «#sandiegofire», чтобы заручиться информацией о наличии всех обновлений, связанных с катастрофой.

На международном уровне хештег стал инструментом для фиксации типов сообщений Twitter в течение 2009–2010 гг. в период проведения выборов в Иране. Хештеги на английском и персидском языках завоевали

¹ Рябченко Н. А. Институционализация публичной политики в online-пространстве современной России. Дис. канд. полит. наук. Рябченко Н. А., Краснодар, 2012. 191 с.

популярность и были полезны пользователям Twitter вне зависимости от территориального положения относительно Ирана. В период с 1 июля 2009 года Twitter стал привязывать хештеги с гиперссылками к результатам поискового запроса, заключающим в себе все крайние сообщения, в которых содержится или хештег, или общая фиксация всех слов в том же расположении, что и в запросе. Это было внедрено в 2010 году с введением острых тем на основной странице Twitter¹.

Появление кнопки «Лайк» датируется апрелем 2010 года, как дополнительная функция социальной платформы Facebook*. Посредством данной функции разработчики упростили возможность пользователям оценивать какой-либо контент, не прибегая к комментариям под записью. Эта функция дала возможность пользователям оперативно оценивать контент и быстро просматривать новостную ленту и глобальный поток поступающей информации, при этом мгновенно выражать свое отношение к просмотренному контенту. В сентябре 2010 года разработчики русского аналога платформы Facebook* – «ВКонтакте» запустила сервис «Мне нравится», добавив в него функцию «Рассказать друзьям» в виде символа в сплывающем окне. Использование последней давало возможность публикации отмеченного контента в ленте новостей данного пользователя, а также пользователей, подписанных на обновления его страницы. Позже, чуть левее от кнопки «Мне нравится» появляется функция «Поделиться», которая позволяет выбрать аудиторию для экспорта контента: «друзья и подписчики», «подписчики сообщества», «отправить личным сообщением». Эта функция позволила снизить публичность определенной добавленной новости посредством транспортировки её в личный архив.

Действия, совершенные в социальных сетях, становятся социальными действиями. Это доказывается феноменом лайка какого-либо контента,

¹ Хештег. Происхождение. различие [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wikiplanet.click/enciclopedia/ru/%D0%A5%D0%B5%D1%88%D1%82%D0%B5%D0%B3> (дата обращения: 15.10.2022).

характеризующего пользователя, который выразил свое личное отношение к той или иной проблеме. Так, разработчики социальной платформы Facebook*, модернизировали интерфейс кнопки «лайк», дополнив его символами, отражающими отношение к контенту, что позволило придавать опубликованному контенту различный эмоциональный окрас. Социальное действие пользователей отражалось не просто в реакции на публикуемый контент. Теперь они могли выразить свое отношение, как отрицательное, так и положительное.

Особенность этого этапа заключается в формализации социальных отношений акторов публичной политики в онлайн-пространстве. Это повлияло на особенности публичной политики в сетевом обществе, где развитие процессов происходит по ступенчатому принципу и горизонтально, характеризуется внезапностью и деятельным взаимодействием гражданского общества.

Как следствие, популярность завоевывает новая форма использования ресурсов – технология краудсорсинга (англ. crowdsourcing, crowd – «толпа» и sourcing – «использование ресурсов»), или координация деятельности группы людей над определённой работой, целью которой является достижение общих результатов. Краудсорсинг определяется как подраздел онлайн-пространства, формирующий общий узел между офлайн- и онлайн-пространствами, характеризующийся конструктивными последствиями¹. Как следствие, краудсорсинговые платформы набирают популярность.

Технология краудсорсинга предполагает вовлечение неограниченного количества Интернет-пользователей в решение различных задач. Сущность политического краудсорсинга проявляется в использовании инновационного потенциала групповой деятельности, предполагающей разрешение публичных проблем в организованных общественных сетях в онлайн-пространстве.

¹ Гнедаш А. А., Рябченко Н.А. Эффективность политических медиа-проектов: механизмы формирования и анализа медиа-активизма в online-пространстве // Политическое проектирование в пространстве социальных коммуникаций. Материалы X Международной научной конференции. Ч. 1. Москва: ЛЕНАНД, 2013. С. 181-183.

Технологии краудсорсинга, первоначально возникшие в онлайн-социальных сетях, были адаптированы политическими субъектами к публичной практике в офлайн¹.

На территории Российской Федерации краудсорсинговые практики начали применяться относительно недавно, но их реализация происходит на довольно высоком уровне, с опорой на зарубежный опыт. Основным ресурсом, сосредоточившем в себе всю базу краудсорсинговых проектов, реализуемых на территории Российской Федерации, является портал крауд-сервисов Crowdsourcing.ru².

Самые известные краудсорсинговые проекты в сфере российской политики и бизнеса принадлежат компании Witology (Витология): «Сбербанк 21», «Очередей.Нет!», проекты для «АСИ», «РОСАТОМа». Основателем социального Краудсорсинга можно считать Григория Асмолова, который является создателем таких проектов, как: «Карта помощи», «Виртуальная рында». Его продуктивная деятельность направлена на создание и поддержание социально-ориентированных проектов. Также необходимо упомянуть об эффективной платформе Liza Alert, оказывающей помощь в поиске пропавших детей.

На данном этапе происходит внедрение краудсорсинговых технологий в политическую деятельность. Такие технологии уже внедряет Департамент культуры города Москвы, с учётом принципов «Открытого правительства», обеспечивая прозрачность и нетривиальность дискуссионной площадки по выработке механизмов реализации молодёжной и семейной политики на всех этапах наполнения краудсорсинговой площадки. Основным элементом деятельности этой платформы является учёт мнений всех категорий жителей

¹ Мирошниченко И.В. Модернизационный потенциал краудсорсинга в современной публичной политике // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. 2011. №6.

² Crowdsourcing.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://crowdsourcing.ru/crowdmap> (дата обращения: 25.12.2021).

города Москвы, формирование ощущения сопричастности к управлению городскими процессами и солидарной ответственности за развитие города¹.

Таким образом, можно сделать вывод, что онлайн-социальные сети за короткое время прошли путь от удобных коммуникаторов и средств обмена файлами до социальных сетей – платформ создания и распространения уникального вербального и визуального контента, которые на данный момент являются наиболее популярным онлайн-ресурсом с высоким уровнем вовлечения.

III этап – «Формирование новых субъектов публичной политики» (ноябрь 2011 – март 2020) обусловлен активной актуализацией новых субъектов публичной политики в условиях избирательного цикла и протестной активности, чему поспособствовал в том числе и резкий рост аудитории Интернет². Происходит активное проникновение власти в онлайн-пространство, и, как следствие, популярность набирают альтернативные позиции политического дискурса. На этом этапе происходит активное превалирование видеоконтента как способа подачи социально-политической информации.

Тенденции, характерные для российского сегмента, Интернета исследовала компания Google совместно с Euromonitor International.³ Лидирующие позиции у российских пользователей в сети занимает видеохостинг YouTube, прежде всего в области просмотров видео. Это самая популярная видеоплатформа в российском сегменте Интернета – её предпочитают 98% опрошенных. По результатам исследования, большее число российских пользователей ежедневно просматривает видео в Интернете. По данным за 2020 год видеохостинг YouTube является одной из самых популярных платформ потребления видеоконтента, насчитывающей 2

¹ Краудсорсинг проекты правительства Москвы. URL: <http://crowd.mos.ru/about/> (дата обращения: 15.10.2022).

² Рябченко Н. А. Институционализация публичной политики в online-пространстве современной России. Дис. канд. полит. наук. Рябченко Н. А., Краснодар, 2012. 191 с.

³ Google: YouTube – самая популярная видео-платформа в России. URL: <https://regnum.ru/news/2801094.html> (дата обращения: 15.10.2022).

миллиарда пользователей в мире¹. Видеоформат донесения социально-политической информации имеет большой потенциал влияния на аудиторию, в отличие от публикации в социальных сетях с обычным визуальным контекстом, в результате чего усиливается доверие к увиденному «своими глазами в реальном времени», что доказывает популярность «интервью» в топовом видеохостинге YouTube. Важно понимать, что данный формат конструирует политический дискурс и формирует новых субъектов политического процесса. Трансформация коммуникативных отношений повлияла на неосознанную включенность пользователей в политические процессы. Интервьюируемые медийные личности из разных сфер деятельности привлекают совершенно разную аудиторию к публикуемому контенту. Подобными технологиями на своих YouTube-каналах пользуются журналистки Ксения Собчак («Осторожно, Собчак!»)² и Ирина Шихман***³ («А поговорить?»)⁴.

По данным компании Mediascope за октябрь – декабрь 2020 года общая структура аудитории Интернета в России составляет 97,7 млн человек⁵, где 40 % пользователей пользуются Интернетом через мобильное устройство и 60 % используют компьютер и телефон в равной степени.

Компания Brand Analytics, лучшая система анализа социальных медиа и СМИ по рейтингу Adindex, осенью 2019 года опубликовала исследование, определяющее современные тренды в Интернете для российского сегмента пользователей⁶. В данном исследовании фокус делался на активной (пишущей) аудитории, а основополагающим фактором выступает изучение

¹ Google: YouTube – самая популярная видео-платформа в России. URL: <https://regnum.ru/news/2801094.html> (дата обращения: 15.10.2022).

² Ксения Собчак. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCvQXaJTjA3jRucTKN4CGiwg>. (дата обращения: 15.10.2022)

³ Здесь и далее *** означает, что данные лица и организации внесены в перечень иностранных агентов. [Электронный ресурс]. URL: <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7755/> (дата обращения: 15.10.2022).

⁴ Ирина Шихман*** «А поговорить?». URL: <https://www.youtube.com/channel/UCp2J7GRxQ36QLqW4ReLLt5g>. (дата обращения: 15.10.2022)

⁵ Mediascope. URL: <https://webindex.mediascope.net/> (дата обращения: 15.10.2022).

⁶ Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2019. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2019/> (дата обращения: 15.10.2022).

онлайн-пространства как инструмента публичной коммуникации и его воздействие на формирование общественного мнения. В исследовании отражены данные по социальным сетям «ВКонтакте», Instagram*, «Одноклассники», Facebook*, Twitter и Youtube: объем и активность аудитории, её социально-демографическое и региональное распределение.

В ноябре 2019 года количество пишущей аудитории в социальных медиа в Российском сегменте Интернета составило 49 млн пользователей, разместивших 1,3 млрд публичного контента (постов, репостов и комментариев). Совокупность авторов и сообщений по отдельной социальной сети позволяют оценить популярность платформ среди российской аудитории.

В Российском сегменте Интернета наиболее популярной онлайн-социальной сетью является «ВКонтакте», созданная по прототипу, популярной во всем мире сети Facebook*. В ноябре 2019 года 30,7 млн пользователей опубликовали 556 млн публичного новостного контента, в среднем по 18 сообщений в месяц на автора. Инициативной пишущей аудитории в Facebook в 18 раз меньше, чем в социальной сети «ВКонтакте» – только 1,8 млн. По общему числу сообщений зарубежная социальная платформа уступает «ВКонтакте» более чем в 10 раз. Тем не менее активность авторов значительно превышает показатели «ВКонтакте», составляя 30 постов на автора. По данным аналитической компании TNS, средняя ежедневная аудитория мобильного приложения «ВКонтакте» превышает 5,6 млн. человек¹. Мобильное приложение социальной сети «ВКонтакте» для iOS и операционных систем Android стало лидером в рейтинге TNS за март 2015 года, что подчеркивает важность мобильных приложений при распространении необходимой информации. Со средней ежедневной аудиторией мобильного приложения «ВКонтакте» более, чем 5,6 млн. человек, данная платформа по праву может считаться более популярной, нежели телевизионные каналы. В настоящее время почти 300 миллионов

¹ Материалы сайта «РИА НОВОСТИ» [Электронный ресурс]. URL: <http://ria.ru/multimedia/20150513/1064354784.html> (дата обращения: 15.10.2022).

пользователей со всего мира зарегистрированы в социальной сети «ВКонтакте»¹. На втором месте – мессенджер WhatsApp*², который ежедневно используется 3,2 миллионами пользователей. Третье место занимает сервис обмена фото- и видеоконтентом Instagram* (2,9 миллиона человек), а четвертое – мессенджер Viber (2,6 миллиона человек).

По данным компании Brand Analytics на втором месте по популярности является Instagram* с незначительным отставанием от социальной сети «ВКонтакте» по количеству авторов (27,6 млн). Однако, сравнительно небольшая активность пользовательской аудитории (в среднем 6 публичных сообщений на автора) стала причиной почти четырёхкратному отставанию платформы от «ВКонтакте» общему числу публичных сообщений (170 млн). Третье место занимает социальная платформа «Одноклассники», 6,5 млн пишущей аудитории которой выложили в общий доступ 120 млн сообщений. Пользователи социальной сети «Одноклассники» по активности не уступают пользователям «ВКонтакте» с показателем 18 сообщений на человека в месяц. В данном анализе не берутся во внимание комментарии к контенту, которые были опубликованы больше 7 дней назад. Для социальной сети «Одноклассники», учитывая характерность способа размещения комментариев, данный показатель является значимым и не отмечен в данном исследовании³.

Активная пользовательская аудитория Twitter насчитывает около 650 тыс. человек. Пишущие авторы опубликовали за ноябрь 2019 года 32 млн сообщений, что составляет по 49 постов на автора. Можно констатировать факт, что 280 символов (ограничение, установленное на объем текста сообщения в Twitter) составляют гораздо с большим желанием, в отличие от длинных постов.

¹ Материалы сайта «РИА НОВОСТИ» [Электронный ресурс]. URL: <http://ria.ru/multimedia/20150513/1064354784.html> (дата обращения: 15.10.2022).

² Здесь и далее * означает, что компания Meta и соцсети, которыми она владеет, признаны в России экстремистскими и запрещены.

³ Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://brand-analytics.ru/blog/social-media-russia-2019/> (дата обращения: 15.10.2022).

Видеохостинг YouTube насчитывает 563 тыс активных пользователей. Однако важно отметить внушительность количества комментариев, публикуемых на данном ресурсе. Объем публикуемых сообщений превышает показатель платформы Twitter и составляет 33,7 млн публикаций, что почти 60 на автора. Ветка комментариев имеет важное значение в конструировании общественного мнения, которое формирует дискурс публичной политики и способствует закреплению или ослаблению вектора влияния политических субъектов. В связи с этим, можно сделать вывод, что показатель активной (пишущей) аудитории имеет даже большее значение по сравнению с общей массой пользовательской аудитории.

Как отмечает компания Brand Analytics, произошло признание компаниями и государством значение социальных медиа. Например, в 2019 году журнал Forbes ввёл в свои рейтинги «популярность в соцмедиа», соотнеся данный показатель с уровнем доходов участника. Другим примером стало то, что в прямом эфире непосредственно перед трансляцией Прямой линии Президента, РФ Телеканал Россия 24 показал аналитику, по ожиданиям россиян, высказанным в соцсетях предоставленную агентством Brand Analytics. Эти кейсы подтверждают теорию о том, что соцмедиа и аналитику соцмедиа можно называть «пятой властью», поскольку они конструируют общественный дискурс и обладают определяющим вектором влияния. Популярность в соцсетях рассматривается как инструмент обеспечения доверия к своей персоне, что благоприятно сказывается на привлечении аудитории и «опубличивании» продвигаемых идей. Публичность в социальных сетях повышает рейтинг доверия к политикам, партиям в том случае, если пользователь убежден в честности намерений и достоверности публикуемой информации. Поскольку это очень легко проверить, существует опасность потерять аудиторию в случае публикации ложной непроверенной информации.

Тенденция такова, что популярность набирает нетекстовый контент. Предпочтение отдается сторис, видео, картинкам, нежели длинными текстами

в посте. Ежедневно в русскоязычных социальных медиа публикуется более 25 млн картинок (каждый третий пост содержит фото) и более 2,4 млн постов с видео. Сторис (от англ. Stories – «истории»), фотографии или 15-секундные видеоролики, которые появляются в ленте «друзей» после публикации на странице пользователя, – один из самых потребляемых и публикуемых форматов донесения контента в последнее время. Стоит пояснить, что сторис – это новый формат быстрой публикации, который позволяет посмотреть большее количество контента интересуемых пользователей, что выступает своего рода фильтром, защищающим от ненужной информации. Появившись в Snapchat и набрав популярность в Instagram*, этот формат стал использоваться и завоевал популярность в других социальных сетях, в том числе «ВКонтакте» и Facebook*. В настоящее время многие представители статусных позиций потребительской сферы отдают большую часть своих средств на продвижение своего продукта у известных блогеров и инфлюенсеров именно через этот канал. Показательно, что действенность подобных рекламных кампаний стала предметом аналитических исследований. Исследование соцмедиа в 2019 году показало (исследовались содержание видеоконтента и текст на картинках, который содержится в каждой третьей публикуемой в соцмедиа фотографии), что предпочтение отдается нетекстовому контенту¹.

Аудитория, которой свойственно потреблять видео- и аудиоконтент, порождает возникновение подкастов, где предпочтение отдается не специализированным сервисам и приложениям, а таким платформам, как видеохостинг YouTube. Интересно посмотреть на предпочтения в области потребляемого контента, где лидерами мнения среди самых популярных блогеров по вовлеченности будут совершенно неожиданные личности из области «обзоров», «челленджа» и «летсплеера», а не популярные медийные личности в примитивном понимании. Здесь рейтинг строится не по

¹ Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2019. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2019/> (дата обращения: 15.10.2022).

аудиторным показателям, а по реакции пользователей на контент, публикуемый автором. Это дает понимание того, что современный пользователь стал очень строг к потребляемому контенту и, скорее всего, при выборе интересующего канала обращает всё больше внимания на пользу контента и уровень доверия к нему.

Резко поменялось отношение к «лайкам» и общественному одобрению. Пользователи все меньше зависимы от количества лайков. Это объясняет действия Instagram*, который скрыл общественный просмотр количества «лайков». Решение о подписке и просмотре необходимого контента определяется практической пользой и значимостью для индивида¹, нежели мнением большинства. В случае, если лента социальных сетей, образованная по предпочтениям друзей, не удовлетворяет запросы пользователей, это стараются сделать рекомендательные сервисы.

Одним из скачков популярности в Российском сегменте Интернета ознаменовалось появление авторской платформы TikTok. Политическая повестка косвенно или напрямую формируется лидерами мнений, создающих видеоконтент на популярном видеохостинге YouTube. Оппозиционная модель конструирования политического дискурса, также строится на видеохостинге YouTube в контексте видеоформата.

События лета 2019 года, связанные с массовыми задержаниями журналистов, студентов, освещавших политическую повестку, подтверждают особую роль социальных медиа в политическом процессе. Символ протестных акций подхватили онлайн-сообщества по всей России, где ведущие паблики меняли главный аватар на сконструированный дизайнерами макет. Данный кейс отражает последствия применения подобной практики: действия, совершённые в реальной жизни, привели в онлайн-взаимодействие, что вылилось в протестные акции в офлайн.

¹ Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2019. URL:<https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2019/>. (дата обращения: 15.10.2022).

IV этап – «Политическая актуализация новых субъектов как равнозначных традиционным субъектам публичной политики» (март 2020 – по декабрь 2021 гг.). В этот период, начало которого было обусловлено глобальным кризисом пандемии коронавируса, начинается активное развитие публичной политики в Интернете (больше, чем в офлайн) и трансформация социально-политических процессов.

События, связанные с пандемией коронавируса в 2020 году, повлекли за собой изменения во всех сферах жизнедеятельности в том числе и в Интернет-пространстве. Необходимая изоляция людей от социальной среды вынудила аудиторию, которая не являлась пользователями Интернет-пространства действовать по правилам, которые диктовала сложившаяся реальность. Дистанционная среда спродуцировала модель поведения, предполагающую вынужденно уделять социальным онлайн-платформам большее по сравнению с периодом до пандемии коронавируса количество времени. Все, кто до событий вынужденной самоизоляции отрицал значение Интернета в социальной, политической и экономической жизни, были вынуждены вступить на путь сетевого взаимодействия в силу отсутствия других возможностей поддержания коммуникативных практик и социально-политического действия.

По данным информационного агентства ТАСС в период самоизоляции время, уделяемое на потребление Интернета, значительно увеличилось. По данным WEB-Index, в апреле 2020 года потребители Интернет-среды в возрастной категории старше 12 лет ежедневно посвящали Интернету на 12% больше времени, чем в марте 2020 года. Период потребления Интернета значительно увеличился для всех возрастных категорий, в более значительной мере для аудитории пользователей от 12 до 24 лет. Во время социальной изоляции потребители Интернет-среды стали преимущественно выходить в Интернет с мобильных устройств, что составило 3 часа 6 минут в день, так и с компьютеров – в среднем 1 час 51 минуту каждый день.

В апреле 2020 года увеличилось ежедневное потребление новостного контента по сравнению с началом года и составило 14%, но в июле 2020 года произошёл спад спроса на такого рода контент и потребление составило 9%. Частота посещения онлайн-социальных платформ в июле спала на 4 % по сравнению с апрелем 2020 года и составила 51%.

Не уступает по популярности и формат видеоконференции. В июле 2020 года подобным подкастом хотя бы раз пользовались 2,3 млн человек с компьютера (1,9% населения), и 2,8 млн человек – с мобильного устройства (2,3% населения)¹.

Вместе с тем 2020 год ознаменовался резким ростом аудитории социальных сетей во всем мире, приоритетом мобильных устройств для выхода в Интернет и трансформацией поисковых привычек пользователей². Для поиска необходимой информации люди чаще стали прибегать к голосовому помощнику и поиску по картинке. По мнению двух третей мирового пользовательского сообщества, поиск необходимой информации является первостепенной причиной для выхода и пользования Интернетом. При этом поисковое поведение меняется, что важно учитывать тем субъектам, которые хотят привлечь аудиторию из онлайн-пространства. Одна из самых неожиданных особенностей поискового поведения является предпочтение онлайн-социальных сетей традиционным поисковым платформам.

При выстраивании публичной политики в Интернете важно грамотно выстраивать поведение со стороны власти в онлайн-социальных сетях, с целью приобщения аудитории к социально и политически значимым проблемам. Исследования показывают, что около 42 % российской аудитории пользовательского сообщества ищут необходимую информацию об известных товарах и услугах в социальных сетях. Данная статистика доказывает превалирование доверия к социальным платформам по сравнению с

¹ Тасс. URL: <https://tass.ru/obschestvo/9508331> (дата обращения: 15.10.2022).

² Вся статистика интернета и соцсетей на 2021 год – цифры и тренды в мире и в России. URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения: 15.10.2022).

поисковыми сервисами, и это необходимо учитывать при конструировании политического дискурса, а также дальнейшего конструктивного взаимодействия властных структур и общества.

Необходимо отметить колоссальный рост популярности платформы TikTok в период пандемии, что имеет важное значение для публичной политики. Платформа дает возможность пользователям монтировать короткие видео, имеющие аудиосопровождение, а также с помощью инструментов редактировать, ускорять, замедлять, обрезать контент. Принцип действия платформы кардинально отличается от конструкции и правил действия в других социальных сетях. Схожим элементом является наличие базового профиля с отображением интересов пользователя. В основе данного сервиса лежит стихийная смена рекомендованных видеороликов, где высокоинтеллектуальная система вычисляет по каким предпочтениям выстраивать видеоряд для пользователей. Например, если пользователь задерживается дольше определённого времени на ролике о политике, то аналитическая система этой платформы будет предлагать аналогичный контент. При монтаже музыкального клипа пользователи имеют возможность вставлять музыку в фоновом режиме из большого объема музыкальных направлений с синхронизацией видеоряда, редактировать с помощью фильтровых настроек и создавать видеоролик длительностью в пятнадцать секунд, ускорять или замедлять скорость видео перед загрузкой.

Функция «реакция» заключается в возможности пользователей давать обратную связь с помощью ответного видео, конструируя виртуальный экран, накладывающийся на видео самой реакции. Технология «дуэт», даёт возможность пользователям соединять два видео, размещая их в горизонтальном положении. Платформа также поддается законам приватности, заключающихся в предоставлении прав просмотра страницы отдельным пользователям; редактируя круг лиц, которым предоставлен доступ к контенту; предоставляя возможность реакции на контент; ранжируя

ролики, посредством маркировки – «публичное», «личное» или «только для друзей».

Подборка «рекомендаций» на платформе TikTok строится на включении роликов в контексте анализа модели поведения пользователя и его реакция. Условием попадания в подборку раздела «рекомендации» платформы TikTok является возраст автора, который должен быть более 16 лет, иначе – пользователи в разделе «рекомендаций» упоминаться не будут. «Сохранённая» подборка, дополненная фильтрами или хештегами в соответствующем разделе, позволяет пользователям зафиксировать собственное поле интересов с возможностью вернуться к понравившемуся контенту.

Особенность устройства платформы TikTok в плане конструирования рекомендательного контента и создания персональной ленты состоит в том, что она использует технологию искусственного интеллекта. Когда пользователь взаимодействует с контентом, умная система исследует интересы и предпочтения, создавая персональный каркас из подборки персонализированного видеоряда.

Властные структуры, осознавая силу и влияние, которое эта платформа оказывает на конструирование общественного мнения, взглядов и позиций, пытаются на законодательном уровне блокировать некоторый противоречащий общепринятой политической позиции и убеждениям контент.

Особенность функционирования платформы TikTok в формировании политического дискурса на основе дискурса о трендах и модных тенденциях, а также в поиске смыслов там, где, возможно, они не содержатся. Стоит произойти резонансному событию в реальной жизни – на платформе моментально возникает подборка видеороликов, соответствующих актуальной политической повестке.

Протестные акции зимы 2021 года в поддержку политика и журналиста Алексея Навального захлестнули платформу TikTok обилием роликов в

режиме реального времени, формирующих политическую повестку в контексте молниеносной трансляции происходящих событий. Технология подачи таких роликов может охарактеризована как монтаж с целью саркастического представления обсуждаемого вопроса или с позиции, удобной для позиционирования оппозиционной стороны или правящей элиты. Интерпретация видео осложняется иллюзией реально происходящих событий, выгодно смонтированных для усиления убедительности ролика.

Примером модных политических тенденций стало тиражирование роликов, содержащих интересный политический подтекст, раскрывающий косвенное отражение собственных взглядов через символы. Подобные ролики на платформе TikTok представлены хештегами #королева #елизавета2 #брошь #дипломатия #мода #политика.

Как известно, Елизавета II не может открыто высказываться на тему политики, но у неё есть альтернативный способ транслировать своё отношение к происходящему с помощью ювелирных брошей. Стоит отметить, что королева всегда с большим вниманием относится к выбору брошей, ко всему своему наряду, в том числе и пальто. Во время первого визита Дональда Трампа к королеве Великобритании в 2018 году, казалось бы, не произошло ничего необычного. Публика ждала мнения Елизаветы II о новом президенте США Дональде Трампе, что она это сделала при помощи трёх брошей, которые одевала поочередно. В первый день Елизавета II надела миниатюрную жёлтую брошь, которую ей подарили Барак и Мишель Обама, купленную на личные средства. Второй день – брошь, которую подарило правительство Канады, государство, с которым у США сейчас довольно напряжённые отношения. Третий день – брошь королевы матери Елизаветы II, которую та надела на похороны Георга 6, словом, украшение, никак не связанное со счастливыми воспоминаниями и надеждами. Кейс показывает, что подобные ролики навязывают формирование интереса у беспристрастной к политическим событиям публике, конструируя смыслы там, где их может и не быть.

Рассмотрим систему факторов, способствующих появлению новых субъектов, при которых проявляются некоторые особенности функционирования субъектов в Интернет-пространстве в контексте его влияния на публичную политику, где затрагиваются аспекты личного и публичного, навязываемого и желаемого, стирается граница между онлайн- и офлайн-практиками, пересекаются понятия достоверности и лжи.

В онлайн-пространстве происходит размывание границ всего, что является личным в публичном представлении. Такая дихотомия личного и публичного выливается в осознание ответственности за совершенные действия в онлайн-пространстве и определяется поведенческой политикой пользователей в социальных сетях в онлайн-пространстве. Тиражирование и обозначение своей личной жизни, взглядов и убеждений в публичном онлайн-пространстве становится общим, выставленным на всеобщее обозрение, событием, в котором предполагается взаимодействие более одного субъекта. Конструирование репутации и образа является каркасом, определяющим поведение политических субъектов, где стирание рамок между общественными нормами и личной жизнью пользователя накладывает обязательства со стороны пользователей сети и становится следствием разворачивания баталий о допустимости и недопустимости совершения определённых действий в общественном пространстве. Это позволяет замечать трансформацию публичного и частного в современном информационном пространстве, а также определять важность практики самопрезентации пользователей социальных сетей. Часто заявления, вызывающие общественный резонанс, заставляют участников публичного пространства, объединенных общей идеей, критически реагировать на видимое и незримое, публичное и скрытое. Вирусный характер действия контента в сети и мгновенное реагирование на произошедшие события определяют поведение новых политических субъектов в социальных сетях¹.

¹ Пронкина Е.С. Режимы публичности и приватности в социальных медиа // Знание. Понимание. Умение. М., 2016. №4. С. 315-319.

В день тишины К. Собчак разместила на своей странице в Instagram* видео своего ребёнка с подписью: «Кое-кому невозможно объяснить, что сегодня день тишины!!!». Интересно, что до начала предвыборной гонки было опубликовано только 5 записей с изображением ребёнка (на фотографиях не было видно лица). После объявления о намерении баллотироваться – 12. Контент, содержащий личную информацию о медийном лице, повышает уровень доверия и побуждают интерес к данному лицу и его аккаунтам в социальных сетях. «Опубличивание» личного контента медийной персоной конструирует образ «я как все», тем самым создавая видимость причастности к обществу и очеловечиванию цифровой личности. В день тишины подобная активность играет на руку кандидату в президенты, опосредованно влияя на поведенческую активность в социальных сетях. Подобного рода контент является феноменом транслирования личного через публичное, тем самым стирая границы между ними.

Выделение дихотомии онлайн и офлайн необходимо для обозначения особенностей процессов, происходящих в этих пространствах, которые, бесспорно, являются частями одного физического пространства. Онлайн- и офлайн-практики – это две части единого большого социального пространства, в котором базируются социальные и политические субъекты и объекты, состоящие из отдельных индивидов, публики, компаний, сообществ. Они производят социально-политические практики или социально-политические действия, которые имеют разный вектор влияния в отношении этих двух парадигмальных категорий. Представим ситуацию, когда в офлайн-пространстве происходит политическое событие, при котором участники этого процесса взаимодействуют друг с другом, реализуя социальную практику. И социальная практика взаимодействия друг с другом и политическим событием несёт в себе потенциал влияния на онлайн-пространство. Этот потенциал может как привести к формированию сообществ и определенного общественного мнения в онлайн-пространстве, так и завершить свое действие, не получив развития. Выделим три разных

потенциала влияния политического дискурса, отличительной особенностью которых будет длительность миграционных процессов совершенных действий в условно обозначенном виртуальном пространстве.

Приведем кейс краудсорсинговой политической платформы, которая базируется в Интернете. В этом примере прослеживается потенциал влияния, в котором социальное действие мигрирует за пределы онлайн-пространства и приводит к конструктивным последствиям. Онлайн-пространство и офлайн-пространство являются практиками взаимодействия с разным потенциалом влияния, в которых прослеживается состояние диффузии между привычками пользователя в онлайн и офлайн среде. Политический дискурс имеет особенность миграции из сетевого пространства в реальные действия, при этом моделируя происходящие процессы, превращая их в конкретные конструктивные или деструктивные практики социального действия¹. Примером такого феномена являются некоторые онлайн-платформы, сообщества, группы, процессы сетевых практик которых не ограничиваются взаимодействием в Интернете.

Второй кейс описывает формирование дискурса в офлайн-пространстве, который мигрировал в онлайн-пространство и обратно, реализовавшись в офлайн действиях. Это события лета 2019 года, связанные с массовыми задержаниями журналистов, студентов, освещавших политическую повестку. Одной из ярких иллюстраций этих событий является задержанный журналист Иван Голунов. Его арест вызвал общественный резонанс, и социальным действием стала поддержка в онлайн-пространстве под символом «Я/мы Иван Голунов», которая транспонировалась в конкретные протестные акции в реальном формате. Стоит отметить, что журналист Иван Голунов является субъектом публичной политики, представляя онлайн-СМИ. Действия, которые произошли в контексте скандала, вызвавшего общественный резонанс, были вызваны уже новыми субъектами публичной политики –

¹ Weber M. *Economy and Society*. Berkeley, 1978. P. 24-25.

гражданскими журналистами и онлайн-СМИ – обычными пользователями социальных сетей, которые освещали события в реальном времени, массово высказывая отношение к сложившейся ситуации.

Третий пример демонстрирует более сложный событийный ряд, представляющий движение офлайн – онлайн – офлайн – онлайн. Процесс задержания журналиста, политического деятеля и цифрового лидера Алексея Навального** – это офлайн событие. Контент, который транслировал это событие на сетевых площадках, сопровождающийся призывом к конкретным действиям – онлайн-событие. Акции и политические протесты, а также пресечение этих действий – офлайн-событие. Завершается нетипичный цикл призывом к действиям в онлайн-пространстве в форме челленджа с фонариком как отражение символа протеста и одновременно надежды на светлое будущее.

Сетевое пространство ориентировано таким образом, что совершенные действия способствуют размыванию границ между навязываемым и желаемым контентом. Поисковые платформы и социальные сети контролируют область интересов пользователей, используя технологию искусственного интеллекта и таргетирования. Если пользователь, пролистывая подборку видеороликов в TikTok, остановится на просмотре видео, показывающем протестные акции, то в дальнейшем, в соответствии с особенностями устройства этой платформы будет, для пользователя будет автоматически формироваться поле интересов и предлагаться к просмотру похожие ролики. Выполняя запрос в поисковой онлайн-платформе о деятельности кандидата в президенты США Джо Байдена, при дальнейшем использовании онлайн-платформ пользователь сталкивается с особенностью построения поисковой политики при запросе, где ему будут навязывать контент, связанный с результатами президентских выборов в США. Таким образом пользователи ограничены «пузырём фильтров», алгоритмы которого контролируют информационные потоки. Из образного вакуума пользователи

оказываются в эхо-камере¹, прислушиваясь к одинаковым информационным потокам, которые конструируют дискурс в одной плоскости. И здесь присутствуют два вектора событийного ряда. Первый, когда пользователь предпочитает оставаться в информационном кольце эхо-камеры с замкнутой системой информационных потоков, в которую не попадают альтернативные сведения. Второй – загоняет пользователей в «спираль молчания», модель поведения в которой предполагает отсутствие выражения собственной позиции, так как проявляется страх возмездия или изоляции (игнорирования).

Большие данные и огромный поток информации порождают дихотомию ложной и достоверной информации. Информационно-коммуникационные технологии сконструировали новую модель политической культуры, post-truth («постправда»), в которой реализуется постмодернистская модальность, заключающаяся в трансформированном состоянии сознания, где размываются рамки реального и искусственно созданного, а стереотипы правят дискурсом. В эпоху «постправды» эмоции занимают место фактов, а фейки вытесняют новости, управляя конструированием политического дискурса и альтернативной реальностью². В этой среде появляются новые субъекты публичной политики, которые конструируют политический дискурс в онлайн-пространстве, который мигрирует в офлайн-пространство, вынуждая традиционных субъектов публичной сферы действовать по тем правилам, которые диктует сложившаяся реальность.

Подводя итог параграфа, мы охарактеризовали Интернет как пространство формирования публичной политики в сетевом обществе и выявили специфику эволюции Интернет-пространства с позиции особенностей субъектности. На первом этапе традиционные субъекты публичной политики имеют большое влияние и пытаются интегрироваться в онлайн-пространство, где начинают формироваться новые субъекты

¹ Келли К. Неизбежно. 12 технологических трендов, которые определяют наше будущее. М., 2017. С. 197-202.

² Чутров С. В. Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? // Полис. Политические исследования. 2017. № 2. С. 42-59.

публичной политики. На втором этапе происходит приравнивание социально-политических действий, совершенных политическими субъектами в Интернете и в офлайн. На третьем этапе происходит активная актуализация новых субъектов публичной политики, чему способствует резкое увеличение аудитории Интернета и социальных сетей. На четвертом этапе новые субъекты публичной политики становятся равнозначными традиционным субъектам.

В онлайн-пространстве происходит размывание границ всего того, что является личным в публичном представлении, и выделение дихотомии онлайн и офлайн необходимо для обозначения особенностей процессов, происходящих в этих пространствах, но, бесспорно, – это части одного физического пространства. Онлайн-пространство и офлайн-пространство являются практиками взаимодействия с разным потенциалом влияния, где прослеживается состояние диффузии между привычками пользователя в онлайн- и офлайн-среде. Политический дискурс имеет особенность миграции из сетевого пространства в реальные действия, моделируя происходящие процессы, превращая их в конкретные конструктивные или деструктивные практики социального действия. Интернет-пространство воспринимается участниками политического процесса как современная «городская площадь для публичных выступлений», но не все осведомлены о возможности существования «информационного дисбаланса» в онлайн-пространстве, когда каждый участник процесса коммуникации получает персонифицированное сообщение, находясь при этом в полной уверенности, что все участники процесса получили подобное сообщение по смыслу и содержанию.

Процессы, которые происходят в Интернет, выстраиваются по определённым правилам, которые необходимо соблюдать для того, чтобы не потерять репутацию и рейтинг доверия аудитории Интернет-среды. Сетевые структуры, которые формируются социальными сетями, конструируют видение публичной политики и являются основополагающими политическими акторами.

В контексте эволюции Интернет-пространства как поля реализации политических практик субъектами публичной политики, нами предложена новая дополненная периодизация, определяющая важные изменения, произошедшие в Интернет и повлиявшие на особенности порождения некоторых процессов в политическом дискурсе с позиции субъектности.

Первый период характеризуется становлением публичной политики в онлайн-пространстве, в котором происходит перемещение политических лидеров в онлайн-пространство и конструирование разного рода политического контента в виде онлайн-платформ общественно-политического устройства. В этот период происходит формирование федеральных и региональных законодательных документов, в результате чего происходит конструирование российского сегмента Интернета как национальной платформы онлайн-пространства государства. Второй период ознаменован развитием онлайн-социальных сетей с позиции новой площадки публичной политики, где происходит взаимодействие между политическими элитами и гражданским обществом. Третий период характеризуется особенностями формирования новых субъектов публичной политики, что обусловлено развитием публичных практик в Интернете в контексте событий, связанных с избирательным циклом и протестной активностью, где активное включение политической элиты в онлайн-практики послужило способом контроля политического дискурса и общественного мнения. Четвертый период связан с политической актуализацией новых субъектов как равнозначных традиционных субъектов публичной политики. Особенности этого периода проявляются в кризисе всемирной пандемии коронавируса и, как следствие, проявление политических практик в реальной среде заменилось на развитие публичной политики в большей степени в Интернет.

1.3 Субъекты публичной политики: содержательные характеристики, формы актуализации

В данном параграфе будут рассмотрены содержательные характеристики и формы актуализации субъектов публичной политики, которые будут классифицированы как традиционные, обладающие универсальными характеристиками, и новые, отличительной чертой которых являются сетевые ресурсы формирования и актуализации субъектности. Вместе с тем, будет выведен гибридный тип субъектности и представлены его основные характеристики.

В сетевом обществе субъекты публичной политики подвержены изменениям, которые диктует особенность построения отношений между акторами политического процесса.

Впервые термин «субъектность» употребил А.Н. Леонтьев, где под «субъектностью»¹ он понимает определенный набор качеств человека, которые характеризуют сферу его деятельностных способностей. Синонимом слова «субъект» является «агентность» или «агентивность» (от англ. *agency* – агент – субъект, действующий с целью получения определенного результата), интерпретирующее умение индивида быть агентом (субъектом), то есть активно действующим лицом, движущей силой действия. При накладывании этого определения на понимание политической субъектности становится очевидным, что политический субъект – это активно действующий агент в области политики и политических отношений.

Определяя понятие субъектности важно отметить, что это одновременно явление и процесс, а также совокупность свойств и качеств реальных субъектов. В этом контексте Е.А. Ануфриев обращает особое внимание на различие понятий «субъект политики» и «политический субъект»². Концептуальное отличие этих понятий заключается в смысловом акценте на

¹ Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Смысл; Академия, 2004.

² Ануфриев Е.А. Субъективные основы и субъекты политики. М.: Изд-во Зерцало, 1999.

первое слово в каждом варианте. В первом значении деятель направляет действие на сферу политики, а во втором значении это непрофильные или непрофессиональные коллективные и индивидуальные агенты, которые влияют на политическое поле и способные «творить» политику и оказывать влияние на власть. «Субъектами политики» следует считать различные заинтересованные в политических отношениях и власти общности и объединения, государство и органы государственной власти. Функциональная особенность «политических субъектов» – создавать, делать и «творить политику», а функциональная особенность «субъектов политики» – распоряжаться и «вершить».

Политическую субъектность можно назвать индивидуальным или коллективным агентом политической активности. Политический субъект обладает и использует ресурсы, которые влияют на политический дискурс и практики принятия управленческих решений. И.Г. Корсунцев трактует субъект не как материальную, а как информационную и виртуальную структуру, в которой параметрами и индикаторами субъектности необходимо рассматривать «легитимность и идентичность»¹. А.С. Панарина воспринимает политический субъект как носителя «специфического социального творчества»².

Основная идея теории Р. Харре заключается в том, что автономия выступает основным требованием к индивиду, дающим основание считать его субъектом, подразумевая, что актуализация субъектности не полностью обусловлена условиями его окружения³. Полноправный субъект (agent) умеет дистанцироваться как от воздействия окружения, так и от тех принципов, на которых основывалось поведение до настоящего момента. Из этого следует,

¹ Колядин А.М. Субъектность политического класса и его социальная значимость: Монография / Под общ. ред. В.П. Сальникова. Академия права, экономики и безопасности жизнедеятельности. СПб.: Фонд Университет, 2015. 190 с.

² Панарин А.С. Субъект политический. // Новая философская энциклопедия: В 4 т. / Ин-т Философии РАН, Нац. общ.-научн. фонд. Ред. В.С.Степин, А. Гусейнов, Г.Ю. Семигин и др. М., 2010.

³ Harre R. Social being. Oxford: Blackwell, 1979.

что субъект должен обладать степенью контроля своих действий в отношении сдерживания и в отношении актуализации¹.

Исходя из понимания самой субъектности, представленного С.Л. Рубинштейном², определим характеристику политической субъектности, под которой понимается способность политического агента конструировать модернизацию в поле публичной политики и в личности, которая создается в процессе исторического и индивидуального развития, где актуализируются такие особенности, как социальная или политическая активность, способность к развитию и интеграции, мотивации, саморегуляции, самодвижению и самосовершенствованию. Интерпретируя субъектность, А.Г. Асмолов рассматривает её как характеристику деятельности, выражающую её внутренний смысл³, где мотивация является смежным по отношению к субъектности понятием. А.Н. Ильин определяет субъектность, как единое бытийное пространство в понимании свободы и ответственности⁴. Под субъектностью как умению человека регулировать деятельностный аппарат В.И. Слободчиков⁵ понимает и интерпретирует как способность реально-практически преобразовывать свою деятельность, планировать способы действий, реализовывать программы, контролировать ход и оценивать результаты своих действий.

И.С. Семенов, описывая индивида и личность, рассуждает о проблеме политической субъектности и определяет, что субъект деятельности – это синоним активной личности и «политическая субъектность оказывается частью личностного самоопределения индивида»⁶. Автор раскрывает политическую субъектность через индивидуальную субъектность, где

¹ Harre R. Personal being. Oxford: Blackwell, 1983.

² Рубинштейн С.Л. Человек и мир // Проблемы общей психологии. М.: Педагогика, 1976.

³ Асмолов А.Г. По ту сторону сознания: методологические проблемы неклассической психологии. М.: Смысл, 2002. С.268.

⁴ Ильин Е.П. Психология воли. СПб.: Питер, 2000.

⁵ Слободчиков В. И., Исаев Е. И. Основы психологической антропологии. Психология человека: Введение в психологию субъективности. Учебное пособие для вузов. М.: Школа-Пресс, 1995. 384 с.

⁶ Семенов И.С. «Человек политический» перед альтернативами общественных трансформаций: опыт переосмысления индивидуального измерения политики // Полис. 2012. № 5.

центральной фигурой является индивид (личность) и коллективная субъектность (сообщество).

Характеризуя политическую субъектность, И.Н. Гомеров разделяет индивидуальную и коллективную субъектность, которые актуализируются, формируются и развиваются как в контексте исторического развития группы, так и с позиции индивидуального развития свойств отдельных субъектов. В том случае, если коллектив или отдельный индивид является лишь потенциальным субъектом политики, то степень актуализации, формирования и развития субъектов отсутствует. Актуализация, конструирование и развитие политической субъектности – это особенность перехода субъекта политики из состояния покоя субъектного состояния в деятельное субъектное состояние, «тем самым каждый индивид является потенциальным субъектом, но не каждый – актуальным; – каждый актуальный субъект является потенциальной личностью, но не каждый – актуальной; – каждый актуальный субъект является потенциальным политическим субъектом (субъектом политики), но не каждый – актуальным; – каждый актуальный политический субъект является потенциальным личностным политическим субъектом, но не каждый – актуальным личностным политическим субъектом»¹.

В ходе анализа субъектов публичной политики нами классифицируются две ветви субъектности: традиционные, которые обладают универсальными характеристиками и новые, отличительной чертой которых является сетевые ресурсы формирования и развития актуализации субъектности. К традиционным субъектам публичной политики относятся: государство, органы государственной власти, политические партии, институты гражданского общества, некоммерческие организации и объединения, традиционные СМИ. К новым субъекты публичной политики относятся: гражданские журналисты, блогеры, цифровые лидеры, сетевые партии, сетевые движения, онлайн-СМИ. В процессе определения традиционных и

¹ Гомеров И.Н. Субъект как смысловое ядро политической субъектности. [https://siu.ranepa.ru/nauka/zhurnal/stati/3\(3\)-51-62.pdf](https://siu.ranepa.ru/nauka/zhurnal/stati/3(3)-51-62.pdf) (дата обращения: 15.10.2022).

новых субъектов публичной политики были выявлены гибридные субъекты публичной политики.

Таблица 1 – Традиционные, новые и гибридные субъекты публичной политики

	Традиционные субъекты публичной политики	Новые субъекты публичной политики	Гибридные субъекты публичной политики
Примеры	Государство, органы государственной власти, политические партии, институты гражданского общества, НКО, СМИ (пресса, ТВ, радио)	Гражданские журналисты, блогеры, цифровые лидеры, сетевые партии, сетевые движения, онлайн-СМИ	Дональд Трамп (США, президентский срок 2017 – 2021 гг. и кампания 2020 года); Сардана Авксентьева (Россия, мэр Якутска 2018 – 2021, Депутат Государственной думы Российской Федерации с 2021 г.)

Сформулируем определение традиционных, новых и гибридных субъектов публичной политики. Традиционные субъекты публичной политики – это исторически сложившиеся акторы общественно-политического процесса с вертикальной системой взаимодействия, деятельность которых актуализируется в офлайн-пространстве и направлена на легитимное включение в управленческий аппарат и практики принятия политических решений.

Новые субъекты публичной политики – это современные акторы общественно-политического процесса, актуализировавшиеся в онлайн-пространстве под воздействием цифровых технологий с горизонтальной системой взаимодействия, конструирующие политический дискурс и пытающиеся включиться в практики принятия политических решений.

Гибридные субъекты публичной политики – это акторы общественно-политического процесса, актуализация которых основывается на соединении практик в онлайн- и офлайн-пространствах, проявляются они как коллаборация традиционных и новых оснований субъектности.

Основными признаками традиционных субъектов публичной политики являются: их способность и возможность принятия политических решений; наличие средств и возможностей реализовать принятые решения или проконтролировать их организацию; практическое участие в политической деятельности; ответственность за последствия своих политических действий¹.

Анализируя работу органов власти как традиционных субъектов публичной политики отметим, что они являются источником политической активности; взаимодействуют с институтами гражданского общества, в частности с общественными организациями, на законодательно закреплённых принципах; разрабатывают и принимают политические решения относительно реализации общественного блага и упрочения целостности государства; определяют тип, характер, линию поведения во взаимодействии с общественными организациями; создают правовые условия для цивилизованных отношений между институтами различных секторов общества².

Государство как субъект гражданских правоотношений имеет следующие признаки: организационное единство, обособленное имущество, ответственность по своим обязательствам, возможность для субъектов РФ и муниципальных образований выступать от собственного имени при приобретении имущественных и личных неимущественных прав в суде. На государство распространяется принцип равенства с другими субъектами несмотря на то, что государство обладает властными полномочиями³.

¹ Политологический словарь. В двух частях. Ч. 2. М., 1994. С. 158.

² Органы власти как субъекты публичной политики. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organy-vlasti-kak-subekty-publichnoy-politiki-1> (дата обращения: 15.10.2022).

³ Кушнир И.В. Гражданское право. URL: <https://be5.biz/pravo/g029/11.html> (дата обращения: 15.10.2022).

С позиции структурного подхода М. Дюверже, который разработал классическую классификацию политических партий и партийных систем¹, нами была рассмотрена специфика традиционного субъекта публичной политики-политических партий²; были изучены проблемы генезиса политических партий, выявлена их институциональная сущность, оценена их роль в институциональной структуре политической системы демократического общества и доказана роль в демократических, в первую очередь выборных, политических процессах.

Традиционным субъектом публичной политики являются институты гражданского общества, которое состоит из горизонтально структурированных независимых общественных организаций и ассоциаций, дистанцировавшихся от государственных и коммерческих структур и функционирующих в соответствии со своими целями и задачами ради реализации общественных интересов. Общественные организации объединяются в соответствии со своими целями и задачами, а также в рамках реализуемых проектов.

Традиционные СМИ в понимании М. Маклюэна³ – это средства массовой информации, которые доминировали в медиaprостранстве до начала информационной эры. Они представлены печатными изданиями, телевизионными программами, радиопередачами, и их отличительной чертой является централизованная структура, в сравнении с новыми СМИ. Роли в традиционной медийной среде как правило фиксированы – существует четкая вертикальная иерархия, и пользователи не имеют возможности напрямую влиять на создание контента. Старые медиа представляют собой единый односторонний канал коммуникации и не поддаются переводу в цифровой

¹ Растимешина Т.В., Епифанов А.С. Политические партии: основные подходы к определению понятия, природа и функции <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskie-partii-osnovnye-podhody-k-opredeleniyu-ponyatiya-priroda-i-funktsii> (дата обращения: 15.10.2022).

² Дюверже М. Политические партии/ Пер. с франц. Академический проект. 2002. 506 с.

³ Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. Перевод с английского: В. Г. Николаев. М., 2003. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/3528> (дата обращения: 15.10.2022).

код. Информация в традиционной медийной среде поступает от создателя контента, зачастую остающегося анонимным, напрямую к потребителю.

Таким образом, основаниями субъектности традиционных агентов публичной политики являются: нормативность, деятельность в офлайн, системность, линейность, историчность, вертикальность. Нормативность, или легитимность существования и деятельности традиционных субъектов, закрепляется законами и традиционными управленческими устоями. Основная законотворческая деятельность, процесс выработки и принятия решений, строится непосредственно в офлайн-пространстве. Системность традиционных субъектов публичной политики проявляется в иерархичности построения, при которой происходит градация подчинения низших слоёв высшим, характеризующаяся целостностью системы деятельности субъектов и структуризацией. Линейность традиционных субъектов предполагает, что деятельность и развитие происходит по одним и тем же принципам, и законам. Историчность отражается в генезисе актуализации традиционной субъектности. Специфика деятельности обеспечивается преимущественно вертикальным стилем управления.

Новые субъекты публичной политики актуализируются циклично в контексте возникающих событий: выборы, кризис. Так под влиянием кризиса, вызванного пандемией в марте 2020 года, начинается политическая актуализация новых субъектов как равнозначных традиционным субъектам публичной политики, что знаменовало развитие публичной политики в большей степени в Интернет, а не в традиционном представлении реального социально-политического действия. Этому способствовала всемирная пандемия коронавируса, перевернувшая привычное понимание происходящих процессов, в том числе и политических, как в Интернет-пространстве, так и в реальной жизни.

Рассмотрим интерпретацию и особенности новых субъектов публичной политики: гражданских журналистов, блогеров, цифровых лидеров, онлайн-СМИ, сетевых партий и сетевых движений.

Гражданские журналисты рассматриваются как новые субъекты публичной политики. Гражданская журналистика подразумевает журналистскую деятельность в контексте альтернативных медиа. Развитие данного вида журналистики ознаменовалось внедрением цифровых технологий и становлением Интернет-пространства. В гражданской журналистике авторами являются субъекты, не являющиеся профессиональными журналистами. Таким образом, отбором, анализом и тиражированием информационного контента занимаются простые граждане – представители гражданского общества. Особенностью работы гражданских журналистов является то, что они могут тиражировать повестку, которая не была затронута официальными источниками, и вместе с этим детализировано в режиме реального времени представлять резонансные события¹. Новое медийное пространство способствует развитию гражданской журналистики и предоставляет пользовательскому сообществу площадку информационно-коммуникационного взаимодействия, социального действия в онлайн-пространстве и гражданского участия. Сюжеты гражданских журналистов создают информационные волны, которые накрывают медийное пространство и тиражируются в офлайн-пространстве. Гражданская журналистика выступает информационным независимым фильтром потоков и конструирует общественно-политический дискурс.

Рассмотрим особенности накопления политического капитала и его монетизацию в офлайн. Гражданские журналисты как новые субъекты публичной политики обеспечивают быстрое решение поставленных задач благодаря мгновенному тиражированию новостного контента в онлайн-пространстве. Освещая социально-политическое событие, гражданские журналисты обеспечивают взаимодействие между гражданским обществом и политическими государственными институтами, проявляющееся в поддержке,

¹ Жежко И.В. Гражданская журналистика как социальное действие: о роли новых медиа в общественном дискурсе США. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/grazhdanskaya-zhurnalistika-kak-sotsialnoe-deystvie-o-rol-i-novyh-media-v-obschestvennom-diskurse-ssha> (дата обращения: 15.10.2022).

своевременной огласке и конкретных социально-политических действиях. Свобода слова как неотъемлемое право гражданина гарантируется демократическим государством.

В качестве новых субъектов публичной политики рассматриваются блогеры социальных сетей. Впервые в 2014 году в российском законодательстве закреплено понятие «блогер». Основанием стала статья 10 об особенности распространения блогером общедоступной информации Федерального закона от 05.05.2014 №97-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»¹ и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей». Они определяют блогера как «владельца сайта и (или) страницы сайта в сети «Интернет», на которых размещается общедоступная информация, доступ к которым в течение суток составляет более трех тысяч пользователей. Усовершенствование нормативно-правовой базы по урегулированию информационно-коммуникационной деятельности – процесс легализации нового субъекта информационной политики. В нормативно-правовой базе утверждено разделение информационно-коммуникационной деятельности участников Интернет-пространства на блогеров и пользователей. Актуализация возросшей блогерской популярности провоцирует государственную заинтересованность.

Актуализация политической субъектности блогеров заключается в тиражировании социально-политической проблемы. Обнародование информации может впоследствии побудить к конкретным действиям. Новосибирский блогер Евгений Романов опубликовал на видеохостинге

¹ О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей». Федеральный закон от 05.05.2014 N 97-ФЗ (последняя редакция). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162586/ (дата обращения: 15.10.2022).

Youtube видео расследования, в котором обвинил чиновницу правительства Новосибирской области в коррупции и нарушении запрета предпринимательской деятельности для госслужащих. Это сформировало бурный общественный отклик в виде комментариев, публикаций в социальных сетях посредством кросспостинга¹.

Накопление политического капитала и его монетизация в офлайн. Блогеры как новые субъекты публичной политики, являясь лидерами мнений с большим количеством подписчиков, привлекают к освещаемому контенту существенное количество пользователей, что влечёт за собой общественный отклик и, как следствие, приводит к конкретным социально-политическим действиям в офлайн среде в виде митингов, протестных акций, конструированию политических настроений.

Цифровые лидеры как новые субъекты публичной политики характеризуются тиражированием популярности в онлайн-пространстве. В отличие от традиционного лидера, восприятие того же самого лидера, но в цифровом представлении может иначе интерпретироваться пользовательским сообществом. Сетевая среда обеспечивает цифровому лидеру пространство, в котором в сетевом сообществе за его действиями пристально наблюдают. На базе сетевых социальных платформ происходит позиционирование имиджа личности, в результате чего индивид конструирует собственную идентичность в глазах пользовательского сообщества. Позиционирование имиджа обуславливается поведенческими стратегиями цифровых лидеров как новых политических субъектов. Действия, которые цифровые лидеры совершают в сети, привлекают пристальное внимание со стороны пользовательского сообщества, которое реагирует посредством функции «Мне нравится»; выражает свое отношение с помощью комментариев под определённой записью; осуществляет прямое и косвенное конструирование дискурса, публикуя разного рода контент. Новость, понравившаяся данному

¹ Вся власть блогерам: как медийные личности влияют на аудиторию социальных сетей. URL: <https://netology.ru/blog/vliyanie-bloggerov-na-socseti> (дата обращения: 15.10.2022).

пользователю, отражается в новостном поле других пользователей. Это опосредованно характеризует пользователя как личность и позволяет сформировать определенное отношение к этому индивиду. Мнение о цифровом лидере складывается как совокупность знаний об интересах и поведении этой личности и порождает социальную ответственность и последствия, которые являются следствием социального действия, совершённого в социальных сетях. Это в свою очередь влечет за собой конструирование имиджа личности как пользователя онлайн-пространства. Как следствие, существует тенденция создания искусственных образов в социальных сетях, где пользователи идеализируют или компрометируют свою реальную личность, потенциально находясь в двух разных мирах: виртуальном, где пользователь может придумать идеальную концепцию представляемого субъекта, и реальную, с настоящей действительностью.

Изучая поведенческие особенности цифровых лидеров в медиасреде с позиции политической психологии Г. Кёхлер, рассматривает феномен цифровой толпы и постулирует, что популяризация значения Интернета ознаменовала наступление новой эпохи почти безграничных процессов коммуникации, продуцирующих дальнейшее выявление человеческого потенциала. Автор обращается к инструментальной специфике средств Web 2.0 и амбивалентности их применения и приходит к выводу, что такие характерные черты «цифровой толпы», как внушаемость, раздражительность и импульсивность могут быть одним из побочных эффектов процесса автоматизации коммуникации.

Вместе с тем автор характеризует и концептуализирует понятие «Цифровой власти», основываясь на характере её становления в рамках стремительного роста глобальных информационных технологий, полагая, что «Цифровая власть» многогранна и действует в контексте значимости психологии масс для понимания политических и общественных реалий. Феномен «Цифровой власти» – неизбежное явление, присуще сетевой платформе с технологическими особенностями, где необходимо

контролирование процессов с целью упорядочивания структуры. Понимание «Цифровой власти» определяется значением возможностей, которые присущи современным технологиям. Особенность передачи информационно-коммуникационных потоков в «виртуальной толпе» происходит «в моменте» и территориальные границы не влияют на скорость передачи – информация передаётся в визуальной либо аудиовизуальной форме, что является предпочитаемым форматом на данный момент. Постоянное увеличение скорости и объёмов информации приводит к развитию «клипового мышления», которое обуславливает стремление индивида отдавать предпочтение информации, которую легче потреблять и обрабатывать, например, меньшему количеству символов по сравнению с массивными данными. Потребление контента, представленного в виде изображения, аудио или видео, не предполагает напряжённую аналитическую работу и интеллектуальных усилий (в отличие от потребления текстового контента), при этом приводит к повышенной внушаемости.

Посредством Интернет-пространства пользователи могут оставлять реакции на потребляемый контент, что является социально-политическим действием и проявляется в выражении гражданской позиции. Благодаря цифровым и сетевым технологиям виртуальная толпа оказывает влияние на гораздо большее число людей, чем обычная. Цифровые лидеры, которые возникают в такой толпе, обладают стихийностью возникновения. Интерактивность новых медиа формирует виртуальную коллективную ментальную реальность, процессы которой могут мигрировать в реальную жизнь и имидж, который цифровой лидер сконструировал в виртуальной среде, может имплицитно проявляться в офлайн-пространстве. Вместе с тем автор считает, что анонимность в Интернете находит выражение в отсутствии персональной ответственности, где обезличенность и удалённость от реальной жизни провоцирует неконтролируемые действия со стороны участников сетевой коммуникации и приводит к непредсказуемым последствиям. Обезличивание, происходящее в виртуальной толпе, в какой-то мере делает

реального человека невидимым, где главные лидеры и их интересы могут быть завуалированы активной деятельностью аморфных масс. Например, возможно, имеется запланированный сценарий, согласно которому некая организация, согласно не афишируемой стратегии, запускает недостоверную информацию, идущую в разрез с ценностями демократии¹.

Накопление политического капитала и его монетизация в офлайн. Цифровые лидеры как новые субъекты публичной политики находятся под прицелом требовательного к представлению правдивой информации пользовательского сообщества, где одно неверное действие может негативно сказаться на имидже цифрового лидера, что впоследствии отразится на имидже традиционного политического субъекта.

Сетевые партии как новые субъекты публичной политики интерпретируются как партия, деятельность которой зародилась в онлайн-пространстве. Инновационные политические образования, возникшие на основе социальных, массовых и протестных движений, таких как Podemos на национальном уровне и Barcelona en Comú на местном уровне (Испания), Partia Razem (Польша) или Píratar (Исландия), фундаментально бросают вызов способам принятия государственных решений и гражданского участия. Эти политические движения, возглавляемые обычными гражданами, а не «профессиональными» политиками, предлагают альтернативу модели управления, в которых граждане меняют пассивную роль на активную позицию, принимают решения и становятся равноправными партнерами в государственном управлении. Технически подкованные лидеры и члены этих новых движений вместе с учеными, городскими активистами ищут современные способы управления общественными решениями и демократизации политическую систему с помощью инструментов прямого участия граждан. Для разработки новых способов ведения политики эти сетевые партии внедряют различные демократические инновации и

¹ Кёхлер Г. Новые социальные медиа: шанс или препятствие для диалога? Лаборатория: пространства политической коммуникации // Полис. Политические исследования. 2013. № 4. С. 75-87

экспериментируют с цифровыми инструментами. Они направлены на облегчение коллективного принятия решений и общественное обсуждение гражданами актуальных общественно-политических вопросов. Их цель – эффективно бороться с социальной изоляцией и неравенством, создавать демократию, позволяющую совместно использовать интерактивные, цифровые инструменты и создавать политическую сферу, открытую для всех.

Гибридные партии¹ изменяют привычное понимание политического и избирательного процесса, где нелинейное построение политических действий строится по сетевому принципу с применением новых политических технологий, маркетинговых стратегий и популистских мотивов.

Одной из важнейших черт сетевых партий является центральная роль цифровых инструментов, что также может быть использовано более традиционными сторонами для общения, информационных целей и агитации. Что действительно характерно для сетевых сторон, так это более широкая цель, для которой используются цифровые инструменты, а именно: обеспечение функционирования демократических инклюзивных процедур совместного принятия решений и интеграция коллективного разума членов партии и граждан. Цифровые инструменты облегчают не только внешние и внутренние горизонтальные коммуникационные процессы, они являются механизмами усиления внутрипартийных практик, демократии и коллективного принятия решений. Прямые процессы принятия решений и общественное обсуждение членов партий и заинтересованных граждан стало возможным благодаря интерактивным онлайн-платформам. Использование программного обеспечения с открытым исходным кодом и интерактивных цифровых платформ обеспечивают большую прозрачность и подотчетность. Сетевые партии публикуют регулярные онлайн отчеты и использование различных цифровых инструментов для организации всеобщих праймериз или

¹ Морозова Е. В., Мирошниченко И. В., Рябченко Н. А. Гибридные политические институты: к проблеме типологизации. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gibridnye-politicheskie-instituty-k-probleme-tipologizatsii> (дата обращения: 15.10.2022).

внутренних выборов, референдумов или общественных консультаций. Цифровые, сетевые и мобильные технологии делают возможным активное участие, совместное творчество контента, мониторинг государственных расходов, а также отслеживание проектов. Благодаря этой цифровой поддержке стороны устанавливают, поддерживают и расширяют свои горизонтальные сетевые структуры, основанные на местных кругах, митингах, собраниях членов партий. Краудсорсинг и горизонтальные организационные структуры отражают стремление сетевых партий реализовывать более демократичные децентрализованные модели управления на разных уровнях. Благодаря этим цифровым «демократическим инновациям» члены партий, сторонники и заинтересованные граждане получают реальную причинную силу – их голос учитывается.

Сетевые партии как новые субъекты публичной политики благодаря онлайн-пространству обеспечивают привлечение новой аудитории к политическим событиям и составляют достойную конкуренцию традиционным демократическим партиям. Краудсорсинг и горизонтальные организационные структуры отражают стремление сетевых партий к реализации более демократичных и децентрализованных моделей управления на разных уровнях. Благодаря этим цифровым «демократическим инновациям» члены партий, сторонники и заинтересованные граждане получают реальную силу – их голос учитывается при принятии политических решений.

Сетевые движения как новые субъекты публичной политики характеризуются массовостью, стихийностью, децентрализацией и ведением деятельности в онлайн-пространстве, что в дальнейшем может трансформироваться в реальные социально-политические действия в офлайн-пространстве. Психологическое осмысление поведенческих особенностей сетевых движений представил Густав Лебон в работе «Психология народов и

масс» (1895)¹. Рассматривая особенности социального поведения масс, он указывает, что при определенной конструируемой реальности коллективное поведение индивидов отличается от сущности каждого индивида в отдельности. Иными словами, в условиях, когда индивид один, он действует совершенно иначе, чем будучи в коллективе. Коллективная деятельность рассеивает зону ответственности между всеми участниками процесса, что в свою очередь накладывает последствия от совершенных действий в коллективе, усиливая, например, деструктивные практики. При рассмотрении конструктивного аспекта коллективных действий наблюдается тенденция к реализации качественных проектов, где коллективное действие продуцирует активность по улучшению гражданского взаимодействия. В результате концептуализируется форма коммуникации, которую можно интерпретировать в качестве «коллективной души», в контексте которой разрозненная масса превращается в организованную группу людей, в которой пропадает индивидуальность и притупляются интеллектуальные способности личности. Отличительными компонентами поведения толпы являются: «сознание», сконструированное под влиянием массовости и отсутствия ответственности из-за обезличивания; копирование или подражание поведению в проявлении чувств и импульсов; подверженность влиянию авторитетов. В качестве характерных особенностей или свойств толп исследователь называет: «импульсивность», «раздражительность», «податливость внушению», «легковерность», «преувеличение и односторонность чувств». Значимую роль для определения социально-политических последствий функционирования паттернов поведения масс имеет предложенное Г. Лебоном разграничение толп на однородные и разнородные².

¹ Лебон Г. Психология народов и масс. URL: <http://lib.ru/POLITOLOG/LEBON/psihologia.txt>. (дата обращения: 15.10.2022).

² Лебон Г. Психология народов и масс. URL: <http://lib.ru/POLITOLOG/LEBON/psihologia.txt> (дата обращения: 15.10.2022).

Если транспонировать данную теорию на дискурс, который разворачивается в онлайн-пространстве, то анонимность, которая усиливается в онлайн-среде, присуща сетевым движениям и имеет еще большее значение в отношении действий, производимых новыми субъектами публичной политики. Обезличивание придает уверенность в выражении личной позиции в отношении сложных тем, где сказанное слово может изменить репутацию отдельной личности, если оно идентифицировано. Коллективное порицание, направленное определенного индивида, например, в адрес медийных персон, подогревает энтузиазм и «накрывает» толпу, превращая её в единый организм, генерирующий схожий набор оскорбительных высказываний. Таким образом, феномен толпы с присущей анонимностью, чувством внушения и рассеиванием ответственности приводят к травле в онлайн-пространстве, и её объекты становятся жертвами резких, порой необдуманных высказываний.

Характерным свойством онлайн-пространства является его способность накапливать онлайн-политический капитал и монетизировать его в офлайн. Сетевые движения как новые субъекты публичной политики монетизируют в офлайн-пространстве свою деятельность посредством реальных конкретных социально-политических действий, в результате которых решаются значимые социально-политические проблемы в офлайн-пространстве.

Онлайн-СМИ также выступают в качестве нового субъекта публичной политики. Они существуют только в Интернет-пространстве и не имеют представительства в офлайн. Их влияние прослеживается в тиражировании информационных потоков, создающих информационный шум в отношении новых субъектов публичной политики, что отражается на восприятии общественностью происходящих процессов и формировании закладываемого отношения к тем или иным субъектам. Формирование дискурсивного поля посредством социально-политического взаимодействия реализуется на фоне информационного шума как ответный механизм социального сообщества на действительность или реальность: информация начинает обсуждаться,

цитироваться, тиражироваться, трансформироваться благодаря обогащению, личностным оценками, мнениям.

Так, непрекращающийся фоновый шум, генерируемый в онлайн-пространстве, стал причиной отказа политика баллотироваться на пост президента, за которым закрепилось прозвище «Али Жюпе» – пособника исламистов¹. Информационная атака, суть которой заключалась в журналистских обвинениях в причастности политика к радикальному исламизму, выступила оружием и разрушительным элементом в конструировании имиджа в онлайн-пространстве, в котором «запечатался» сфабрикованный в рамках дискурсивного поля отрицательный образ, поскольку следы и связи в онлайн-пространстве сложно контролировать и нивелировать.

Модель актуализации новых субъектов публичной политики в сетевом обществе была разработана посредством экстраполяции следующих теоретических моделей политического процесса и разработки политических решений: модель структуры открытых систем, построенная на идее «воронки причинности» (Р. Хоффербет)²; институциональная модель (Э. Остром)³, рассматривающая включение институтов в рассмотрение и выработку управленческих решений, где «арена действия» прогнозирует и объясняет поведение в рамках институциональных механизмов; модель «конкурирующих защищающих коалиций» (П. Сабатьер)⁴, в которой делается акцент на условиях, изменяющих политический курс и обязательное включение технической информации в понимание политического процесса; модель политических потоков (Дж. Кингдон)⁵ основана на воздействии трёх потоков, составляющих процесс выработки политики.

¹Ryabchenko N. A., Malysheva O. P. How to become a president: Election technologies in the post-truth and fake news Era // *Man In India*. 2017. Vol. 97. pp. 507-527.

²Hofferbert R. *The study of public policy*. Indianapolis: Bobbs-Merrill, 1974. 275 p.

³Ostrom E. *An Agenda for the Study of Institution*. *Public Choice*. 1986. № 48. P. 3-25.

⁴См.: Концепции и проблемы государственной политики и управления / Под ред. Л.В.Сморгунова. М: «Российская политическая энциклопедия». РОССПЭН. 2006. 384 с.

⁵Kingdon J. *Agendas, Alternatives and Public Policies*. Boston: Little, Brown. 1984. 240 pp.

Остановимся подробнее на модели «политических потоков» (Дж. Кингдон), в контексте которой, как уже отмечалось выше, происходит взаимодействие трёх потоков: проблемного потока (показатели результативности, значимые события, обратная связь), поток политики (анализ политическими «сообществами» проблем и формулирование альтернатив) и политический поток (выборы, конкретные действия политиков). После выравнивания и объединения этих потоков возникает «окно возможностей» как метафорическая характеристика возможности участия в практике решения проблем через политических предпринимателей, в результате чего возрастает возможность изменения политики.

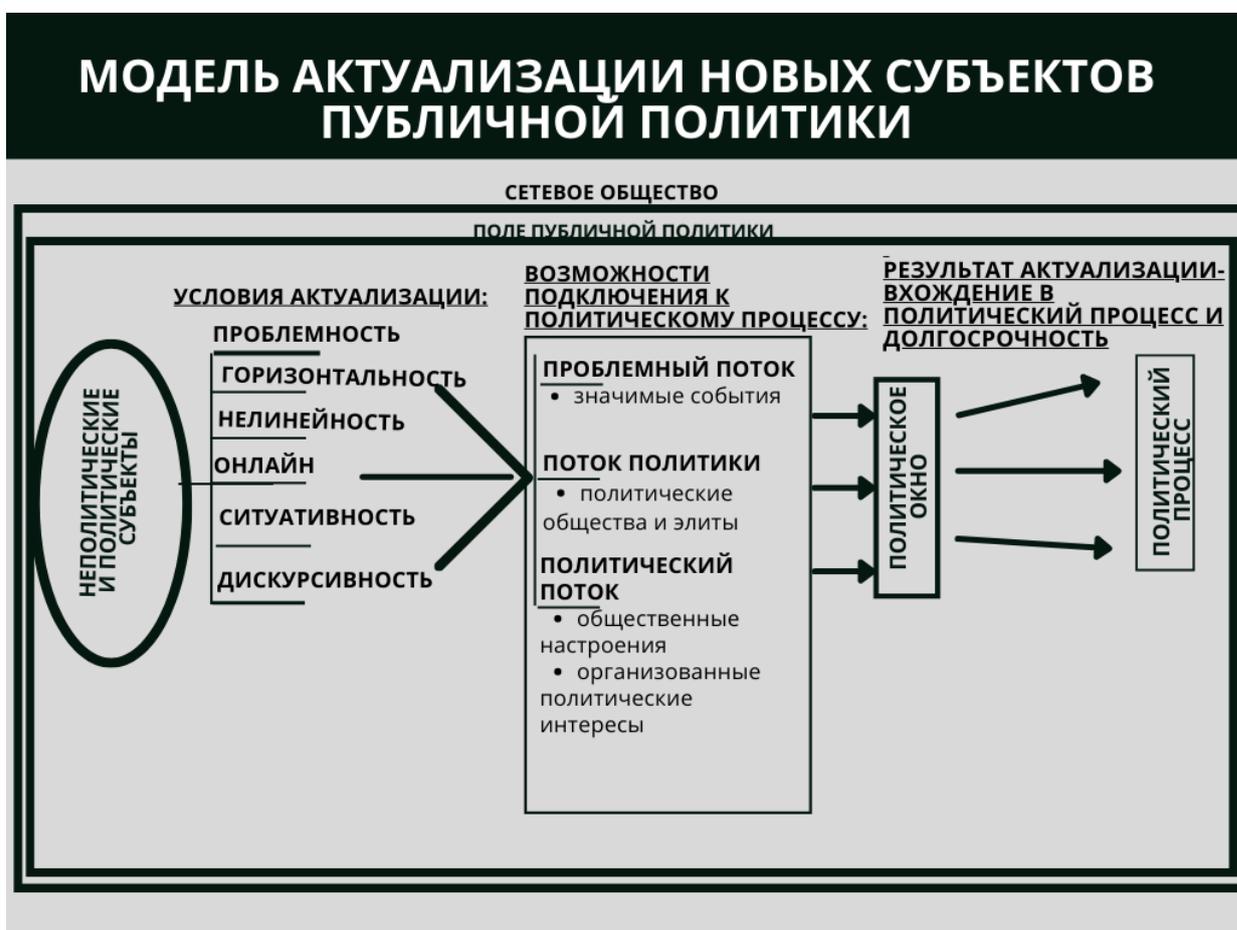


Рисунок 3 – Модель актуализации новых субъектов публичной политики

Рассмотрев существующие модели процесса публичной политики, мы адаптировали модель политических потоков для разработки авторской модели

актуализации новых субъектов публичной политики в сетевом обществе. Процесс актуализации делится на 4 части: условия (основания) вхождения в политический процесс; поток, в контексте которого формируется дискурс; вхождение в политическое окно на поле публичной политики; результат и эффективность (критерии); длительность существования.

1) Неполитические субъекты, проходя через условия актуализации субъектности (дискурсивность, онлайн, ситуативность, нелинейность, проблемность, горизонтальность), становятся новыми субъектами публичной политики. Политические субъекты, которые проходят через те же условия, становятся гибридными субъектами публичной политики, при этом условия, в которых уже существовали традиционные субъекты, накладываются на условия актуализации, присущие новым субъектам публичной политики.

Таблица 2 – Условия (основания) актуализации неполитических и политических субъектов

Традиционные	Новые	Гибридные
Нормативность	Дискурсивность	Нормативно-дискурсивный
Офлайн	Онлайн	Онлайн-офлайн
Системность	Ситуативность	Системно-ситуативный
Линейность	Нелинейность	Линейность +Нелинейность
Историчность	Проблемность	Историчность+Проблематизация
Вертикальный	Горизонтальность	Вертикальный+горизонтальный

В отличие от традиционных субъектов публичной политики новые субъекты актуализируются в онлайн-пространстве, где руководствуются дискурсивными практиками в контексте произошедших значимых событий, которые тиражируются, обсуждаются, передаются. Эти события носят ситуативный характер и побуждают новых субъектов публичной политики актуализироваться внесистемно, нелинейно и в контексте проблемы.

Актуализация новых субъектов публичной политики носит горизонтальный характер, распределяя потоки и дискурс по сетевому принципу.

2) Формирование дискурса, побуждающего к актуализации новых субъектов публичной политики, происходит в контексте трёх потоков: проблемный поток, поток политики, политический поток. Проблемный поток характеризуется информационным шумом вокруг конкретной проблемы, которая как правило возникает из значимых событий. Поток политики, формирующийся гражданским обществом, характеризуется транслированием позиций и взглядов, присущих конкретным лидерам мнений (коллективным или индивидуальным субъектам). Политический поток характеризуется конкретными социально-политическими действиями, которые отражают общественные настроения.

3) Вхождение в политическое окно на поле публичной политики. Новые субъекты пытаются включиться в практику принятия управленческих решений посредством значимых тиражируемых событий и посредством политического окна, позволяющего связаться с «политическими предпринимателями», которые обеспечат решение возникшей проблемы. Цель вхождения в политическое окно имеет несколько характеристик: включение в поле публичной политики ради выгоды или пиара, включение в поле публичной политики с намерением связаться с политическими предпринимателями для решения проблемы. Политическое окно закрывается, когда проблема переходит в стадию результата и решения или значимое событие завершается. Существует вероятность, что политическое окно не откроется в силу возникновения барьеров, связанных с прекращением тиражирования информационных потоков, отсутствием возможности легитимизации действий политических субъектов, когда сформированный дискурс теряет свою актуальность.

4) Результат и эффективность (критерии), длительность существования. Для новых субъектов публичной политики результатом актуализации и деятельности будет само участие в политическом процессе, где критериями

эффективности будут: сам факт участия в политическом процессе как актора и тиражирования повестки; переход из состояния субъекта в состояние политического субъекта; долгосрочность тиражирования повестки; конкретные решения; конструирование узнаваемого имиджа. В результате вхождения новых субъектов в политический процесс они становятся гибридными субъектами, поскольку условия, которые присущи новым субъектам не вписываются в легитимизацию принятия политических решений. В результате происходит коллаборация новых и традиционных субъектов публичной политики, в результате чего образуются гибридные субъекты публичной политики.

Таким образом, в ходе анализа субъектов публичной политики нами были выделены основные субъекты публичной политики: традиционные – государство, органы государственной власти, политические партии, институты гражданского общества, некоммерческие организации и объединения, традиционные СМИ, обладающие универсальными характеристиками и условиями актуализации (нормативность, офлайн, системность, линейность, историчность, вертикальность); и новые – гражданские журналисты, блогеры, цифровые лидеры, сетевые партии, сетевые движения, онлайн-СМИ, отличительной чертой которых является использование цифровых- и Интернет-технологий как инструментов выстраивания политического дискурса и актуализации субъектности. Была разработана модель актуализации новых субъектов публичной политики, состоящая из условий актуализации новых субъектов публичной политики (дискурсивность, онлайн-представительство, ситуативность, нелинейность, проблемность, горизонтальность); потока, в контексте которого формируется дискурс; вхождения в политическое окно на поле публичной политики; результата – эффективности и длительности существования.

Вместе с этим мы выявили возникновение гибридных субъектов публичной политики, которые являются акторами общественно-политического процесса, актуализация которых основывается на соединении

практик онлайн- и офлайн-пространства, проявляющихся как коллаборация традиционных и современных оснований субъектности.

Апробацию модели актуализации новых субъектов публичной политики мы проведем в параграфе 2.1 и 2.2.

Подведем итоги первой главы. Мы рассмотрели развитие сетевого подхода как призмы изучения общества, его трансформацию и междисциплинарное применение, и выяснили, что компоненты публичной политики (пространственный, информационно-дискурсивный, институциональный, управленческо-технологический, социокультурный) объясняют саму сущность публичной политики. Было сформулировано определение сетевой публичной политики, которая является пространством социально-политического действия (онлайн и офлайн), где происходит конструирование компонентов публичной политики, которая характеризуется дискурсивностью и созданием условий для включения неполитических субъектов в процесс выработки и принятия решений. Интернет-пространство является инструментом публичной политики и проявляется в дихотомии аспектов личного и публичного, размывании границы онлайн- и офлайн-практик, изменения восприятия, навязываемого и желаемого, достоверной и ложной информации. В контексте эволюции Интернет-пространства как поля реализации политических практик субъектами публичной политики, нами предложена новая дополненная периодизация, определяющая важные изменения, произошедшие в Интернет и повлиявшие на особенности порождения некоторых процессов в политическом дискурсе с позиции субъектности. Политический субъект рассматривается как коллективный (сообщество) и индивидуальный (личность) агент политического действия, классифицирующийся в соответствии с особенностями функционирования: традиционный субъект, новый субъект и гибридный субъект. Возникновение новых субъектов публичной политики напрямую связано с появлением Интернет-пространства и миграцией политических практик в онлайн-среду, конструированием дискурса, который тиражируется как в онлайн, так и в

офлайн-пространстве. В контексте исследования мы сконструировали модель актуализации новых субъектов публичной политики, которую наложили на практики актуализации новых субъектов публичной политики. В сетевом обществе выстраивается поле публичной политики, в котором образуются политические и неполитические субъекты и под влиянием условий актуализации (проблемность, горизонтальность, нелинейность, онлайн, ситуативность, дискурсивность) они трансформируются в новые политические субъекты публичной политики. Возникают возможности подключения к политическому процессу, основанные на трех потоках: проблемном потоке, политическом потоке и потоке политики, которые могут обособленно существовать друг от друга или сливаться в один. После чего возникает политическое окно, являющееся результатом политических практик, которое способствует вхождению новых субъектов в политический процесс. Однако, под воздействием препятствий политическое окно может и не открыться, в этом случае новые субъекты публичной политики остаются на стадии потока, со временем ослабляют свои практики или исчезают.

2 ПРАКТИКИ АКТУАЛИЗАЦИИ НОВЫХ СУБЪЕКТОВ: КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ

2.1 Основания и результаты актуализации новых субъектов публичной политики в сетевом обществе: зарубежные кейсы

В данном параграфе будут представлены направления деятельности, в условиях которой происходит актуализация субъектов как новых акторов публичной политики в сетевом обществе. Вместе с тем будут выделены основные специфические черты, отражающие процесс актуализации новых субъектов публичной политики; раскрыты закономерности и условия функционирования новых субъектов как акторов публичной политики – кейс «Гражданские журналисты» (международная некоммерческая организация WikiLeaks), кейс «Цифровые лидеры» (Дональд Трамп, США), кейс «Сетевые партии» («Движение пяти звёзд», Италия), кейс «Блогеры» (Великобритания), кейс «Сетевые движения» (Women’s March / «Женский марш» и Black Lives Matter / «Жизнь черных важна», США), кейс «Онлайн-СМИ» (Великобритания, США, Франция).

Критериями отбора кейсов являлись масштаб охвата, страна, исключительность или типичность, индивидуальность, временной характер или период. Анализ кейсов проводился на основе модели актуализации новых субъектов публичной политики.

Кейс «Гражданские журналисты»: Деятельность международной некоммерческой организации WikiLeaks¹ мы характеризуем как деятельность гражданских журналистов. Сайт организации начал функционировать в Интернет-пространстве в 2006 году и содержал секретную информацию, взятую из анонимных источников или при утечке с онлайн-ресурсов. Специфика деятельности организации состоит в том, чтобы осветить

¹ WikiLeaks. URL: <https://wikileaks.org/> (дата обращения: 15.10.2022).

значимый новостной контент с использованием первоисточника и выпустить его параллельно с публикацией официальных новостей для того, чтобы у общественности была возможность использования критического подхода к потреблению контента и его анализа. Сайт WikiLeaks неоднократно подвергался хакерским атакам с целью ликвидации разоблачающего материала в пространстве Интернет.

Сайт WikiLeaks имеет четыре официальные страницы в социальной сети Twitter: страница WikiLeaks¹ зарегистрирована в 2008 году и имеет почти 58 тысяч публикаций, 5,5 миллионов подписчиков и 7,4 тысячи подписок; страница «Целевая группа WikiLeaks»² зарегистрирована в 2016 году и имеет 6 тысяч публикаций, 102 тысячи подписчиков; страница WikiLeaks Community³ зарегистрирована в 2016 году и имеет 171 публикацию, 23 тысячи подписчиков; страница WikiLeaks Shop⁴ зарегистрирована в 2012 году и имеет 4 тысячи публикаций, 2 тысячи подписок и 17,8 тысяч подписчиков.

Условия актуализации гражданских журналистов раскрываются в контексте тиражируемой проблемы, информационные потоки распространяются горизонтально и нелинейно, деятельность сконцентрирована в онлайн-пространстве в контексте ситуации и дискурса.

Возможности подключения к политическому процессу через проблемный поток в контексте значимых событий, потока политики, когда традиционные субъекты конструируют дискурс, гражданские журналисты публикуют параллельный контент с альтернативной позицией.

Политическое окно позволяет гражданским журналистам косвенно конструировать повестку в деятельности традиционных акторов политического процесса.

Результат актуализации гражданских журналистов, как новых субъектов публичной политики – попытка вхождения в политический процесс и

¹ WikiLeaks. URL: <https://twitter.com/wikileaks>. (дата обращения: 15.10.2022)

² WikiLeaks Task Force. URL: <https://twitter.com/wltaskforce>. (дата обращения: 15.10.2022)

³ WikiLeaks Community. URL: <https://twitter.com/communitywl>. (дата обращения: 15.10.2022)

⁴ WikiLeaks Shop. URL: <https://twitter.com/wikileaksshop>. (дата обращения: 15.10.2022)

конструирование повестки в процессе выработки управленческих решений. Результатом сетевых практик на примере кейса «Гражданские журналисты» (международная некоммерческая организация WikiLeaks) обеспечивает уровень доверия к подобным ресурсам и прогнозирует функционирование нового субъекта публичной политики как гаранта развития демократического государства. Подобные сетевые практики вызывают интерес у пользовательского сообщества и демонстрируют проявление последующих социальных действий, которые разворачиваются после обзоров новостных разоблачений.

Кейс «Цифровые лидеры» (США, Д. Трамп). Первая предвыборная кампания Д. Трампа 2015–2016 гг. показала новый уровень влияния социальных медиа по сравнению с другими каналами коммуникации. Социальные медиа стали новой «городской площадью» с возможностью применения «информационного дисбаланса» и формирования таргетированных сообщений для электората. В 2017 г. было проведено исследование¹ с помощью лингводискурсивного и сетевого анализа предвыборной кампании Д. Трампа и влияния современных социальных медиа на социально-политические процессы. Результатом исследования стало выделение основных черт и современных тенденций ведения предвыборных кампаний с учетом формирования нового типа политической культуры – политики постправды и использования социальных медиа.

Условия актуализации цифрового лидера: Д. Трамп основывал свою предвыборную кампанию на целенаправленном формировании политического контента в Интернет-пространстве. Однако Д. Трамп формировал политический контент, основанный не на ключевых событиях в стране, а сам конструировал эти события под необходимый для его предвыборной кампании контент, то есть актуализировался в условиях дискурсивности, проблемности и ситуативности. Основу сетевого горизонтального и нелинейного

¹ Ryabchenko N.A., Malysheva O.P. How to become a president: Election technologies in the post-truth and fake news Era // Man In India. 2017. Vol. 97. Pp. 507-527.

взаимодействия предвыборной кампании Д. Трампа составили социальные платформы Instagram*, Facebook*, Twitter, каждая из которых решала определенный комплекс задач¹.

Возможностью подключения к политическому процессу выступал проблемный поток (в контексте выборов), поток политики (политические общества и элиты), политический поток (общественные настроения и организованные политические интересы).

Результат актуализации цифрового лидера – вхождение в политический процесс и сохранение позиций в рамках первого президентского срока в качестве гибридного субъекта публичной политики (как новый и как традиционный субъект). Грамотно спланированная предвыборная кампания повлекла за собой открытие политического окна и позволила Д. Трампу стать президентом США (второй американский президент, не занимавший ранее никаких государственных постов). Информационно-коммуникационные технологии приводят к качественным и количественным изменениям социального пространства и формируют современные привычки потребления и воспроизводства политически значимого контента, что формирует цифровых лидеров – новых политических субъектов публичной политики. Социальные медиа позволяют накапливать и анализировать большое количество данных, в том числе многочисленную контент-активность в виде сообщений, лайков, комментариев и хештегов, таким образом формируется и выстраивается новая коммуникативная модель предвыборной кампании.

В период институализации нового субъекта публичной политики в качестве президента, благодаря основаниям актуализации новых субъектов публичной политики, позволяющих ему стать традиционным политическим лидером, он становится гибридным политическим субъектом. Этот процесс перехода нового субъекта публичной политики в гибридный будет описан в параграфе 2.3.

¹ Ryabchenko N.A., Malysheva O.P. How to become a president: Election technologies in the post-truth and fake news Era // Man In India. 2017. Vol. 97. Pp. 507-527.

Кейс «Сетевые партии». «Движение пяти звёзд» (Италия), описывает итальянскую политическую партию, которую основали комик Бeppe Гpилло и предприниматель Джанроберто Казаледжо 4 октября 2009 года¹.

Условия актуализации партии проявляются в горизонтальности вовлечения сторонников в деятельность партии, нелинейности распространения информации. Уникальность актуализации партии в том, что её деятельность зародилась в Интернет-пространстве (онлайн). Проблемность и дискурсивность прослеживается в идеологии партии – экологическая политика по защите окружающей среды, популистские мотивы, апеллирующие к широким массам и евроскептицизм, суть которого – непринятие политики Европейского союза. Данная организация является «неоистеблишментской»² партией и приверженцем прямой демократии, при которой основные решения иницируются, принимаются и исполняются непосредственно гражданами. «Движение пяти звёзд» также выступает против коррупции и поддерживает идею равного всеобщего доступа в Интернет как неотъемлемое право каждого человека.

Возможностью подключения к политическому процессу выступал проблемный поток (значимые события в контексте выборов), поток политики (политические общества и элиты спровоцировали альтернативную позицию в качестве сетевой партии), политический поток (общественные настроения и организованные политические интересы). Реакция общественности на сетевую партию проявлялась в колоссальной заинтересованности к деятельности движения и обозначала возможность повлиять на существующую политику государства. Особенность сетевой партии заключается в осуществлении выборов онлайн, когда любой пользователь может предложить свою кандидатуру в качестве регионального представителя и лидера «Движения». В зависимости от сочувствия выдвигаемым

¹ Il blog di Beppe Grillo. URL: <http://www.beppegrillo.it/listecivi-che/liste/fabiano/chi-siamo.html>. (дата обращения: 15.10.2022)

² Морозова Е.В. Гибридные субъекты публичной политики: антиистеблишментские партии // Вестник ВГУ. История. Политология. Социология. 2014. №4

предложениям, пользователи сообщества голосуют за кандидата, опуская статусность, внешний вид, занимаемое положение кандидата. Это обеспечило большой приток внимания молодежи к политике и идеологии нового субъекта публичной политики. Произошло массовое вовлечение ранее аполитичных граждан в политические процессы страны, что связано с высоким рейтингом доверия к сетевой партии.

Политическое окно позволило войти в политический процесс, где фундаментом для осуществления прямого голосования являлась Интернет-платформа «Руссо»¹, целью которой позиционируется управление различными избирательными системами и ведение работы с авторизовавшимися пользователями в сообществе партии. На этой платформе возможно предлагать законы, голосовать за избирательные списки или за выбор политических позиций в отношении отдельных тем. Такая технология даёт участникам возможность влиять на общественно-политическую жизнь, добиваться социальных изменений, изменять качество жизни. После смерти одного из основателей движения Джанроберто Казаледжо, блог другого основателя, Беппе Грилло, продолжает существовать отдельно – теперь это блог, где политические вопросы поднимаются реже и в гораздо меньшей степени, чем вопросы экологии².

Результатом актуализации сетевой партии как нового субъекта публичной политики-вхождение в политический процесс. Набирая силу, эта партия стала реальной альтернативой правящей Демократической партии. Так, в 2013 году, представитель партии был выбран мэром в провинциальном городе Сарего. Сетевая партия в виде виртуального сообщества на платформе Интернет-блогов завоевала доверие и популярность пользователей, впоследствии преобразовавшись в успешную политическую силу на выборах в офлайн-пространстве и утвердилась в правительстве. В результате сетевых

¹ Il blog di Beppe Grillo. URL: <http://www.beppegrillo.it/listecivi-che/liste/fabriano/chi-siamo.html>. (дата обращения: 15.10.2022)

² Иликова Л. «Движение пяти звёзд»: из блога в правительство Италии // Современная Европа. 2019. № 4. С. 129–139.

практик были решены социальные проблемы, произошло нивелирование несправедливого отношения к проблемам граждан, снижение молодёжной безработицы. Сетевая партия из блогосферы переросла в реальный масштабный политический субъект, одержавший победу в выборах в парламент, чья деятельность привлекла внимание большого количества граждан Италии. Впервые были масштабно применены сетевые технологии «прямой демократии» с помощью онлайн-голосования для выдвижения новых политических лидеров национального масштаба из числа пользовательского сообщества.

Кейс «Блогеры» обусловлен особенностями функционирования социальных сетей при формировании кампании референдума, где социальная сеть Twitter сыграла ключевую роль в Брексите в 2016 году. Британские блогеры выступили основными акторами цифрового конструирования публичной политики референдума (с учетом особенностей функционирования социальных сетей) при формировании кампании по выходу Великобритании из Евросоюза. YouTube был вторым по популярности доменом, связанным с важностью видео как способа распространения информации о кампании. Самым распространенным видео был клип из новостного комедийного шоу Джона Оливера¹. Растущее значение блогеров как лидеров мнений в социальных сетях как источника новостей и информации повысило их популярность среди журналистов и политиков, а также повлияло на то, как это меняет экосистему, через которую распространяется новостной контент.

Условия актуализации блогеров как новых субъектов публичной политики обусловлен в первую очередь деятельностью онлайн дискурсивными практиками продуцируемого ими евроскептического блогерского контента (и соответствующие политические послы) в социальной сети Twitter, что отразилось на кампании Брексита.

¹ TitleTweeting for Brexit: how social media influenced the referendum. URL: http://eprints.lse.ac.uk/84614/1/Hanska-Ahy__tweeting-for-brexit.pdf (дата обращения: 15.10.2022).

Деятельность блогеров как лидеров мнений в социальных сетях на политику имеет широкое распространение: социальные сети были основным каналом для дезинформации или «фейковых новостей» в целом, что ограничивало граждан эхокамерами и отразилось на формировании результатов референдума. Евроскептиков в Twitter, ограниченных эхокамерами было больше, чем тех, кто поддерживал политику Евросоюза в кампании референдума. Этому способствовало горизонтальное и нелинейное распространение блогерами как лидерами мнений евроскептического контента, преобладание которого прослеживалось в социальных сетях¹. Блогеры как лидеры мнений в социальных сетях меняют восприятие контента, способы доступа и взаимодействия с информацией. Поскольку социальные сети меняют способы распространения новостей и информации, доступ к ним учитывает его значение в формировании общественного дискурса, а также способ передачи информации СМИ между гражданами и политической системой. У пользователей появляется желание участвовать в создании и распространении информации, где большую роль играет блогосфера в вопросах вынесения суждений о важности и достоверности конкурирующих частей информации. Поскольку структуры контроля доступа в развивающихся новостных и информационных экосистемах линейны и иерархичны, беспорядочная, разнонаправленная, восходящая практика распространения и поглощения информации будет играть все более важную роль в процессах формирования общественного мнения. Условия актуализации блогеров как новых субъектов публичной политики в контексте политической повестки позволяет блогерам из неполитических субъектов стать политическими.

Возможностями подключения блогеров к политическому процессу стали проблемный поток (в контексте значимых событий, связанных с тиражированием повестки евроскептического контента); поток политики

¹ Tweeting for Brexit: how social media influenced the referendum. URL: https://www.researchgate.net/publication/320357979_Tweeting_for_Brexit_how_social_media_influenced_the_referendum (дата обращения: 15.10.2022).

(политические общества и элиты сконструировали проблемный дискурс, против которого выступали блогеры) и политический поток (общественные настроения в поддержку выхода Великобритании из Евросоюза и организованные политические интересы). Пользователи Twitter, которые поддержали выход из ЕС, были более многочисленны, а пользователи евроскептиков в целом были более активными. Евроскептические взгляды передавались с большей интенсивностью большим числом пользователей на этих платформах. Проявлялась тенденция взаимодействовать только с единомышленниками.

Политическое окно позволило блогерам косвенно повлиять на политический процесс, что привело к выходу Великобритании из Евросоюза. Изменению подверглись опосредованные отношения между блогерами, политиками, гражданами и журналистами, как эти группы общаются и взаимодействуют друг с другом.

Twitter – важная часть меняющейся новостной экосистемы, благодаря которой политики, блогеры, журналисты и обычные граждане общаются и соревнуются между собой. Пользователи могут настраивать свою информационную среду. Выбирая каналы, они следят за этой тенденцией или взаимодействуют с ней, что усиливается алгоритмами социальных сетей, которые оптимизируют социальные каналы пользователей, добавляя контент, который может им понравиться. Однако алгоритмы Twitter играют лишь незначительную роль, а это означает, что существует частичная фильтрация новостей, и в основном это связано с сетью подписчиков, которую создают пользователи¹.

¹ Tweeting for Brexit: how social media influenced the referendum. URL: https://www.researchgate.net/publication/320357979_Tweeting_for_Brexit_how_social_media_influenced_the_referendum (дата обращения: 15.10.2022).

Иллюстрацией деятельности сетевых политических движений стали кейс «Сетевые движения», описывающий деятельность Women's March / «Женский марш» и Black Lives Matter / «Жизнь черных важна», США)¹

Феминистское движение женщин Women's March («Марш женщин») – масштабная акция протеста, прошедшая в Вашингтоне и других городах США 21 января 2017 года, на следующий день после инаугурации 45-го президента США Дональда Трампа.

Условия актуализации сетевого движения Women's March как нового субъекта публичной политики проявляются в образовании субъекта в онлайн-пространстве. Ситуативностью актуализации сетевого движения послужили высказывания Дональда Трампа, нередко расценивающиеся как мизогинические, сексистские и оскорбительные. В ответ на президентскую кампанию, политические взгляды Д. Трампа и поражение женского кандидата в президенты Хиллари Клинтон, жительница Гавайев Тереза Шук создала событие в Facebook и пригласила друзей прийти на протестную акцию в Вашингтон. В Facebook был создан ряд подобных страниц, что быстро привело к тысячам подписчикам. Хармон, Пирсон и Батлер (создатели страниц) решили объединить их и создать «официальный Марш женщин в Вашингтоне». Дискурсивность и проблемность основывалась на защите прав женщин, расовом равноправии, свободе вероисповедания и правах трудящихся, а также вопросах, касающихся реформ иммиграционного режима и здравоохранения. Сетевые движения захватывают общественное мнение и конструируют политический дискурс. Женский марш признает и поддерживает женский труд, женское лидерство и требования женщин к справедливому и равноправному феминистскому будущему. Горизонтальность и нелинейность вовлечения сторонников переросла в масштабную акцию протеста.

¹ Сетевое движение Women's March. URL: <https://womensmarch.com/>. (дата обращения: 15.10.2022); Сетевое движение Black Lives Matter. URL: <https://blacklivesmatter.com/>. (дата обращения: 15.10.2022).

Возможностью подключения к политическому процессу выступал проблемный поток (значимые события: ответ на президентскую кампанию, политические взгляды Д. Трампа и поражение женского кандидата в президенты Хиллари Клинтон), поток политики (политические общества и элиты сконструировали проблемный дискурс, против которого выступило движение женщин), политический поток (общественные настроения в поддержку сетевого движения и организованные политические интересы сетевого движения женщин).

Политическое окно, благодаря широкому общественному отклику дало возможность сетевому движению воздействовать на политические настроения и принятие политических решений.

Результат актуализации нового субъекта публичной политики-сетевого движения Women's March проявился в форме масштабной акции протеста, прошедшей в Вашингтоне и других городах США и посвящённой защите прав женщин и прав трудящихся, достижению расового равноправия, свободы вероисповедания, а также вопросам, касающимся реформы иммиграционного режима и реформы здравоохранения. Движение получило колоссальный общественный отклик, что изменило отношение к женщинам и повлекло за собой изменения в государственном аппарате не только США, но и других стран мира.

Сетевое движение BlackLivesMatter («Жизнь черных важна») возникло летом 2013 года как онлайн-движение с использованием хештега #BlackLivesMatter в социальных медиа, основанное тремя афроамериканскими активистками, выступающими против расизма и насилия в отношении афроамериканцев в особенности против полицейского насилия.

Условия актуализации сетевого движения BlackLivesMatter как нового субъекта публичной политики проявляются в образовании субъекта в онлайн-пространстве. Сетевое движение возникло ситуативно после несправедливого приговора по отношению к убийству несовершеннолетних афроамериканцев. Движение имеет свойство затухать, но как только возникает ситуативность

(прецедент несправедливости или убийство афроамериканцев) и движение вновь актуализируется. Подобные инциденты побудили общественность придать огласку проблемным вопросам неравных прав афроамериканцев. Горизонтальность и нелинейность функционирования движения проявляется в децентрализации процессов и стихийной консолидации сторонников, где триггером включения в движение массового гражданского общества является распространение в медиасреде роликов о полицейском насилии. Дискурсивность проблемы дискриминации афроамериканцев получила широкий общественный резонанс, что повлияло на восприятие афроамериканцев во всем мире.

Возможностью подключения к политическому процессу выступал проблемный поток (значимые события), поток политики (политические общества и элиты сконструировали проблемный дискурс, против которого выступило движение BlackLivesMatter), политический поток (общественные настроения в поддержку сетевого движения и организованные политические интересы).

Политическое окно, благодаря широкому общественному отклику дало возможность сетевому движению воздействовать на политические настроения и принятие политических решений. Активисты движения добились на законных основаниях сноса памятников, связанных с угнетением и расизмом. В государственном аппарате управления чаще стали появляться на управленческих постах представители афроамериканских граждан США.

Результат актуализации нового субъекта публичной политики, сетевого движения «Жизнь черных важна», является вхождение в политический процесс. Децентрализованная инициатива гражданских активистов выступает движущей силой в организации мероприятий в реальной социально-политической жизни. Активисты Black Lives Matter проявляют содействие афроамериканским избирателям в регистрации на выборах и совершают социально-политические действия, целью которых является увеличение явки среди афроамериканских избирателей, а программы, организуемые

движением, поддерживают художников и писателей афроамериканцев. Сетевое движение Black Lives Matter стало одним из самым крупных гражданских движений не только в американской системе, но и во всем мире, практики которого вышли за пределы онлайн-пространства. Пристальное массовое внимание общественности к вопросам расовой дискриминации обеспечило движению поддержку, и это повлияло не только на политическую повестку, но и повлекло за собой изменение отношения к афроамериканцам во многих сферах – спорт, культура, наука, деятельность крупных компаний заостряют внимание на расовом неравенстве.

В результате сетевых практик сетевых движений как новых субъектов публичной политики демонстрируются сюжеты, при которых действие, сформированное в онлайн-пространстве, привело к политическому последствию в офлайн-среде.

Влияние «Онлайн-СМИ» (Великобритания, США, Франция) прослеживается в тиражировании информационных потоков, создающих информационный шум в отношении новых субъектов публичной политики, что отражается на восприятии общественностью происходящих процессов и формировании заданного отношения к тем или иным субъектам. Непрерывающийся фоновый шум, созданный онлайн-СМИ в социальных сетях вокруг политика Алена Жюппе (Франция)¹, за которым закрепилось прозвище «Али Жюппе», послужил причиной отказа баллотироваться на пост президента. Информационная атака, в том числе и онлайн-СМИ, суть которой заключалась в журналистских обвинениях политика в причастности к радикальному исламизму, выступила оружием и разрушительным элементом в конструировании имиджа в онлайн-пространстве, в котором «запечатался» созданный в рамках дискурсивного поля отрицательный образ, поскольку следы и связи в онлайн-пространстве сложно контролировать и нивелировать.

¹ Ryabchenko N. A., Malysheva O. P. How to become a president: Election technologies in the post-truth and fake news Era // Man In India. 2017. Vol. 97. pp. 507-527.

Онлайн-СМИ тиражировали протестные настроения по выходу Великобритании из ЕС. Онлайн-СМИ также являлись основополагающим субъектом в первой кампании Д. Трампа (США).

Условиями актуализации «Онлайн-СМИ» в первую очередь будет консолидация деятельности нового субъекта в онлайн-пространстве. Конструкция дискурсивного поля на фоне информационного шума, выступающая совокупностью социально-политического взаимодействия, формируется как ответный механизм социального сообщества на действительность: информация начинает обсуждаться, цитироваться, тиражироваться, трансформироваться в результате дополнений, личностным оценками и мнениям. Онлайн-СМИ актуализируются благодаря горизонтальному и нелинейному распространению информации, которая не дублирует новостной контент официальных традиционных СМИ, а создает уникальный, свободный дискурс, свойственный онлайн-пространству. Значимыми условиями актуализации онлайн-СМИ как новых субъектов публичной политики является проблемность и ситуативность, проявляющаяся в особенностях конструирования новостной повестки, связанной со значимыми событиями.

Возможностью подключения к политическому процессу выступал проблемный поток (значимые события, которые направляют новостной контент онлайн-СМИ), поток политики (политические общества и элиты в фокусе внимания онлайн-СМИ), политический поток (общественные настроения и организованные политические интересы).

Политическое окно открывается если дискурс, тиражируемый онлайн-СМИ является массовым и отличается долгосрочностью.

Результатом актуализации для онлайн-СМИ как нового субъекта публичной политики является косвенное влияние на политический процесс и долгосрочность тиражирования повестки. В результате действий онлайн-СМИ Алан Жюппе не выдвинул кандидатуру на пост президента, а Д. Трамп победил на выборах в президенты.

Аудитория социальных сетей может взаимодействовать с журналистами, учитывая разнонаправленную интерактивность, которую предоставляет Twitter. Журналисты также начали использовать социальные сети как возможность взаимодействовать с аудиторией, передавать закулисные разговоры, оценивать реакцию и строить отношения. Некоторые журналисты также используют Twitter для создания сильного личного новостного бренда, демонстрируя свои профессиональные ценности и практики, способность налаживать связи и развивать сообщество последователей. Таким образом журналисты строят прямые отношения со своими читателями.

Подводя итог параграфа, необходимо подчеркнуть, что в сетевом обществе в контексте публичной политики актуализируются новые субъекты публичной политики: гражданские журналисты, актуализацию которых мы рассмотрели на примере международной некоммерческой организации WikiLeaks; блогеры, проявившие свою деятельность на примере кампании Брексит в Великобритании; цифровые лидеры на примере первой кампании в президенты Дональда Трампа; сетевые движения (Women's March / «Женский марш» и Black Lives Matter / «Жизнь черных важна»); сетевые партии на примере итальянской сетевой партии «Движение пяти звёзд»; онлайн-СМИ на примере конструирования дискурса вокруг значимых событий в мире.

В контексте модели актуализации новых субъектов публичной политики в зарубежной практике чётко проявляются условия актуализации новых субъектов публичной политики. В первую очередь, возникновение новых субъектов в онлайн-пространстве, где возможности подключения к политическому процессу в форме потоков трансформируют действия в онлайн-пространстве в реальные политические действия в офлайн-среде. Нелинейность и горизонтальность происходящих процессов обеспечивают отсутствие иерархичности в формировании структуры новых субъектов, а это, в свою очередь, повышает доверие сторонников, последователей и гражданского общества, вызывая интерес к политическому участию.

Ситуативность и проблемность как условие актуализации дают толчок к мобилизации новых субъектов, в результате чего формируется дискурсивность. Условия актуализации и потоки позволяют неполитическим субъектам преобразоваться в политические субъекты.

Возможностями подключения к политическому процессу для новых субъектов публичной политики будут три потока. Проблемный поток характеризуется значимыми событиями, поток политики характеризуется конструированием политическими обществами и элитами резонансного дискурса, в контексте которого действуют новые субъекты, и политический поток включает в себе общественные настроения и организованные политические интересы. В некоторых случаях действия новых субъектов основываются на одном или двух потоках, где поток политики не всегда имеет первостепенное значение.

Затем актуализированные новые субъекты в потоке входят в политическое окно, где результатом актуализации новых субъектов публичной политики является вхождение в политический процесс и долгосрочность их деятельности. Иногда новым субъектам публичной политики не удается войти в политическое окно всилу образования барьеров (прекращение актуальности проблемы и дискурса, отсутствие легитимации, неправомерные действия). Новые субъекты могут участвовать в политическом процессе опосредованно – косвенно конструировать повестку и участвовать в практике принятия управленческих решений и законотворческой деятельности.

Описанные кейсы подтверждают особенности функционирования цифровых лидеров, гражданских журналистов, сетевых движений и сетевых партий, блогеров и онлайн-СМИ как акторов публичной политики в зарубежных странах.

2.2 Особенности актуализации и функционирования новых субъектов публичной политики в современной России

В данном подпункте были выделены особенности актуализации и функционирования новых субъектов публичной политики в современной России. Они имеют схожие практики проявления субъектности в сравнении с зарубежными странами. Раскрыты закономерности и условия функционирования новых субъектов как акторов публичной политики: кейс «Сетевые движения» (Putin Team), кейс «Цифровой лидер» (Алексей Навальный**, Ксения Собчак), кейс «Гражданские журналисты» (Юрий Дудь***, Ксения Собчак), кейс «Блогеры» (Андрей Рудой, Максим Кац***, Михаил Светов***), кейс «Онлайн-СМИ» (Meduza***).

Кейс «Сетевые партии» представлен цифровизацией традиционных политических партий. Поскольку цифровая среда в российском сегменте Интернета не так давно активно внедряется в публичную политику России, сетивизация партий ещё не была внедрена в процессы конструирования политического действия. Традиционные политические партии участвуют в процессе цифровизации, что в дальнейшем приводит к образованию сетевых партий в онлайн-пространстве.

События, связанные с всемирной пандемией коронавируса, ускорили интеграцию традиционных офлайн-систем в цифровое представление информационных потоков и больших данных. Традиционные акторы публичной политики были вынуждены более качественно переносить свою деятельность в цифровую среду и иметь представительство на всех популярных онлайн-ресурсах с целью обеспечения эффективного деятельностного аспекта. Результативность таких действий отражается в тиражировании информационных потоков, что влечёт за собой конструктивные или деструктивные социальные действия.

Исследовательский центр компании «Делойт» представил отчёт «Медиапотребление в России 2020»¹ по исследованию контента и особенностями его потребления, где выделены основные прогнозы и трансформации в медиа среде. Анализ популярности Интернет-ресурсов по сравнению с 2019 годом показал значительный рост в использовании платформы TikTok и Telegram. Это отражает скачок миграционных потоков пользователей, чья активность переходит преимущественно на мессенджеры и видеоконтент.

Подобные сетевые практики привлекают молодёжь к политическим процессам и создают условия для возникновения сетевых партий в русскоязычном пространстве Интернета.

Кейс «Сетевые движения» как новый субъект публичной политики представлен сетевым движением Putin Team, которое сформировалось в онлайн-пространстве в поддержку президента Владимира Путина на кануне выборов в 2017 году.

Условием актуализации сетевого движения как нового субъекта публичной политики является возникновение движения в онлайн-пространстве. Хоккеист Александр Овечкин² объявил о создании общественного движения Putin Team в онлайн социальных сетях, которое объединило сторонников президента России Владимира Путина. Это указывает на ситуативность и проблемность возникновения движения в контексте предстоящих президентских выборов. Сетевое движение имеет собственный сайт³, на котором можно заполнить анкету и вступить в ряды единомышленников, а также представительство в социальных сетях и мессенджерах. Горизонтальность и нелинейность распространения информации обеспечило широкий общественный отклик и сплочение

¹ Медиапотребление в России – 2020. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/technology-media-telecommunications/russian/media-consumption-russia-2020.pdf> (дата обращения: 15.10.2022).

² Alexander Ovechkin. URL: <https://www.instagram.com/aleksandrovechkinofficial> (дата обращения: 15.10.2022).

³ Putin Team – Официальный сайт. URL: <https://putinteam.ru/> (дата обращения: 15.10.2022).

единомышленников. Отсутствие навязывания «сверху» и неиерархичность движения положительно сказалось на отношении пользовательского сообщества и гражданского общества к сетевому движению.

Возможностями подключения сетевого движения к политическому процессу явились: проблемный поток в контексте предстоящих значимых событий выборов президента (2017 г.); поток политики, который характеризуется конструированием политическими обществами и элитами позитивного имиджа правящей системы; политический поток, отражающий общественные настроения и организованные политические интересы.

Сетевое движение Putin Team получило колоссальный общественный отклик в сети, что вылилось в конструктивные социальные действия в офлайн-пространстве. Результатом актуализации сетевого движения являлось вхождение в политический процесс конструирования политической повестки. Функционирование и деятельность сетевого движения были направлены на консолидацию сторонников и лоббирование политических взглядов, соответствующих политическому курсу будущего президента Российской Федерации, что послужило ему мощной поддержкой и политическим окном для вхождения в политический процесс.

Сетевое движение было создано без навязывания со стороны официального представительства политических структур, что позволило сформировать парадигму гражданской инициативы.

Среди последователей и сторонников движения фигурировали знаменитости, общественные деятели, политики, представители научного сообщества. Хештег #PutinTeam использовали в качестве выражения политической позиции в контексте публикации в социальных сетях, что получило масштабный отклик и создало единую концепцию сетевого движения.

Общественность положительно восприняла движение в поддержку будущего президента и посредством отметок в социальных сетях продемонстрировала причастность к команде президента. Подобная практика

явилась отражением единения гражданского общества, открытого выражения политической позиции и патриотических настроений.

Результатом сетевых практик стало социальное действие, реализовавшееся на платформах социальных сетей, которое отразилось в конкретных политических действиях, определив исход выборов. Движение привлекло интерес пользовательского сообщества к политическим действиям.

Кейс «Цифровой лидер» (Алексей Навальный**) описывает особенности включения гражданских журналистов в официальный политический процесс.

Оппозиционный политик, общественный деятель и журналист, автор антикоррупционных расследований, Алексей Навальный** является основателем YouTube-каналов¹ «Алексей Навальный**» и «Навальный LIVE**», на которых он публикует журналистские собственные расследования, выражает политическое отношение к тем или иным проблемам и высказывает мнение о текущих событиях.

Условиями актуализации цифрового лидера является возникновение субъекта в онлайн-пространстве. Массовую известность цифровому лидеру принесли расследования о коррупции. Проблемность актуализации проявляется в противоположной позиции на существующую политическую парадигму. Ситуативность актуализации цифрового лидера обусловлена действиями на основании громкого расследования, что сконструировало дискурсивность антикоррупционных взглядов и тиражированию повестки. Сетевая горизонтальность распространения контента привела к нелинейному привлечению сторонников цифрового лидера.

Возможностями подключения к политическому процессу цифрового лидера в контексте проблемного потока выступают значимые события, связанные с оглаской проблемного дискурса, а также деятельность в контексте предстоящих выборов; поток политики характеризуется конструированием

¹ Алексей Навальный**. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCsAw3WynQJMm7tMy093y37A>. (дата обращения: 15.10.2022)

политическими обществами и элитами отрицательного имиджа цифрового лидера; политический поток отражает общественные настроения и политические интересы, связанные с тиражированием политических взглядов и участием в митингах в поддержку лидера.

Политическое окно для легитимного участия в политическом процессе не открывается в силу барьеров, связанных с правовым несоответствием цифрового лидера – непогашенная судимость.

Результатом актуализации цифрового лидера явились попытка вхождения в политический процесс посредством привлечения внимания общественности к значимым проблемам, организация митингов и попытка внесения политических инициатив для решения общезначимых проблем.

Акции и политические протесты в поддержку оппозиционера протекали в режиме онлайн – офлайн – онлайн. Протестные акции захлестнули платформу TikTok обилием роликов в режиме реального времени, формирующих политическую повестку и дискурс политического протеста в контексте молниеносной трансляции происходящих событий. Технология подачи таких роликов может охарактеризована как монтаж с целью саркастического представления обсуждаемого вопроса или с позиции, удобной для позиционирования оппозиционной стороны или правящей элиты. Интерпретация видео осложняется иллюзией реально происходящих событий, выгодно смонтированных для усиления убедительности ролика.

Кейс «Цифровой лидер» (Ксения Собчак) представлен событиями 2017 года, в ходе которых партия «Гражданская инициатива» выдвинула Ксению Анатольевну Собчак в качестве кандидата в президенты РФ на выборах 18 марта 2018 г.

Условия актуализации данного цифрового лидера основываются на функционировании данного цифрового лидера в онлайн-пространстве. Российский политик, телеведущая и радиоведущая, журналистка,

общественный деятель, актриса, 18 октября 2017 года в ролике¹, размещенном в Instagram*, впоследствии ставшем вирусным, К. Собчак объявила о намерении баллотироваться на пост президента РФ. По общему мнению, она стала самым неожиданным игроком на политической арене России, заняв четвертое место на выборах президента РФ из 8 представленных кандидатов в президенты, набрав 1,68% голосов избирателей.

Ситуативность как условие актуализации цифрового лидера трансформировало неполитического субъекта в политический субъект. Дискурсивность нашла отражение в колоссальной популярности контента, размещаемого данным цифровым лидером – посты К. Собчак собрали сотни комментариев и достаточно длительный срок функционировали в информационно-новостном поле. Примечательным стало то, что онлайн-деятельность К. Собчак сопровождалась высокой активностью хейтеров. Так, всего за пару часов после объявления о намерении К. Собчак баллотироваться на пост президента РФ интернет наводнили мемы и пародии. По данным кампании Brand Analytics, в марте 2018 года К. Собчак вошла в «Топ-20 медиаперсон», обсуждаемых в социальных медиа (рейтинг составляется на основании анализа более, чем 6 000 0000 русскоязычных сообщений в социальных медиа). В своей предвыборной кампании К. Собчак использовала офлайн- и онлайн-пространство, и ей удалось добиться высокого для новичка результата на политической арене России.

Горизонтальность и нелинейность как условие актуализации цифрового лидера проявляются в том, что предвыборная кампания К. Собчак в интернет-пространстве базировалась на четырех социальных платформах: Instagram*, «ВКонтакте», Facebook*, «Одноклассники». Российская часть онлайн-пространства, в отличие от западноевропейской, является более сложной системой, поскольку является неоднородной с точки зрения социальных

¹ Ксения Собчак. Личная страница в социальной сети Инстаграм*. URL: https://www.instagram.com/xenia_sobchak/. (дата обращения: 15.10.2022)

платформ, и в дискуссионном политическом ядре отсутствуют чёткие кластеры. Это означает, что потенциальные избиратели разного социального уровня и половозрастных характеристик могут иметь аккаунт и использовать любую из доступных на территории РФ социальных платформ.

Как показал лингводискурсивный анализ, в ходе ведения предвыборной кампании на четырех платформах социальных сетей К. Собчак использовала методом кросс-постинга. Охарактеризуем каждую платформу и выявим центр информационного притяжения в данной предвыборной кампании.

На платформе Instagram* у К. Собчак¹ – 6315 публикаций, 5,6 миллионов подписчиков, 1285 подписок; первый пост опубликован 3 февраля 2012 г.; 18 октября 2017 г. опубликовано видео с подписью «Срочная новость – все сюда: www.sobchakprotivvseh.ru, в котором сообщалось, что К.А. Собчак баллотируется на пост президента РФ. Видео набрало 1 980 485 просмотров (на 22.04.2018 г.). В период с 18 октября 2017 г. по 19 марта 2018 г. опубликовано 359 новости, и 64 – после 19 марта 2018 г. (на 22.04.2018), что показывает продолжающуюся активность на базе данной социальной платформы.

На платформе Facebook* – 147142 подписчика, 23 подписки². В период с 21 октября 2017 г. по 19 марта 2018 г. в новостной хронике – 342 новости и после 19 марта (на 22.04.2018) – 103. В соответствии с технологией кросс-постинга 143 новости, размещенные на платформе, дублировали записи из Instagram*. Контент данных новостей содержал призыв подключиться к дискуссии на Youtube.com: «Дискуссия «К чему приводит несменяемость власти?» началась. Подключайтесь!». Данная социальная платформа использовалась, в том числе для взаимодействия с электоратом, находящимся за пределами РФ.

¹ Ксения Собчак. Личная страница в социальной сети Инстаграм*. URL: https://www.instagram.com/xenia_sobchak/ (дата обращения: 15.10.2022).

² Ксения Собчак. Личная страница в социальной сети Фейсбук. URL: <https://ru-ru.facebook.com/kandidatprotivvseh> (дата обращения: 15.10.2022).

На платформе «ВКонтакте»¹ – 38 883 подписчика, 239 друзей, 389 фотографий, 80 видеозаписей. Всего на странице 242 записи; первая запись опубликована 11 ноября 2017 г. почти через месяц после официального обнародования решения кандидата баллотироваться в президенты; а последняя – 19 марта 2018 г., контент которой составило отношение к выборам 18 марта 2018 г. и подведение итогов проделанной работы. Последнее посещение страницы – 23 марта 2018 г.

На платформе «Одноклассники»² 12763 подписчика, 519 фотографий, 2 видео. Всего в ленте 132 активности, из которых 104 – заметки. Первая запись опубликована 13 ноября 2017 г., последняя – 19 марта 2018 г., контентом которой также было отражение отношения к выборам 18 марта 2018 г. и подведение итогов проделанной работы. Последнее посещение страницы – 15 апреля 2018 г. (на 22.04.2018).

Instagram* превалирует в предвыборной кампании данного цифрового лидера по степени семантической наполненности политически значимым контентом. Это дает основания говорить, что Instagram* был центром информационного притяжения в предвыборной кампании К. Собчак и источником политически значимого контента.

Проанализировав контент, сформированный в ходе реализации предвыборной кампании К. Собчак в различных социальных медиа, мы можем сделать вывод о том, что стилистика не менялась в зависимости от платформы. В производстве политически значимого контента кампания К. Собчак, была ориентирована на ключевые события предвыборной кампании, а не потребителя. Такими событиями стали: «Новость о решении баллотироваться», «Завершение предвыборной кампании», «День тишины», «Выступления на федеральных телевизионных каналах».

¹ Ксения Собчак. Личная страница в социальной сети «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/sobchak>. (дата обращения: 15.10.2022)

² Ксения Собчак. Личная страница в социальной сети «Одноклассники». URL: <https://ok.ru/sobchak>. (дата обращения: 15.10.2022)

Опишем процесс формирования политического контента, связанного с этими событиями:

а) Анализ события «Новость о решении баллотироваться». Своё первое видеопослание К. Собчак начинает с риторического вопроса «Зачем ходить на выборы?». Использование безличных конструкции является генерализацией и проявлением индифферентности. «Многие предлагают бойкотировать эти выборы» – «многие» является субъективным доводом К. Собчак, поскольку никаких фактов она в подтверждение своих слов не приводит, однако является эффективным способом заставить аудиторию считать, что действительно таковых людей существует много. Местоимение «эти» призвано продемонстрировать негативное отношение к выборам и вызвать неодобрение слушателя к вопросу о выборах вообще.

Использование безличных конструкций продолжается до середины монолога. Во второй части появляются вводные конструкции, которые также используются в качестве аргументации: «Действительно, можно просто никуда не пойти». На данном этапе происходит резкое усложнение синтаксических конструкций: «Если те кандидаты, которые есть, нам надоели, а других, настоящих, всё равно не пускают?». Данное предложение, во-первых, выделяется по структуре среди более лаконичных, представляя собой сложное предложение с подчинительной и сочинительной видами связи; во-вторых, одно из придаточных предложений является неопределённо-личным (в безличных, употребляющихся в первой части монолога, Ксения Собчак проявляла отстраненность от происходящего). Дается ссылка на неких «них», что создает ощущение общности мнений отправителя и получателя контента в отношении того, кто такие «они». Структурная компликация призвана «затормозить» внимание слушателей: мозг получателя сообщения адаптировался к «простому» стилю речи и не способен полностью осознать смысл сложного предложения, но выхватывает одно единственное слово – «надоели», выделенное интонационно. Лексическая единица «надоели» выделяется и тем, что входит в разговорный пласт лексики, тем самым резко

контрастирует со всем контекстом обращения. В результате внимание акцентируется на двух аспектах: «они» и «надоели», тем самым имплицитно формируется то отношение к выборам, которое было уже заложено местоимением «эти» в примере выше. Затем происходит переход к определённо-личным предложениям: «Но если вы не пойдёте, то как понять, что вам не всё равно? Как понять, что именно вы против? Как сделать так, чтобы ваш голос был услышан?». Лексический и синтаксический повторы, падежные формы местоимения «вы», «как понять», «как»? – это призыв к действию, непосредственно обращенный к самому слушателю.

б) Анализ события «Выступления на федеральных телевизионных каналах». К. Собчак критикует «казённый» язык других кандидатов, отражающий безразличие, хотя сама активно использует безличные сложные грамматические и синтаксические конструкции. Сравнивает формат дебатов с «цирком»: «Их устраивает этот цирк». Данная саркастическая метафора носит провокационный характер и призвана вызвать негативную реакцию у читателя. К. Собчак условно разделяет других кандидатов на две категории – мужчины и оппоненты. Описывая инциденте с Владимиром Жириновским, она пишет: «...снова никто из мужчин и коллег-оппонентов не вступился, не то, что за женщину, а просто против хамства и нарушения регламента»). По её мнению, как мужчины они должны были за неё вступить, а как коллеги-оппоненты – сообщить о нарушении регламента. Данное разделение создаёт своего рода общественный конфликт между тем, что стоит делать мужчине и что стоит делать коллеге, и тем самым отвлекает внимание пользователя от выборов, переводя тему на гендерно-личностный аспект.

в) Анализ события «Завершение предвыборной кампании». После оглашения результатов выборов К. Собчак разместила пост на всех четырёх социальных платформах, которые использовала для ведения предвыборной кампании. Статичный характер текста данного сообщения (подавляющее число имен существительный по сравнению с глаголами) указывает на стремление уже не побудить к действию, а довести необходимую

информацию. Размещение данного контента преследовало следующие цели: подчеркнуть грамотность и высокий уровень образования К. Собчак (использование сложных предложений, причастных и деепричастных оборотов – «...миллион человек, поддержавших наши ценности», «власть, обеспечившая себе...») и её политическую осведомлённость; обозначить целеустремленность (использование инфинитивных конструкций – «...увидеть как можно больше людей...», «...понять и попытаться решить их проблемы...», «...вернуть в федеральную повестку вопросы...»), конкретные цели её будущих движений (повтор личного местоимения «я»); и дать понять, что результаты выборов её отнюдь не расстроили. Синтаксические и лексические повторы («...несмотря на унижение...», «...несмотря на противодействие...», «...каждый оппозиционер...», «каждый несогласный с властью...») способствуют закреплению выдвигаемых утверждений в сознании реципиента.

Анализ деятельности К. Собчак показывает, что как цифровой лидер она основывала свою предвыборную кампанию на целенаправленном формировании политического контента в Интернет-пространстве. Возможностью подключения к политическому процессу в контексте проблемного потока явились приближающиеся президентские выборы 2018 года; в контексте потока политики – принадлежность к политическому обществу и элите; в контексте политического потока – организованные политические интересы и общественные настроения. Политическое окно не открылось, и в результате актуализации данному цифровому лидеру не удалось войти в политический процесс.

Анализ кейса «Цифровые лидеры» показывает, что в результате реализации сетевых практик цифровым лидером как новым субъектом публичной политики конструируется модель успешного позиционирования на сетевых платформах. Опубличивание личного контента медийной персоной конструирует образ «я как все», тем самым создавая видимость причастности к обществу и очеловечиванию цифровой личности. Подобного рода контент

является феноменом транслирования личного через публичное, тем самым стирая границы между двумя парадигмами.

Анализ кейса «Гражданские журналисты» осуществляется на основе рассмотрения деятельности Юрия Дудя*** и Ксении Собчак¹.

Формат альтернативных медиа, получивший широкое распространение с развитием Интернета и новых цифровых технологий, подразумевает деятельность непрофессиональных или «народных» авторов. Размещение контента происходит на платформах, не имеющих прямого отношения к официальной журналистике в классическом понимании. Гражданская журналистика основывается на том, что обычные граждане принимают активное участие в процессе сбора, анализа и распространении информации. Помимо этого, форма подачи личного мнения гражданских журналистов как акторов, проводящих независимые расследования вызывает доверие пользователей и формирует заданное восприятие политических событий, приводящее к социально-политическим действиям в офлайн.

Согласно рейтингу ТОП-20 каналов в YouTube за июль 2020 года по версии компании «Медиалогия»², одним из самых популярных каналов является «вДудь» (имеющий почти 8 миллионов подписчиков и набирающий до 32 миллионов просмотров)³, владельцем которого является топовый журналист и блогер Юрий Дудь***. Канал «вДудь» характеризуется наличием завуалированным политическим контекстом в публикуемом материале. Латентный политический контекст влияет на формирование политических взглядов, казалось бы, у совершенно аполитичных пользователей, которым импонирует развлекательный контент.

¹ Юрий Дудь***. URL: https://www.youtube.com/channel/UCMCgOm8GZkHp8zJ617_hIuA. (дата обращения: 15.10.2022); Ксения Собчак. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCvQXaJTjA3jRucTKN4CGiwg>. (дата обращения: 15.10.2022)

² Медиалогия. ТОП-20 каналов в YouTube – июль 2020. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/socmedia/youtube/7639/> (дата обращения: 15.10.2022).

³ Юрий Дудь***. URL: https://www.youtube.com/channel/UCMCgOm8GZkHp8zJ617_hIuA. (дата обращения: 15.10.2022)

Основное условие актуализации гражданского журналиста, видеоблогера Юрия Дудя*** как нового субъекта публичной политики – форма подачи контента (онлайн), которая выстраивается посредством авторского канала «вДудь» на платформе YouTube, основной контент которого составляют интервью с известными личностями из различных сфер деятельности. По состоянию на сентябрь 2021 года канал имеет более 9 млн подписчиков и более 1,5 млрд просмотров. Ещё одним форматом представления социально-политического контента является создание документальных фильмов, таких как трёхчасовая картина о Кремниевой долине («Как устроена IT-столица мира»), выпущенная в 2020 году и собравшая 37 млн просмотров. Документальный фильм-расследование «Беслан», выпущенный в 2019 году и собравший 23 млн просмотров¹.

Основное условие актуализации гражданского журналиста Ксении Собчак как нового субъекта публичной политики – форма подачи контента (онлайн), которая строится посредством авторского канала на YouTube под названием «Осторожно: Собчак», на котором публикуются интервью, специальные проекты и новостной контент. Такими специальными проектами является документальный фильм «Клюквенная падь», выпущенный в 2020 году и собравший 2,7 млн просмотров; документальный фильм «Скопинский маньяк», вышедший в 2021 году и набравший 6,7 млн просмотров; документальный фильм «Тату: 20 лет спустя», вышедший в 2021 году и собравший 5,2 млн просмотров за 6 дней².

Горизонтальность и нелинейность распространения контента по правилам сетевого устройства Интернета и в соответствии с правилами таргетированности обеспечивает гражданским журналистам приток большого количества заинтересованных зрителей, которые участвуют в

¹ Юрий Дудь***. URL: https://www.youtube.com/channel/UCMCgOm8GZkHp8zJ617_hIuA. (дата обращения: 15.10.2022); Ксения Собчак. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCvQXaJTjA3jRucTKN4CGiwg>. (дата обращения: 15.10.2022)

² Ксения Собчак. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCvQXaJTjA3jRucTKN4CGiwg>. (дата обращения: 15.10.2022)

конструировании дискурса вокруг возникшей повестки, сформированной гражданскими журналистами. Контент, который публикуют новые субъекты публичной политики, конструируется в рамках ситуативности и проблемности для того, чтобы быть в фокусе внимания и завоёвывать популярность у аудитории.

Возможностями подключения к политическому процессу гражданских журналистов в контексте проблемного потока выступают значимые события, посредством тиражирования созданного контента гражданскими журналистами, конструирование независимой позиции образов известных личностей, в том числе и политических; поток политики характеризуется конструированием политическими обществами и элитами дискурса, в контексте которого гражданские журналисты могут освещать события; политический поток включает в себе общественные настроения и организованные политические интересы, связанные с тиражированием мнений в разделе комментариев к публикуемому контенту.

Политическое окно не открывается для реального включения гражданских журналистов в официальный политический процесс в силу отсутствия легитимизации деятельности гражданских журналистов в политическом аппарате.

Результатом актуализации гражданских журналистов является попытка вхождения в политический процесс посредством тиражирования общественно-значимой повестки. Повестку, которую закладывают подобные проекты, тиражируют последователи и сторонники, среди которых обычные пользователи социальных сетей, блогеры, онлайн-СМИ. Посредством кросспостинга другие субъекты публичной политики обмениваются мнениями и политическими взглядами на публикуемый контент, что циркулирует в сетевых платформах, формируя отношение и последствия, выраженные в социальных действиях за пределами онлайн-пространства. Так, после просмотра фильма о Кремниевой долине, которая находится за рубежом, на просторах онлайн-пространства была создана аналогичная платформа

Mesto – русскоязычное сообщество стартаперов, на базе которой происходит коллаборация участников и обмен идеями. Эта практика формирует рабочие группы, которые создают инновационные, социальные, политические продукты деятельности в онлайн-среде, которые впоследствии монетизируются в реальной жизни.

Кейс «Блогеры» (Андрей Рудой, Максим Кац***, Михаил Светов***)¹ описывает процесс конструирования политического дискурса блогерами как новыми субъектами публичной политики. Модель конструирования политического дискурса блогерами строится в контексте видеоформата на популярном видеохостинге YouTube. Политическая повестка косвенно или напрямую формируется лидерами мнений, создающими видеоконтент на популярном видеохостинге YouTube. Лидеры мнений формируют и транслируют политическую повестку, применяя разную модель поведения и конструирования видеоролика: формат интервью (Юрий Дудь***, Ксения Собчак), развлекательный юмористический формат представления политического контента (Данила Поперечный, Михаил Печерский, Алексей Псковитин), формат одиночного обозревателя – «говорящая голова» (Андрей Рудой, Максим Кац***), смешанный формат, содержащий в себе несколько моделей подачи контента (Михаил Светов***).

Условиями актуализации блогеров как новых субъектов публичной политики является онлайн-пространство. Дискурсивность проявляется в конструировании контента, который вызывает общественный резонанс и усиливает гражданскую активность. Ситуативность и проблемность обеспечивает блогерам тиражирование контента в контексте существующей парадигмы. Горизонтальность и нелинейность основывается на кроссплатформенном размещении контента для определённой аудитории.

¹ Андрей Рудой. URL: https://www.youtube.com/channel/UCQ_LYRUJzBfh-mvU14xCNMw. (дата обращения: 15.10.2022); Максим Кац. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCUGfDbfRIx51kJGGHIFo8Rw>. (дата обращения: 15.10.2022); Михаил Светов***. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCWjEiMNZv4g3P9BWbrtMjyA>. (дата обращения: 15.10.2022)

Например, на видеохостинге размещается видео, а в социальных сетях пост на эту же тематику.

Возможностями подключения блогеров к политическому процессу в контексте проблемного потока выступают значимые события и новостная повестка посредством тиражирования созданного контента; поток политики характеризуется конструированием политическими обществами и элитами дискурса, в контексте которого блогеры создают контент; политический поток отражает общественные настроения и организованные политические интересы, связанные с тиражированием мнений в разделе комментариев к публикуемому контенту.

Политическое окно не открывается для реального включения блогеров в официальный политический процесс в силу отсутствия легитимизации деятельности блогеров в политическом аппарате.

Результатом актуализации блогеров является попытка вхождения в политический процесс посредством тиражирования общественно-значимой повестки и дискурса.

В результате сетевых практик блогеров как новых субъектов публичной политики происходит тиражирование политических процессов пользовательскими сообществами, привлечение внимания общественности и популяризация политической парадигмы плюрализма мнений по поводу определенного события. Это вызывает интерес у гражданского общества и способствует проявлению гражданской активности в онлайн-пространстве и офлайн-пространстве. Формируется прецедент конструирования социально-политических взглядов в контексте заданной лидерами мнений проблематики. Политика «моды» на тиражируемые в онлайн-пространстве сюжеты формирует пользовательскую активность конструктивным или деструктивным последствием, что создает альтернативные социально-политические позиции.

Кейс «Онлайн-СМИ» (Медуза***, Lenta.ru***, Дождь***) описывает особенности функционирования онлайн-СМИ¹. «Онлайн-СМИ» являются новым субъектом публичной политики, завоеывая рейтинг доверия у пользовательского сообщества в онлайн-пространстве и за его пределами. Альтернативные медиа тиражируют новостную повестку, не подчиняясь официальным СМИ. События лета 2019 года, связанные с массовыми задержаниями журналистов, студентов, освещавших политическую повестку, подтверждают высокий уровень влияния, которым могут обладать онлайн-СМИ как новый субъект публичной политики. Одним из ярких представителей этих событий стал журналист новостного интернет-портала «Медуза***» Иван Голунов². Его задержание вызвало широкий общественный резонанс, а совокупность действий в его поддержку в онлайн-пространстве под лозунгом «Я/мы Иван Голунов» транспонировались в конкретные протестные акции в офлайн-формате.

Условием актуализации онлайн-СМИ как новых субъектов публичной политики является онлайн-пространство. Дискурсивность проявляется в конструировании контента, который вызывает общественный резонанс и гражданскую активность и отличается от позиции официальных СМИ. Ситуативность и проблемность обеспечивает онлайн-СМИ тиражирование контента в контексте существующей парадигмы. Горизонтальность и нелинейность основывается на особенностях сетевой передачи контента и отсутствием постоянной официальной структуры размещения и содержания новостного контента.

Возможностями подключения к политическому процессу онлайн-СМИ в контексте проблемного потока выступают значимые события, чрезвычайные происшествия, несправедливое отношение; поток политики характеризуется конструированием политическими обществами и элитами дискурса, в

¹ Meduza***. URL: <https://meduza.io/>. (дата обращения: 15.10.2022); Lenta.ru*** URL: <https://lenta.ru/>. (дата обращения: 31.01.2022); Дождь*** URL: <https://tvrain.ru/>. (дата обращения: 31.01.2022)

² Иван Голунов. URL: https://www.instagram.com/lind_lindberg/. (дата обращения: 31.01.2022)

контексте которого онлайн-СМИ могут освещать события; политический поток отражает общественные настроения и организованные политические интересы, связанные с тиражированием мнений в разделе комментариев к публикуемому контенту.

Политическое окно не открывается для реального включения онлайн-СМИ в официальный политический процесс в силу отсутствия легитимизации деятельности онлайн-СМИ в государственном аппарате.

Результатом актуализации онлайн-СМИ является попытка вхождения в политический процесс посредством тиражирования общественно значимой повестки.

Три ведущих издания договорились о том, что у них выйдут первые полосы с одинаковым принтом. Бриф обложки выглядел как несколько абзацев сильного эмоционального текста. Дизайн сосредоточил в себе микросмыслы, усиливающие ощущение единства, солидарности и желания бороться за свободу. Символ протестных акций подхватили онлайн-сообщества по всей России, ведущие паблики которых меняли главный аватар на сконструированный дизайнерами макет.

Подведем итог реализации подобной практики: действия, совершённые в реальной жизни, привели к онлайн-взаимодействию, что вылилось в протестные акции в офлайн. Действия, которые произошли в контексте скандала, вызвавшего общественный резонанс, были вызваны уже новыми субъектами публичной политики – блогерами, гражданскими журналистами, обычными пользователями социальных сетей, которые освещали события в реальном времени, массово высказывая отношение к сложившейся ситуации. Таким образом коллаборация гражданских журналистов и поддержка онлайн-СМИ привела к конструктивным последствиям – оправданию обвинённого журналиста.

Новости в парадигме «фейковых новостей», которые имеют негативный подтекст, распространяются гораздо быстрее и эффективнее позитивных. Если электорат кандидата с точки зрения структурного сетевого анализа образует

безмасштабную сеть, то политический контент, потребляемый потенциальными избирателями, формируется и трансформируется исключительно хабами данной сети.

Публичная политика в онлайн-пространстве конструирует имидж политика в цифровом пространстве, что отражается на привлечении к личности сторонников за пределами онлайн-пространства. Интернет-пространство посредством социальных медиа опережающим образом отражает события, т. е. пользователи Интернета очень активно обсуждают различного рода события, которые еще не произошли, но с определенной вероятностью могут произойти и, как следствие, являются прогнозируемыми и управляемыми процессами¹.

Отличительными чертами новых субъектов публичной политики являются: таргетированность тиражируемого контента; ориентированность на взаимодействие с неофициальными источниками информации; упор на визуализацию личности в социальных медиа, не всегда соответствующей реальности, но которой импонируют выбранные группы избирателей.

Конструируемые новые субъекты публичной политики формируют образ в глазах пользовательского сообщества, который выходит за пределы онлайн-пространства, создавая как деструктивный, так и конструктивный имидж. Поведение новых субъектов публичной политики должно отвечать этическим и эстетическим нормам конструирования контента, поскольку это может повлиять на деятельность политических субъектов как в онлайн-пространстве, так и в реальной жизни офлайн.

Подводя итог параграфа, следует подчеркнуть, что на базе модели актуализации новых субъектов публичной политики в политический процесс мы рассмотрели процесс формирования и функционирования новых

¹ Keneshloo Y., Cadena J., Korkmaz G. and N. Ramakrishnan, Detecting and Forecasting Domestic Political Crises: A Graph-based Approach, Proceedings of the 2014, ACM Conference on Web Science, New York, USA, pp 192–196, 2014.

субъектов, а также особенности закрепления новых субъектов публичной политики как акторов политического процесса в российском пространстве.

Новыми субъектами публичной политики в российской системе являются сетевые движения (Putin Team), цифровые лидеры (Алексей Навальный**, Ксения Собчак), гражданские журналисты, (Юрий Дудь***, Ксения Собчак), блогеры (Андрей Рудой, Максим Кац***, Михаил Светов***), онлайн-СМИ (Meduza)***. В российской практике нет сетевых партий, что обусловлено отсутствием легитимации участия сетевой партии в российском политическом процессе.

Условия актуализации новых субъектов публичной политики показали, что онлайн-кампания и онлайн-деятельность больше не является обычным дополнением к физической кампании и деятельности офлайн. Дискурс в онлайн-пространстве определяет повестку и вектор действий в реальном политическом процессе.

Сравнивая актуализацию новых субъектов в российском и зарубежном пространстве, можно выделить ряд схожих и отличительных особенностей.

Схожими чертами субъектности можно назвать условия актуализации новых субъектов публичной политики. В российской и зарубежной практике новые субъекты публичной политики образуются в онлайн-пространстве в условиях социально-политической дискурсивности, проблемности, ситуативности, с горизонтальным и нелинейным распространением актуализации. Схожими являются возможности включения в политический процесс, основанный на трех потоках: проблемном, политическом и потоке политики.

Основополагающий фактор, определяющий наличие отличительных черт между зарубежной практикой и российской, является более ранняя актуализация новых субъектов публичной политикой за рубежом, связанная с долгой практикой использования онлайн-пространства как площадки развития публичной политики. В российской практике произошло более позднее признание новых субъектов как акторов политического процесса.

Отличительной особенностью зарубежных субъектов является масштабность их актуализации и деятельности, что проявляется в тиражировании дискурса за пределами одной страны.

Российская политическая система характеризуется присутствием более персонифицированных субъектов, основанных на узнаваемости личности, а не самой специфике политического движения и способах его формирования.

В российской практике нет прямого участия новых субъектов в практике конструирования и принятия управленческих решений в силу недавнего возникновения и признания новых субъектов публичной политики. В частности, гражданская журналистика в большей степени основана на аудиовизуальном контенте, в сравнении с традиционным текстовым форматом представления данных. Онлайн-СМИ, блогеры и гражданские журналисты отличаются между собой способом позиционирования и целями, которую преследуют.

2.3 Проблемы и перспективы развития новых и гибридных субъектов публичной политики в условиях сетевого общества

В данном параграфе будут отражены практики трансформации новых и традиционных субъектов публичной политики и процесс формирования гибридных субъектов публичной политики, которые конструируются путём интеграции традиционных и новых субъектов публичной политики. Мы рассмотрим перспективы развития новых и гибридных субъектов публичной политики и определим основные вызовы и угрозы функционирования данных субъектов в условиях сетевого общества.

Изменение среды, связанной с условиями и практиками цифровизации социально-политической сферы, позволяют нам наблюдать изменения общества и общественных отношений и прогнозировать тенденции в восприятии политических практик.

Развитие информационно-коммуникационных технологий привело к формированию сетевого общества, в котором основу составляют различные социальные онлайн-сети и сетевые сообщества. Эта среда повлияла на образование новых субъектов публичной политики, где в условиях сетевого общества меняются основания актуализации субъектов публичной политики, позволяющие субъектам сетевых коммуникаций войти в политический процесс.

Информационно-коммуникационные технологии, породившие сетевые площадки (Facebook*, «ВКонтакте», Twitter, «Одноклассники» и др.), и общий процесс глобализации привели к трансформации условных границ, языковых, иерархических, территориальных. Это, в свою очередь, привело к комбинированному стилю управления, пришедшему на смену вертикальному и горизонтальному, что породило инновационные социальные практики (такие как краудсорсинг), привело к трансформации публичной сферы (появление краудсорсинговых проектов в онлайн-среде) и обусловило тенденцию заменять понятие расстояния, понятием времени и относительности доступности субъектов деятельности (доступность онлайн).

Всемирная пандемия внесла коррективы во все сферы общественной жизни, в том числе и политическую. Вынужденные обстоятельства, проявившиеся в социальном дистанцировании, локализовали традиционные технологии ведения политических кампаний и практики гражданского участия в политической жизни государства. Очевидно, что помимо других факторов, эти изменения привели к трансформации традиционных и новых субъектов в гибридных субъектов публичной политики.

Социальные сети из досуговой и развлекательной площадки превратились в средство коммуникации и канала получения информации. Развитие технологических составляющих Интернета (онлайн-пространства) приводит к усложнению форм представления информации. Визуализация в определении и потреблении потока информации становится неотъемлемой частью современного информационного общества и формирует контент

онлайн-пространства наравне с текстовым и звуковым. Как следствие, всё большую популярность набирают различные видеохостинги – онлайн-платформы, предназначенные для хранения, распространения, конвертации информации в видео.

Глобальный постоянно обновляющийся поток информации породил инновационные модели её восприятия, а именно, так называемое «клиповое мышление», характеризующееся фрагментированным и фрагментарным восприятием действительности. Этот термин актуализировался в контексте медиа-активизма, поскольку именно эта среда спродуцировала мозаичное (или фрагментарное) восприятия информации. В онлайн-пространстве информация представлена короткими текстовыми сообщениями (длина твита ограничена 140 знаками) и видеороликами, средняя длина которых составляет от 1 до 5 минут¹, с целью повысить скорость обработки получаемой информации и скорость её фильтрации в условиях информационного перенасыщения. Однако в данном случае есть вероятность возникновения вынужденно оперируемого восприятия информационного потока, что, в свою очередь, может привести к потере способности обработки семиотических структур произвольной сложности.

Сущность медиа-активизма базируется на логическом выстраивании взаимодействующих между собой элементов онлайн-среды, следствием чего будет являться определённый общественный отклик. Причём онлайн-пространство будет выступать своего рода установочной площадкой для развития и реализации медиа-активизма, а следствием представляется результат этой деятельности, который может выйти за рамки онлайн-среды. Особенностью этого явления будет выступать стирание географических границ и благодаря определённым технологическим составляющим – неконтролируемое распространение контента с огромной скоростью. Это

¹ Гнедаш А.А., Рябченко Н.А. Конструктивные и деструктивные социально-политические практики в online-пространстве современной России: «фейлы», «кейсы», «механики» // Человек. Сообщество. Управление. Краснодар: КубГУ. 2014. № 2.

позволяет прогнозировать особенности развития цифровой политической среды и трансформацию новых субъектов публичной политики.

Разработанная модель актуализации новых субъектов публичной политики позволяет говорить о том, что новые субъекты, пройдя основания актуализации могут оставаться новыми субъектами публичной политики или могут перейти в разряд традиционных, если продолжат использовать характеристики, свойственные новым субъектам. Мы называем их гибридными субъектами публичной политики. То есть они возникли как новый политический субъект, затем, попадая в политический процесс, встраиваясь в этот процесс, они становятся традиционными субъектами, но полностью они не могут стать традиционными, потому что они продолжают использовать технологии и опыт функционирования новых политических субъектов.

Условием гибридности мы определяем практику, при которой новый субъект обретает статус традиционного субъекта. В статусе традиционного субъекта он продолжает использовать технологии, свойственные новым субъектам, такие как опыт взаимодействия, обратная связь, реакция на общественное мнение. Иными словами, происходит трансформация традиционных субъектов публичной политики, применяющих технологии, свойственные новым субъектам публичной политики, и трансформация новых субъектов публичной политики, которые, войдя в политический процесс, стали гибридными субъектами, используя статус традиционного политического субъекта (президент, политическая партия), но при этом применяя технологии, техники, опыт, свойственные новым субъектам публичной политики.

Рассмотрим вариации в развитии новых политических субъектов, при которых новые субъекты публичной политики могут оставаться таковыми или могут стать традиционными и, впоследствии, гибридными, при условии применения технологий, свойственных новым субъектам публичной политики, но функционируя с позиции традиционного.

Рассмотрим путь гибридизации, трансформацию нового субъекта публичной политики в традиционного, на примере политического лидера США Д. Трампа.

Новый субъект публичной политики, кандидат в президенты 2015–2016 года Д. Трамп, с приобретением статуса традиционного субъекта- президента США перестает быть новым субъектом и становится традиционным субъектом публичной политики. По статусу Д. Трамп является традиционным субъектом публичной политики, но использует технологии, свойственные новым субъектам публичной политики. С момента вступления в должность, Д. Трамп становится гибридным субъектом публичной политики.

В предвыборной кампании Д. Трампа 2015–2016 гг. одной из главных технологий завоевания поддержки электората явилось позиционирование – трансляция деятельности и положительного образа в социальных сетях. Это являлось одним из главных условий, которое позволило кандидату войти в политический процесс. Те же технологии, используемые в первой кампании, он пытался применить и в предвыборной кампании 2019–2020 гг.

Актуализация гибридного субъекта публичной политики, использующего технологии и условия актуализации, свойственные новым субъектам публичной политики в статусе традиционного, произошла, однако политическое окно не открылось и гибридный политический субъект не смог войти в политический процесс.

Рассмотрим путь гибридизации, при котором произошла трансформация традиционных субъектов публичной политики под влиянием технологий и условий, используемых новыми субъектами публичной политики, на примере политических партий Сингапура, политического лидера Франции и политического лидера России.

Примером трансформации традиционных субъектов является цифровизация политического процесса политических партий в Сингапуре. Действия традиционных политических субъектов, направленные на то, чтобы повлиять на общественное мнение на неофициальных и неформальных

платформах новых-СМИ, иллюстрируют, как свобода слова и выражение мнений поддерживается, все больше поощряется и принимается во внимание в сингапурской системе представительной демократии. Мы рассмотрим процесс цифровизации традиционных политических субъектов и их последующую трансформацию в сетевые партии как гибридного субъекта публичной политики.

В период пандемии социальные сети становятся новой площадкой взаимодействия и конструирования общественного дискурса в рамках выборов в Сингапуре, в процессе которых большинство оппозиционных партий стремились привлечь больше избирателей, продуцируя свой контент в Facebook*, Instagram* и Twitter, и используя возможность вести прямые видеотрансляции на таких платформах, как YouTube и Zoom.

Политические партии традиционно полагались на массовые митинги, чтобы поднять электорат и заручиться поддержкой. Однако на этот раз ввиду ограничений на большие собрания в контексте превентивных мер по распространению Covid-19 завоевание поддержки электората происходило в основном в цифровой сфере. Некоторые наблюдатели утверждали, что интернет-кампания принесла пользу оппозиционным партиям, поскольку позволила быстро, доступно и широко поднять свой авторитет.

Проведем анализ деятельности кампаний политических партий Сингапура в Интернете в контексте цифровизации на примере: «Партии Народного Действия» (ПНД), «Рабочей партии» (WP), партии «Прогресс Сингапур» и «Демократической партии Сингапура».

Сетевая партия «Партия Народного Действия» Сингапура в социальных онлайн-сетях активно использует онлайн-платформы для привлечения избирателей и продвижения идейной стратегии и конструируемого политического дискурса. Формируются массовые цифровые митинги, сопровождаемые как средствами поддержки деятельности политиков, так и высмеивания некоторого неумелого цифрового поведения оппонентов. Одна из важнейших черт сетевых партий – центральная роль цифровых

инструментов, которые могут быть использованы традиционными субъектами для общения, информирования и агитации. Для сетевых партий характерна более широкая цель, для которой используются цифровые инструменты, а именно: обеспечение функционирования демократических и инклюзивных процедур совместного принятия решений, интеграция коллективного разума членов партии и граждан в организацию. Цифровые инструменты облегчают не только внешние, но внутренние горизонтальные коммуникационные процессы в сочетании с механизмами усиления внутривнутрипартийных практик, демократии и коллективного принятия решений.

В период избирательной кампании «Партия Народного Действия» (ПНД) проводила ежедневные ток-шоу. Эти шоу, которые транслировались на Facebook*, были посвящены таким политическим вопросам, как рабочие места, улучшение государственного жилья и поддержка уязвимых слоев населения. Кандидаты от ПНД рассказали о проблемах, с которыми сталкиваются сингапурцы в этих областях, и о том, как партия работает, чтобы помочь им. Премьер-министр Ли Сянь Лун, генеральный секретарь партии, провел свой фирменный митинг в Интернете в обеденное время. Различные команды ПНД также проводили электронные митинги, на которых они подробно рассказывали избирателям о планах партии на будущее. Также были в Интернете размещены видеоклипы вступительных речей новых кандидатов на пресс-конференциях. ПНД активизировала свою деятельность в социальных сетях, разместив видеоролики, объясняющие позицию партии по ключевым вопросам политики. План партии сосредоточен на борьбе с распространением коронавируса и решении экономических последствий, вызванных пандемией. Во время кампании министры также публикуют больше обновлений о своей деятельности на местах. В совокупности посты собрали тысячи лайков.

Нужно понимать особенность, в контексте которой, при увеличении доступности политических акторов в Интернет-среде, увеличивается и прицел внимания, конструирующий имидж кандидатов и партий, как в

конструктивном аспекте, так и в деструктивном. Здесь стоит обратить внимание на грамматические ошибки заместителя премьер-министра Хенг Су Китса во время выступления, которые тиражировались и осуждались общественностью, что привело к появлению мемов, высмеивающих самого премьер-министра и его комментарии. Хенг широко известен как преемник ПНД, нынешнего премьер-министра Ли Сянь Луна.

«Рабочая партия» (WP). Перед Днем номинации WP выпустила немой тизер, в котором впервые были представлены некоторые из новых кандидатов партии. Почти каждый вечер, партия проводила ток-шоу под названием Hammer Show. В эпизодах шоу обсуждались такие вопросы, как проблемы молодежи, поддержка пожилых людей, а также политические предложения WP по таким вопросам экономической устойчивости. WP также выпустила видеоролики с участием кандидатов в непринужденной обстановке. Вышел ролик, в котором бывший глава WP Лоу Тиа Кханг выступает с речью на митинге в Теочью. Через несколько минут после роспуска парламента в июне, «Рабочая партия», основная оппозиционная сила, разместила видео, в котором представлены 12 кандидатов, которых она намеревается выставить в предстоящих опросах. Видео, демонстрирующее кандидатов, улыбающихся в камеру и воодушевленных звучащей музыкой, на сегодняшний день собрало 210 000 просмотров.

Тан Ченг Бок, глава партии «Прогресс Сингапур» (PSP), завоевал немало подписчиков в Instagram*, приложив усилия, чтобы выучить и использовать сленговые термины, любимые миллениалами. Он также предложил подписчикам присылать ему контент, которым он затем поделился на своей странице в Instagram*. В дополнение к электронным митингам и ток-шоу с участием своих кандидатов PSP выпустила видеоролики, в которых критиковались такие вопросы, как политика Сингапура в области занятости, в том числе пародия с использованием диалекта. Тан Ченг Бок, 80-летний лидер партии «Прогресс Сингапур», стал сенсацией после того, как попытался использовать молодёжный сленг, обращаясь к прессе во время прогулки. Тан

активно публиковал контент в Instagram, в том числе видео, показывающее, как он печатает одним пальцем, чтобы общаться с более молодыми избирателями.

«Демократическая партия Сингапура» (SDP) приняла участие в сессиях AskMeAnything на Интернет-форуме Reddit, где участники ответили на вопросы, заданные им пользователями сети. В их число вошли вопросы о «Законе о защите от лжи и манипулирования в Интернете», а также о том, почему SDP предложила ввести налог на прирост капитала. В дополнение к онлайн-митингам партия публиковала видео, которые отражали критику СДП со стороны ППА. Глава партии Чи Сун Хуан также регулярно транслировал свои прогулки в Facebook* Live¹.

Другие оппозиционные партии, такие как «Голос народа», «Партия национальной солидарности», Red Dot United, «Партия народной власти» и «Партия реформ» проводили электронные митинги или заседания в Facebook Live, на которых кандидаты подробно рассказывали о своих планах по решению местных проблем и реформированию национальной политики.

Цифровое поведение на выборах в Сингапуре продемонстрировало, что онлайн-кампания больше не является дополнением к физической кампании. Дискурс в онлайн-пространстве определяет повестку и вектор действий в офлайн. Современные обстоятельства, проявившиеся в вынужденном социальном дистанцировании, локализовали традиционные технологии ведения кампании, а электронные кампании и онлайн-митинги выступали реальными инструментами коммуникации с электоратом.

Цифровой активизм трансформируется в реальные социальные действия, конструирование политического дискурса и повестки за пределами онлайн-пространства.

¹ Singapore GE2020: Lessons learnt from Singapore's first true Internet election. URL: <https://www.straitstimes.com/politics/lessons-learnt-from-singapores-first-true-internet-election> (дата обращения: 15.10.2022).

Политические партии обращаются к онлайн-платформам для привлечения избирателей, продвижения идейной стратегии и формируемого ими политического дискурса. Организовываются массовые цифровые митинги, сопровождаемые как средствами поддержки к деятельности политиков, так и высмеивания неумелого цифрового поведения. На смену традиционным политическим технологиям в реальной жизни приходит Интернет с цифровыми политическими технологиями, отражающимися в воздействии «мемов» и «троллинга» на конструирование имиджа политиков. Эпоха социального дистанцирования, вызванная коронавирусом, вынудила политические партии Сингапура строить кампанию и провоцировать социальные действия в онлайн-пространстве в преддверии общенациональных выборов менее чем за неделю.

Результат реализации сетевых практик показывает, что по сравнению с предыдущими выборами партии применяют более экспериментальный подход, чтобы поддерживать интерес людей и удовлетворять их потребности. Политические партии обращаются к онлайн-платформам, чтобы привлечь избирателей и продвигать свою политику по важнейшим вопросам в Интернете – социальные сети быстро превращаются в ключевую опору в стратегиях кампании. Сдвиг происходит, когда политики сталкиваются с ограничениями общественного здравоохранения на избирательную деятельность, поскольку остров всё еще борется с распространением опасной вирусной инфекции. Ситуация обуславливает отмену физических митингов, обычно проводимых на открытом воздухе на стадионах, которые иногда привлекают десятки тысяч избирателей. Социальные сети предоставили партиям возможность получить больший доступ к избирателям, многие из которых хорошо разбираются в цифровых технологиях и более активно участвуют в политической жизни.

В октябре 2020 года Сингапур принял закон о фейковых новостях, который уполномочивал правительство издавать приказы об исправлениях и обязывал платформы социальных сетей ограничивать доступ к заведомо

ложному веб-контенту. Несмотря на то, что официальные лица заявили, что закон необходим для предотвращения распространения ошибочной информации в Интернете, это вызвало критику со стороны оппозиции и Facebook* в виду опасений, что это создаст прецедент для подавления свободы слова. Эта практика показывает обостренное внимание государства к этическим вопросам информационных потоков.

Рассмотрим ещё одну практику трансформации традиционного субъекта публичной политики под влиянием технологий и условий, используемых новыми субъектами публичной политики (Франция, Ален Жюппе). Примером трансформации традиционного субъекта публичной политики в онлайн-пространстве является ситуация, связанная с Аленом Жюппе, кандидатом на праймериз 2016 – 2017 г. во Франции, чья репутация пострадала в ходе конструирования дискурса в онлайн-пространстве¹.

Ален Жюппе – традиционный политический субъект, который под воздействием условий актуализации и технологий новых субъектов трансформируется в цифрового лидера как гибридного субъекта публичной политики.

Условия актуализации цифрового лидера – контекст события (выборы) и дискурса; информационные потоки распространяются горизонтально и нелинейно; деятельность сконцентрирована в онлайн-пространстве. Конструкция дискурсивного поля на фоне информационного шума, выступающая совокупностью социально-политического взаимодействия формируется как ответный механизм «социального сообщества на действительность или реальность: информация начинает обсуждаться, цитироваться, тиражироваться, трансформироваться благодаря обогащению, личностным оценкам, мнениям»². Хештег #alijuppé как сконструированный

¹ «Ali Juppé»: comment la fachosphère s'est infiltrée dans la primaire de la droite. URL: http://www.francetvinfo.fr/politique/lesrepublicains/primaire-de-la-droite/ali-juppe-comment-la-fachospheres-est-infiltre-dans-la-primaire-de-la-droite_1934839.html (дата обращения: 15.10.2022).

² Рябченко Н.А., Малышева О.П. Трансформация социально-политической коммуникации: структурно-реляционный анализ феномена fake news. Материалы IX международной социологической

образ союзника исламистов создал информационный шум в онлайн-пространстве вокруг личности политика.

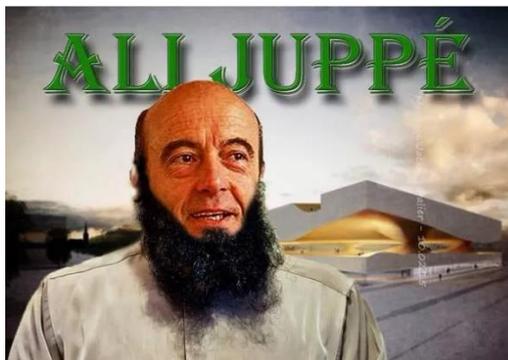


Рисунок 4 – Образ Алена Жюппе в Интернете

В политическом потоке сформировались негативные общественные настроения, идущие вразрез с политическими интересами цифрового лидера. Политическое окно не открылось из-за возникших барьеров, связанных с негативным имиджем политического субъекта.

Непрекращающийся фоновый шум стал причиной отказа политика, за которым закрепилось прозвище «Али Жюппе», баллотироваться на пост президента.¹ Информационная атака, суть которой – обвинения в причастности к радикальному исламу, выступила оружием и разрушительным элементом в конструировании имиджа. Основным полем битвы стало онлайн-пространство, в котором в рамках дискурсивного поля «запечатался» созданный образ, поскольку следы и связи в онлайн-пространстве сложно контролировать и нивелировать.

Результат актуализации – попытка вхождения в политический процесс в качестве традиционного субъекта публичной политики. В результате действий в онлайн-пространстве произошло образование гибридного субъекта

Грушинской конференции «Социальная инженерия: как социология меняет мир», 20—21 марта 2019 г. / отв. ред. А. В. Кулешова. М. : АО ВЦИОМ, 2019. С. 46-52.

¹ Рябченко Н.А., Малышева О.П. Трансформация социально-политической коммуникации: структурно-реляционный анализ феномена fake news. Материалы IX международной социологической Грушинской конференции «Социальная инженерия: как социология меняет мир», 20—21 марта 2019 г. / отв. ред. А. В. Кулешова. М. : АО ВЦИОМ, 2019. С. 46-52.

публичной политики – цифрового лидера, негативный образ которого повлиял на невозможность существования реального субъекта как традиционного лидера. Мы выявили, что актуализация политической субъектности была обусловлена особенностями цифровизации и конструирования политического имиджа цифрового субъекта, что негативно отразилось на деятельности традиционного субъекта.

Трансформация традиционного субъекта в гибридного субъекта публичной политики на примере российской политической системы показана на примере деятельности Сарданы Авксентьевой, бывшего мэра г. Якутск и нынешнего депутата Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации VIII созыва.

9 сентября 2018 года Сардана Владимировна Авксентьева была избрана главой городского округа Якутск, набрав 39,98% голосов избирателей. В первый год работы на посту для экономии бюджетных средств она выставила на торги служебные автомобили чиновников, отказала в финансировании из бюджета дорогостоящих мероприятий (например, постановки балета и показа шуб), урезала расходы на информационную деятельность, на внешние и общественные связи, на прием делегаций и командировки. Политические решения Сарданы стали тиражироваться в социальных сетях, что вызвало общественный резонанс и принесло популярность мэру Якутска, как справедливого руководителя не только в глазах региональной общественности, но и на просторах онлайн-пространства. В 2018 году мэр Якутска уволила начальника муниципального казенного учреждения «Управление делами» Максима Артемьева, который заключил два контракта на сумму более 1 млн руб. для обслуживания банкетов мэра. Это событие также подкреплялось постом в социальной сети Instagram*. Реакция общественности выражалась в позитивных комментариях под публикациями мэра, популярные паблики тиражировали и обсуждали действия политика.

В ноябре 2020 года политик инициировала продажу здания мэрии. Также госпожа Авксентьева заявила о необходимости перевести часть сотрудников

городской администрации на постоянную удалёнку. Тогда же она сообщила об отказе чиновников от служебных машин и переходе на такси. Ещё одним обсуждаемым решением Авксентьевой стало распоряжение не тратить 800 тыс рублей на приглашение мехового модельера Ирины Крутиковой в рамках ежегодного фестиваля «Зима начинается с Якутии», а направить средства на закупку воздухоочистителей для начальных классов городских школ.

Деятельность Сарданы Авксентьевой привлекла к себе внимание пользователей соцсетей после того, как она пообещала в своём Instagram* продать внедорожники мэрии Якутска. После её избрания пользователи стали внимательно следить за действиями нового мэра, о которых она активно сообщает в своём профиле. В данный момент Сардана Авксентьева Депутат Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации VIII созыва с 2021 года. Заместитель руководителя фракции партии «Новые люди» с 11 октября 2021 года. Она активно ведет страницу в Instagram*, по данным на февраль 2022 года на неё подписаны 235 тыс пользователей¹.

Результат сетевых практик цифрового лидера как гибридного субъекта публичной политики проявляется в актуализации деятельности в офлайн-пространстве позиционированием в онлайн-пространстве, что конструирует позитивный образ цифрового лидера.

В результате реализации сетевых практик конструируемые гибридные субъекты публичной политики формируют образ в глазах пользовательского сообщества, который выходит за пределы онлайн-пространства, создавая как деструктивный, так и конструктивный имидж. Подчеркнем важность функционирования гибридных субъектов публичной политики согласно этическим и эстетическим нормам конструирования контента, поскольку это может повлиять на деятельность политических субъектов как в онлайн-пространстве, так и в реальной жизни.

¹ Сардана Авксентьева. URL: <https://www.instagram.com/sardanaavksentieva/>. (дата обращения: 15.10.2022)

В рамках актуализации новых и гибридных субъектов публичной политики в Интернет-пространстве мы говорим о возможных проблемах, связанных с ответственностью действий. Любое действие в онлайн-среде приводит к ответственности в офлайн, и здесь можно столкнуться с проблемами по выработке ощущения ответственности за размещение различного рода контента.

Одним из векторов развития публичной политики в цифровом поле будет выстраивание особенностей цифровой политической культуры: эпохи цензуры, цифровой этики и политической этики. Эпоха пост-правды и фейковых новостей накладывает ответственность как на публикуемый контент, так и на распространяемый, что влечёт за собой последствия на законодательном уровне.

Еще одним вектором перспективы развития публичной политики в условиях сетевого общества в эпоху бестекстового формата информационных потоков является потребление аудиовизуального контента и построение коммуникации, в формате которой взаимодействие с новым электоратом будет выстраиваться в контексте видеоконтента, что трансформирует публичную политику в цифровом восприятии. Привычный формат представления новостного контента «заголовок-текст-картинка» может замениться видеоформатом транслирующим события в реальной и неприукрашенной перспективе, где опубликование действия выражается в доверительном формате, поскольку видео создает впечатление увиденного своими глазами, что априори гарантирует достоверность потребляемой информации. Это дает возможность субъекту политического процесса анализировать произошедшие события в контексте реальности, которая отражается в подробной версии произошедших событий, косвенно делающих индивида участником этих событий и создающих ощущение участия. В эпоху размывания фактической информации и направление таких потоков в удобное для заинтересованных сторон русло, возможность анализа событий вызывает ощущение доверия к увиденному, продуцирует заинтересованность и обеспечивает включённость

в политические процессы. Здесь стоит отметить, что ветка комментариев, разворачивающаяся под видеороликом, конструирует политический дискурс, содержанием которого возможно управлять в контексте направления дискуссии в нужное направление, тем самым регулируя потоки суждений и отношение к происходящим процессам.

Вместе с тем развитие публичной политики в онлайн-пространстве возможно в контексте асинхронного мультимодального дискурса. Под асинхронным мультимодальным дискурсом понимается сочетание различных форматов представления одной и той же информации (видеоролик, пост в социальных сетях, публикация на сайте) на разных площадках коммуникации в течение определённого временного промежутка. Информация тиражируется, обсуждается, создавая своего рода «непрерывную среду» или информационный вакуум¹. Асинхронный мультимодальный дискурс, конструирующий асинхронное мультимодальное поле, состоит из постоянно трансформирующегося политического контента, который накапливаясь в онлайн-пространстве создает потенциал, проявляющийся в дальнейшем в социально-политическом действии, выходящим за пределы онлайн-пространства.

В контексте развития цифровой политической среды мы говорим о значимости размещения контента в различных социальных сетях и особенностях построения органами государственной власти контент-плана, что будет отражаться в особенностях выработки политических решений и возникновения социальных действий в онлайн-пространстве, переходящих в офлайн, как практики функционирования новых субъектов публичной политики. Размещение контента может основываться на таргетированности в сообществах, в контексте размещения информации под инфоповодом. Здесь

¹ Рябченко Н.А., Катермина В.В., Гнедаш А.А., Вульфович Б.Г. Региональный политический дискурс: теоретическая модель, методология исследования и практики управления политическим контентом в online-пространстве субъектов РФ. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnyy-politicheskiy-diskurs-teoreticheskaya-model-metodologiya-issledovaniya-i-praktiki-upravleniya-politicheskim-kontentom-v>. (дата обращения: 15.10.2022)

важно понимать специфику аудитории, на которую планируется опираться в выстраивании публичной политики. Конструирование цифровой публичной политики в контексте размещения контента строится на формировании позитивного образа субъекта политического процесса в поисковой системе, поиск и анализ местного пользователя и создание личного брендинга. Создание контент-плана предполагает поиск и формирование контента, создание собственного контента и подборку контента. Веб-аналитика и анализ социально-экономического состояния, анализ информационного окружения, анализ местных СМИ. Оформление профилей в социальных платформах и построение особенностей ведения страниц на онлайн- платформах в контексте специфики работы каждой платформы в отдельности.

Важное значение для актуализации новых субъектов публичной политики будет иметь формирование политического капитала, использование мессенджеров органами государственной власти и учёт тонкостей работы с репутацией.

Рассмотрим особенности публикации политического контента в различных социальных сетях с целью управления цифровым субъектом на примере функционирования социальной сети. Отметим, что опасно сосредотачивать всю коммуникационную активность в социальных сетях: ими охвачены далеко не все граждане страны, нужно обеспечивать присутствие и на других площадках.

В контексте успешного позиционирования государственных структур в социальных сетях выделим пять особенностей:

а) Важность подбора достойной команды. В рамках этой особенности важно уделять время усовершенствованию медийных компетенций сотрудников пресс-службы, где вариантом является найм СММ-специалистов или, при наличии бюджета, обращение к сторонним экспертам.

б) Анализ популярности и выявление особенностей тиражируемости контента социальной сети в конкретно взятом регионе. Самая популярная социальная сеть в России – «ВКонтакте», но в каждом регионе есть свои

предпочтения. Например, в северокавказском федеральном округе популярна социальная сеть Instagram*, что означает, что сообщения «ВКонтакте» не будут тиражироваться.

в) Отказ от пресс-релизов предполагает возможность публикации информации на сайте или в местной газете. В социальных сетях пользователи гораздо лучше поймут простое и понятное сообщение, что может обеспечить гораздо больший отклик.

г) Отражение искренности и человечности в постах, в которых используются тривиальные и примитивные конструкции, позволяет повысить рейтинг доверия населения, в сравнении с сухими административными сообщениями.

д) Всестороннее освещение текущей ситуации. Важно уделять внимание не только позитивному контенту, но затрагивать и тиражировать контент, освещающий проблемные ситуации.

Работа цифровой публичной политики может строиться на работе с местными активистами, лидерами мнений, репутационными игроками. Общественные проекты могут возвысить узнаваемость политического субъекта, что повлечёт за собой более вовлечённые социальные группы, социальное действие которых будет распространяться за пределы онлайн-пространства.

Политический капитал раскрывается в узнаваемости политического субъекта и обеспечении сторонниками, для чего проводится анализ местных сообществ в социальных платформах. Одним из способов построения политического капитала является конструирование вирусного контента как инструмента привлечения сторонников.

Рассмотрим основные принципы конструирования вирусного контента: во-первых, ориентация на массовую аудиторию, исходя из особенностей её потребностей; во-вторых, обильное размещение контента и наблюдение за реакцией аудитории, в результате чего с большим успехом точно будут ролики, которые получают качественную обратную связь и общественный

резонанс (хайп); в-третьих, взаимодействие с аудиторией, как следствие, предложение этой аудитории самой сконструировать вирусный ролик; в-четвёртых, обеспечение агрессивной и навязчивой рекламы, целью которой является формирование предпочтений потребителя на базе календарной повестки, где следствием будет привязка контента к событиям.

Тонкости работы с репутацией в социальных сетях (репутационный менеджмент) заключаются в работе с веткой комментариев, которые конструируют политический дискурс и формируют отношение и восприятие некоторых происходящих процессов. В этом контексте важно правильно строить вектор работы с каждым комментарием, направляя дискурс в контекст, который является наиболее выгодным. Здесь важно работать как с позитивными комментариями, закрепляя их с помощью настроек, что позволит пользователям, просматривающим ленту сразу видеть нужный комментарий.

Особенности работы с репутацией в профиле политического субъекта в социальных основываются на следующих факторах:

- топ положительных комментариев, демонстрация большого количества лайков, сервисы по накрутке лайков. Здесь работа происходит с наиболее подходящими в конструктивной тематике комментариями, где выделяются самые «нужные» для позиционирования качества проделанной работы в рамках поддержания имиджа. Эти комментарии пользователей с помощью большого количества лайков автоматически становятся заметнее для других пользователей;

- агенты поддержки в социальных сетях: построение искусственных веток комментариев, направление беседы в нужное русло, привлечение новых пользователей. Работа строится на привлечении 2-3 отдельных пользователей, работающих под другими аккаунтами, обязательно создающих ощущение реального, суть деятельности которых будет состоять в построении дискурса

не напрямую, а с помощью манипулятивных технологий для вбрасывания нужной тематики;

– кодекс этики заключается в соблюдении общепринятых норм и правил поведения в сетевом взаимодействии, при котором классические инструменты СММ-маркетинга не являются эффективными. Например, намеренные пунктуационные и грамматические ошибки в постах для подогрева активности в ветках комментариев и искусственного повышения охватов и популяризации аккаунта. Например, особенностью поста министра образования Мурманской области Анны Головиной, который был опубликован на её личной странице в социальной сети Instagram, явилось то, что он содержал достаточное количество пунктуационных и грамматических ошибок для того, чтобы вызвать общественный резонанс и бурную критику в ветке комментариев под публикацией. Данная подача информации тем более, что это было сделано министром образования и науки, оценивалась пользователями как как неприемлемая. Информация об этом инциденте стала тиражироваться в других социальных сетях в форме «мема»-картинки, высмеивающего женщину-политика. Среди авторов комментариев были и те, кто пришёл проверить достоверность информации о казусной ситуации из других онлайн-платформ, на которых была растиражирована информация. Общественное давление вынудило политика написать оправдательный пост, в котором министр извинилась перед аудиторией и оправдалась техническим направлением своего образования. Эта ситуация показывает, что подобная модель поведения враждебно воспринимается общественностью и ставит под сомнение компетентность деятельности политика;

– критические отзывы о деятельности власти – запрещённая модель поведения. Здесь необходимо работать с выгодными кейсами, тиражируя и транслируя удачные примеры работы с гражданами, создавая позитивный контент для мотивации подписчиков к конкретным действиям.

Подводя итог параграфа, можно спрогнозировать потенциальные проблемы и перспективы развития новых субъектов публичной политики в условиях сетевого общества.

Коллаборация традиционных и новых субъектов публичной политики приводит к образованию гибридных субъектов публичной политики. Неполитический субъект прошёл основания актуализации субъектности, стал новым субъектом публичной политики и вошёл в политический процесс. В дальнейшем он развивается в двух направлениях. Как новый субъект он остается вне политического процесса или, если он вовлечен в политический процесс (участвует в предвыборной кампании, имеет институциональную принадлежность), занимает статус и развивается как традиционный политический субъект, например, использует все виды СМИ, без выделения онлайн- или офлайн-практик. Другое направление развития предполагает, что субъект публичной политики в статусе традиционного субъекта продолжает работать как новый политический субъект: основным полем его деятельности остаётся онлайн-пространство, через которое он постоянно конвертирует свой политический капитал, выполняя функции традиционного политического субъекта. Иными словами, он начинает функционировать в статусе традиционного политического лидера, но используя технологии, механизмы взаимодействия, обратной связи, работы с общественным мнением, целевой аудиторией, применяемые новыми политическими субъектами. Эти два направления являются условиями формирования гибридных субъектов, то есть: «вошел как новый политический субъект – занял статус традиционного – продолжает работать как новый» или «вошёл как традиционный – использует практики новых субъектов публичной политики».

Первый путь гибридизации традиционных и новых субъектов публичной политики предусматривает проявление функциональных особенностей субъекта как гибридного (функции новых в статусе традиционного). Второй путь гибридизации предполагает, что субъект уже находится в политическом окне, участвует в политических процессах, но при

этом начинает работать как новый политический субъект. Это два пути слияния новых субъектов со своим статусом традиционного и традиционных политических субъектов – с технологиями новых.

В контексте перспектив функционирования новых и гибридных субъектов публичной политики мы говорим об особенностях политических практик в онлайн-пространстве, которые строятся на специфике действий, выстраиваемых в Интернете: размещение контента и особенность построения контент-плана в различных социальных сетях; особенность решения проблемы и социальное действие из онлайн в офлайн; грамотное использование политического капитала; использование мессенджеров; тонкости работы с репутацией; построение политической этики и использование видеоконтента.

Особенности формирования социально-политического контента в контексте цифровых и информационно-коммуникационных технологий являются причиной конструирования новой политической культуры граждан, особенностями становления которой являются: получение политических знаний через свободный доступ к информации; трансформация знаний в убеждения; формирование политической ориентации политических и неполитических субъектов; реализация субъектной ориентации в политической культуре. В этой поэтапной трансляции и лоббировании социально-политического контента наблюдается не только направленная передача гражданам элементов политической культуры, но и преобразование некоторых элементов, которые в конечном счете способствуют формированию новой политической культуры.

Подведем итоги второй главы, которая посвящена анализу актуализации новых субъектов публичной политики на примере разных стран, в результате чего выявляются гибридные практики существования политических субъектов, сочетающих в себе новые и традиционные модели функционирования политических субъектов.

В первом параграфе представлены направления деятельности, в условиях которой происходит актуализация субъектов как новых акторов публичной политики в сетевом обществе в зарубежных странах. Актуализация новых субъектов публичной политики рассмотрена на примере деятельности гражданских журналистов, блогеров, цифровых лидеров, сетевых движений, сетевых партий и онлайн-СМИ. Делается вывод, что основой актуализации новых субъектов публичной политики зарубежом является онлайн пространство, нелинейность и горизонтальность связей, ситуативность и проблемность дискурса.

Во втором параграфе выделены особенности актуализации и функционирования новых субъектов публичной политики в современной России. Отличительными особенностями российской практики актуализации новых политических субъектов является более персонифицированная ориентация новых политических субъектов с меньшим охватом включённой аудитории, невозможность открытия политического окна для реального включения в официальный политический процесс в силу отсутствия легитимизации деятельности в политическом аппарате.

В третьем параграфе отражены практики трансформации новых и традиционных субъектов публичной политики и процесс формирования гибридных субъектов публичной политики, которые конструируются путём интеграции традиционных и новых субъектов публичной политики. Выявлены проблемы и перспективы функционирования новых политических субъектов, где одно из условий актуализации – онлайн-пространство, которое будет функционировать в контексте асинхронного мультимодального дискурса, сочетающего в себе различные особенности публикации политического контента.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Появление и усиление роли новых субъектов публичной политики обуславливает развитие сетевого общества и трансформирует публичную сферу, усиливая её конструктивные и деструктивные аспекты. Политическая актуализация субъектов публичной политики была бы невозможна без онлайн-пространства. Онлайн-среда трансформировалась из коммуникативного пространства в социально-политическое, в котором определяющее значение имеют цифровой имидж и социально-политические практики новых политических субъектов, которые определяют политический дискурс и последующую модель поведения, которая будет выражаться в дальнейших социальных действиях в офлайн-пространстве.

Концепция сетевого общества строится на распространении информационных потоков посредством узлов, соединённых между собой воображаемыми линиями (связями), а фундаментальные сферы действительности, в том числе и научные парадигмы, подвержены трансформации. Специфика публичной политики раскрывается в пространственном, информационно-дискурсивном, институциональном, управленческо-технологическом, социокультурном компонентах. Особенности Интернет-пространства в контексте его влияния на публичную политику проявляются в дихотомии аспектов личного и публичного, размывании границы онлайн- и офлайн-практик, изменения восприятия, навязываемого и желаемого, достоверной и ложной информации. Таким образом, политическая действительность требует упорядочивания публичных практик в онлайн-пространстве.

Глобализация и развитие информационно-коммуникационных технологий, породивших сетевые площадки социально-политического взаимодействия (Facebook*, «ВКонтакте», Twitter, «Одноклассники»), привели к трансформации условных границ – языковых, иерархических, территориальных. В свою очередь, это привело к комбинированному стилю

управления (на смену вертикальному приходит горизонтальный); породило инновационные социальные практики (такие как краудсорсинг); обусловило трансформацию публичной сферы (появление краудсорсинговых проектов в онлайн-среде); породило тенденцию замены понятия расстояния, понятием времени и относительности восприятия доступности субъектов деятельности (свойство быть онлайн).

Цифровая повестка, разворачивающаяся в онлайн-пространстве, конструирует политический дискурс, который влияет на формирование публичной политики. Само существование сетевого общества и изменения в этой среде, влияют на конструирование публичной политики и общественного дискурса.

Политический субъект рассматривается как коллективный (сообщество) и индивидуальный (личность) агент политического действия, классифицирующийся в соответствии с особенностями функционирования: традиционный субъект, новый субъект и гибридный субъект.

Стоит пояснить определение самой сущности понятия новый в контексте интерпретации субъектности. Новые субъекты являются новыми до тех пор, пока практика актуализации не будет носить системный характер. Новые субъекты публичной политики представлены не во всех странах, а это значит, что они будут являться новыми в конкретной стране, где такая практика существования субъектности не является обыденностью.

Возникновение новых субъектов публичной политики напрямую связано с появлением Интернет-пространства и миграцией политических практик в онлайн-среду, конструированием дискурса, который тиражируется как в онлайн, так и в офлайн-пространстве. Выборы, кризисы, чрезвычайные ситуации создают обстоятельства, при которых мобилизуется политическое действие и субъекты публичной политики переходят в активную фазу выстраивания социально-политических отношений и конкретных действий. Это влечёт за собой привлечение новых технологий публичного управления и ведения политической деятельности, в результате чего образуются новые и

гибридные субъекты публичной политики. Так, в период пандемии коронавируса социально-политическое взаимодействие переместилось в онлайн, что повлекло за собой трансформацию традиционных устоев: политические митинги, протесты и агитация массово перешли в дистанционный формат. Традиционные субъекты публичной политики, даже те, кто отрицал значение Интернета, были вынуждены применять цифровые технологии в политической деятельности, тем самым попадая в поле функционирования новых субъектов публичной политики. В рамках Интернет-пространства важно помнить об ответственности действий. Любое действие в онлайн-среде приводит к ответственности в офлайн. Здесь необходимо принимать меры по выработке ощущения ответственности за размещение различного рода контента.

В контексте исследования мы сконструировали модель актуализации новых субъектов публичной политики, которую наложили на практики актуализации новых субъектов публичной политики. В сетевом обществе выстраивается поле публичной политики, в котором образуются политические и неполитические субъекты и под влиянием условий актуализации (проблемность, горизонтальность, нелинейность, онлайн, ситуативность, дискурсивность) они трансформируются в новые политические субъекты публичной политики. Возникают возможности подключения к политическому процессу, основанные на трех потоках: проблемном потоке, политическом потоке и потоке политики, которые могут обособленно существовать друг от друга или сливаться в один. После чего возникает политическое окно, являющееся результатом политических практик, которое способствует вхождению новых субъектов в политический процесс. Однако под воздействием препятствий политическое окно может и не открыться, в этом случае новые субъекты публичной политики остаются на стадии потока, со временем ослабляют свои практики или исчезают.

Новыми субъектами публичной политики являются гражданские журналисты, блогеры, цифровые лидеры, сетевые партии, сетевые движения и

онлайн-СМИ. Мы также выявляем гибридных субъектов публичной политики. Гибридные субъекты публичной политики появляются в результате трансформации традиционных субъектов, которые начинают использовать практики новых субъектов публичной политики, и наоборот, когда новые субъекты переходят в традиционную субъектность, трансформируясь в гибридные субъекты публичной политики.

Благодаря совершенствованию технологических возможностей Интернета (онлайн-пространства) происходит усложнение способов и моделей представления информации. Публичная политика в онлайн-пространстве конструирует практики функционирования новых субъектов публичной политики в цифровом пространстве. Особенное внимание необходимо уделять вопросам цифрового позиционирования политических субъектов, поскольку репутация имиджа политических субъектов, сформированная в Интернет-пространстве, напрямую влияет на мнение и отношение общественности в реальной среде.

Проблемами развития новых субъектов публичной политики является отсутствие признания легитимности действий новых субъектов публичной политики на государственном уровне, а также расцвет эпохи пост-правды, в результате чего стираются границы между ложной и правдивой информацией, что влияет на уровень доверия общественности к новым субъектам публичной политики. В последствии пользователям в онлайн-пространстве будет сложно доверять информации, которую они получают, что приведёт к популяризации и усовершенствованию технологий манипулирования сознанием и общественным мнением.

Перспективы развития новых субъектов публичной политики будут ориентированы на построении цензуры и политической этики, где вопросам легитимности действий, совершенных в Интернет-пространстве, будет уделено пристальное внимание со стороны государственного аппарата. В будущем будет наблюдаться попытка государственной власти контролировать Интернет-пространство на законодательном уровне. Видеоформат

представления политической информации будет иметь большее значение в сравнении с текстовой информацией, что впоследствии трансформирует политическую культуру и политическое участие. Представление информации с помощью видеоконтента увеличивает доверие к потребляемой информации со стороны общественности, благодаря эффекту присутствия и «увиденного своими глазами».

Рекомендациями для органов власти по эффективному взаимодействию с новыми субъектами публичной политики в условиях сетевого общества будут:

1. Создание сетевых партий, как новых субъектов публичной политики, что приведёт к политической активности со стороны гражданского общества.

2. Взаимодействие с сетевыми площадками представления информации в онлайн-пространстве. Для каждой социальной сети предлагается разрабатывать разный информационный контент, с учётом возраста, социальных привычек и социального статуса.

3. Организация на государственном уровне образовательных платформ грамотного использования Интернет-пространства, как основной площадки возникновения новых субъектов публичной политики.

4. Проведение мер, направленных на борьбу с фейковыми новостями: популяризация официальных источников, усовершенствование законодательной базы, где легитимизируется несение ответственности должностными лицами за публикацию ложной информации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексей Навальный**. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCsAw3WynQJMm7tMy093y37A>. (дата обращения: 15.10.2022).
2. Андрей Рудой. [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/channel/UCQ_LYRUJzVfh-mvU14xCNMw. (дата обращения: 15.10.2022).
3. Ануфриев, Е. А. Субъективные основы и субъекты политики/ЯПолитология. Курс лекций. – М.: Изд-во Зерцало, – 1999.
4. Арендт, Х. *Vita activa*, или О деятельной жизни. СПб.: Алетейя, – 2000. – С. – 32-76.
5. Асмолов, А. Г. По ту сторону сознания: методологические проблемы неклассической психологии. М.: Смысл, – 2002. – 268 с.
6. Аствацатурова, М. А. Конструирование общественно-политического дискурса: концептуально-теоретический аспект / М. А. Аствацатурова, Д. С. Чекменев // Вестник Пятигорского государственного университета. – 2019. – № 3. – С. 155-159.
7. Баранов, А.В., Васюк, С.В. Политические технологии установления медиаповестки дня и фрейминга в Интернет-СМИ (на материалах воссоединения Крыма с Россией) // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. – 2019. – Т. 13, – № 2. – С. 47–56.
8. Баранов, Н. А. Российская политика: испытание публичностью // Публичная политика – 2012. Сб. статей / Под ред. М.Б. Горного и А. Ю. Сунгурова. СПб.: Норма, – 2013. – С. 32-38.
9. Беляева, Н. Ю. «Публичная политика» как термин, понятие и научная категория. [Электронный ресурс]. URL: https://www.civisbook.ru/files/File/Belyaeva_publ_pol_kak_termin.pdf. (дата обращения: 15.10.2022).

10. Бердник, Е. А. Сетевая культура как объект социологического анализа // SOCIOТТРОСТТР- Междисциплинарный сборник научных работ по социологии и социальной работе. – 2011. – № 1. – С. 51-55.
11. Бурдьё, П. Социальное пространство: поля и практики/ П. Бурдьё. – Санкт-Петербург, – 2005. – 255 с.
12. Вебер, М. Хозяйство и общество/ М. Вебер. – Беркли, – 1978. – С. 24-25.
13. Водолагин, А. Л. Гражданское общество и правовое государство. [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/487/675/1231/6.pdf> (дата обращения: 15.10.2022).
14. Волкова, А.В. Цифровая бдительность: этика сетевой коммуникации и пределы гражданского контроля // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. – 2019. – № 3 (29). – С. 59-64.
15. Володенков, С.В. Трансформация современных политических процессов в условиях цифровизации общества: ключевые сценарии // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – Т. 13. – № 2. – 2020. – С. 6–24.
16. Володенков, С. В., Артамонова Ю. Д. Информационные капсулы как структурный компонент современной политической интернет-коммуникации // Вестник Томского государственного университета Философия. Социология. Политология. – 2020. – № 53. – С. 28-34.
17. Вся власть блогерам: как медийные личности влияют на аудиторию социальных сетей. [Электронный ресурс]. URL: <https://netology.ru/blog/vliyanie-bloggerov-na-socseti>. (дата обращения: 15.10.2022).
18. Вся статистика интернета и соцсетей на 2021 год – цифры и тренды в мире и в России. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/>. (дата обращения: 15.10.2022).

19. Гвоздиков, Д. С. Под влиянием сети: антропологический подход к анализу формирования online-связей. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pod-vliyaniem-seti-antropologicheskiiy-podhod-k-analizu-formirovaniya-online-svyazey> (дата обращения: 15.10.2022).
20. Гегель, Г. Философия права. М., – 1990.
21. Глухова А.В., Кольба А.И., Соколов А.В. Политико-конфликтные взаимодействия городских сообществ: сетевые аспекты // Политическая наука. – 2021. – № 4. – С. 185-209.
22. Гнедаш, А. А., Рябченко Н. А. Эффективность политических медиа-проектов: механизмы формирования и анализа медиа-активизма в online-пространстве // Политическое проектирование в пространстве социальных коммуникаций. Материалы X Международной научной конференции. Ч. 1 / А. А. Гнедаш, Н. А. Рябченко. – Москва: ЛЕНАНД, – 2013. – С. 181-183.
23. Гнедаш, А. А., Рябченко Н. А. Конструктивные и деструктивные социально-политические практики в online-пространстве современной России: «фейлы», «кейсы», «механики» / А.А. Гнедаш, Н.А. Рябченко. – Человек. Сообщество. Управление. Краснодар: КубГУ. – 2014. – № 2. С. 56-60.
24. Гомеров, И. Н. Субъект как смысловое ядро политической субъектности. URL: [https://siu.ranepa.ru/nauka/zhurnal/stati/3\(3\)-51-62.pdf](https://siu.ranepa.ru/nauka/zhurnal/stati/3(3)-51-62.pdf) [Электронный ресурс]. (дата обращения: 15.10.2022).
25. Горный, М. Б. Вместо введения // Публичная политика: проблемы мягкой безопасности в Балтийском регионе / под ред. М. Б. Горного. СПб.: Норма, – 2004. – С. 52-147.
26. Гофман, И. Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. и вступ. статья А. Д. Ковалева – М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, – 2000. – 304 с.
27. Градосельская, Г. В. Сетевой анализ как метод исследования современных трансформаций // Социологические опыты. Сборник научных статей. Институт социологии РАН. Москва, – 2002. – С. 29-40.

28. Делёз, Ж., Гваттари, Ф. Что такое философия? Академический Проект, – 2009. – С. 51, 85, 71-98.
29. Делёз, Ж. Ризома // Философия эпохи постмодерна / Ж. Делёз, Ф. Гваттари. – Минск, – 1996. – 136 с.
30. Ди Маджио, П.Дж., Пауэлл, У.В. Новый взгляд на «железную клетку»: институциональный изоморфизм и коллективная рациональность в организационных полях (пер. с англ. Г.Б. Юдина). // Экономическая социология. – 2010. – Т. 11. – № 1. – С. 34-56.
31. Дождь. [Электронный ресурс]. URL: <https://tvrain.ru/> (дата обращения: 15.10.2022).
32. Дюверже, М. Политические партии/ Пер. с франц. Академический проект. – 2002. – 506 с.
33. Емелин, В. Ризома и Интернет [Электронный ресурс] / В. Емелин. – Электрон. дан.– Режим доступа: <http://emeline.narod.ru/rhizome.htm>. (дата обращения: 15.10.2022).
34. Епифанов, А. С. Партийная система современной России как инструмент воспроизводства основных компонентов политического режима // Экономические и социально-гуманитарные исследования. – 2015. – № 2 (6). – С. 126-132.
35. Ермилова, Т. В. Органы власти как субъекты публичной политики. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organy-vlasti-kak-subekty-publichnoy-politiki-1>. (дата обращения: 15.10.2022).
36. Ефанова, Е.В. Социальные медиа в американской публичной политике (на примере социальной сети Twitter) // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения. – 2020. – Т. 25. – № 3. – С. 172–179.
37. Ефанова, Е.В., Мельниченко Д.В. Социальные медиа как инструмент публичной политики в современной России // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2018. – Т. 18. – № 1. – С. 92–95.

38. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Русский язык, 2000.
39. Жаде, З. А., Ляшева, С. А. Новые тенденции в исследовании сетевой идентичности. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-tendentsii-v-issledovanii-setevoy-identichnosti>. (дата обращения: 15.10.2022).
40. Жежко, И. В. Гражданская журналистика как социальное действие: о роли новых медиа в общественном дискурсе США. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/grazhdanskaya-zhurnalistika-kak-sotsialnoe-deystvie-o-rol-i-novyh-media-v-obschestvennom-diskurse-ssha>. (дата обращения: 15.10.2022).
41. Жуков, А. В. Социальные сети как инструмент политической власти: влияние на международную безопасность: дисс. ... канд. полит. наук. – М. 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dissercat.com/content/sotsialnye-seti-kak-instrument-politicheskoi-vlasti-vliyanie-na-mezhdunarodnuyu-bezopasnost> (дата обращения: 15.10.2022).
42. Иван Голунов. [Электронный ресурс]. URL: https://www.instagram.com/lind_lindberg/. (дата обращения: 15.10.2022).
43. Иликова, Л. «Движение пяти звезд»: из блога в правительство Италии // Современная Европа. – 2019. – № 4. – С. 129–139.
44. Ильин, Е. П. Психология воли. СПб.: Питер, – 2000.
45. Ирина Шихман*** «А поговорить?». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCp2J7GRxQ36QLqW4ReLLt5g>. (дата обращения: 15.10.2022)
46. Ирхин, Ю. В. Сетевые подходы в политике и технология блокчейна. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevye-podhody-v-politike-i-tehnologiya-blokcheyna> (дата обращения: 15.10.2022).
47. Кант, И. Ответ на вопрос «Что такое Просвещение?» (1784) // Кант И. Сочинения в 6 т. М., – 1966. – Т.6. – С. 24-36.

48. Кант, И. Собр. Соч. в 6-ти томах. Т.6.
49. Кастельс, М. Власть коммуникации: учеб. пособие / М. Кастельс. – Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, – 2016. – 564 с.
50. Кастельс, М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс. – Москва, – 2004. – 155 с.
51. Кастельс, М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. Москва: Academia, – 1999. – С. 494–505.
52. Келли, К. Неизбежно. 12 технологических трендов, которые определяют наше будущее. М., – 2017. – С. 197-202.
53. Кёхлер, Г. Новые социальные медиа: шанс или препятствие для диалога? Лаборатория: пространства политической коммуникации // Полис. Политические исследования. – 2013. – № 4. – С. 75-87
54. Коллинз, Р. Четыре социологические традиции. – М.: Территория будущего, – 2009. – 317 с.
55. Колядин, А. М. Субъектность политического класса и его социальная значимость: Монография / Под общ. ред. В.П. Сальникова. Академия права, экономики и безопасности жизнедеятельности. – СПб.: Фонд Университет, – 2015. – 190 с.
56. Концепции и проблемы государственной политики и управления / Под ред. Л. В. Сморгунова. – М: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН). – 2006. – 384 с.
57. Коньков, А. Е. Цифровизация политики vs политика цифровизации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Международные отношения. – 2020. – Т. 13. – Вып. 1. – С. 47–6.
58. Коробейникова Л.А., Гиль А.Ю. Сетевые структуры в условиях глобализации // Известия Томского политехнического университета. – 2010. – Т. 316. – № 6. – С. 105–109.

59. Котелкин, А. И. Матрицы влияния. Теория и практика экономического управления / А. И. Котелкин, М. М. Мусин // Москва, – 2003. – 198 с.
60. Красин, Ю. А. Публичная сфера и публичная политика в российском измерении // Полития. – 2004. – № 3. – С. 5-23.
61. Краудсорсинг проекты правительства Москвы. [Электронный ресурс]. URL: <http://crowd.mos.ru/about/> (дата обращения: 15.10.2022).
62. Ксения Собчак. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCvQXaJTjA3jRucTKN4CGiwg>. (дата обращения: 15.10.2022).
63. Ксения Собчак. Личная страница в социальной сети Вконтакте. [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/sobchak>. (дата обращения: 15.10.2022).
64. Ксения Собчак. Личная страница в социальной сети Инстаграм*. [Электронный ресурс]. URL: https://www.instagram.com/xenia_sobchak/. (дата обращения: 15.10.2022).
65. Ксения Собчак. Личная страница в социальной сети Одноклассники. URL: <https://ok.ru/sobchak> (дата обращения: 15.10.2022).
66. Ксения Собчак. Личная страница в социальной сети Фейсбук. [Электронный ресурс]. URL: <https://ru-ru.facebook.com/kandidatprotivvseh> (дата обращения: 15.10.2022).
67. Кушнир, И. В. Гражданское право. [Электронный ресурс]. URL: <https://be5.biz/pravo/g029/11.html>. (дата обращения: 15.10.2022).
68. Лебон, Г. Психология народов и масс. [Электронный ресурс]. URL: <http://lib.ru/POLITOLOG/LEBON/psihologia.txt>. (дата обращения: 15.10.2022).
69. Левшенко, Ю. И. Политический дискурс в СМИ и легитимация власти в контексте социально-политических изменений // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2012. – № 3-1. – С. 111-115.

70. Леонтьев, А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Смысл; Академия, – 2004. – 33 с.
71. Лукьянова, Г.В., Мартыянов Д.С. Спонтанный вигилантизм и конфликтогенный потенциал повседневного интернет-дискурса // Конфликтология / nota bene. – 2022. – № 1. – С. 32–47.
72. Луман, Н. Реальность массмедиа/Пер с нем А. Ю. Антоновского М., – 2005. – 160 с.
73. Луман, Н. Невероятность коммуникации [Электронный ресурс] / Н. Луман // Социальная теория. – 2011. URL: http://lib.mdpu.org.ua/load/Sociology/Neveroatnost_kommunikacii_N. (дата обращения: 15.10.2022)
74. Маклюэн, Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. – Перевод с английского: В. Г. Николаев. – М., – 2003. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. [Электронный ресурс]. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/3528> (дата обращения: 15.10.2022).
75. Максим Кац***. [Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/channel/UCUGfDbfRIx51kJGGHIFo8Rw>. (дата обращения: 15.10.2022)
76. Малинова, О. Ю. Идеологический плюрализм и трансформация публичной сферы в постсоветской России. – Полис. Политические исследования. – 2007. – № 1. – С. 6-21.
77. Малов, Е. А. Феномен социальных сетей: акторно-сетевой контекст, теоретико-методологический анализ: дисс. ... канд. социолог. наук. – Новосибирск. 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.dissercat.com/content/fenomen-sotsialnykh-setei-aktorno-setevoi-kontekst-teoretiko-metodologicheskii-analiz>. (дата обращения: 15.10.2022)
78. Мартыянов, Д.С., Мартыянова, Н.А. Управляемость виртуальных сообществ: сравнительный анализ политизированных групп ВКонтакте // Журнал политических исследований. – 2019. – Т. 3. – № 3. – С. 79–93.

79. Материалы сайта «РИА НОВОСТИ» [Электронный ресурс]. URL: <http://ria.ru/multimedia/20150513/1064354784.html> (дата обращения: 15.10.2022).
80. Медиалогия. ТОП-20 каналов в YouTube - июль 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/socmedia/youtube/7639/> (дата обращения: 15.10.2022).
81. Медиапотребление в России – 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/technology-media-telecommunications/russian/media-consumption-russia-2020.pdf> (дата обращения: 15.10.2022)
82. Международный информационный центр InterNIC. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.internic.net/> (дата обращения: 15.10.2022).
83. Мирошниченко, И. В. Модернизационный потенциал краудсорсинга в современной публичной политике // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование / И.В. Мирошниченко. – 2011. – №6. – С. 35-42.
84. Мирошниченко, И. В. Сетевая публичная политика и управление: Монография. – М.: АРГАМАК-МЕДИА, – 2016. – 52 с.
85. Мирошниченко, И. В. Сетевой ландшафт российской публичной политики / И. В. Мирошниченко. – Краснодар: Просвещение-Юг, – 2013. – 52 с.
86. Михайлова О.В. Современное государственное управление в условиях виртуализации и расширения сетевого ландшафта публичной политики, Вестник Московского университета. Серия 21: Управление (государство и общество), №4. – 2019. – С. 23-39.
87. Михаил Светов***. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCWjEiMNZv4g3P9BWbrtMjyA>. (дата обращения: 15.10.2022).

88. Морозова, Е. В., Мирошниченко, И. В. Сетевые сообщества в условиях чрезвычайных ситуаций: новые возможности для граждан и для власти // Полис. – 2011. – №1. – С. 141-153.
89. Морозова, Е. В., Мирошниченко, И. В., Рябченко, Н. А. Гибридные политические институты: к проблеме типологизации. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gibridnye-politicheskie-instituty-k-probleme-tipologizatsii>. (дата обращения: 15.10.2022).
90. Морозова, Е. В. Гибридные субъекты публичной политики: антиистеблишментские партии // Вестник ВГУ. История. Политология. Социология. – 2014. – №4. – С. 32-38.
91. Мясников, О. П. Субъекты политики. // Соц.-полит, науки. 1993. №5.; Михеев В. А. Социальное партнерство и пути совершенствования публичной политики. Власть. – 2005. – № 7. – 14 с.
92. Назарчук, А. В. Сетевое общество и его философское осмысление // Вопросы философии / А. В. Назарчук. – 2008. – № 7. – С. 61-75.
93. Негров, Е.О. Роль и особенности молодежного политического онлайн-активизма в современной России // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. – 2021. – Т. 23. – № 1. – С. 18–30.
94. Никипорец-Такигава, Г. Ю. Интернетизация политического пространства на примере России: дисс. ... докт. полит. наук. – М. – 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dissercat.com/content/internetizatsiya-politicheskogo-prostranstva-na-primere-rossii>. (дата обращения: 15.10.2022)
95. Никовская, Л. И. Блогинг как стремительно растущий институт публичной политики в контексте формирующегося сетевого общества // Социально-политические исследования. – 2022. – № 4 (17). – С. 5–17.
96. Никовская, Л. И., Якимец, В. Н. О состоятельности институтов и субъектов муниципальной публичной политики (на примере Костромской и Ярославской областей) // Полис. Политические исследования. – 2021. – № 3. – С. 38–56.

97. Никовская, Л. И., Якимец, В. Н. Проблемы и приоритеты развития публичной политики в современной России // Власть. – 2015. – Том 21. – № 9. – С. 4-10.
98. Никовская, Л. И., Якимец, В. Н. Публичная политика в современной России: между корпоративно-бюрократическим и гражданско-модернизаторским выбором // Политика. – 2007. – № 1. – С. 30-51.
99. Новиков, Д. А. Сетевые структуры и организационные системы. М.: ИПУ РАН, – 2003.
100. Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики (пер. с англ. А.Н. Нестеренко). М.: Фонд экономической книги Начала. – 1997. – 180 с.
101. Об информации, информатизации и защите информации. Федеральный закон от 20 февраля 1995 г. N 24-ФЗ. URL: <https://base.garant.ru/10103678/>. (дата обращения: 15.10.2022).
102. О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей. Федеральный закон от 05.05.2014 N 97-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162586/. (дата обращения: 15.10.2022).
103. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. Москва: Азъ, 1996. – С. 560.
104. Органы власти как субъекты публичной политики. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organy-vlasti-kak-subekty-publichnoy-politiki-1> (дата обращения: 15.10.2022).
105. О мерах воздействия на лиц, причастных к нарушениям основополагающих прав и свобод человека, прав и свобод граждан

Российской Федерации. Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. № 481-ФЗ, дополнивший Федеральный закон от 28 декабря 2012 г. № 272-ФЗ.

106. Панарин, А. С. Субъект политический. // Новая философская энциклопедия: В 4 т. / Ин-т Философии РАН, Нац. общ.-научн. фонд. Ред. В.С.Степин, А. Гусейнов, Г.Ю. Семигин и др. М., – 2010.

107. Парсонс, Т. О структуре социального действия. – Москва: Академический Проект, 2000. – 880 с.

108. Растимешина, Т. В., Епифанов, А. С. Политические партии: основные подходы к определению понятия, природа и функции. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskie-partii-osnovnyue-podhody-k-opredeleniyu-ponyatiya-priroda-i-funktsii>. (дата обращения: 15.10.2022).

109. Политологический словарь. В двух частях. Ч. 2. М., – 1994. – 158 с.

110. Попова, О.В. Политическая онлайн-коммуникация молодежи российских мегаполисов // *Galactica Media: Journal of Media Studies*. – 2021. – Т. 3. – № 2. – С. 28–54.

111. Попова, О.В., Суслов С.И. Сетевой анализ политических интернет-сообществ: от формализованных к "ненаблюдаемым" группам // *Политическая наука*. – 2021. – № 1. – С. 160–182.

112. Пронкина, Е. С. Режимы публичности и приватности в социальных медиа // *Знание. Понимание. Умение*. М., – 2016. – №4. – С. 315-319.

113. Пушкарёва, Г.В. Идеи и ценности в политической картине современного человека. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/idei-i-tsennosti-v-politicheskoy-kartine-sovremennogo-cheloveka>. (дата обращения: 15.10.2022).

114. Распопова, С. С. Фейковые новости: Природа происхождения // *Вестник Челябинского государственного университета*. – №11. – 2017. – 49 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/feykovyue-novosti-priroda-proishozhdeniya> (дата обращения: 15.10.2022)

115. Риттер, М. Публичная сфера как идеал политической культуры // Граждане и власть: проблемы и подходы. – М., – 1998. – 174 с.
116. Роуз, Р. Достижение целей в квазисовременном обществе: социальные сети в России // Общественные науки и современность. – 2002. – № 3. – С. 23-38.
117. Рубинштейн, С. Л. Человек и мир // С.Л. Рубинштейн. Проблемы общей психологии. М.: Педагогика, – 1976.
118. Рябченко, Н. А. Институционализация публичной политики в online-пространстве современной России. Дис. канд. полит. наук. Рябченко Н. А., Краснодар, – 2012. – 191 с.
119. Рябченко, Н.А., Малышева, О.П. Трансформация социально-политической коммуникации: структурно-реляционный анализ феномена fake news. Материалы IX международной социологической Грушинской конференции «Социальная инженерия: как социология меняет мир», 20—21 марта 2019 г. / отв. ред. А. В. Кулешова. — М.: АО ВЦИОМ, – 2019. – С. 46-52.
120. Рябченко, Н. А., Мирошниченко, И. В. Институционализация публичной политики в online-пространстве современной России. Краснодар: Просвещение-Юг, – 2012. – С. 83-101.
121. Рябченко, Н. А. Online-социальные сети в публичной политике: «Семь мостов» Египта [Электронный ресурс] / Н.А. Рябченко. – Электрон. дан. URL: http://chsu.kubsu.ru/arhiv/2011_4/2011_4_Ryabchenko.pdf. (дата обращения: 15.10.2022).
122. Рябченко, Н. А., Катермина, В. В., Гнедаш, А. А, Вульфович, Б. Г. Региональный политический дискурс: теоретическая модель, методология исследования и практики управления политическим контентом в online-пространстве субъектов РФ. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnyy-politicheskiy-diskurs-teoreticheskaya-model-metodologiya-issledovaniya-i-praktiki-upravleniya-politicheskim-kontentom-v> (дата обращения: 15.10.2022)

123. Савенков, Р. В., Сотников, А. И. Стратегия и тактика действий региональных и муниципальных властей в период локальных акций общественного протеста (пример Воронежской области 2016– 2018 гг.). [Электронный ресурс]. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2019/vipusk__76._oktjabr_2019_g./pravovie_i_politicheskie_aspekti_upravlenija/savenkov_sotnikov.pdf. (дата обращения: 15.10.2022)

124. Самаркина, И. В. Политическая картина мира сообществ «ВКонтакте»: опыт анализа субъективного пространства политики в условиях сетевого общества / И. В. Самаркина // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. – 2021. – Т. 17. – № 1. – С. 87-102.

125. Сардана Авксентьева. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/sardanaavksentieva/>. (дата обращения: 15.10.2022)

126. Семененко, И. С. «Человек политический» перед альтернативами общественных трансформаций: опыт переосмысления индивидуального измерения политики // Полис. – 2012. – № 5. – С. 34-42.

127. Семененко, И. С. Политическая идентичность в контексте политики идентичности. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-identichnost-v-kontekste-politiki-identichnosti>. (дата обращения: 15.10.2022).

128. Сетевое движение Black Lives Matter. [Электронный ресурс]. URL: <https://blacklivesmatter.com/>. (дата обращения: 15.10.2022).

129. Сетевое движение Women's March. [Электронный ресурс]. URL: <https://womensmarch.com/>. (дата обращения: 15.10.2022).

130. Сивирин, Б. С. О феноменологической интерпретации социальной реальности. [Электронный ресурс]. URL: <https://ecsocman.hse.ru/data/922/692/1217/004Sivirinov.pdf> (дата обращения: 15.10.2022).

131. Сивирин, Б. С. Социальная квазиреальность или виртуальная реальность? // Социс. – 2003. – № 2. – С. 39-44.

132. Сидоренко, А. Блогеры и государство, цифровой дуализм в России. [Электронный ресурс]. URL: https://www.ifri.org/sites/default/files/atoms/files/ifri_sidorenko_russian_digital_rus_dualism_dec_2011.pdf. (дата обращения: 15.10.2022).
133. Слободчиков, В. И., Исаев, Е. И. Основы психологической антропологии. Психология человека: Введение в психологию субъективности. Учебное пособие для вузов. – М.: Школа-Пресс, – 1995. – 384 с.
134. Сморгун, Л. В. Знание и публичное управление: от утверждения нормы к суждению. Политическая наука – 2016. – № 2. – С. 181-197.
135. Сморгун, Л. В., Шерстобитов, А. С. Политические сети: Теория и методы анализа. – Москва: Издательство Аспект Пресс, – 2014. – 320 с.
136. Соколов А. В. Сетевой политический протест в России: субъекты, тенденции и технологии: дисс. ... докт. Полит. наук. – М. 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dissercat.com/content/setevoi-politicheskii-protest-v-rossii-subekty-tendentsii-i-tekhnologii>. (дата обращения: 15.10.2022).
137. Соловьев, А. И. Государственное управление и публичная политика /А.И.Соловьев// Гражданский сектор государственного управления / Под ред. проф. А.И. Соловьева. – Москва: Аргатак-медиа, – 2018. – С. 13-33.
138. Соловьев, А. И. Фронтальные зоны публичной политики // Политическая наука. – 2021. – № 3. – С. 183–204.
139. Сорокин, П. А. Система социологии. Социальная аналитика: Учение о строении сложных социальных агрегатов. – М.: Наука, – 1993. – 447 с. – Т. 2.
140. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2019/>. (дата обращения: 15.10.2022).
141. Сунгуров, А. Ю. Публичная политика и экспертиза // Пчела. – 2004. – № 1 (45). – С. 15-16.

142. Сунгуров, А. Ю. Публичная политика как поле взаимодействия и как процесс принятия решений // Публичная политика-2005. СПб., – 2006. – С. 9.
143. Тард, Г. Мнение и толпа / Г. Тард // Психология толп. – М: Институт психологии РАН, Издательство КСП+, – 1998. – 416 с.
144. Тасс. [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/obschestvo/9508331>. (дата обращения: 15.10.2022).
145. Урри, Д. Мобильности / Д. Урри. – Москва: Праксис, – 2012. – 576 с.
146. Усова, Ю. В. Развитие стратегий взаимодействия политических элит с социальными медиа / Ю. В. Усова, Е. И. Куцаенко // Философия права. – 2021. – № 4(99). – С. 58-62.
147. Фадеева, Л. А. Сетевая идентичность. Идентичность: Личность, общество, политика. Энциклопедическое издание/ Отв. Ред. И.С. Семенов/ИМЭО РАН. М.: Издательство Весь Мир. – 2017. – С. 535-539.
148. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб. – 2001.
149. Хабермас, Ю. Структурное изменение публичной сферы: исследования относительно категории буржуазного общества. М.: Весь мир, – 2016. – 342 с.
150. Хештег. Происхождение. Различие. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wikiplanet.click/enciclopedia/ru/%D0%A5%D0%B5%D1%88%D1%82%D0%B5%D0%B3> (дата обращения: 15.10.2022).
151. Чугров, С. В. Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? Полис. Политические исследования. – 2017. – № 2. – С. 42-59.
152. Шюц, А. Обыденная и научная интерпретация человеческого действия / Пер. с англ. Н. Смирновой // А. Шюц. Избранное: Мир, светящийся смыслом. – М.: РОССПЭН, – 2004. – С. 7-50.

153. Юрий Дудь. [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/channel/UCMCgOm8GZkHp8zJ6l7_hIuA. (дата обращения: 15.10.2022).
154. «Ali Juppé»: comment la fachosphère s'est infiltrée dans la primaire de la droite. [Электронный ресурс]. URL: http://www.francetvinfo.fr/politique/lesrepublicains/primaire-de-la-droite/ali-juppe-comment-la-fachospheres-est-infiltre-dans-la-primaire-de-la-droite_1934839.html. (дата обращения: 15.10.2022).
155. Alexander Ovechkin. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/aleksandrovechkinofficial>. (дата обращения: 15.10.2022).
156. Barnes, J. Class and Committees in a Norwegian Island Parish // Human Relations, – 1954. – P. 1117.
157. Borgatti, S., Everett, M. Models of Core/Periphery Structure // Social Networks, Nr 21 (4): – 1999. – P. 375-395.
158. Burt, R. The Social Capital of structural holes // Guillen M.F., Collins R., England P., Meyer M. (eds.). New Directions in Economic Sociology. N.Y.: Russel Sage Foundation: – 2001. – P. 201-246.
159. Callon, M. What does it mean to say that economics is performative // Do economists make markets. – 2007. – P. 311-357.
160. Crowdsourcing.ru. [Электронный ресурс]. URL: <http://crowdsourcing.ru/crowdmap>. (дата обращения: 15.10.2022).
161. Derrida, J. Ogrammatologii [Of Grammatology], Moscow.: Ad Marginem. Ivanov D.V. (2010) Aktual'naiia sotsiologiia: veselaia nauka v poiskakh zlykh istin [Actual Sociology: Laughing Science Searching for Wicked Truths]. Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii [The Journal of Sociology and Social Anthropology], 13 (2-3): – (2000). – P. 21-65.
162. Freeman, L. C. The Sociological Concept of «Group»: An Empirical Test of Two Models // American Journal of Sociology. Vol. 98, No. 1: – 1992. – P. 152 - 166.

163. Google: YouTube – самая популярная видео-платформа в России. [Электронный ресурс]. URL: <https://regnum.ru/news/2801094.html>. (дата обращения: 15.10.2022).
164. Granovetter, M. S. The strength of weak ties: A network theory revisited // P. Marsden and N. Lin (Eds.). Social structure and network analysis. Beverly Hills: – 1982. – С.105-130.
165. Haraway, D. A cyborg manifesto: Science, technology and socialist feminism in the 1980s // Socialist rev. – 1985. – N 80. – P. 65-107.
166. Harre, R. Personal being. Oxford: Blackwell, – 1983.
167. Harre, R. Social being. Oxford: Blackwell, – 1979.
168. Il blog di Beppe Grillo. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.beppegrillo.it/listecivi-che/liste/fabriano/chi-siamo.html>. (дата обращения: 15.10.2022).
169. Hofferbert R. The study of public policy. Indianapolis: Bobbs-Merril, 1974. 275 p.
170. Keneshloo, Y., Cadena, J., Korkmaz, G., Ramakrishnan, N. Detecting and Forecasting Domestic Political Crises: A Graph-based Approach, Proceedings of the 2014, ACM Conference on Web Science, New York, USA, 2014. pp. 192–196.
171. Kingdon J. Agendas, Alternatives and Public Policies. Boston: Little, Brown. 1984. 240 pp.
172. Latour, B. On technical mediation //Common knowledge. – 1994. – Т. 3. – №. 2. – P. 29-64.
173. Lenta.ru. [Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/>. (дата обращения: 15.10.2022).
174. Media trends. Media persons. [Электронный ресурс]. URL: <https://br-analytics.ru/mediatrends/mediaperson>. (дата обращения: 15.10.2022).
175. Mediascope. [Электронный ресурс]. URL: <https://webindex.mediascope.net/>. (дата обращения: 15.10.2022).

176. Meduza. [Электронный ресурс]. URL: <https://meduza.io/>. (дата обращения: 15.10.2022).
177. Moreno, J. L Sociometry, experimental method and science of society. N.Y.: Beacon House, – 1951.
178. Ostrom E. An Agenda for the Study of Institution. Public Choice. – 1986. – № 48. – P. 3-25.
179. Pickering, A. From science as knowledge to science as practice//Science as practice and culture. – Chicago, – 1992. – P. 1-29.
180. Pinch, T., Bijker, W. The Social Construction of Facts and Artefacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other // Social Studies of Science. – 1984. – № 14. – P. 399-441.
181. Putin Team – Официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://putinteam.ru/> (дата обращения: 15.10.2022).
182. Radcliffe-Brown, A. R. Structure and Function in Primitive Society: Essays and Addresses. London: Cohen & West, – 1952.
183. Ryabchenko, N. A., Malysheva, O. P. How to become a president: Election technologies in the post-truth and fake news Era // Man In India. – 2017. – Vol. 97. – Pp. 507-527.
184. Scott, J. Social Network Analysis. Handbook. – London, Newbury Park, Calif.: Sage Publications, – 1991. – 83 p.
185. Singapore GE2020: Lessons learnt from Singapore's first true Internet election. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.straitstimes.com/politics/lessons-learnt-from-singapores-first-true-internet-election> (дата обращения: 15.10.2022).
186. Terranova, T. Network Culture: Politics for the Information Age. L.: Pluto Press, – 2004.
187. Title Tweeting for Brexit: how social media influenced the referendum. [Электронный ресурс]. URL: http://eprints.lse.ac.uk/84614/1/Hanska-Ahy__tweeting-for-brexid.pdf. (дата обращения: 15.10.2022).

188. Tweeting for Brexit: how social media influenced the referendum. [Электронный ресурс]. URL: https://www.researchgate.net/publication/320357979_Tweeting_for_Brexit_how_social_media_influenced_the_referendum. (дата обращения: 15.10.2022).
189. Wasserman, S., Faust, K. Social Network Analysis: Methods and Applications. Cambridge, – 1994. – P. 45-75.
190. Weber, M. Economy and Society. Berkeley, – 1978. – P. 24-25.
191. Wellman, B., Leighton, B. Networks, Neighborhoods, and Communities: Approaches to the Study of the Community Question // Urban Affairs Quarterly, 14(3). NY, – 1979. – P. 34.
192. White, D. Harary F. The Cohesiveness of Blocks in Social Networks: Node Connectivity and Conditional Density // Sociological Methodology, No. 31. – 2001. – P. 305 - 359.
193. WikiLeaks Community. [Электронный ресурс]. URL: <https://twitter.com/communitywl>. (дата обращения: 15.10.2022).
194. WikiLeaks Shop. [Электронный ресурс]. URL: <https://twitter.com/wikileaksshop>. (дата обращения: 15.10.2022).
195. WikiLeaks Task Force. [Электронный ресурс]. URL: <https://twitter.com/wltaskforce>. (дата обращения: 15.10.2022).
196. WikiLeaks. [Электронный ресурс]. URL: <https://twitter.com/wikileaks>. (дата обращения: 15.10.2022).
197. WikiLeaks. [Электронный ресурс]. URL: <https://wikileaks.org/> (дата обращения: 15.10.2022).

ПРИМЕЧАНИЯ

* означает, что компания Meta и соцсети, которыми она владеет, признаны в России экстремистскими и запрещены

** означает, что Алексей Навальный внесен в перечень экстремистов и террористов РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fedsfm.ru/documents/terrorists-catalog-portal-act> (дата обращения 15.10.2022).

*** означает, что данные лица и организации внесены в перечень иностранных агентов [Электронный ресурс]. URL: <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7755/> (дата обращения: 15.10.2022).