

Санкт-Петербургский государственный университет

ПОСЕЛЕНЦЕВА Валерия Николаевна

Выпускная квалификационная работа

Социальные медиа как инструмент публичной политики

(на примере гражданских инициатив в современной России)

Уровень образования: магистратура

Направление 41.04.04 «Политология»

Основная образовательная программа ВМ.5534*

«Политология (практико-ориентированная модель магистратуры)»

Научный руководитель:
профессор кафедры политического
управления
факультета политологии СПбГУ,
доктор политических наук,
Кулакова Татьяна Александровна

Рецензент: руководитель,
Отдел по административным
вопросам Макрорегиона
Северо-Запад,
Федеральное государственное
унитарное предприятие «Почта
России»,
кандидат социологических наук,
Волков Алексей Павлович

Санкт-Петербург

2020

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Глава 1 Теоретико-методологические основы исследования публичной политики	12
1.1 Феномен публичной политики: проблема теоретического осмысления.....	12
1.2 Сетевой подход к анализу публичной политики	21
Глава 2 Анализ социальных медиа в публичной политике	30
2.1 Понятие, функции и специфика функционирования социальных медиа в публичной политике	30
2.2 Социальные медиа как поле взаимодействия государства и гражданского общества: интерактивные механизмы	38
Глава 3 Измерение эффективности социальных медиа в публичной политике: формирование гражданских инициатив в РФ.....	49
3.1 Анализ интерактивных механизмов и технологий социальных медиа на примере гражданской инициативы «Baikal Save».....	49
3.2 Технологии и критерии эффективности социальных медиа в публичной политике	65
Заключение	78
Список использованных источников	84
Приложения.....	95

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Развитие интернет-технологий в современном коммуникативном пространстве – новый этап модернизации информационного общества. Совершенствование электронных ресурсов, а также цифровизация всех сфер жизнедеятельности позволяет по-новому взглянуть на публичное пространство. Информирование граждан о том или ином событии происходит весьма оперативно, создаются новые и гибкие каналы взаимодействия общества и государства.

Средства массовой информации как один из основных и традиционных каналов коммуникации демонстрируют постепенную тенденцию на снижение своей главенствующей роли – телевидение, радио и газеты уходят на второй план. Знаменитая теория сетевого общества М. Кастельса подтверждает данное высказывание. Исследователь пришел к выводу о том, что именно Интернет становится своего рода каркасом повседневной жизни все большего числа людей. Он является основой их информирования, работы и технологическим компонентом функционирования политики¹. Согласно социологическим опросам Фонда «Общественное мнение» (ФОМ), с января по август 2019 года уровень опрошенных, которые каждый день смотрят ТВ, упал с 67 до 52%, а процент тех, кто пользуется социальными сетями и блогами для просмотра информационных сообщений возрос с 17 до 26%².

Отмечая существенную роль и гибкость коммуникационных интернет-каналов публичной политики, граждане могут тем или иным способом оказывать влияние на органы государственной власти при решении проблем общественно-политического характера. С помощью такого механизма как социальные медиа люди способны обмениваться полученной информацией, комментировать её, а также публиковать и распространять свою, донося ту или

¹ См.: Castells, M. The Rise of the Network Society. Information Age, vol. 1; 2nd Edition with a New Preface edition. Wiley-Blackwell, 2009.

² СМИ: ТВ и Интернет. ФОМ, 2019. URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14258> (дата обращения: 16.11.2019).

иную позицию не только до общественности, но и до органов государственной власти.

Таким образом, социальные медиа представляют собой совокупность коммуникативных инструментов современного интернет-пространства, с помощью которого участники данного пространства способны получать, создавать и интегрировать необходимую информацию с целью формирования определённой повестки дня и общественного мнения; влиять на гражданскую позицию участников и органы государственной власти³.

Социальные медиа – это способ интегрированной коммуникаций между обществом и органами власти, открывающий доступ к публичному пространству многим политическим субъектам. Поэтому представляется возможным утверждать, что социальные медиа становятся необходимым условием функционирования публичной политики.

Актуальность темы исследования заключается в широком распространении интернет-коммуникаций, в том числе и социальных медиа; в возрастании роли влияния социальных сетей на публичную политику для решения социально-политических проблем современности.

Степень научной разработанности:

Феномены «публичная политика», «публичное пространство» и «публичная сфера» – неразрывно связанные между собой категории, играющие ключевую роль в развитии современной политической науки. Теоретические аспекты понятий «публичная сфера» и «публичная политика» можно отметить в исследованиях таких зарубежных и отечественных учёных как Ю. Хабермас, Х. Арендт, Д. Марш и "М. Смит, Д. Аллен, Дж. Дьюи, Н.Т. Товмасын⁴. Работы

³ Поселенцева В.Н. Проблема теоретического осмысления феномена «социальные медиа» в политической науке // Студенческий: электрон. научн. журн. 2020. № 16(102). С. 93.

⁴ Habermas J. The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society. Cambridge: Polity, 1989; Арендт Х. Vita Activa или о деятельной жизни. СПб.: Алетейя, 2000; Benhabib S. Models of Public Sphere: Hannah Arendt, the Liberal Tradition, and Jurgen Habermas // Habermas and the Public Sphere / Ed. by C. Calhoun Cambridge, 1992. P. 73–98; Marsh D., Smith M. Understanding Policy Networks: towards a Dialectical Approach // Political Studies. 2000. Vol. 48, pp. 4–21; Allen D. Democracy, Inc.: The Press and Law in the Corporate Rationalization of the Public Sphere. Chicago, 2005; Dewey J. The Public and its Problems. Denver, 1927; Товмасын Н.Т. Публичная сфера: контуры теоретического образа // Идеи и идеалы. 2017. №3 (33). С. 53–64.

Дж. Андерсон, Г. Алмонда, Л.В. Сморгунова, Н.Ю. Беляевой, Т.А. Алексеевой, С.А. Гадышева, Е.С. Бабосовой⁵ позволили концептуализировать понятие «публичная политика» не только на общетеоретическом уровне, но и интегрировать феномен в российскую современную действительность.

Сетевой подход к анализу публичной политики также является актуальным в исследуемом вопросе, т.к. именно наличие большого количества сетей в публичном пространстве способствует более детальному и гибкому изучению взаимосвязей между государством и обществом. К данному вопросу обращались ряд отечественных и зарубежных ученых: Э.Х. Клайн, Дж. Ф. Коппенян, Ч. Колиба, Дж. Мик, А. Зиа, А.И. Соловьев, Е.В. Морозова, И. В. Мирошниченко, А. С. Шерстобитов, Л.В. Сморгунов, Т.В. Миллер, М.М. Гасанова⁶.

Теории интернет-коммуникаций и информационного общества являются основой для исследования современных способов политической коммуникации в современном сетевом пространстве. Необходимо выделить несколько работ, являющиеся отправной точкой анализа: М. Кастельс, Э. Тоффлер, Д. Бэлл и М. Маклюэн⁷. Развитие концепции «интернет-коммуникаций» имеет

⁵ Андерсон Дж. Публичная политика: Введение // Публичная политика: от теории к практике / сост. и науч. ред. Н.Ю. Данилова, О.Ю. Гурова, Н.Г. Жидкова. СПб.: Алетейя, 2008; Almond G., Powell B. Comparative Politics Today. A World View. 4th ed. Glenview; Boston; London: Scott, Foresman and Company, 1998; Публичная политика: Институты, цифровизация, развитие (Public Policy: Institutions, Digitalization, Development) / под ред. Л.В.Сморгунова. М.: Аспект Пресс, 2018. 349 с.; Беляева Н.Ю. "Публичная политика" как термин, понятие и научная категория // Публичная политика. 2006. № 1 (1). С. 16–22; Алексеева Т. А. «Публичное» и «частное»: где границы «политического»? // Философские науки. 2005. № 3. С. 26–39; Гадышев С.А. Современные подходы к определению публичной политики // Гуманитарный вектор. Серия: Педагогика, психология. 2011. №3. С. 132–134; Бабосова Е. С. Концептуализация понятия «Публичная политика» // Социологический альманах. 2013. №4. С. 120–127.

⁶ Klijn E.H., Koppenjan J.F.M. Public management and policy networks: Foundations of a network approach to governance // Public management. 2000. № 2. P. 58–135; Koliba Ch., Meek J., Zia A. Governance Networks in Public Administration and Public Policy. Roca Raton; London; New Ybrk: CRC Press, 2011; Сети в публичной политике. Политическая наука. Ежегодник-2014 / Отв. ред. А. И. Соловьев. М.: РОССПЭН, 2014; Шерстобитов А.С. Трансформации современной публичной сферы в России и перспективы возникновения и функционирования политических сетей // Сети в публичной политике. Политическая наука: Ежегодник 2014. М.: РОССПЭН. С. 28–42; Сетевой анализ публичной политики: Учебник / Под ред. Л. В. Сморгунова. — М.: РГ-Принт, 2013; Миллер Т.В. Институты и сетевые практики в принятии государственных решений в России. // Власть. 2016. № 12. С. 93–98; Гасанова М. М. Развитие сетевого подхода в политической науке // Власть. 2017. Том. 25. № 4. С. 77–80; Мирошниченко И. В., Морозова Е. В. Сетевая публичная политика: контуры предметного поля. – Полис. Политические исследования. 2017. № 2. С. 82–102.

⁷ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ.; под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000; Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2004. 784 с; Белл Д., Иноземцев В. Эпоха разобщенности М.: Центр исследований постиндустриального общества, 2007; Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: «Канон-Пресс», 2003.

первостепенное значение в исследовании социальных медиа в контексте публичного пространства, что отражено непосредственно в работах Д.П. Гавры, С. А. Лоури, В.П. Кашкина⁸ и других.

Концепты понятия «социальные медиа» зафиксированы в монографиях и статьях следующих российских и зарубежных ученых: В.Е. Хецелиус, А.Г. Асташкин, М.Г. Бреслер, Ш.С. Сулейманова, Б. Солис, Д. Брикенридж, А. Белл, С. Прелл⁹. Работы в области анализа социальных медиа как инструмента публичной политики можно отметить в работах С. В. Володенкова, Е.В. Ефановой и Д.В. Мельниченко¹⁰.

Проблематика развития концепции социальных сетей и изучение их влияния на публичное пространство представлена в зарубежных и отечественных работах А.М. Каплана, М. Ханлейна, С.П. Боргатти, М.Г. Эверетта, Д.С. Джонсона, Ю.А. Александровой, А.А. Старцева, Н.В. Гришанина, М.Ю. Павлютенковой¹¹.

Феномен гражданских инициатив в социальных медиа и публичном пространстве отмечается в исследованиях и российских ученых: А.В.

⁸ Гавра Д. П. Основы теории коммуникаций. СПб.: Питер, 2011; Lowery S. A., DeFleur M. L. Milestones in Mass Communication Research. Pearson, 1995; Кашкин В. П. Введение в теорию коммуникации. М.: АСТ, 2013.

⁹ Хецелиус В.Е. Роль социальных медиа в современных политических процессах // Коммуникология: электронный научный журнал. 2019. №1. С. 73–78. Асташкин А.Г., Бреслер М.Г. Социальные медиа в структуре современной сетевой коммуникации // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2018. №4. С. 814–822; Сулейманова Ш.С. Перспективы развития социальных медиа // Коммуникология. 2015. №5. С. 111–125; Solis B., Breakenridge D. Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media Is Reinventing the Aging Business of PR. Upper Saddle River: Pearson Education Inc., 2009. Bell A. Exploring Web 2.0: Second Generation Interactive Tools — Blogs, Podcasts, Wikis, Networking, Virtual Words, And More. New York: CreateSpace, 2009; Prell C. Social Network Analysis: History, Theory and Methodology. SAGE Publications, 2011.

¹⁰ Володенков С.В. Социальные медиа как инструмент современной публичной политики: особенности и перспективы применения // Полит. наука. 2017. № Спецвыпуск. С. 290–305; Ефанова Е.В., Мельниченко Д.В. Социальные медиа как инструмент публичной политики в современной России // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2018. №1. С. 93–95.

¹¹ Kaplan A. M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media // Business Horizons. 2010. Vol. 53. Issue 1. P. 59–68; Borgatti S.P., Everett M. G., Johnson J. C. Analyzing Social Networks. — SAGE Publications Ltd, 2013. Александрова Ю.А. Политическая коммуникация власти и общества в социальных сетях: потенциальная роль в становлении новой модели российского государственного управления // Правовая культура. 2016. №3 (26). С. 44–50; Старцев А.А., Гришанин Н.В. Социальные сети в процессе коммуникации между властью и обществом // Коммуникология. 2018. №5. С. 108–119; Павлютенкова М.Ю. Роль и место социальных сетей в публичной политике // Вестник РУДН. Серия: Политология. 2015. №3. С. 71–81.

Курочкин, А.А. Никифоров, Балувев Д.Г., Каминченко Д.И., Ю.Б. Киняшева, М.А. Кокоулина, А.С. Перелозова¹².

Гипотеза. Социальные медиа в современной публичной политике (в том числе и социальные сети) задают новые тренды функционирования в связке «общество-государство». В отличие от традиционных СМИ, социальные медиа являются интерактивной площадкой, где возможно применение коммуникативных интеракций при взаимодействии с органами государственной власти. При помощи подобных механизмов доступно эффективное содействие – организация нового формата создания и распространения информации.

Объект исследования – социальные медиа в системе современного общественно-политического пространства.

Предмет исследования – особенности функционирования социальной сети Instagram в публичном пространстве на примере гражданского проекта «Baikal Save».

Цель – исследование эффективности социальных медиа (социальной сети Instagram) в условиях формирования современной публичной политики на примере общественного движения «Baikal Save».

Задачи:

1. Рассмотреть основные теоретико-методологические подходы в исследовании феномена публичной политики в исторической и современной перспективе;
2. Раскрыть специфику сетевого подхода к интерпретации публичной политики;

¹² Курочкин А.В., Никифоров А.А. Гражданские инициативы в условиях сетевого общества: новые возможности и ограничения // СИСП. 2015. №1 (45). С. 239–252. Кокоулина М.А. Роль социальных медиа в развитии гражданских инициатив // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2015. №7 (150). С. 65–72; Балувев Д.Г., Каминченко Д.И. Фактор «новых» средств массовой информации в формировании современного политического индивида // Современные исследования социальных проблем. 2012. № 1 (09). С. 266–270; Киняшева Ю.Б. Социальные сети как инструмент политической мобилизации граждан в современной России // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2018. №3. С. 3–10; Перелозова А.С. Практики гражданского вовлечения в публичную политику и опыт управления гражданскими инициативами // Вопросы управления. 2015. №5 (17). С. 25–31.

3. Исследовать теоретический аппарат понятия «социальные медиа», основные функции и специфику в контексте их функционирования в публичной политике;
4. Проанализировать интерактивные механизмы и технологии социальных медиа в сфере публичного на примере социальной сети Instagram;
5. Определить особенности функционирования и роль социальных медиа (на примере социальной сети Instagram) в активизации гражданской инициативы «Baikal Save»
6. Раскрыть критерии эффективности работы социальных медиа в контексте исследуемой гражданской инициативы.

Эмпирическая база исследования. Результаты социологических опросов исследовательских центров и статистические данные: ВЦИОМ, ФОМ и Росстат.

Материалы конференций и доклады по исследованию феномена «социальные медиа», их функционирования в публичной политике и применение интерактивных механизмов и технологий в современном политическом процессе.

Тексты публикаций в социальной сети Instagram: публичная страница гражданской инициативы «Baikal Save».

Теоретико-методологические основы исследования:

Концепция *governance* (Р. Роудс) – приобретающий популярность подход к исследованию публичной политики. Автор представляет совершенно иной способ государственного управления, в котором власть становится совокупностью межорганизационных сетей.

Основу исследования работы составил сетевой подход, используемый не только в контексте политических исследований, но и как самостоятельная концепция (Я.Л. Морэно, А. Рэдклифф-Браун). На этом фоне выделяется работа отечественных исследователей, акцентирующих внимание на развитии сетевой публичной политики и её влияние на интернет-пространство (Л.В. Сморгун, И.В. Мирошниченко).

Теории информационного общества (М. Кастельс, Э. Тоффлер, Д. Белл и др.), где масс-медиа являются инструментом влияния на органы государственной власти и публичную политику в целом.

Теория коммуникативных революций (М. Маклюэн, дополнено А. Мирошниченко – «концепция смерти газет»), где автором выделяется четыре переломных момента в коммуникативной истории человечества – от возникновения человеческой речи до начала эпохи «глобальной деревни». Социальные медиа станут пятым (переломным) моментом, вытеснив традиционные средства массовой информации (телевидение, радио, газеты и др.).

Методология. Выделенные комплексные методы позволяют проанализировать концепт социальных медиа в сфере публичной политики как сложно структурированную систему, выявить факторы, определяющие его специфику, провести анализ развития и применения технологий сетевого поля в публичной политике.

Среди основных (общих) методов выделяются структурно-функциональный, институциональный и междисциплинарный подходы. Первый метод позволяет определить социальные медиа как инструмент публичной политики, исследовав структуру и функционал. Второй метод ориентирован на исследование развития моральных и нормативных устоев общества и государства под влиянием внешних факторов. Третий компонент – позволяет избавиться от одностороннего исследования (политологического). Это необходимо для того, чтобы восполнить методологический аппарат принципиально новыми парадигмами и методами сбора информации.

Специальные методы исследования: сетевой и case-study.

Сетевой метод исследования позволяет интерпретировать сетевой принцип организации (социальные медиа) таким образом, что акторы публичного пространства подвергаются исследованию отношений между объектами. Такой подход позволяет интерпретировать поведение субъектов, фиксировать результаты общественно-политических действий в социальных

медиа. Метод case-study направлен на исследование конкретных общественно-политических кейсов (ситуаций, конфликтов). С его помощью возможно выделение основных участников, проводить исследование возникновения конфликтной ситуации и т.д.

Методы сбора данных: контент-анализ и интент-анализ.

Применяя данные инструменты, был произведен анализ текстов и публикаций в социальных медиа (социальных сетях) в течение определенного периода времени.

Сделаны основные выводы на основании изучения содержания текста о состояниях и свойствах исследуемой проблематики/конкретного кейса. Были выбраны единицы анализа (ключевые слова, термины, информационное сообщение), создана категориальная схема, кодировка и анализ текста.

Интент-анализ позволил выделить скрытые послы, раскрыть смысл и направленность текстов.

По итогам исследования составлены таблица и график, в которых наглядно фиксируются, во-первых, частота использования слов и выражений, объединенные в одну категорию. На основе таблицы был составлен график, в котором чётко демонстрируется динамика интенциональной направленности исследуемого контента.

Научная новизна исследования магистерской диссертации:

1. Феномен «социальные медиа» включает в свой понятийный аппарат различные подходы к исследованию. Дано авторское определение и уточнение понятия «социальные медиа»;
2. Выделены новые интерактивные механизмы в контексте социальных медиа. Они позволяют выстраивать эффективный диалог власти и общества в рамках публичной политики с помощью современных средств коммуникаций посредством сети Интернет;
3. Проведен анализ новых гражданских инициатив, интегрированных в социальные медиа, на основе выделенных современных интерактивных механизмов;

4. Продемонстрированы и применены *критерии эффективности социальных медиа* в публичной политике (на примере гражданских инициатив).

Апробация результатов исследования:

1. Статья на тему: «Проблема теоретического осмысления феномена «социальные медиа» в политической науке»¹³. В ней представлено исследование, направленное на концептуализацию понятия «социальные» медиа и конкретизацию его места в современной политической науке. Выделена одна из особенностей социальных медиа – использование в качестве инструмента в публичной политике для влияния на органы государственной власти.
2. Участие XIII Международной научно-практической конференции (2020 год) в г. Пенза: Современная наука: актуальные вопросы, достижения и инновации. Доклад на тему: «Критерии эффективности социальных медиа в публичной политике». При формировании гражданских инициатив в Интернете встаёт вопрос: каковы успехи их реализации на площадке социальных медиа? Поэтому были раскрыты и проанализированы критерии эффективности социальных медиа в публичной политике, которые всецело могут охарактеризовать эффективное исполнение той или иной гражданской инициативы¹⁴.

¹³ Поселенцева В.Н. Проблема теоретического осмысления феномена «социальные медиа» в политической науке // Студенческий: электрон. научн. журн. 2020. № 16(102). С. 91–93.

¹⁴ Поселенцева В.Н. Критерии эффективности социальных медиа в публичной политике // Современная наука: актуальные вопросы, достижения и инновации: Сборник статей XIII Международной научно-практической конференции. Ч. 2. 20 мая 2020. С. 267-270.

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПУБЛИЧНОЙ ПОЛИТИКИ

1.1 Феномен публичной политики: проблема теоретического осмысления

Феномен «public policy», или *публичная политика* был выделен Американской ассоциацией политических наук в качестве самостоятельной отрасли в 1950-х годах.

Теоретические разработки Гарольда Лассуэлла, Дитриха Лернера и других исследователей послужили основой для аргументации специфики политической науки в контексте будущего развития концепта публичной политики.

Так, Лассуэл говорил о том, что «наука о политике не должна быть традиционной, т.е. необходимо обращать внимание на то, что делают правительства, а не исследовать их институциональный характер; она должна решать проблемы, сосредоточиваясь на актуальных жизненных проблемах, а не на неясных, иногда семантических, юридических различиях»¹⁵.

Публичная политика является относительно молодой концепцией политической науки, теоретические границы вопросов которой определены:

1. Междисциплинарным характером, при котором происходит становление развивающегося общества;
2. Осмыслением различного рода трансформаций политико-управленческих систем.

Необходимо не только охарактеризовать каждое измерение публичной политики, но и установить многочисленные пересечения, образующие современную систему её координат.

¹⁵ The Policy Sciences / D. Lerner, H. D. Lasswell (eds). Stanford, Calif.: Stanford University Press, 1951. P. 3–15.

Публичная сфера и публичная политика стали основными аспектами, за которыми скрывается эквивалентность этих взаимообусловленных понятий в контексте политической реальности.

Рассматривая концепт «публичной сферы», необходимо выделить несколько подходов к определению данного феномена.

Х. Арендт в работе «*Vita activa, или О деятельной жизни*» опирается на характеристику «публичной сферы» как на основу фундаментальной направленности, включающий в себя базис экзистенциальности каждого человека. По ее мнению, среда для развития человека является лучшим созидательным механизмом для создания в нем оптимального и уникального, и, соответственно, государство – продукт общественной активности людей¹⁶.

Арендт указала на то, что публичная сфера является для общества исключительным пространством, в котором граждане могут взаимодействовать друг с другом. Именно эта мысль обусловила взаимозависимость публичной сферы и публичной политики.

На основе теоретических посылок Х. Арендт немецкий учёный Ю. Хабермас делал упор на способности людей формировать политическое сообщество или политическую публику и принимать участие в обсуждении значимых проблем современности.

Хабермас трактовал публичное пространство как «область социальной жизни, где могут обсуждаться дела, представляющие общий интерес, где различия во мнениях могут регулироваться рациональными аргументами, а не обращениями к устоявшимся догмам и обычаям»¹⁷.

Исходя из теоретических предпосылок Х. Арендт, Ю. Хабермас рассматривал основу для развития публичной сферы не сквозь призму универсальных и общепризнанных ценностей и норм, а ставил во главу угла способность людей формировать политическое сообщество или политическую общественность, принимать участие в обсуждении значимых социальных

¹⁶ Арендт Х. *Vita activa, или О деятельной жизни*. СПб.: Алетейя, 2000. С. 14–27.

¹⁷ Thompson B. *Habermas: Critical Debates*. Cambridge, Mass.: MIT, 1982. P. 469.

проблем. Для Ю. Хабермаса публичное пространство означает «область общественной жизни, где могут обсуждаться вопросы, представляющие общий интерес, где различия во мнениях могут регулироваться рациональными аргументами, а не апелляциями к устоявшимся догмам и обычаям»¹⁸.

Немецкий философ и социолог приходит к тому, что публичная сфера – категория, существующая в рамках любого исторического типа государственности. Публичная сфера многофункциональна. Она позволяет не только оценить качество политического процесса, но и принимать во внимание специфику информационно-коммуникационного пространства, в котором происходит формирование так называемых "публик" и дискурсивных практик.

Публичная сфера посредством таких практик становится уникальным пространством, в котором не без участия общества происходит аккумуляция информационных событийных потоков¹⁹. Дискурсивность имеет в своём арсенале двойственную природу за счет существования коммуникации «общество-власть»²⁰.

Обратимся к зарубежным и отечественной школам, трактующим определение *публичная политика*.

Англосаксонская школа при определении *публичной политики* делает акцент на конкретные действия государства, направленные на удовлетворение интересов граждан²¹.

А. Хайденхаймер, Х. Хекло и К. Адамс определяют публичную политику как концепт, который «является изучением того, как, почему и с каким результатом проводят различные правительства особые курсы действий или бездействий»²².

¹⁸ Товмасын Н.Т. Публичная сфера: контуры теоретического образа // Идеи и идеалы. 2017. №3 (33). С. 53–54.

¹⁹ Habermas J. Die Moderne – ein unvollendetes Projekt: Philosophischpolitische Aufsätze 1977-1990. Leipzig: ReclamVerlag, 1990. S. 203.

²⁰ Там же.

²¹ Мирошниченко И.В. Публичная политика как зонтичная концепция политической науки // Государственное управление. Электронный вестник. 2014. №47. С. 360.

²² Heidenheimer A., Hecko H., Adams C. Comparative Public Policy: The Politics of Social Choice in America, Europe and Japan. New York: St. Martin Press, 1990. P. 3.

Американский исследователь Дж. Кингдон определил три потока (течения) публичной политики:

1. *Информационный*, состоящий из сведений о реальных проблемах и результатах предыдущей деятельности правительства;
2. *Дискурсивный поток экспертного сообщества*, состоящий из мнений различных исследователей, консультантов, журналистов, представителей некоммерческих организаций (НКО) и т.д., анализирующих проблемы и предлагающие альтернативы принятия политических решений;
3. *Политический*, включающие в себя выборы, деятельность политиков, конкуренцию в ходе законотворческого процесса и т. д.²³.

Три представленных течения создают уникальное «окно возможностей», нацеленное на принятие решений в публичном секторе.

Американский политик Д. Андерсон определяет, что *публичная политика* - «политика, производимая правительственными чиновниками и органами власти и затрагивающая существенное количество людей», т. е. это определенные действия правительственных органов в рамках процесса выработки, принятия и реализации государственного курса²⁴.

Публичная политика – это деятельность субъектов, участвующих в создании и реализации концептов, касающихся распределения государственных ресурсов, и производства общественных благ²⁵. Другими словами, публичная политика связана с решениями в публичном секторе государственного регулирования и направлена на различные сферы жизнедеятельности общества.

Ключевым механизмом, связывающим информационно-дискурсивную и управленческую сферу государственной политики, является *обратная связь*. Этот механизм представляет собой особое взаимодействие государственных органов, институтов гражданского общества, средств массовой информации и

²³ Kingdon J. Agendas, Alternatives, and Public Policies. Boston: Little, Brown & Co, 1984. P. 100.

²⁴ Андерсон, Д. Публичная политика: введение / Д. Андерсон // Публичная политика: от теории к практике / Н. Ю. Данилов, О. Ю. Гурова, Н. Г. Жидкова. СПб., 2008. С. 11.

²⁵ Там же.

бизнес-структур, в результате чего оценивается эффективность решений, принятых в соответствии с общественными требованиями или ожиданиями.

Если обратиться к отечественной традиции исследования феномена «публичной политики», то в российской политологической школе недостаточно широко изучен данный феномен.

Отечественный исследователь Н.Ю. Беляева определяет несколько смысловых полей для термина *публичная политика*.

1. *«Государственный» контекст*. Государство – главный публичный институт, призванный объединить вокруг себя все разрозненные интересы социальных групп.
2. *«Общественный» контекст*. Подчеркивает формирование и реализацию этой политики в интересах общества и отдельных социальных групп, нуждающихся в общественной поддержке.
3. *Контекст «принятия политических решений»*. Определяет ее «прозрачность», «открытость для публики».
4. *Контекст «politics»*. В этом смысле акцент смещается на целенаправленное осуществление властным органом определенного политического курса. Здесь главное – достижение заданного социального эффекта (требует обязательной «расшифровки», указания – либо на конкретного политического актора, который эту политику осуществляет («публичная политика Кремля»), либо на конкретную социальную сферу, в которой она реализуется – «публичная политика в области образования», «жилищная публичная политика»)²⁶.

Российский социолог и политолог Ю. А. Красин указывает на то, что, «публичная сфера предстаёт не только как общественный форум коллективного поиска гражданами общих целей и средств их достижения, но и как область их

²⁶ Беляева Н.Ю. "Публичная политика" как термин, понятие и научная категория // Публичная политика. 2006. № 1 (1). С. 7.

практических воплощений в систему реальных общественных отношений и институтов»²⁷.

Отечественный исследователь Т. А. Алексеева выделяет особое свойство публичной политики, связанное с властью, воздействующее на «публику». Публичная политика направлена на удовлетворение потребностей граждан²⁸.

Известный отечественный исследователь Л.В. Сморгунов даёт следующую трактовку *публичной политики*: «Под публичной политикой можно понимать организованную деятельность публичных акторов (партий, гражданских ассоциаций, правительства и т.д.) для решения общественных проблем определенными способами»²⁹.

Л.В. Сморгунов отмечает, что сама *публичная политика* тесным образом связана с публичной сферой жизни, эмпирически предстающая в качестве пространства для принятия политических решений. Эти решения могут быть: об общественных благах, объемах государственного и муниципального секторов экономики и социального благосостояния, сферах деятельности политического и гражданского общества³⁰.

В большинстве случаев при расшифровке данных терминов «публичная сфера» и «публичная политика» отечественные и зарубежные исследователи смещают акцент принципиально в сторону деятельности *органов государственной власти*.

В настоящее время не только государственные органы определяют направление публичной политики, но и сами граждане (в лице общественных институтов, некоммерческих организаций и т.д.).

Следует упомянуть определение «публичной политики», используемое исследователями европейской школы. Оно включает в себя предметное поле принятия решений, которое формируется в публичной сфере; государственные

²⁷ Красин Ю. А. Публичная сфера и публичная политика в российском измерении // *Полития*, 2004. № 3. С. 7.

²⁸ Алексеева Т. А. «Публичное» и «частное»: где границы «политического»? // *Философские науки*. 2005. № 3. С. 27.

²⁹ Публичная политика: Институты, цифровизация, развитие: Коллективная монография / Под ред. Л. В. Сморгунова. М.: Аспект Пресс, 2018. С. 17.

³⁰ Там же.

и негосударственные субъекты, взаимодействующие в процессе принятия решений на различных уровнях власти; формы, методы и технологии участия, связанные единым политическим контекстом³¹.

Концепция публичной политики выходит за рамки государства. Она включает в себя не только участие властных структур, но и деятельность различных социальных групп, государственных и негосударственных субъектов в политическом и управленческом процессе с применением различных механизмов согласования интересов.

Отечественный исследователь И.В. Мирошниченко раскрывает в своей статье «Публичная политика как зонтичная концепция политической науки» данную трактовку понятия. Она указывает на следующие составные части, влияющие на процесс выработки и исполнения политического курса:

1. *согласование интересов*, проявляющихся в виде дискурсивных практик в публичной сфере. С помощью этих практик актуализируются социально значимые проблемы, потребности, конфликты;
2. *институциональные* (институты, формальные правила и процедуры) и *когнитивные условия* (когнитивные паттерны и ценности) генезиса публичных действий общественности (институты гражданского общества, общественные лидеры, СМИ, бизнес-структуры) и политических акторов (политические партии, группы интересов и давления, политические лидеры), а также обширный круг инструментов для осуществления координации с непосредственными политическими действиями властей;
3. *наличие неиерархических структур* (например, гражданские инициативы), имеющих как публичные организационные надстройки, так и латентные связи, в рамках которых осуществляется согласование публичных действий разнообразных субъектов (государственного и

³¹ Сунгуров А.Ю. Публичная политика: основные направления исследований (мировой и российский опыт) // Публичная политика». 2017. №1. С. 10–12.

негосударственного уровня) и разработка коллективного курса политических действий;

4. *институциональный уровень доверия в обществе*, выраженный в поддержке общественными и политическими акторами и населения страны в целом деятельности органов власти и признание их законным общественностью (легитимными)³².

И.В. Мирошниченко и Е.В. Морозова выделяют особые механизмы функционирования публичной политики³³:

1. **Пространственные.** Здесь государственная политика существует в более широком социальном контексте. В связи с преобразованием государственной политики в сетевом обществе под влиянием различных факторов каждое измерение государственной политики и результаты протекающих в них процессов требуют метафизического осмысления.
2. **Информационно-дискурсивные.** Проявляется в желании человека рефлексивно присоединиться к политическому миру. Публичная сфера в данном контексте выступает в качестве информационного и коммуникационного пространства, в котором на основе информации о политических событиях создаются общественные группы, участвующие в формировании общественно-политического дискурса.
3. **Институциональные.** В информационной и коммуникационной среде различные политические субъекты формируются и институционализируются посредством политического дискурса в участников совещательного политического процесса. Связываются воедино дискурсивные практики с циклическим производством публичных решений, основанных на диалоге и консенсусе позиций сторон. Вследствие чего формируется активный потенциал или институциональное измерение государственной политики. Оно

³² Мирошниченко И.В. Публичная политика как зонтичная концепция политической науки // Государственное управление. Электронный вестник. 2014. №47. С. 363.

³³ Мирошниченко И.В., Морозова Е.В. Сетевая публичная политика: контуры предметного поля // Полис. Политические исследования. 2017. № 2. С. 86–87.

характеризуется результативностью публичной деятельности субъектов и их участием в принятии решений.

4. **Управленческо-технологические.** Сфера функционирования механизмов гражданского участия в выработке государственных решений определяет управленческое и технологическое измерение публичной политики. В системе государственного управления существуют политические и административные подсистемы, которые определяют институциональный коридор. На этом этапе граждане могут участвовать и влиять на принятие государственных решений. Политическая подсистема публичного управления обобщает дискурсивность публичной сферы, формируя политический курс через систему политического представительства. Практика вовлечения граждан в административную деятельность институционализируется.

5. **Социокультурные.** Ценности, оказывающие влияние на выбор взаимодействующих субъектов в процессе принятия решений. Культура диалога, нацеленность на создание сообществ – важнейшие термины публичной политики.

Таким образом, определений понятия «публичная сфера» и «публичная политика» достаточно множество. В данном концепте возможно встретить как трактовки зарубежных, так и отечественных исследователей. Учёные ссылаются на работы прошлого десятилетия или даже столетия, не учитывая факт мобильных процессов, происходящих не только в научных кругах, но и в мире в целом.

Указывая на направленность данной работы, которая предполагает акцент на равноправном взаимодействии государства и общества, стоит перенять европейский опыт трактовки понятия «публичная политика». В представленном понимании в публичной политике следует принимать во внимание государственные и негосударственные субъекты, равно взаимодействующие в процессе принятия решений на различных уровнях власти. Объясняется это тем, что в современном мире участие граждан в публичных делах является

первостепенной задачей государства в реализации, во-первых, эффективной политики, а во-вторых, оперативной работы органов власти.

Публичная политика состоит из совместной деятельности органов государственной власти и общественности в лице различных институтов (государственных и негосударственных). Граждане помогают государству двигаться в том или ином направлении, напрямую осуществляют процесс принятия решений в прозрачном режиме и позволяют обществу определять тон и направление этих решений.

1.2 Сетевой подход к анализу публичной политики

Несмотря на повышенное внимание к феномену *сетей* в исследованиях социальных наук (в том числе и политических), многие теоретические трактовки страдают от неясных или двусмысленных концепций понятия *сеть*. Без четкой концептуализации трудно судить о результатах и делать обобщения относительно связи между сетевыми переменными и интересующими исследователей результатами. Поэтому необходимо отметить, что общая идея *сетей* – это всего лишь математическая абстракция, описывающая структуру отношений различных типов (связей) между некоторой совокупностью отдельных сущностей (узлов)³⁴.

По мере усложнения процессов, происходящих во всем мире, сеть стала новой парадигмой в анализе любой сложной структуры (например, социальная, компьютерная или биологическая системы)³⁵.

Сам концепт под названием *сеть* и методология его применения обусловили эволюцию и векторы развития сетевого подхода в политических исследованиях. Выделим следующие концептуальные измерения сети, которые используются для различных аналитических целей. *Сеть* может трактоваться как:

³⁴ Henry A. Ideology, Power and Structures of Policy Networks // Policy Studies Journal. 2011. Vol. 39. № 3. P. 365.

³⁵ Абраменко А.В., Подшибякина Т.А. Сетевая структура «Governance» как способ симметричной политической коммуникации // Южно-российский журнал социальных наук. 2014. №4. С. 80.

1. аналитическая рамка и эмпирический инструмент (сетевой анализ);
2. структура;
3. форма управления;
4. переменная в производстве политики (сетевая теория политики)³⁶.

Отечественный исследователь И.А. Василенко подчеркивает, что «сеть представляет собой децентрализованный комплекс взаимосвязанных узлов открытого типа, способный неограниченно расширяться путем включения новых и новых звеньев, что придает сети гибкость и динамичность»³⁷.

Теоретические корни сетевого подхода к политике и использование концепции *сети* в политической науке восходит к началу 1970-х гг. в исследованиях реализации концепта, который известен как «bottom-up approach» («подход снизу-вверх») ³⁸ и в литературе по межправительственным отношениям. Данная концепция была использована для картирования моделей отношений между организациями и оценки влияния этих моделей на политические процессы.

По мере развития политологии как науки *сетевой подход* выработал свою собственную, отличительную теоретическую основу.

Сетевой подход предполагает, что политика осуществляется в сложных процессах взаимодействия между большим числом субъектов, которые происходят в рамках сетей взаимозависимых субъектов³⁹. Эти компоненты взаимозависимы, поэтому политика может осуществляться только на основе сотрудничества. Однако ни в коем случае оно не является простым или спонтанным, и в конечном итоге требует определенного типа управления игрой и построения сети. Центральный вопрос в рамках сетевого подхода

³⁶ Мирошниченко И.В. Сетевой подход в политических исследованиях: содержание и направления развития // Южно-российский журнал социальных наук. 2013. №3. С. 68–86.

³⁷ Безвиконная Е. В. Концепция политических сетей в системе публичного управления: теоретический аспект // Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество). 2011. №1. С. 39–59.

³⁸ Hjern, B., Porter D.O. Implementation structures: a new unit for administrative analysis. *Organisational Studies*, 1981. № 3, P. 211–237.

³⁹ Klijn, E.H., Koppenjan, J.F.M. Complexity in governance network theory. In: *Complexity, Governance & Networks*, 2014. No. 1 (1). P. 61–70.

заключается в том, каким образом согласованные действия устанавливаются вокруг конкретной проблемы.

Зарубежные исследователи утверждают, что *сетевой подход* представляет собой публичное осмысление политики как результата взаимодействия множества организационных акторов, каждый из которых зависит от других координаций по ресурсам и поэтому необходимо обмениваться возможностями для того, чтобы выжить и достигать своих целей. По мере взаимодействия акторов возникают модели обмена ресурсами, появляются и развиваются правила, которые регулируют взаимодействие и в какой-то степени обособляет сеть от внешнего мира⁴⁰.

Сетевой подход включает в себя изучение структур и отношений самой сети как совокупности акторов и связей между ними⁴¹.

Исследователи Клин и Коппенджан в своей работе «Сети в государственном управлении и политике: основы сетевого подхода к управлению» предполагают, что проблема сотрудничества является центральной для политического сетевого подхода. Учитывая зависимость субъектов от ресурсов друг друга, политика может быть установлена только тогда, когда субъекты предоставляют свои ресурсы. При *сетевом подходе* причины успеха или неудачи политических процессов кроются именно в неспособности добиться сотрудничества. Сотрудничество не осуществляется в тех случаях, когда взаимодействие между участниками застаивается, блокируется или приводит к нежелательным или непредвиденным последствиям⁴².

Объяснение развития процессов взаимодействия в сетях можно найти как в институциональных характеристиках – ресурсах и правилах, так и в характеристиках ситуации взаимодействия – игроках, их темпах и стратегиях.

⁴⁰ Compston H. Policy Networks and Policy Change. Putting Policy Network Theory to the Test. N.Y.: Palgrave Macmillan, 2009. P. 6–17.

⁴¹ Овсянкина А.В. Применение сетевого подхода в политических исследованиях // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2014. №2. С. 21–29.

⁴² Klijn, E.H., Koppenjan J.M.F. Public management and policy networks: foundations of a network approach to governance, Public Management, 2006. vol. 2, nr. 2. P. 135–158.

В 1970-х годах, в дополнение к сетевому подходу, появился интерес к его сквозному аналитическому анализу инструментальных сетей, который используется для формирования теоретических конструкций различных уровней и универсальности.

Сетевой анализ как эмпирический инструмент является одним из важнейших нововведений в социальных науках того времени. Это обстоятельство было связано с тем, что:

1. *концепции были основаны на отношениях, а не на атрибутах*, что «заставило исследователей общества мыслить с точки зрения ограничений и вариантов, присущих организации социальных отношений, с акцентом на связи между социальными организмами, а не на качествах, которые эти организмы обладают». Сетевой анализ основан на базовых компонентах: наборах объектов, называемых узлами, позициями или действующими лицами, и наборах отношений между этими объектами, называемых фронтами⁴³.
2. *сетевой анализ аналитически формален*. Он диктует свои собственные систематические и воспроизводимые процедуры, не допускает правил мягкого кодирования и имеет внутреннюю логику и алгоритм. Все эти атрибуты в конечном итоге приводят к результатам описательного и дедуктивного характера⁴⁴. Сила методологии сетевого анализа основана на беспрецедентных инструментах сбора данных, доступных для анализа. Она зиждется на фундаменте социологических инструментов, сети и социального статуса отдельных социальных субъектов в этих системах (центральная роль, клик членство, престиж, структурная эквивалентность и т. д.)⁴⁵.

⁴³ См: Poucke W van. Network Constraints on Social Action: Preliminaries for a Network Theory // Social Networks. 1979. Vol. 2.; Knoke D. Political Networks. The Structural Perspective. Cambridge University Press, 1990.

⁴⁴ См: Graffin L. J., Linden M. van der Introduction // New Methods for Social History. Cambridge: University of Cambridge Press, 1998.

⁴⁵ См.: Brandes U., Kenis P., Raab J., Schneider V., Wagner D. Explorations in to the Visualization of Policy Networks // Journal of Theoretical Politics. 1999. Vol. 11.

Методология «превратила простое метафорическое понимание встроенности действующих лиц в сеть социальных отношений в более точный и практический инструмент политического анализа»⁴⁶.

Исследования, основанные на методологических принципах сетевого анализа, накапливают и оценивают присущие социальным и политическим структурам/системам и их окружающим субъектам качества посредством сбора и анализа эмпирических данных.

Сетевой подход к анализу публичной политики порождает новый феномен современности – *сетевая публичная политика*.

Стоит отметить, что, отечественные и зарубежные исследователи⁴⁷ данных тенденций отмечают повышающийся интерес к развитию и совершенствованию феномена сетевой публичной политики. Развитие информационного общества и существенная модернизация коммуникационных технологий позволяет по-новому взглянуть на отношение в контексте «государство-общество».

Исследователь развития информационного общества в эпоху Интернета М. Кастельс отмечал в своих работах, что в настоящее время стремительно развивающиеся технологии задают сетевую логику развития и совершенствования социальной системы. Он указывал на то, что «эту формирующуюся на наших глазах новую социальную реальность можно определить, как 'infomodernity' – пространство социального взаимодействия, в границах которого интеграция индивидов достигается на основе качественно измененных и усложненных требований к характеру их участия в социальной коммуникации»⁴⁸.

По мнению отечественных исследователей И.В. Мирошниченко и Е.В. Морозовой *сетевая публичная политика* «представляет собой одновременно

⁴⁶ См.: Emirbayer M., Goodwin J. Network Analysis, Culture and the Problem of Agency // American Journal of Sociology. 1994. Vol. 99.

⁴⁷ См. подробнее: Кастельс М. 2000. Информационная эпоха: Экономика, общество, культура. М.: ГУ ВШЭ.; Публичная политика: Институты, цифровизация, развитие: Коллективная монография / Под ред. Л. В. Сморгунова. М.: Аспект Пресс, 2018.

⁴⁸ Лапкин В.В., Семенов И.С. «Человек политический» перед вызовами «infomodernity» // Полис. 2013. № 6. С. 64–81.

процесс и результат взаимодействия широкого круга разнообразных социально-политических акторов, использующих сетевые ресурсы и технологии для выработки способов решения проблем общественной значимости и их интеграции в управленческую практику»⁴⁹.

В политической сфере сетевая коммуникация находит в себе черты систем образующегося источника распространения всех социальных институтов, который, в конечном итоге, направлен на определение формата социально-политических отношений.

Характеризуя *сетевую публичную политику*, необходимо выделить её основные компоненты⁵⁰:

1. *Пространственный*. Offline- и online-среды, интегрированные в пространство.
2. *Информационно-дискурсивный*. Информационно-коммуникативное пространство, включенное в интернет-среду. Здесь на основе сетевой коммуникации происходит формирование общественных групп, непосредственно участвующих в развитии дискурса общественно-политического характера.
3. *Институциональный*. Комплекс самоорганизующихся и проектируемых сетевых и гибридных социально-политических акторов, использующих сетевые ресурсы и технологии для участия в выработке государственных решений.
4. *Управленческо-технологический*. Для того, чтобы обеспечить заинтересованность и участие граждан в процессе создания и осуществления публичных решений, необходимо осуществить внедрение интерактивных механизмов. Они позволяют обеспечить конструктивный диалог между государством и общественностью.

⁴⁹ Мирошниченко И.В., Морозова Е.В. Сетевая публичная политика: контуры предметного поля // Полис. Политические исследования. 2017. № 2. С. 87.

⁵⁰ Публичная политика: Институты, цифровизация, развитие: Коллективная монография / Под ред. Л. В. Сморунова. М.: Аспект Пресс, 2018. С. 259.

Социокультурный. Фрагментация политической культуры, алогичность политических ценностей, формирование сетевых идентичностей, социализация на цифровом уровне.

Базовым компонентом для внедрения сетевого анализа в сферу публичной политики является привлечение сетевых сообществ в процессе когнитивного проецирования развития субъектности в сфере публичной политики.

Функционирование онлайн-пространства в публичной политике привело к тому, что усложнение сетевой структуры общества подтолкнуло к развитию сетей в онлайн-формате. Созданные на площадках коммуникации сообщества в медиасфере, они способствуют формированию новых групп и контргрупп. Используя Интернет-технологии, активизация сетевой общественности приводит к связке online- и offline-пространств публичной политики⁵¹, где порой последнее зависит от первого.

Выделяют *три уровня публичной политики*, в которых формируются различные *формы сетевых сообществ*:

1. *Внешнее и внутреннее окружение публичной политики.* Включает в себя гражданское общество, которое выполняет функцию объединяющего компонента между индивидуумом и органами власти⁵².
2. *Коммуникативные площадки политической системы, осуществляющие «вход» и «выход».* Актуализация политической субъектности гражданских инициатив и объединений. Характеризуется информационно-коммуникативными процессами, связанными с формированием общественного мнения на «входе» и «выходе» политической системы.
3. *Процесс разработки и реализации программ политического действия органами власти, направленный на реализацию публичных проблем.*

Выделяется несколько микроуровней:

⁵¹ Мирошниченко И.В. Формирование субъектности сетевых сообществ в российской публичной политике // Южно-российский журнал социальных наук. 2012. №1. С. 76–86.

⁵² Там же.

- а) привлечение элит на основе сетей местного характера;
- б) систематизация посредством сетевых форм практик в коррупционной сфере;
- в) включение социальных сетей в чёткую структуру принятия политических решений, осуществляемых с помощью создания форм сотрудничества органов власти и сетевого гражданского общества на институциональном уровне;
- г) краудсорсинг как механизм интегрирования социальных сетей в процесс принятия политических и общественных решений⁵³.

Усложнение структуры сетевых сообществ в публичной политике приводит к усложнению сетевой публичной политики как таковой. Нельзя говорить о том, что только посредством сетей возможна активизация общества и формирование конструктивного диалога с органами власти. Но, именно сетевое пространство играет важнейшую роль в разрешении тех или иных вопросов.

В публичном пространстве происходит столкновение интересов общества и государства. Но не только граждане способны объединяться внутри сетей, создавая различные гражданские инициативы и движения. Органы власти активно осуществляют интеграцию в публичную политику посредством Интернета и использование социальных медиа.

Органы власти активно переносят свою деятельность в глобальное пространство. Например, в российской практике становится актуальным проект «Открытое Правительство»⁵⁴, в котором осуществляется развитие основ сервисного государства⁵⁵.

Государственные деятели начинают активно использовать социальные сети для непосредственного общения с гражданами, а также для размещения актуальной информации о тех или иных мероприятиях.

⁵³ Василькова В.В., Кольцов А.И. Краудсорсинг как новая социокommunikативная технология // Дискуссия. 2015. №7 (59). С. 78–84.

⁵⁴ Открытое Правительство. Экспертный Совет при Правительстве РФ, 2019. URL: <https://open.gov.ru/event/5598187/> (дата обращения: 21.03.2020).

⁵⁵ Мои документы. МФЦ.РФ, 2019. URL: <http://мфц.рф> (дата обращения: 21.03.2020).

Таким образом, развитие и совершенствование сетевой публичной политики не только для всего мира, но и для России является необходимым атрибутом эффективного функционирования как органов власти, так и гражданского общества. Сетевая публичная политика формирует новую культуру политического и гражданского участия, создаёт необходимые механизмы органам государственной власти для эффективного и современного функционирования в интернет-среде.

Роль государства в сетевой публичной политике становится всеобъемлющей. Власть способна создавать необходимые условия для вовлечения граждан в публичность. Используя различные технологические инструменты, государство способно оказывать непосредственное влияние на мотивацию граждан для объединения усилий при решении актуальных проблем.

Чаще всего именно гражданские инициативы интегрируют в публичную сферу ряд важных вопросов, требующих совместных усилий как общества, так и органов власти. Общественность «снизу» видит происходящие проблемы внутри одного государства или внешнего мира в целом. Они способны указать на конкретную проблематику, привлекая социальные сети. Используя их, общество активно подталкивает к участию органы государственной власти, осуществляя всеобщую огласку тому или иному вопросу. При всем этом, именно активное присутствие правительственных структур чаще всего необходимо для решения тех или иных общественно-политических задач. В противном случае, общество имеет способность объединяться против государства, предпринимая конкретные совместные усилия и настраиваясь против него. Все эти обстоятельства в конечном итоге могут привести к непредсказуемым последствиям.

ГЛАВА 2 АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В ПУБЛИЧНОЙ ПОЛИТИКЕ

2.1 Понятие, функции и специфика функционирования социальных медиа в публичной политике

В современном информационном обществе Глобальная сеть под названием Интернет начинает стремительно превращаться в один из самых влиятельных инструментов, сосредоточивший вокруг себя все сферы человеческой деятельности. В период совершенствования технологий такая тенденция уже задаёт своего рода уникальный тренд развития и функционирования общественно-политической жизни.

Если обратиться к статистическим данным, то по подсчетам Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), на февраль 2020 года 70% россиян пользуются Интернетом практически ежедневно⁵⁶. По данным Фонда Общественное Мнение (ФОМ) по состоянию на январь 2020 года 57% опрошенных узнают новости из Интернета, в том числе из поисковиков – 39%, из социальных сетей – 18%⁵⁷.

Социальные сети, видеохостинги и новостные порталы в Интернете постепенно начинают включаться в жизнь каждого гражданина любого государства.

Отметив данную тенденцию, нельзя не задаться вопросом: каким термином возможно объединить весь новостной и информационный контент в Интернете?

Действительно, проблема есть и носит разноплановый характер. Дело в том, что в настоящее время существует такое понятие как *social media* (социальные медиа), но чёткого и окончательного определения данного феномена до сих пор не существует. Причин здесь несколько.

⁵⁶ Пользование Интернетом. ВЦИОМ, 2020. URL: https://wciom.ru/news/ratings/polzovanie_internetom (дата обращения: 05.03.2020)

⁵⁷ Источники информации: Интернет. ФОМ, 2020. URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14340> (дата обращения: 05.03.2020)

Во-первых, понятие *social media* появилось относительно недавно. В политике и в политической науке этот термин является новым – лишь к концу XX в. исследователи начинают говорить о нем в рамках публичного пространства (например, работы Кастельса, Хабермаса и других исследователей того времени)⁵⁸.

Во-вторых, данный термин с каждым годом объединяет в себя все новые и новые характеристики, т.к. развивается сфера цифровой культуры, и, в этом процессе феномен *social media* приобретает уникальные черты. Необходимо представить несколько трактовок – от широкой до самой узкой.

Приведем несколько точек зрения понятия *social media*.

Отечественные точки зрения. Российский исследователь Н. С. Бондарев относит феномен «социальные медиа» к одной из разновидностей интернет-сайтов. По его мнению, они обладают уникальным кодом, функциями публикации, где обмен и обсуждение контентом осуществляется довольно широким кругом пользователей⁵⁹.

Следуя данной логике, к социальным медиа возможно отнести следующие разновидности Интернет-сайтов:

Во-первых, к таковым относятся *блоги и микроблоги* (например, LiveJournal). Во-вторых, нельзя не упомянуть *социальные сети* (ВКонтакте, Instagram и др.); В-третьих, это *социальные базы данных* (например, всем известная Wikipedia, WikiLeaks), *видеохостинги* (YouTube, RuTube, Vimeo) и *новостные социальные сайты* (Reddit, Лента.ру и др.)⁶⁰.

Петербургский исследователь феномена «социальных медиа» М. С. Будолак приравнивает их к так называемым онлайн-СМИ, на просторах которого каждый желающий сможет получать и популяризировать необходимую информацию.

⁵⁸ См.: Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ.; под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000; Habermas J. The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society. Cambridge : Polity, 1989;

⁵⁹ Бондарев Н. С. Социальные медиа в современных политических процессах: технологии и ресурсы влияния: дис. ... канд. полит. наук. М., 2014. С. 62.

⁶⁰ Там же.

По ее мнению, «социальные медиа – это новый вид онлайн-СМИ, где любой пользователь сети Интернет, не обладающий такими-либо профессиональными навыками, может участвовать в процессе создания, хранения и распространения социально значимой информации, имеющей периодический характер и адресованной широкой общественности»⁶¹. Из этого определения можно сделать вывод о том, что социальные медиа – это принципиально новый вид средств массовой информации, где каждый человек выступает не только игроком публичной политики, но порой и её регулятором.

Зарубежные исследователи. Есть и альтернативная точка зрения иностранных коллег. Современный антрополог и футуролог Б. Солис акцентирует внимание на технологических особенностях social media: «это способ, при помощи которого люди обнаруживают, читают, и комментируют новости, информацию и содержание. Это слияние социальной составляющей и высоких технологий, трансформирующих монолог (от одного ко многим) в диалог (многие ко многим)»⁶². Обмен информацией в социальных медиа представляет собой новый вид коммуникации.

Исследователи А.М. Каплан и М. Хемлейн представили свою точку зрения относительно данного определения. По их мнению, *социальные медиа* представляет собой объединение интернет-приложений, опирающиеся на технологические основы *Веб 2.0* и осуществляющие создание контента для того, чтобы пользователи могли коммуницировать между собой⁶³.

Здесь возникает и другой феномен, непосредственно связанный с social media – *Веб 2.0*, автором которого является американский издатель Т. О'Райли. Он определяет *Веб 2.0* как некую тенденцию развития интернет-сайтов, обладающих схожими принципами и нацелены на социализацию проектов и

⁶¹ Будолак М. С. Понятие «социальные медиа» // Петербургская школа PR: от теории к практике. 2009. №. 7. С. 18.

⁶² Solis B., Breakenridge D. Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media Is Reinventing the Aging Business of PR. Upper Saddle River: Pearson Education Inc., 2009. P. 59.

⁶³ Kaplan A.M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media // Business Horizons. 2010. Vol. 53 (1). P. 59–68.

сервисов. О'Райли отмечает главную особенность – это создание и улучшение контента самими пользователями⁶⁴.

Веб 2.0 оказал влияние на формирование и развитие social media, хотя этот факт оспаривается многими исследователями по сей день.

О. Стинс и Д. Ван Фухт, сравнивая «новые» и «старые» медиа определяют главные различия:

- новые медиа являются более быстрыми и открытыми, имеют пользователей, тогда как обычные медиа – публику;
- новые привлекают своей краткостью и делают упор на «картинку», старые – опираются на многословность и текстовое содержание;
- новые – дают возможность пользователю производить собственный контент и распространять его; традиционные медиа такой возможности не имеют⁶⁵.

Отметив основные определения, выделим некоторые функции социальных медиа. Отечественные исследователи Е. В. Ефанова, Д. В. Мельниченко отмечают две функции: коммуникативную и релятивистскую⁶⁶.

Основная функция – **коммуникативная**.

Социальные медиа являются в настоящее время современным средством коммуникации. С его помощью пользователи могут свободно обмениваться сообщениями, создавать и распространять актуальную информацию: фотографии, видеофайлы, тематический контент.

Еще одним важным предназначением социальных медиа, по мнению исследователей, является его **релятивистская** роль. Пользователи сети медиа нередко переносят свои реальные отношения в виртуальное пространство. С помощью функции «добавление в друзья» отдельный индивид может создать

⁶⁴ O'Reilly T. What Is Web 2.0. 1991. URL: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (дата обращения: 05.03.2020).

⁶⁵ Кумпилов Т.М. Современные подходы к исследованию социальных медиа // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. 2019. №3 (203). С. 14.

⁶⁶ Ефанова Е.В., Мельниченко Д.В. Социальные медиа как инструмент публичной политики в современной России // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2018. №1. С. 93.

свой клуб по интересам⁶⁷. Такой тип взаимосвязи является важнейшим элементом социальных медиа, на основе которого строится основная коммуникация пользователей в сети. Происходит быстрое распространение сообщений от одного адресата к другим, и при наличии необходимых условий эти сообщения могут охватить обширную аудиторию.

Зарубежные исследователи Я. Кицман, Я. Маккарти и Б. Сильвестр, определяя основные функции социальных медиа, выявили так называемые «блоки», состоящие из 7 частей⁶⁸. Они характеризуют их функциональные особенности:

Во-первых, это «идентичность». Эта функция заключается в персонификации каждого пользователя сети Интернет. К таким личным данным относятся имя, фамилия, пол, возраст, профессия и т.д. Используя инструмент социальных медиа современное общество тяготеет к тому, чтобы обличить себя в виртуальном пространстве.

Во-вторых, следующий блок представляет собой так называемую «беседу». В социальных медиа люди способны и стремятся осуществлять коммуникацию: делятся мыслями, опытом, своими успехами и т.д. *Social media* могут объединять группы людей по интересам и осуществлять межличностное взаимодействие, вынося его в публичное поле.

В-третьих, это «распространение». Одна из важнейших составляющих жизнедеятельности социальных медиа. Именно с помощью этой функции люди осуществляют оперативную передачу информации, делятся полезными сведениями.

В-четвертых, это «присутствие». Социальные медиа предоставляют возможность интернет-пользователям не только уведомлять своих читателей о том, каков их статус: онлайн или оффлайн, но и загружать необходимый контент в сети: фотографии, видео и делиться своей геолокацией.

⁶⁷ Штайншаден Я. Социальная сеть. Феномен Facebook /пер. с нем. Н. Фрейман. СПб.: Питер, 2011. С. 13.

⁶⁸ Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media / J.H. Kietzmann, K. Hermkens, I.P. McCarthy, B.S. Silvestre // Business Horizons. 2011. Vol. 54 (3). P. 241–251.

В-пятых, необходимая функция – *«отношения»*. Здесь пользователи сети способны заводить новые знакомства или продолжать общение со своими родственниками и друзьями из любой точки мира.

В-шестых, *«общности»*. В социальных медиа группы людей способны объединяться сообщества по интересам, хобби, взглядам и т.д.

В-седьмых, *«репутация»*. Поведение и действия человека в Интернете определяет его статус и положение среди других пользователей. В социальных медиа, как и во Всемирной паутине в целом, граждане способны молниеносно «очернить» или «превознести» друг друга.

С быстрым распространением и совершенствованием механизмов интернет-коммуникации, в том числе и развитием социальных медиа, последние стали активно вторгаться во многие сферы жизнедеятельности людей. Происходят активные метаморфозы практик в коммуникативной среде, намечается интенсивная популяризации сетевого взаимодействия.

В настоящее время, социальные медиа преподносят миру новые возможности для активной интеграции граждан в политическую среду. Здесь есть как положительная, так и отрицательная стороны.

Начнем с отрицательных.

Нельзя не отметить тот факт, что во многих государствах происходит активная организация контроля за расширением сетевой информации в Интернете. «Твиттер-революции» позволили по-другому взглянуть на принятие необходимых мер обеспечения контроля за социальными медиа (Египет, Тунис, Евромайдан). Например, такая информационная политика позволяет предотвратить развитие экстремистских и террористических идей и предупредить разжигание межнациональных конфликтов.

Несмотря на отрицательные стороны, социальные медиа способствуют значительному расширению публичной сферы.

Описав основную роль и место такого феномена как «социальные медиа», следует отметить возросшую тенденцию к его научному анализу как инструменту публичной политики.

Многие общественные объединения, некоммерческие организации в настоящее время используют, например, социальные сети для продвижения своих интересов и взглядов в публичное пространство, призывают к мобилизации для общественно-политических действий.

Обычные граждане объединяются общей идеей для создания гражданских инициатив и активно продвигают свои взгляды с помощью социальных медиа: создают петиции, посты в социальных сетях, записывают видеообращения и т.д. Такая форма коммуникации удобна тем, что другие пользователи способны оперативно получать свежую информацию и следить за развитием событий, становясь частью сообщества.

Многие общественные и политические деятели (например, главы государств, регионов) создают персональные страницы в социальных сетях или заводят блог, где производят отчет о своей деятельности. Они призывают граждан активно делиться своими идеями и задавать все необходимые вопросы.

Как инструмент публичной политики социальные медиа способны действительно существенно влиять на современную повестку дня, призвать к действию политические элиты и обращать внимание на проблему, которая требует незамедлительного участия.

Таким образом, социальные медиа выступают в роли инструмента, с помощью которого различные общественно-политические движения распространяют свои идеи и активизируют гражданское участие.

В настоящее время данный феномен ещё не до конца обрел какой-либо конкретики в научном политическом дискурсе.

Одни исследователи могут дать слишком узкое определение, ссылаясь лишь на трактовку социальных медиа, как канала, с помощью которого люди могут обмениваться информацией. Другие интерпретируют понятие *social media* как новый феномен онлайн-СМИ. Так или иначе, каждое из них способно внести свою лепту в развитие данного определения, но, тем не менее, вопрос до сих пор остается открытым.

Социальные медиа способствуют налаживанию коммуникаций между гражданами, открывают доступ к публичному пространству многим политическим субъектам, обеспечивают условия для участия граждан в политическом процессе и реализуют общественный интерес, поэтому можно утверждать, что социальные медиа становятся важным условием функционирования публичной политики.

Но нельзя оставлять без внимания проблему распространения фейковых новостей, которые существенным образом могут оказать негативное влияние на коммуникативное пространство и значительно испортить репутацию в информационном поле. Объясняется это тем, что социальные медиа являются достаточно гибким инструментом распространения и создания информации: с помощью интерактивных механизмов возможно «скорректировать» ту или иную новость или осуществить «массовый вброс» комментариев под той или иной темой в социальных медиа.

Целесообразно на основе собственных исследований внести авторскую трактовку данного термина в рамках данной магистерской диссертации.

Социальные медиа – это совокупность коммуникативных инструментов современного Интернет-пространства, с помощью которого участники данного пространства способны получать, создавать и интегрировать необходимую информацию с целью формирования определённой повестки дня и общественного мнения и влиять на гражданскую позицию участников, государственные органы власти и т.д.⁶⁹.

Данное определение является довольно обширным и всецело охватывает все известные механизмы, инструменты и каналы распространения.

⁶⁹ Поселенцева В.Н. Проблема теоретического осмысления феномена «социальные медиа» в политической науке // Студенческий: электрон. научн. журн. 2020. № 16(102). С. 93.

2.2 Социальные медиа как поле взаимодействия государства и гражданского общества: интерактивные механизмы

Вопрос взаимоотношений государства и гражданского общества по сей день остаётся активным полем исследований для политологов. Задача заключается не только в самом механизме взаимодействия, но и в стремительном развитии информационных технологий, что позволяет смотреть на проблему под другим углом. Специалисты интерпретируют отношения государства и гражданского общества с позиций их активного участия в Интернет-пространстве: создание новых форм диалога в социальных сетях, использование технологий влияния как одной стороны на другую, так и наоборот и др.

Можно с уверенностью говорить о том, что большинство граждан активно используют Интернет, в том числе и социальные сети для выражения или продвижения своей позиции.

Прежде чем обратиться к данной проблеме, необходимо раскрыть понятие «гражданское общество» и подчеркнуть проблемы взаимодействия с органами государственной власти.

Существует множество трактовок данного термина, корни которых уходят глубоко в Античность. Ещё сам Аристотель говорил о том, что всегда и во всем следует отдавать предпочтение общественному интересу.

Далее, феномен обновляет свою этимологию в Новом времени (теория общественного договора Т. Гоббса). К XVIII в. были сформированы основные элементы: личная безопасность, принцип правового равенства, право на частную собственность, личную жизнь и т.д.⁷⁰.

В настоящий момент можно говорить о том, что *гражданское общество* – это социальная сфера государства, в которой граждане имеют возможность

⁷⁰ Горощук С.О., Зеленский П.А. Гражданское общество и государство: современные проблемы взаимодействия // Вестник ПАГС. 2018. №4. С. 74.

соблюдать и исполнять имеющиеся у них субъективные права и обязанности, проявлять правовую и политическую активность⁷¹.

Гражданское общество – система общественных отношений и институтов, включающая в себя все необходимые потребности, интересы и ценности субъектов общества. Оно активно взаимодействует с органами власти, где последние предоставляют возможность первым реализовывать свои гражданские права⁷². Учитывая такой подход, гражданское общество не является чем-то самостоятельным, отделенным от государства и противостоящее ему в любой форме социального пространства. Оно является поистине его равноправным и зрелым партнером.

По мнению М. Фуко, *гражданское общество* представляет собой «отношения власти, укорененные в социальной сети»⁷³. Оно становится средой для тех связей, которые обретают эффект самоподдержки. Эти механизмы переплетены с разнообразными неформальными сетями единомыслия и с различными формами обоюдного содействия и взаимовыгодных консолидаций.

Гражданское общество – это продукт укоренения символических, структурных и смысловых форм социальной организации, пускающее в ход горизонтально-сетевые связи.

Выделяется один из видов взаимодействия государства и гражданского общества – *Government Relations*.

Government Relations, или *Связи с государством* – деятельность по выстраиванию отношений с органами государственной власти и различными общественными группами, с целью влияния последними на институты власти и принятия решений в политико-административных вопросах⁷⁴.

⁷¹ Горощук С.О., Зеленский П.А. Гражданское общество и государство: современные проблемы взаимодействия // Вестник ПАГС. 2018. №4. С. 74.

⁷² Кочкалова Л.И. Взаимосвязь государства и гражданского общества в России: теоретико-правовое измерение // Актуальные проблемы современности: наука и общество. 2018. №1 (18). С. 25–28.

⁷³ Фуко М. Интеллектуалы и власть. М.: Праксис, 2006. 186 с.

⁷⁴ GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством. Учебное пособие / под ред. Л. В. Сморгунова и Л. Н. Тимофеевой. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. 15–16 с.

GR-деятельность является необходимым механизмом разработки конструктивного диалога между государством и обществом. С его помощью возможно выстраивать коммуникацию и принимать меры по реализации политических и общественных мероприятий.

Эффективность Government Relations зависит от выполнения следующих функций⁷⁵:

1. сбор информации о текущей деятельности органов власти;
2. анализ этой деятельности применительно к интересам организации;
3. налаживание связей с внутренними подразделениями компании; осуществляющими специальные направления деятельности;
4. лоббизм интересов.

При характеристике процесса, с помощью которого конструируется механизм реализации отношений органов государственной власти и гражданского общества, необходимо выделить основные формы их взаимодействия:

1. *Территориальное общественное самоуправление (ТОС)* – гибкая и приближенная к населению форма осуществления местного самоуправления. Они создаются либо на ограниченный, либо на длительный срок. К такой форме могут относиться, например, и объединение внутри жителей подъезда, которые хотят заняться благоустройством своего двора.
2. *Гражданский (общественный) контроль* – данная форма необходима для регулирования общественно-значимых вопросов. Например, это инициатива (объединение) граждан, которые обеспечивают мониторинг цен на жилищно-коммунальные услуги и т.д.
3. *Общественная палата*. Данный орган регулирует систему общественного контроля, как на региональном, так и на федеральном уровне, проводят

⁷⁵ Кулакова Т.А. Government relations в процессе принятия политических решений // ПОЛИТЭКС. 2005. №2. С. 227.

экспертизу законодательных актов, вырабатывают рекомендации общественности по тем или иным вопросам и т.д.

4. *Открытое правительство.* Данная форма является относительно новой. На настоящий момент это один из важнейших видов общественного контроля и взаимодействия с органами государственной власти. Деятельность «открытого правительства» позволяет гражданам осуществлять мониторинг и проводить оценку работы государственных структур и получать необходимые услуги в электронном виде⁷⁶.

С развитием Интернета и активного вовлечения граждан в эту сферу, необходимо упомянуть и новую форму взаимодействия государства и общества – *социальные медиа*.

Использование социальных медиа является частью жизни многих граждан. Помимо того, что пользователи сети делятся необходимой информацией, такая форма порождает и другое направление – использование в качестве диалога между государством и обществом.

К примеру, активные граждане могут объединяться вокруг насущной проблемы, создавать страницу в социальных сетях (группа ВКонтакте) и активно продвигать свои интересы, в том числе и оказывая влияние на органы государственной власти. Так и наоборот.

Органы власти способны «приземлиться» и осуществлять диалог на равных с гражданами, решая острые и необходимые проблемы. Сейчас многие главы регионов России имеют официальные страницы в социальных сетях, где выкладывается необходимый материал о результатах работы. Такая площадка создается для активной коммуникации с гражданами: общение в комментариях и т.д.

В результате такого взаимодействия социальные медиа становятся площадкой для непосредственной коммуникации общественности и органов государственной власти.

⁷⁶ Кочетков А.П. Государство и гражданское общество в России: стратегия взаимодействия // Электронное научное издание Альманах Пространство и Время. 2014. №1. С. 10–11.

Перед тем, как раскрывать потенциал интерактивных механизмов на практике необходимо наличие конкретной платформы для их реализации: создание сайта/блога/страницы в Интернете. Это может быть, к примеру, публичная страница в социальной сети ВКонтакте, блог в Live Journal или создание конкретного сайта.

С одной стороны, администраторы таких сообществ способны сами реализовывать интерактивные механизмы для формирования гражданских инициатив и обеспечить мобилизацию конкретной целевой группы. С другой – сами пользователи Интернета в состоянии делиться своими впечатлениями на этой публичной странице и быть активными участниками в социальных медиа⁷⁷.

Интерактивные механизмы и технологии – это инструменты и способы коммуникации гражданского общества и органов государственной власти, осуществляемые посредством применения социальных медиа.

1. Создание постов/ведение блога

Такой способ коммуникации позволяет как органам государственной власти, так и обществу поднимать политические и общественно-значимые темы. Это возможно в социальных сетях (например, написание постов в группе ВКонтакте) и на просторах Интернета (например, блог Live Journal).

Пользователи социальных медиа очень часто помимо публикации постов, которые несут в себе необходимый информационный посыл, могут дополнять его каким-либо изображением или видео.

Социальная сеть Twitter в 2009 году во время беспорядков в Кишинёве оказала не только мобилизующее (призыв к протестам), но и информационное содействие (распространение информации о событиях). Многие журналисты брали посты из социальных сетей для освещения тех или иных сведений. Сейчас дело причислено к знаменитой «Твиттер-революции»⁷⁸.

⁷⁷ Киняшева Ю.Б. Социальные сети как инструмент политической мобилизации граждан в современной России // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2018. №3. С. 10.

⁷⁸ Twitter-революция Джорджа Сороса. ИНОСМИ.РУ, 2009. URL: https://inosmi.ru/moldova/20090508/248966_1.html (дата обращения: 11.03.2020)

2. Комментарии

Одна из особенностей социальных медиа – это способность самим пользователям создавать контент, комментировать посты и делиться впечатлениями. Комментарии могут находиться под самим постом в социальной сети, либо после текста той или иной новости.

С помощью комментариев под постами люди могут обмениваться мнениями, делиться с представителями органов власти предложениями по решению актуальных вопросов.

Например, на официальной странице Губернатора Саратовской области Валерия Радаева в Instagram (@radaev_v.v, 34,1 тыс. подписчиков) под постами о предстоящем визите в Фёдоровский район Саратовской области выкладывается пост с анонсом и предлагается написать в комментариях, какие вопросы требуют внимания на предстоящей встрече с жителями. В итоге, пост собрал больше 100 комментариев жителей, которые обратились к главе региона с просьбами⁷⁹.

3. Репосты

Репост – публикация какого-либо поста на персональную страницу в социальной сети. Это один из эффективных и популярных способов оперативного распространения необходимой информации. С помощью такого интерактивного механизма общественность может быстро донести необходимые сведения до органов государственной власти. Именно репосты дают максимальную огласку проблеме, т.к. с их помощью информация сможет быстро распространиться и дойти конкретным адресатам.

Например, известный актер Леонардо Ди Каприо делал репосты публикаций в социальной сети Twitter с призывом подписать петиции об освобождении косаток и белух, ставшие жертвами знаменитой китовой тюрьмы

⁷⁹ Официальная страница Губернатора Саратовской области В.В. Радаева. Instagram, 2020. URL: <https://www.instagram.com/p/B9jB5mdnMtC/?igshid=g23nbe7x1yps> (дата обращения: 11.03.2020)

в бухте Средняя. После этого Минприроды обратил внимание на проблему и поручил разработать план спасения млекопитающих⁸⁰.

4. Хэштеги

Известный метод распространения информации и один из самых эффективных способов. *Хэштег* означает объединение групп сообщений по теме с помощью слов или фраз, которым предшествует символ «#». С помощью него пользователям легче найти необходимые публикации, объединённые под одной категорией. Хэштеги играют роль в обеспечении эффективного диалога между органами государственной власти и общества в форме социальных медиа.

Один из примеров призыва общественности к проблеме и реакции на неё органов государственной власти – массовый флешмоб в защиту горевших сибирских лесов в 2019 году. С помощью социальных медиа пользователи выкладывали на свои страницы посты с хэштегом #SaveSiberianForests. Особенно популярна данная тенденция была в социальной сети Twitter: хэштег продержался в актуальных темах несколько дней. После таких действий общественности последовали комментарии региональных и федеральных органов власти. Президент Российской Федерации В.В. Путин поручил подключить к тушению пожаров ресурсы Министерства обороны⁸¹.

5. Ссылки

Сейчас в социальных медиа активно используют ссылки на страницы известных личностей/общественных организаций с призывом обратить внимание на актуальное событие.

Пользователи социальных сетей (например, Instagram) могут опубликовать пост или короткие stories (посты, которые закрепляются на 24 часа и содержат простую, но порой важную информацию), в котором ссылаются не только на созданную публикацию, но и отмечают любого

⁸⁰ Ди Каприо призвал освободить косаток и белух из «китовой тюрьмы» в Приморье. VLADNEWS, 2019. Режим доступа: https://vladnews.ru/2019-02-27/147118/kaprio_prizval (дата обращения: 11.03.2020)

⁸¹ #СпаситеСибирскиеЛеса: пользователи соцсетей встали на защиту горящих лесов. REGNUM, 2019. Режим доступа: <https://regnum.ru/news/society/2678566.html> (дата обращения: 11.03.2020)

пользователя социальной сети. В конечном итоге данная информация оперативно придёт в личные сообщения получателю, о чём он будет незамедлительно оповещен.

Например, известный стилист Сергей Зверев, вскоре после того, как люди отмечали его страницу в Instagram с просьбой осветить проблему строительства завода по разливу воды в Китай на Байкале, устроил одиночный пикет на Красной площади с призывом прекратить произвол местных предпринимателей. Такой жест явился одним из катализаторов активного освещения проблемы, что привлекло внимание органов государственной власти, и они занялись изучением проблемы. Как итог – строительство завода на Байкале было приостановлено⁸².

Выделенные интерактивные механизмы являются необходимыми инструментами в реализации равноправных отношений гражданского общества и органов государственной власти на уровне социальных медиа. С помощью вышеперечисленных инструментов и конкретных примеров из практики очевидно, что они являются частью Интернет-пространства и имеют резонансный эффект.

Такие механизмы используются чаще всего в совокупности при освещении актуальных вопросов. Здесь необходимо придать огласку проблеме, т.е. писать комментарии, отмечать известных людей (лидеров мнений), создавать хэштеги и массово передавать сообщение другим людям.

Таким образом, приведенные выше интерактивные механизмы используются не только обычными гражданами, участвующих в общественных движениях и гражданских инициативах. Органы власти тоже пользуются подобными инструментами, но не так часто.

⁸² Сергей Зверев отстоял Байкал, выйдя на одиночный пикет. МК.RU, 2019. URL: <https://www.mk.ru/social/2019/03/15/sergey-zverev-otstoyal-baykal-vyydya-na-odinchnyy-piket.html> (дата обращения: 12.03.2020)

Технологии в социальных медиа. Отечественный исследователь О.Г. Филатова, исследуя проблемы политической мобилизации граждан с помощью интернет-технологий выделяет следующие технологические инструменты⁸³:

1. Краудсорсинг

Американский экономист Э. фон Хиппель интерпретирует краудсорсинг как «инновацию с расчетом на пользователя», когда происходит «передача определенных производственных функций неопределенному кругу лиц на основании публичной оферты, не подразумевающей заключение трудового договора»⁸⁴.

Технологии краудсорсинга в настоящее время активно проникают в сферу публичной политики. Основная особенность заключается в том, что органы власти привлекают граждан для участия и принятия решений, во-первых, относительно проблем по определению потребностей, а, во-вторых, в контексте реализации эффективных управленческих практик, которые бы удовлетворили эти потребности с использованием информационных технологий⁸⁵.

В качестве примера можно привести ситуацию, связанную с наводнением на Кубани 2012 года. Через несколько часов после поступления сообщений о наводнении в социальных сетях стали возникать группы помощи, в Твиттере начали появляться сообщения с хештэгами «#поможем» и «#крымск». Тем самым, подобная технология смогла активно осуществить мобилизацию граждан для решения вопроса.

2. Сетевой фандрайзинг (краудфандинг)

Механизм краудфандинга за последние несколько лет превратился в относительно узнаваемый и относительно успешный инструмент софинансирования в различных областях, в том числе и в публичной

⁸³ Филатова О.Г. Интернет-технологии политической мобилизации в современной России // ПОЛИТЭКС. 2014. №4. С. 57–67.

⁸⁴ Парфенова Ю.В. Сетевые ресурсы как инструменты политического участия в современной России // Общество: политика, экономика, право. 2016. №3. С. 49–52.

⁸⁵ Мирошниченко И. В. Модернизационный потенциал краудсорсинга в современной публичной политике // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2011. №6. С. 33.

политике⁸⁶. Совместное финансирование проектов через Интернет играет ключевую роль в этом процессе. В национальном масштабе сбор средств на различные цели с привлечением большой аудитории довольно активно используется различными общественными организациями и частными лицами.

Одними из примеров областей, реализуемых посредством краудфандинга является благотворительность и помощь в случае стихийных бедствий (помощь детям с серьезными заболеваниями, сиротам, жертвам чрезвычайных ситуаций и т. д.)⁸⁷.

3. Сетевые агрегаторы жалоб/петиций/электронных подписей

Подобные платформы, являющиеся одной из разновидностей краудсорсинга, позволяют каждому пользователю создать определённую петицию или жалобу, которую он сможет распространить в Интернете. Здесь любой желающий, заинтересованный определённой проблемой, может подписаться под любой петицией, которая защищает интересы общества. После того, как инициатива наберет определенное количество подписей, она может рассматриваться органами государственной власти.

В качестве зарубежной практики, которая активно реализуется и у нас в России – сайт Change.org – ресурс для создания online-петиций⁸⁸. В РФ такая платформа не имеет юридической силы, и тем самым не способна повлиять на решения органов государственной власти. В российской практике существует аналог данному сервису: «Российская общественная инициатива» (РОИ). Здесь каждый желающий сможет подать свою петицию, которая затрагивает определенные общественные интересы. Преимущество РОИ в том, что при наборе определённого количества подписей, проблема в обязательном порядке будет рассматриваться органами власти.

⁸⁶ Соколов А.В., Дементьев А.А. Становление Интернет-фандрайзинга как новой формы гражданской активности // Вестник Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. Серия «Гуманитарные науки». 2013. № 1. С. 41–45.

⁸⁷ Соколов А.В. Особенности возникновения политического краудфандинга в российской политической практике // Вестник РУДН. Серия: Политология. 2014. №2. С. 34.

⁸⁸ Филатова О.Г. Интернет-технологии политической мобилизации в современной России // ПОЛИТЭКС. 2014. №4. С. 62.

Таким образом, технологии реализации гражданского участия в социальных медиа носят активный характер. Существует множество механизмов, которые постепенно проникают в Интернет и помогают пользователям сети отстаивать и реализовывать свои возможности в публичном пространстве. Подобными инструментами могут пользоваться и органы государственной власти. Именно граждане, а не органы власти по большей степени раскрывают свой инициативный потенциал. Объясняется это в большей степени тем, что реализация властными структурами подобных механизмов осуществляется лишь в формальном (официальном) формате, нежели успешно реализуется на практике.

Необходимо отметить, что проблема взаимодействия государства и гражданского общества в социальных медиа в настоящий момент является активным полем для исследований в современной политической науке.

Стремительное развитие информационных технологий даёт понять, что со временем будут появляться новые средства коммуникации, с помощью которых как общественность, так и органы власти смогут услышать друг друга, донести свою точку зрения и осветить насущную проблему.

Феномен массовости, который сейчас несут социальные медиа, начинает диктовать органам власти определённые правила. Все чаще им необходимо отвечать на тот или иной комментарий в обязательном порядке, т.к. любая проблема со временем может обрести резонансный характер и быстро распространиться по всему Интернету.

ГЛАВА 3 ИЗМЕРЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В ПУБЛИЧНОЙ ПОЛИТИКЕ: ФОРМИРОВАНИЕ ГРАЖДАНСКИХ ИНИЦИАТИВ В РФ

3.1 Анализ интерактивных механизмов и технологий социальных медиа на примере гражданской инициативы «Baikal Save»

Кейс

Гражданская инициатива за приостановление строительства завода на озере Байкал по разливу воды в Китай

История. В начале февраля 2019 года в посёлке Култук (Слюдянский район, Иркутская область) обострился конфликт в связи со строительством завода по разливу байкальской воды. По утверждению иркутских чиновников, инициатором проекта выступила компания ООО «АкваСиб», которая принадлежит китайскому инвестору. Предприятие получило все необходимые разрешения для строительства завода в центральной экологической зоне, где возведение любых объектов запрещено⁸⁹.

Аудитория: более 128 тыс. подписчиков в социальной сети Instagram, среди которых – официальная страница экологической организации Гринпис в России.

Инициатор: общественник, создатель народного движения в защиту озера Байкал – Денис Букалов.

Даты исследования: с 14 февраля по 27 марта 2019 года.

Объяснение: 14 февраля 2019 появился первый пост в сети Instagram о том, что на озере Байкал строят завод по разливу воды в Китай. 27 марта 2019 года – дата официального приостановления строительства.

Канал исследования: социальная сеть Instagram. Объясняется это тем, что по данным MediaScope на 2019 год Instagram занимает 2-е место по популярности социальных сетей в России и 3-е место по популярности среди

⁸⁹ Проектом по разливу воды на Байкале занялась прокуратура. REGNUM.RU, 2019. URL: <https://regnum.ru/news/society/2568746.html> (дата обращения: 01.03.2020)

социальных медиа⁹⁰. «Baikal Save» использовал Instagram как основную платформу для продвижения своих интересов, т.к. именно здесь была самая большая аудитория и наибольшая активность (в 2019 году количество подписчиков в Instagram было более 150 тыс.).

Цель – исследование формирования повестки дня гражданской инициативы «Baikal Save» с помощью интерактивных механизмов в социальных медиа (на примере социальной сети Instagram).

Анализ интерактивных механизмов:

1. Посты

Были проанализированы посты, опубликованные на странице «Baikal Save» в социальной сети Instagram за данный период времени.

Основные категории исследования:

- 1) эмоциональные оценки: позитивный/негативный аспект;
- 2) упоминание определённых фраз (по смысловому содержанию) и частота их упоминания;
- 3) динамика развития событий (количество постов в день и характер освещения данной ситуации);
- 4) разделение всех охватываемых постов по интенциональной направленности.

Всего на данную тему в социальной сети Instagram на странице «Baikal Save» было опубликовано **53 поста**.

1) Байкал – Священное озеро

Исследовав контент и интенциональную направленность постов аккаунта «Baikal Save», необходимо отметить частое повторение в контексте сочетание «священный». Словосочетание «священное озеро» было использовано всего 13 раз.

Недаром инициаторы движения называют озеро Байкал священным. Оно является одним из самых древних озёр в истории Земли. И на данный момент

⁹⁰ Социальные сети в цифрах. MediaScope, 2019. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/f97/18.04.2019_Mediascope_Екатерина%20Курносова_РИФ+КИБ%202019.pdf (дата обращения: 25.03.2020)

коренные жители говорят о том, что раньше всё озеро было священным, а сейчас варварское отношение людей свидетельствует о неуважительном отношении к его святости.

Такое сравнение является частью привлечения общества к проблеме загрязнения озера и жестокого обращения с ним.

В качестве примера необходимо выделить следующий контекст:

«Вот таким хищническим образом издеваются над Священным озером Байкал!»⁹¹.

Такие высказывания привлекают читателей поста тем, что здесь рядом встали слова «хищническим образом» и «Священное озеро Байкал». Всё это дает понять пользователям о том, что ответственные за строительство завода подрядчики могут нанести необратимый ущерб природе. Слово «Священный» в каждом посте пишется с большой буквы, что, во-первых, показывает уважение к объекту культурного наследия, а, во-вторых, придаёт Байкалу некий сакральный смысл.

Прослеживается тенденция и к призыву присоединиться к защите озера Байкал. Демонстрируется глобальный характер проблемы и готовность всего человечества к борьбе:

«Пусть знают, что даже дети борются за спасение нашего Священного моря!»⁹², «Весь мир встаёт на защиту Священного озера!»⁹³ и «Люди объединились в едином порыве спасти Священное озеро»⁹⁴.

Интенция «священности» всеобъемлюще воплощает в себе несколько мотивов: древности, ответственности, единства и сакральности. С их помощью возможно объединение большого количества людей, которые верят не только в

⁹¹ Спаси Байкал. Instagram, Пост от 14.02.2019. URL: <https://www.instagram.com/p/Bt3WnFuFfnR/> (дата обращения: 06.04.2020)

⁹² Спаси Байкал. Instagram, Пост от 25.02.2019. URL: <https://www.instagram.com/p/BuS7OT4IHkJ/> (дата обращения: 06.04.2020)

⁹³ Спаси Байкал. Instagram, Пост от 6.03.2019. URL: <https://www.instagram.com/p/BusuHZyFite/> (дата обращения: 06.04.2020)

⁹⁴ Спаси Байкал. Instagram, Пост от 19.03.2019. URL: <https://www.instagram.com/p/BvL6eTmFcU1/> (дата обращения: 06.04.2020).

высшие силы, но и являются защитниками природы и не могут равнодушно пройти мимо проблемы.

2) Байкал как родитель

Ещё одна интенциональная направленность, выделенная в серии постов, связана со сравнением Байкала с обычными родителями. Авторы постов апеллируют к тому, что озеро Байкал – такое же живое существо, и оно должно быть одинаково дорого человеческому роду, как и родители:

«Мы, люди временные жители, а Байкал - наш Отец!»⁹⁵ и «Вот так выглядит наш Священный Отец-Байкал зимой!»⁹⁶.

В постах проявляется тенденция отождествления Байкала с живым существом и последующее сравнение с родителем:

«Но почему вы думаете, что Отцу Байкалу не больно?!»⁹⁷, «Когда я смотрю на все это [строительство завода] у меня возникает такая картина: как будто меня связали по рукам и ногам и заставили смотреть, как издеваются и мучают моих родителей...»⁹⁸, «Представьте..., вам стучат в дверь, вы открываете и вас вышвыривают на улицу, со всей вашей семьей, с вашими детьми!»⁹⁹.

Авторы стараются обратить внимание читателя на проблему Байкала с помощью образа семьи, которая представляет ценность для каждого человека. По мнению авторов постов, когда причиняют боль озеру – причиняют боль и обычным людям. Тем самым, привлекая пользователей сети к вопросу сохранения озера.

3) Боль Байкала – человеческая боль

⁹⁵ Спаси Байкал. Instagram, Пост от 22.02.2019. URL: <https://www.instagram.com/p/BuMMymUFbfK/> (дата обращения: 08.04.2020)

⁹⁶ Спаси Байкал. Instagram, Пост от 22.02.2019. URL: <https://www.instagram.com/p/BuMMymUFbfK/> (дата обращения: 06.04.2020)

⁹⁷ Спаси Байкал. Instagram, Пост от 06.03.2019. URL: https://www.instagram.com/p/Bup_17F6Y8/ (дата обращения: 08.04.2020)

⁹⁸ Спаси Байкал. Instagram, Пост от 01.03.2019. URL: <https://www.instagram.com/p/Bucjvn3IJSt/> (дата обращения: 08.04.2020)

⁹⁹ Спаси Байкал. Instagram, Пост от 26.02.2019. URL: <https://www.instagram.com/p/BuWiJJEf8um/> (дата обращения: 08.04.2020)

Продолжая предыдущую интенцию, авторы постов затрагивают ещё одну важную проблему – причинение вреда Байкалу, который отождествляется с нанесением увечья самому человеку. Инициаторы движения доносят до читателя мысль о том, что озеро точно так же чувствует причиненный ему ущерб, как и обычный житель планеты. Он наделен теми же чувствами:

«...воды в Байкале много. Да, много! Но если каждый делец будет его насиловать, как хочет его берег, строить заводы, нарушать экосистему, на сколько его хватит...?!»¹⁰⁰ и «Если, например, к человеку присоединить тонкую трубку и из него медленно потечёт кровь, то человек будет продолжать жить. Если присоединить 10,50,100 трубок, то человек умрет! Также и Байкал!»¹⁰¹.

Авторы постов наводят на мысль о том, что одно причинение вреда человеку порой не смертельно, но, если делать это постоянно или постепенно, то он может серьёзно пострадать. Инициаторы апеллируют к читателю как к понимающим «боль» Байкала. Если граждане обратят внимание на эту проблему, то озеро сможет жить полной жизнью – как и само человечество.

4) Отождествление с варварами

Следующая интенция, которая прослеживается в серии постов, связана непосредственно с теми, кто является учредителем постройки завода по разливу воды на Байкале. В тексте их деятельность представляется как «варварская» и «хищническая». Варвары издревле ассоциируются с диким, чужим народом. В представлении людей это те, кто является грубым и жестоким существом. Тексты, написанные на данную тему, всеобъемлюще апеллируют к тому, что люди, инициировавшие строительство – чуждые обществу и неспособны на сострадание:

¹⁰⁰ Спаси Байкал. Instagram, Пост от 22.02.2019. URL: <https://www.instagram.com/p/BuLIV30F3LD/> (дата обращения: 08.04.2020)

¹⁰¹ Спаси Байкал. Instagram, Пост от 22.02.2019. URL: <https://www.instagram.com/p/BuMMymUFbfK/> (дата обращения: 08.04.2020)

«В пос. Култук Иркутской области варварским способом строится завод по разливу воды для экспорта в Китай»¹⁰² и «...где в настоящий момент ведется варварское строительство завода по розливу воды для экспорта в Китай!»¹⁰³.

Интенция обращает к читателям мысль о том, что строительство завода на Байкале – незаконная, варварская деятельность, которая должна быть незамедлительно приостановлена.

5) *Интенция единства*

Одна из основных тенденций, которая наблюдается на протяжении всей серии постов – призыв к единству. Авторы публикаций апеллируют к объединению для победы над общей проблемой. Ведь, как было представлено выше, ситуация является общей для всех:

«Только вместе мы сможем его [Байкал] спасти!»¹⁰⁴ и «Мы должны остановить уничтожение озера»¹⁰⁵.

Должное внимание необходимо уделить и выделенному местоимению «мы». Оно является обращением к прекращению строительства завода – это проблема всего общества, которую возможно решить только объединившись.

В контексте выделяются и предложения, в которых используется и выделение отдельных слов:

«...это наше с ВАМИ народное движение и Байкал НАШЕ с ВАМИ народное достояние и вместе мы ПОБЕДИМ!!!»¹⁰⁶.

Авторы выделяют «с вами», «наше» и «победим», изображая все это как призыв к действию, создавая своего рода негласные лозунги. Ведь только коллективно, по мнению инициаторов движения, возможно приостановить строительство завода, к чему и призывают авторы постов.

¹⁰² Спаси Байкал. Instagram, Пост от 28.02.2019. URL: <https://www.instagram.com/p/BubY8hoF3iP/> (дата обращения: 08.04.2020)

¹⁰³ Спаси Байкал. Instagram, Пост от 03.03.2019. URL: <https://www.instagram.com/p/BujDBHQ10ov/> (08.04.2020)

¹⁰⁴ Спаси Байкал. Instagram, Пост от 22.02.2019. URL: <https://www.instagram.com/p/BuMMymUFbfK/> (дата обращения: 08.04.2020)

¹⁰⁵ Спаси Байкал. Instagram, Пост от 19.03.2019. URL: <https://www.instagram.com/p/BvL6eTmFcU1/> (дата обращения: 08.04.2020)

¹⁰⁶ Спаси Байкал. Instagram, Пост от 21.02.2019. URL: <https://www.instagram.com/p/BuJtBRbl3vN/> (дата обращения: 08.04.2020)

Выделенные интенции отчетливо демонстрируют желание руководителей проекта призывать общественность к проблеме строительства завода на Байкале. Особенно выразительно экспонируют интенции единства и «варварское» обращение со священным озером.

2. Комментарии

Еще одним интерактивным механизмом социальных медиа являются *комментарии*. Они позволяют выстроить определённые механизмы обратной связи, проследить отношений людей к актуальной проблематике, выразить своё мнение по тому или иному вопросу, а иногда – использовать как инструмент для распространения информации.

Выделяется несколько типов обратной связи в комментариях:

1. реакция пользователей

Комментарии под постами позволяют адекватно проследить конъюнктуру и проанализировать мнение пользователей. С их помощью осуществляется мониторинг развития ситуации: их реакция, дальнейшие действия, позитивный или негативный характер носит оценка той или иной деятельности гражданских инициатив.

Представляется несколько видов реакции пользователей (рисунок 1):

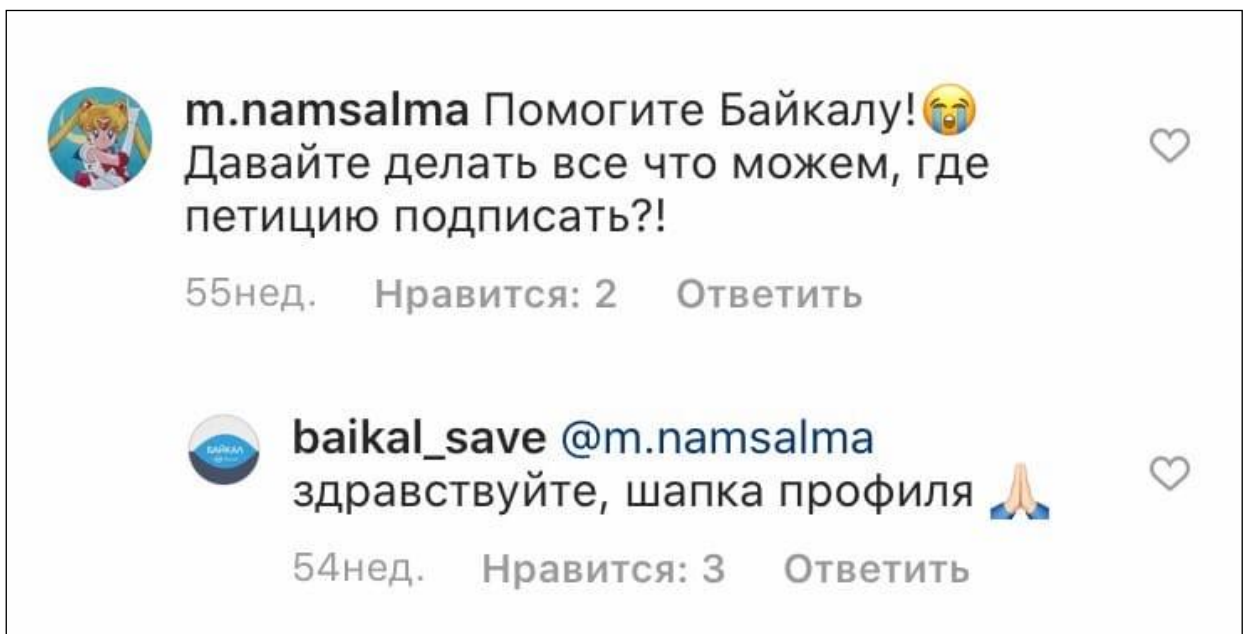


Рис. 1. Пример комментария в социальной сети Instagram

Из данного комментария можно сделать вывод о том, что люди искренне заинтересованы проблемой и готовы помочь остановить строительство завода на Байкале.

Встречаются нейтральные и негативные комментарии, но их сравнительно небольшое количество.

Необходимо выделить и тех, кто активно желает продвигать проблему в социальных сетях (рисунок 2):



Рис. 2. Пример комментария в Instagram

Проблема строительства завода на Байкале по разливу воды в Китай вызывает широкий общественный резонанс, а информация о нём начинает молниеносно распространяться по всему Интернету (не только в социальных сетях, но и в СМИ). Такие небольшие действия пользователей позволяет создать огромную паутину информации, которая действительно приносит свои результаты, позволяя инициативе постепенно продвигаться в нужное направление – обратить на себя внимание органов государственной власти.

2. отметка пользователей

Интересуясь определенной проблемой, общественность нередко прибегает к использованию комментариев, чтобы поделиться постом/сайтом, отметить страницы своих знакомых, друзей и т.д. (рисунок 3):

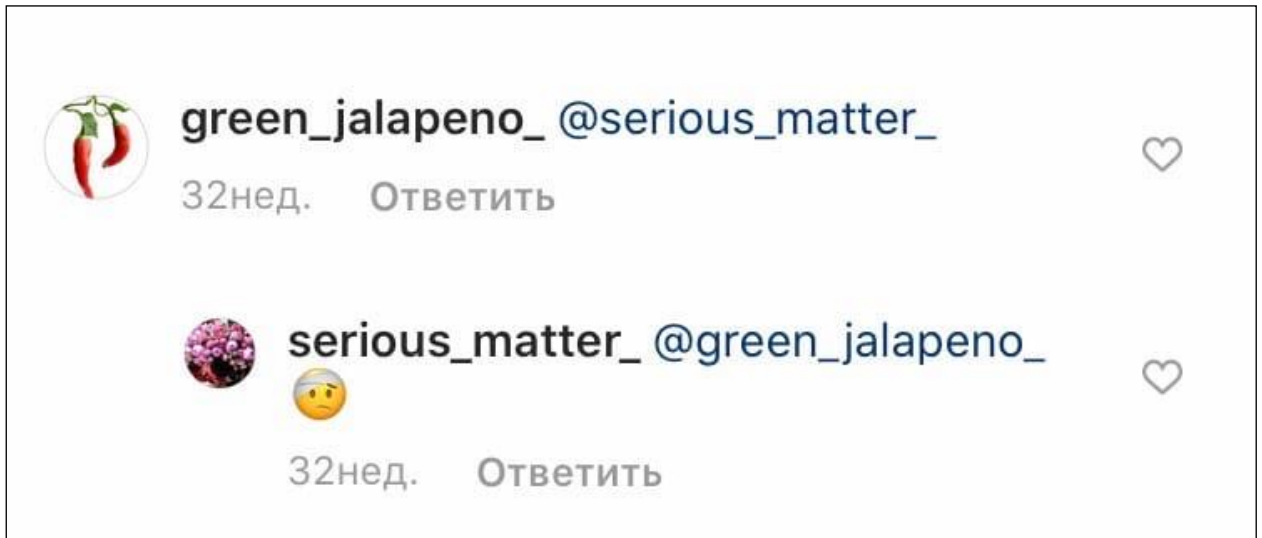


Рис. 3. Пример распространения информации в комментариях

На данном примере видно, что человек, отметивший своего знакомого, отреагировал на проблему в этом же комментарии, что говорит об его дальнейшей осведомленности. С помощью такого механизма действительно возможно оперативно делиться информацией.

Отметка друзей/знакомых в комментариях постепенно, но в дальнейшем существенным образом способна привести проблеме гражданский отклик и заинтересовать не только обычных пользователей социальных медиа, но и лидеров мнений.

2. отметка лидеров мнений (блогеров/знаменитостей)

Отличительной особенностью комментариев является возможность отмечать страницы пользователей и даже знаменитостей/общественные организации. Как правило, это может быть сделано не одним человеком и не за один день. Отмеченный пользователь в комментариях сразу получает оповещение на свою страницу о том, под каким именно постом его оповестили о проблеме.

Таким механизмом пользуются множество людей для того, чтобы более глобально осветить ситуацию. Дело о строительстве завода на Байкале не является исключением. Приведём несколько примеров ссылок в комментариях под постами на знаменитостей/лидеров мнений (рисунок 10).

Пользователи социальной сети Instagram неоднократно отмечают публичные страницы таких известных личностей как Ксения Собчак, Ирина Хакамада и др. В отметки попадает организация «Гринпис» и бывший Председатель Правительства Дмитрий Анатольевич Медведев.

Выделим комментарии от общественных организаций или знаменитостей, которые все-таки увидели данную отметку и предоставили обратную связь.

Например, при ссылке на экологическую организацию «Гринпис», их официальный аккаунт в Instagram дал ответный комментарий и вскоре выпустил статью на своём сайте о проблеме строительства завода на Байкале по разливу воды в Китай (рисунок 4):

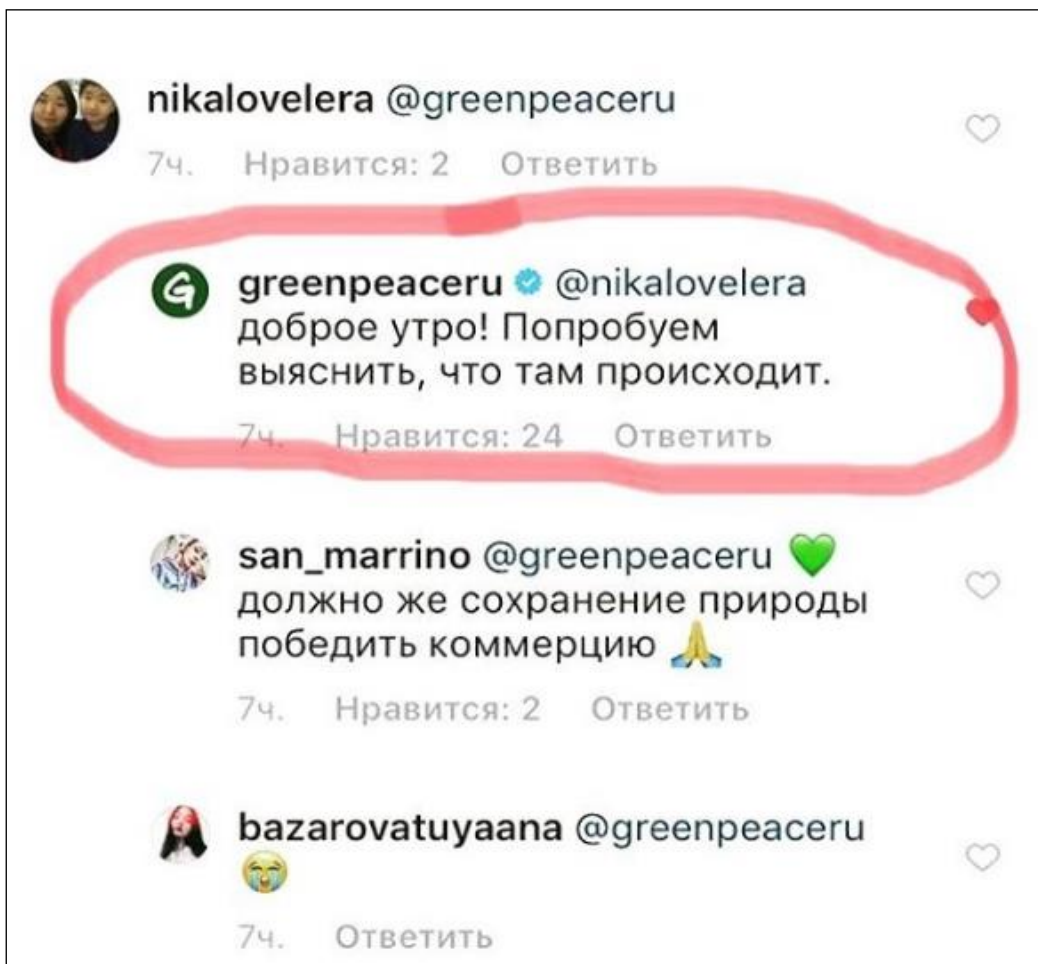


Рис. 4. Пример обратной связи в комментариях

Приведём в пример обратную связь знаменитостей на проблему строительства завода на озере Байкал. Известный стилист Сергей Зверев вышел на одиночный пикет на Красной Площади с лозунгом «Против строительства

завода на Байкале». Этому поспособствовало активное освещение проблемы не только в постах в социальных сетях, но и бесконечные отметки страницы знаменитости в комментариях (рисунок 5):



Рис. 5. Отметка станицы Сергея Зверева в Instagram

От знаменитости последовала обратная связь в виде постов (рисунок 9).

Таким образом, прослеживается не только реальный, но и позитивный, накопительный эффект использования социальных сетей для освещения ситуации в публичном пространстве.

Подобные действия не всегда приносят быстрый результат, но при использовании интерактивных механизмов проблема получает более широкий общественный резонанс, охватывая всю аудиторию социальных сетей и выходя даже за её пределы.

3. Репосты

Ещё один эффективный интерактивный механизм, поспособствовавший распространению информации о гражданской инициативе «Baikal Save» представляют собой многочисленные репосты публикаций в Instagram. Такой инструмент помогает пользователю поделиться интересующей его информацией со своими читателями и интегрировать её в социальные сети.

При освещении проблемы строительства завода по разливу воды на Байкале в Китай, пользователи Instagram делились записями публичной страницы «Baikal Save». Например, для репостов была взята за основу самая первая публикация (рисунок 8).

После того, как данный пост был опубликован, пользователи Instagram стали делать массовый репост для более оперативного распространения информации (рисунок 6):

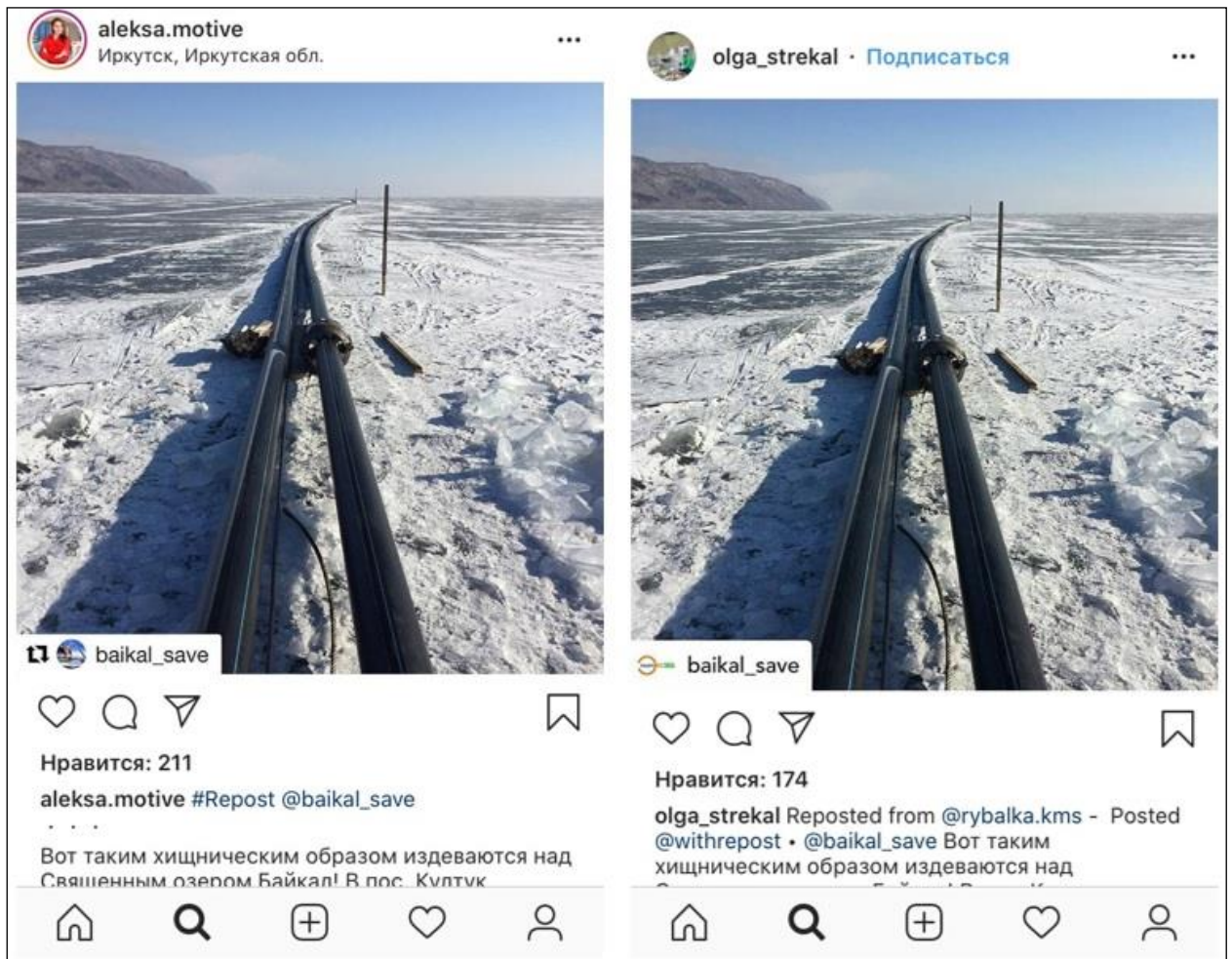


Рис. 6. Примеры репостов со страницы Baikal Save в Instagram

Массовые репосты придали проблеме наибольшую огласку по всей социальной сети. С помощью таких действий пользователи могут узнать о проблеме и оперативно перейти на страницу инициативы и ознакомиться с ситуацией.

4. Хэштеги

Активными инструментами, существенно повлиявшие на развитие событий, стали хэштеги. Такой интерактивный механизм смог оказать содействие для дальнейшего развития ситуации в позитивную сторону. Хэштеги смогли объединить большое количество информации (например, посты в Instagram) по определенным категориям для моментального ознакомления с любой темой для обсуждения. Любой хэштег, который поддерживается достаточным количеством пользователей, способен привлечь остальных к решению актуальной проблемы.

«Baikal Save» не является исключением.

Самые активные хэштеги, которые были использованы по данной теме:

1. **#save_baikal.** (более чем 5 тыс. публикаций);
2. **#спаси_Байкал.** Отметка собрала вокруг себя более 17 тыс. публикаций.
3. **#путин_спаси_байкал.** Под данным хэштегом собралось более 1000 постов.

Хэштеги были применены в комментариях и для того, чтобы привлечь лидеров мнений и общественные организации (рисунок 7):

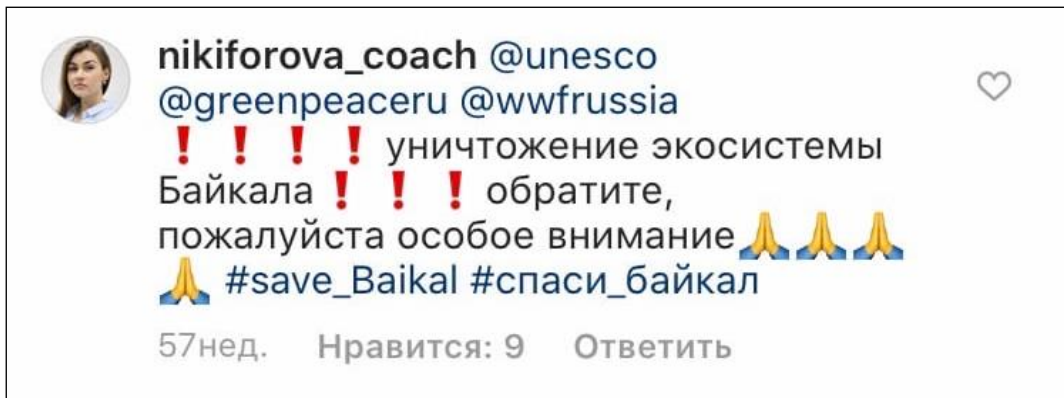


Рис. 7. Пример хэштегов в комментариях

Отмеченные пользователи смогут не только мобильно ознакомиться с информацией о Байкале, но и оценить масштаб охвата, т.к. будут доступны все публикации по теме и количество отметок (чем их больше – тем выше заинтересованность проблемой у аудитории).

5. Ссылки на пользователей/лидеров мнений

Инструмент эффективен тем, что любой желающий (например, в Instagram) может сделать ссылку на человека, который будет в состоянии ознакомиться с актуальной информацией. При освещении общественно значимых проблем пользователи сети отмечают не только своих знакомых, но и лидеров мнений, имеющих большую аудиторию в Интернете. Таким простым способом возможно привлечь знаменитостей и блогеров к обсуждаемому вопросу и помочь набрать постам популярность в социальных сетях и даже вывести проблему на государственный уровень.

Инициаторы «Baikal Save» и здесь активно использовали данный инструмент (рисунок 11).

Были сделаны отметки таких знаменитостей как Максим Фадеев (известный продюсер) и актёр Леонардо Ди Каприо.

Не только ссылки на лидеров мнений, знаменитостей и политиков сыграли решающую роль в активизации распространения огласки ситуации, но и все вышеперечисленные механизмы.

Бывший Председатель Правительства Дмитрий Анатольевич Медведев был осведомлен о данной проблеме, которая дошла до него не без помощи социальных сетей. Политик отметил, что заинтересован в том, чтобы проверить законность строительства данного завода и сделать все возможное для приостановления работ¹⁰⁷.

Изучив содержание и смысловую направленность постов гражданской инициативы «Baikal Save» в социальной сети Instagram, уделим внимание количеству интенций, выявленных в период с 14 февраля 2019 года по 27 марта 2019 года (таблица 1):

Количество интенций в постах «Baikal Save» в Instagram

Таблица 1

Интенция	Месяц	
	Февраль	Март
Байкал – Священное озеро	6	5
Байкал как родитель	3	7
Боль Байкала – человеческая боль	2	3
Отождествление с варварами	2	1

¹⁰⁷ Медведев поручил Минприроды проверить завод по розливу воды на Байкале. Kommersant.ru, 2019. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3908559> (дата обращения: 16.04.2020).

Таблица 1 (Продолжение)

Интенция	Месяц	
	Февраль	Март
Интенция единства	4	10
Всего	17	26

На основании составленной таблицы построим график, отображающий динамику интенциональной направленности в постах гражданской инициативы «Baikal Save» в социальной сети Instagram (рисунок 12).

Из графика следует, что пик активности «Baikal Save» приходится на конец февраля и начало марта.

Объясняется это тем, что в начале зарождения общественного движения (14 февраля) инициаторы проекта с помощью постов в социальных сетях привлекали пользователей к проблеме строительства завода на Байкале и старались придать проблеме наибольшую огласку. В 20-х числах февраля проблема начала приобретать общественный резонанс. Организаторы движения в первый раз опубликовали пост с записью о необходимости подписания петиции.

Активность в начале марта указывает на то, что в данный промежуток времени известный стилист Сергей Зверев выложил пост на своей странице в Instagram с призывом остановить строительство завода на Байкале.

По всем городам России (и даже в других странах) прошли одиночные пикеты, в которых приняло участие большое количество человек. Значительное число постов в Instagram в выделенные даты указывают не только на

позитивную тенденцию в освещении проблемы, но и на прорыв информационной блокады¹⁰⁸.

Анализ интерактивных механизмов на примере страницы в Instagram гражданской инициативы «Baikal Save» отражает несколько сторон.

Первая из них заключается в инициативном применении инструментов для привлечения большой аудитории к освещению проблемы строительства завода на Байкале. Использование постов, комментариев, репостов и т.д. стало не только отправной точкой, но и поспособствовало действительно широкому распространению информации о проблеме.

Вторая сторона вопроса заключается в конечных результатах – обращение к органам власти. Придание широкой огласки – один из этапов распространения и вовлечения большого количества людей. Краудсорсинг дал положительные результаты: многие известные люди и блогеры с большой аудиторией делились на своей странице информацией о строительстве завода на Байкале и призывали общественность активно освещать ситуацию в социальных сетях.

Некоторые из лидеров мнений на своей странице в Instagram открыто обращались к Президенту России Владимиру Владимировичу Путину с просьбой сосредоточить внимание на проблеме Байкала. Инициаторы проекта одержали победу, и строительство завода было приостановлено.

Применение вышеперечисленных механизмов в совокупности показал позитивный результат в освещении проблемы «Baikal Save». Инициатива действительно приобрела общественный резонанс и довольно быстро распространялась по социальным сетям. Руководители проекта не только смогли заинтересовать обычных пользователей сети, но и привлечь лидеров мнений, что привело к решительным действиям органов власти.

При использовании интерактивных механизмов, освещение строительства завода на Байкале осуществлялось не с помощью прямых

¹⁰⁸ Жителям Прибайкалья обидно за «наше озеро» и «что земли даются именно китайцам». NG.RU, 2019. URL: https://ng-ru.turbopages.org/h/ng.ru/regions/2019-03-25/100_baikalprotest.html (дата обращения: 21.03.2020)

каналов влияния, а косвенных. Такой подход объясняется желанием инициаторов проекта придать проблеме существенный общественный резонанс и собрать вокруг себя достаточно широкую целевую аудиторию. Использование механизмов для освещения проблемы было необходимо для того, чтобы на инициативу обратили внимание не только обычные пользователи, но и лидеры мнений.

Прямые каналы влияния (непосредственное обращение напрямую к властям) используются тогда, когда обстоятельства носят более локализованный характер (например, при забастовке рабочих по причине невыдачи зарплат работники предприятия записывают видеообращение Президенту России или главе региона).

Интерактивные механизмы, используемые в социальных сетях, эффективно и точно доносят проблему до органов государственной власти. Они могут быть лишь катализатором или частью масштабной кампании инициаторов проекта и действовать в оффлайн-режиме: выходить на митинги, организованные через социальные медиа, направлять обращения Президенту или органам региональной власти, подавать жалобы в прокуратуру и т.д.

Имея косвенные каналы влияния (через обычных пользователей и лидеров мнений), инициаторы движений с помощью социальных сетей способны запустить информационный и коммуникационный механизм и собрать вокруг себя необходимую целевую аудиторию. Делается это для того, чтобы об инициативе были осведомлены органы власти, способные повлиять на решение проблемы. С помощью таких механизмов возможно эффективное осуществление конструктивного диалога с правительством.

3.2 Технологии и критерии эффективности социальных медиа в публичной политике

Обратившись к вопросу исследования интерактивных механизмов в социальных медиа, необходимо обратить внимание и на конкретные технологические аспекты, применимые для освещения гражданской

инициативы «Baikal Save». Такой подход способен выявить не только компонент «обратной связи», но и исследовать методы применения различных информационных механизмов в контексте использования и исследования инструментов интернет-пространства.

Учитывая опыт анализа интерактивных механизмов, необходимо выделить несколько технологий, обеспечивающие поддержку и распространение инициативы «Baikal Save» в публичном пространстве:

1. Краудсорсинг;
2. Сетевые агрегаторы жалоб/петиций/электронных подписей.

Краудсорсинг

Технологии краудсорсинга уже сейчас активно применяются не только в оффлайн-пространстве (например, в маркетинге), но и в социальных медиа.

Как известно, с точки зрения исследования данного феномена, краудсорсинг может внедряться не только в юридически закреплённых практиках и носить официальный характер, но и распространяться де-факто, т.е. не иметь правового аспекта.

Гражданская инициатива «Baikal Save» является активным примером использования краудсорсинговых технологий в социальных медиа. Руководители проекта, не имея под руками эффективных юридических инструментов влияния, использовали необходимые механизмы для привлечения огромного количества человек в сети. При этом, применяя не только потенциал обычных пользователей Instagram, но и лидеров мнений с большой аудиторией. Все это осуществлялось с использованием интерактивных механизмов: *публикация постов* на соответствующую тематику; *использование комментариев* как механизма для привлечения известных людей и простых пользователей; распространение хэштегов и репостов для записей; активная отметка страниц лидеров мнений.

Как часть краудсорсинга, технологии сбора жалоб, подписей и петиции имели место в развитии сетевого информационного поля гражданской инициативы «Baikal Save».

Демонстрируется это в обращении к таким платформам как Change.org и «Российская общественная инициатива».

Несмотря на то, что Change.org не имеет юридической силы на территории Российской Федерации, сайт все же активно используется для сбора подписей. Не имея преимущество де-юре, платформа наделена способностями де-факто создавать резонанс вокруг ситуации. Чаще всего такая система демонстрирует то, что проектом интересуется большое количество населения.

Например, данные Change.org, которые вызвали широкий общественно-политический дискурс, могут быть перенесены в поле средств массовой информации и социальных медиа, охватив ещё больший процент населения. Подобное применение не обошло и гражданскую инициативу «Baikal Save». После появления петиции, СМИ стали писать о ней, закладывая тематическую повестку дня¹⁰⁹. На данный момент жалоба набрала около 1 млн. 200 тыс. подписей¹¹⁰.

Использовался сервис «Российская общественная инициатива», где была опубликована инициатива. Несмотря на то, что в Российской Федерации платформа имеет юридическую силу, и инициатива может быть рассмотрена органами власти после сбора определённого количества подписей, не оправдала своих возможностей. Это связано, во-первых, с непопулярностью РОИ (в сравнении с Change.org). Для того, чтобы поставить подпись под интересующей гражданина инициативой, необходимо в обязательном порядке пройти регистрацию, что занимает большое количество времени. В Change.org не нужна регистрация: достаточно ввести имя, адрес электронной почты и телефон (или поставить подпись в анонимном порядке). Являясь не самым популярным сервисом и учитывая вышеперечисленные составляющие сайт «Российская общественная инициатива» собрала небольшое количество жалоб¹¹¹.

¹⁰⁹ Волны гнева: почему россияне протестуют против китайских проектов. RIA.RU, 2019. URL: <https://ria.ru/20190315/1551799476.html> (дата обращения: 20.03.2020)

¹¹⁰ Петиция: Остановите строительство завода по разливу воды Байкала для Китая. Change.org, 2019. URL: <https://www.change.org/p/остановите-строительство-завода-по-розливу-воды-байкала-для-китая> (дата обращения: 20.03.2020)

¹¹¹ Остановить строительство завода по разливу воды Байкала для Китая. ROI.RU, 2019. URL: <https://www.roi.ru/36889/> (дата обращения: 20.03.2020)

Change.org можно назвать способом и инструментом продвижения инициатив в Интернете (в том числе и «Baikal Save»).

Отмечая все пункты, по которым инициатива способна оказать влияние на решение органов государственной власти, остаётся вопрос об эффективности созданного проекта. При использовании социальных медиа как инструмента публичной политики, представляется возможным дать оценку любому общественному движению. Необходимо это для того, чтобы определить особенности информационного поля, вокруг которого формируются события, и проанализировать обратную связь интерактивных механизмов и технологий.

Критерии эффективности социальных медиа в публичной политике (при освещении деятельности гражданских инициатив)¹¹²:

1. Количество активных сетевых ресурсов

Создавая любую гражданскую инициативу в социальных медиа, организаторы проекта стараются всевозможными способами обеспечить огласку среди пользователей Интернета. Важно не только привлечь пользователей Интернета к освещению вопроса, но и выстроить зонтичную сетевую структуру, охватив доступные интерактивные площадки для продвижения инициативы, предпочитая разные каналы коммуникации – ВКонтакте, Instagram, Live Journal и др. Создание одной платформы в социальных медиа недостаточно для успешного продвижения гражданской инициативы. Учитывая предпочтения граждан и особенности интерфейса социальных медиа, необходимо активно расширять каналы коммуникации.

Инициатива «Baikal Save» имеет не только страницу в социальной сети Instagram. Она активно продвигается на площадках «ВКонтакте», ресурсах Change.org, Российская общественная инициатива и др.

¹¹² Поселенцева В.Н. Критерии эффективности социальных медиа в публичной политике // Современная наука: актуальные вопросы, достижения и инновации: Сборник статей XIII Международной научно-практической конференции. Ч. 2. 20 мая 2020. С. 268-269.

Имея достаточное количество «страниц» в социальных медиа, руководители проекта смогли охватить достаточно большую аудиторию и значительно повлиять на исход событий.

2. Освещение информации в СМИ

В современном цифровом пространстве, где сетевые медиа набирают популярность как ценный и оперативный источник информации, средства массовой информации постепенно начинают терять свою главенствующую позицию. Социальные медиа начинают постепенно диктовать свою повестку дня для СМИ. Причина тому не только возросшая популярность, но и постепенная потеря доверия к традиционным новостным ресурсам. Отмечается активность людей в социальных медиа, которая отчасти направлена на формирование гражданских инициатив и сбор целевой аудитории для решения проблем.

Общественное движение «Baikal Save» переняло подобную тенденцию: зародившись в социальных сетях, инициатива начала медленно распространяться по всему Интернету и вызвала серьезный ажиотаж среди пользователей сети. О «Baikal Save» вещало не только региональное телевидение, но даже федеральное. Например, на областном телевидении «Вести. Иркутск» репортаж появился 4 марта¹¹³, а на федеральном - несколько позже – 12 марта (канал – «Россия 24»)¹¹⁴.

3. Реакция органов власти

Ещё одним главным критерием эффективности социальных медиа в публичной политике является реакция органов власти. Многие гражданские инициативы направлены на то, чтобы власти обратили внимание на проблему, освещаемую активистами. Не без помощи социальных медиа вся необходимая информация может быть доведена до органов власти, например, через

¹¹³ Губернатор Иркутской области поручил проверить строительство завода по разливу воды в Култук. Вести. Иркутск, 2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4U1bUn9tf5o> (дата обращения: 22.04.2020)

¹¹⁴ У завода по разливу воды из Байкала исчезли перспективы. Россия 24, 2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=3BmEvn92J4> (дата обращения: 22.04.2020)

соответствующих уполномоченных лиц на встречах или с помощью лидеров мнений.

Инициатива «Baikal Save» возымела значительный успех, обратив на себя внимание не только региональных властей в лице губернатора Иркутской области¹¹⁵, но федеральных властей в лице Председателя Правительства Дмитрия Анатольевича Медведева (на момент 2019 года)¹¹⁶. Бывший премьер-министр признал проблему, которая развернулась вокруг строительства завода на Байкале и поручил Минприроды провести проверку и сделать все возможное для того, чтобы запретить постройку (при выявлении нарушений).

4. Реакция лидеров мнений

Блогеры и знаменитости, имеющие обширную аудиторию в социальных сетях способны повлиять на общественные проблемы, которые зарождаются в Интернете. Их отклик важен и в последствие эффективен по нескольким причинам:

- Проблема получит наибольшую огласку не только в Интернете, но и в оффлайн-среде;
- Авторитет.

Первая причина связана с тем, что лидеры мнений имеют большую аудиторию в социальных сетях. Опубликовав пост, они способны привлечь значительное количество пользователей. Отклик лидеров мнений и их дальнейшие действия помогут привлечь внимание органов власти. Они делают это напрямую, обращаясь к подписчикам в социальных сетях, либо косвенно, т.е. призывая свою аудиторию активно распространять информацию.

Вторая причина тесно связана с первой. Именно *авторитет* лидеров мнений значительным образом влияет на успешность динамики распространения инициативы. Если знаменитость или блогер имеет большую аудиторию в социальных сетях, то это говорит о доверии лидеру мнений.

¹¹⁵ Иркутский губернатор назвал завод на Байкале бесперспективным из-за экологических ограничений. Interfax.ru, 2019. URL: <https://www.interfax.ru/russia/653878> (дата обращения: 22.04.2020)

¹¹⁶ Медведев поручил Минприроды проверить проект завода по разливу воды на Байкале. TASS.RU, 2019. URL: <https://tass.ru/obschestvo/6209253> (дата обращения: 22.04.2020)

Именно рейтинг и широкий охват указывает на популярность в социальных сетях. Пользователи активно оценивают их деятельность в сети, поддерживая инициативы.

На проект «Baikal Save» откликнулись многие знаменитости. Например, известный стилист Сергей Зверев (1 млн. подписчиков в Instagram), актриса и экс-депутат Государственной Думы Мария Кожевникова (2,7 млн. подписчиков в Instagram), телеведущая Елена Летучая (1,3 млн. подписчиков в Instagram) и др.

5. Результат деятельности гражданских инициатив

Конечной целью продвижения гражданской инициативы является реакция органов власти, поэтому важно обратить внимание на то, какой именно исход событий имеет исследуемый проект. Непозитивный результат означает *недостаточную эффективность* социальных медиа в контексте функционирования публичной политики. Объяснено это тем, что проблема не имеет должных оснований быть рассмотренной или она не получила необходимого участия со стороны общественности. Об этом ещё может говорить и застой в решении вопроса органами власти. Например, если инициатива все-таки была удостоена внимания, но разрешение ситуации не сдвинулось с мёртвой точки, то проект не получает никакого развития в будущем.

Несмотря на это, проблема обретает патронаж со стороны органов государственной власти, но все ещё не имеет своего логического завершения. Располагая инструментами влияния, инициатива сможет должным образом продемонстрировать все свои ресурсы и все-таки добиться позитивного исхода.

Инициатива «Baikal Save» смогла достичь поставленной цели – обратить на себя внимание органов власти и приостановить строительство завода на Байкале. Возможно утверждать, что общественное движение имеет *позитивный исход*.

На основании выделенных критериев возможно составить систему шкалирования, проставить оценку критериям и вывести параметр эффективности социальных медиа в публичной политике:

1. Количество активных сетевых ресурсов

Ресурсы отсутствуют – 0

Не более 5-ти ресурсов – 0,5

Более 5-ти ресурсов – 1

2. Освещение информации в СМИ

Инициатива не была освещена – 0

Была освещена в региональных (муниципальных) СМИ – 0,5

Была освещена в федеральных СМИ – 1

3. Реакция лидеров мнений

Реакций нет – 0

Реакция не более 5-ти лидеров мнений – 0,5

Реакция более 5-ти лидеров мнений – 1

4. Обратная связь органов власти

Обратной связи нет – 0

Обратная связь от региональных (муниципальных) органов власти – 0,5

Обратная связь от федеральных органов власти – 1

5. Результат деятельности гражданских инициатив

Органы государственной власти остановили рассмотрение проблемы, или не выполнен пункт 3 – 0

Проблема носит актуальный характер (ещё рассматривается) – 0,5

Проблема имеет логическое завершение (позитивный исход) – 1

Всего баллов: 5.

Оценки:

От 0 до 2 (или не выполнено больше 3 пунктов) – низкая эффективность социальных медиа в публичной политике (не эффективны);

От 2,5 до 3,5 (не выполнен 1 пункт, обязательно выполнен пункт 4) – среднее влияние на публичную политику (недостаточная эффективность);

От 4 до 5 (все пункты выполнены) – социальные медиа имеет высокую эффективность влияния на публичную политику.

На основании выдвинутых критериев и анализа интерактивных механизмов выставим оценку:

Критерии эффективности социальных медиа в публичной политике (на примере «Baikal Save»):

Количество сетевых ресурсов

Менее 5 – 0,5

Освещение информации в СМИ

Была освещена в федеральных СМИ – 1

Реакция лидеров мнений

Реакция более 5-ти лидеров мнений – 1

Обратная связь органов власти

Обратная связь от федеральных органов власти – 1

Результат деятельности гражданских инициатив

Проблема имеет логическое завершение (позитивный исход) – 1

Итого: 4,5 баллов.

Оценка эффективности социальных медиа в публичной политике в **4,5 балла** показала, что гражданская инициатива «Baikal Save» имеет высокую степень влияния на публичную политику. Шкала продемонстрировала то, что практически по всем вышперечисленным пунктам проект имеет высокий балл: проект создал широкие каналы влияния; информация была освещена не только в региональных, но и в федеральных СМИ; инициатива получила поддержку лидеров мнений и органов государственной власти.

Представленные критерии эффективности социальных медиа в публичной политике могут конструктивно охарактеризовать влияние на политическое пространство в системе общественно-государственных отношений. Пять критериев, перечисленных выше довольно чётко трактует основную роль социальных медиа как инструмента публичной политики:

1. Количество сетевых ресурсов;

2. Освещение информации в СМИ;
3. Реакция лидеров мнений;
4. Обратная связь органов власти;
5. Результат деятельности гражданских инициатив.

С помощью данных механизмов руководители проектов гражданских инициатив способны собрать вокруг себя необходимую целевую аудиторию, используя все возможности социальных медиа.

Сетевые ресурсы являются основой создания гражданских инициатив в социальных медиа. Чем больше активности, тем больше охват и как результат – активное привлечение пользователей. Это основная аудитория, без которой невозможно первостепенное продвижение. Придать ситуации огласку – не только политический, но и маркетинговый инструмент, т.к. инициаторы проекта могут преследовать свои политические и общественные интересы.

Средства массовой информации становятся менее влиятельными, но, имея широкую аудиторию, все ещё способны формировать повестку дня. Это является одной из ступеней и критерием эффективности социальных медиа в публичной политике.

Интернет стал постепенно задавать тон средствам массовой информации, а не наоборот: появившийся тренд в социальных медиа активно освещается на телевидении, в различных изданиях и т.д. Именно поэтому деятельность в социальных сетях, заручившаяся поддержкой и откликом средств массовой информации имеет все шансы расширить целевую аудиторию.

Реакция лидеров мнений является следующей ступенью в раскрытии социальных медиа как инструмента публичной политики. Лидеры мнений (знаменитости и блогеры) пользуются значительным авторитетом среди пользователей – всю преподносимую информацию они воспринимают с доверием. Имея широкие каналы влияния, лидеры мнений способны придать проблеме широкое распространение в сети.

Конечным результатом многих гражданских инициатив является *установка контактов с органами государственной власти*. Имея широкую

поддержку аудитории и лидеров мнений, властные структуры смогут более объективно подойти к решению проблемы. В связи с этим, социальные медиа – не только главный канал коммуникации между органами власти и обществом, но один из эффективных инструментов влияния на публичную политику. Представители власти обратят на внимание на большую поддержку аудитории, реакцию и активность лидеров мнений, на продвижение проекта в социальных сетях и освещение в СМИ.

Социальные медиа не могут быть единственным источником влияния. Существует ещё множество традиционных инструментов, с помощью которых возможно придать проблеме общественный резонанс: распространение слухов, использование средств массовой информации, лоббирование интересов и т.д.

На примере гражданской инициативы «Baikal Save» стало возможным проследить использование интерактивных механизмов и технологий, отразивших сущность социальных медиа как инструмента публичной политики. Главный момент – инициатива имела позитивный отклик региональных и федеральных органов власти и поддержку общественности, что является немало важным признаком. Именно в процессе взаимодействия государства и гражданского общества сквозь призму инициирования различных общественных движений главенствующую роль перехватили не только органы власти и проводимая ими политика, но и деятельность общественности в лице гражданских проектов.

В заключение необходимо отметить, что интерактивные механизмы и технологии в освещении гражданской инициативы «Baikal Save» довольно точно отразили все этапы и особенности освещения общественного движения. С помощью анализа инструментов стала возможной констатация основных «игроков» влияния на органы государственных власти и была показана новая сторона коммуникации «снизу-вверх» в контексте формирования повестки дня.

Такой подход означает способность социальных медиа влиять на публичную политику не через прямые каналы коммуникации, а использовать косвенные инструменты – через общественность, лидеров мнений, СМИ и т.д.

Использование прямых каналов не всегда носит позитивный характер, т.к. проблема не сможет получить достаточную огласку и остаться в конечном итоге незамеченной органами государственной власти. Создание гражданской инициативы подразумевает в себе привлечение как можно большего числа людей для активного распространения информации и обеспечения рычагов давления на органы власти. Заручившись поддержкой широких слоев населения, но не получив должного содействия от государства, инициаторы проекта в состоянии использовать информационное поле против органов власти.

Критерии эффективности социальных медиа в публичной политике (на примере гражданской инициативы «Baikal Save») отразили основные ступени успешного продвижения инициативы в сетевом пространстве и за его пределами. По результатам исследования выделено *пять* основных критериев эффективности: количество активных сетевых ресурсов, освещение информации в СМИ, реакция лидеров мнений, реакция органов власти и результат деятельности гражданских инициатив.

На примере гражданской инициативы «Baikal Save» удалось проследить особенности реализации организации отношений с органами власти и доказать, что социальные медиа в настоящее время задают новые тренды функционирования в медийном пространстве. Например, используя инструменты обратной связи и интерактивные механизмы, пользователи сети влияют не только на успех реализации инициативы, но и косвенным образом оказывают давление на органы власти.

Характеризуя результаты влияния социальных медиа на публичную политику необходимо отметить, что все каналы влияния на органы власти являются необходимой составляющей в обеспечении эффективности деятельности проектов. Представляется возможным проиллюстрировать этапы продвижения общественного проекта «Baikal Save» с целью обеспечения связей с органами государственной власти (рисунок 13).

Анализ схемы показывает, что порядок деятельности не обязательно должен быть иерархичен именно в представленном контексте. Необходимо учитывать специфику инициативы, её характер деятельности и основные цели. Она воспроизводит все ступени работы социальных медиа в контексте публичной политики и показывает характер влияния на органы власти и установку контакта.

Социальные медиа могут быть использованы не только для организаций онлайн-пространств (продвижение инициативы, сбор целевой аудитории и т.д.), они могут применяться для регулирования деятельности сообщества оффлайн: организация митингов, одиночных пикетов и конференций для дальнейшего продвижения инициативы вне социальных медиа, но заручаясь их поддержкой по ходу развития проекта.

Социальные медиа выступают инструментом влияния на публичную политику с целью дальнейшей коммуникации с органами государственной власти и решения дальнейших проблем гражданских инициатив. Но нельзя полагаться на данный механизм всеобъемлюще. Существует множество каналов влияния на органы власти и общество. Особенность социальных медиа в публичной политике – это инновационный характер взаимодействия с широкими слоями населения, которые продиктованы современной технологической и информационной революцией современного мира.

Социальные медиа предоставляют собой одну из удобных и эффективных интерактивных площадок, в отличие от СМИ, где невозможно применение коммуникативных инструментов и использование механизмов обратной связи, что в настоящее время является важнейшим компонентом коммуникации между государством и обществом в «онлайн-формате».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Влияние социальных медиа как инструмента публичной сетевой политики доказывает свою эффективность, функционируя в информационном пространстве. Пользуясь механизмами социальных сетей возможно не только создание гражданских инициатив, но и обеспечение их продвижения на государственный уровень, привлекая конкретные интерактивные механизмы. Современная публичная политика учитывает особые технологические изменения, направленные на развитие цифровой культуры, подстраиваясь под интересы общества и государства.

В современном представлении публичная политика предстает сквозь призму сетевого подхода. Согласно ему, публичная политика формирует новую культуру политического и гражданского участия, создаёт необходимые механизмы функционирования гражданского общества и органов государственной власти. Это необходимо для эффективного взаимодействия в онлайн- и в оффлайн-пространстве (например, с помощью социальных медиа как прямого механизма и инструментального).

Социальные медиа (применяя социальную сеть Instagram) способствуют реализации эффективной коммуникаций между гражданами и органами власти, где первым открывают доступ к публичному пространству, обеспечивают условия для участия граждан в политическом процессе и реализуют общественный интерес. Социальные медиа – один из важных инструментов функционирования публичной политики, изучение которого актуально.

Гражданская инициатива «Baikal Save» показала позитивную сторону работы социальных медиа в исследуемом контексте.

Во-первых, с помощью контент-анализа и интент-анализа удалось проанализировать особенности привлечения аудитории и интенциональную направленность развития инициативы: публикация постов, активность в социальной сети и способы мобилизации граждан. С помощью выделенных методов удалось выстроить исследование, направленное на демонстрацию

формирования повестки дня с помощью социальных медиа, применяя необходимые интерактивные механизмы.

Социальные медиа не намерены делить нишу с традиционными СМИ, смещая последних на вторые позиции. В современном медийном пространстве общество и государство применяют множество механизмов для формирования повестки дня, используют технологии сбора подписей и создания петиций, краудсорсинга и т.д. Если перечисленные платформы не обретают на первом этапе какую-либо юридическую силу и не доходят до органов государственной власти, то общественность способна направить такие технологии в инструментальное русло и призвать другие каналы коммуникации (например, средства массовой информации).

Проблема строительства завода на Байкале вызвала общественный резонанс и задала повестку дня СМИ. Появившись сначала на региональных, а затем и федеральных каналах, инициатива включила в свой информационный арсенал множество рычагов давления на органы власти.

Во-вторых, стоит обратить внимание и на характер каналов коммуникации, имеющих механизмы косвенного влияния. Такие инструменты более эффективны, но имеют более длительный период обратной связи.

Критерии эффективности социальных медиа в публичной политике раскрыли основные способы влияния на органы власти и помогли проследить путь развития медиатизации: от создания сетевых ресурсов до конечной цели – организация отношений с органами государственной власти.

На примере гражданской инициативы «Baikal Save» удалось применить данные показатели и выставить общую оценку. Согласно проведенному анализу, критерии отразили высокую эффективность социальных сетей в контексте публичной политики.

Критерий *количество активных сетевых ресурсов* показал информационную наполненность гражданской инициативы «Baikal Save» «живыми» каналами коммуникации. Механизм необходим для получения достаточного количества площадок с целью интеракций с общественностью и

концентрации вокруг себя заинтересованной целевой аудитории. При выборе сетевых ресурсов для продвижения следует опираться на доступность использования интерактивных механизмов и популярность среди других социальных медиа, исходя из изначальной цели инициативы. Социальная сеть Instagram как взятый пример активного сетевого канала доказала свою эффективность, представив руководителям проекта необходимые интерактивные механизмы для продвижения и смогла продемонстрировать актуальные инструменты сбора информации (создание постов, использование комментариев, хэштегов и т.д.).

Но нельзя говорить об Instagram как о единственной работоспособной площадке. Необходимо использовать несколько каналов социальных медиа для успешного продвижения инициативы. *Instagram* в данном случае – это один из примеров применения цифрового инструмента влияния на органы государственной власти в рамках публичной политики.

При создании любой гражданской инициативы организаторы проекта стараются всевозможными способами обеспечить огласку среди пользователей Интернета. Важно не только привлечь аудиторию к освещению вопроса, но и предоставить больше интерактивных площадок для продвижения инициативы. Существуют разные каналы коммуникации – ВКонтакте, Instagram, Live Journal и др. Создание одной платформы в социальных медиа недостаточно для успешного продвижения гражданской инициативы. Учитывая предпочтения пользователей и особенности интерфейса, необходимо активно расширять интерактивные каналы.

Реакция органов власти является конечной целью для большинства инициатив. Многие общественные движения, созданные в социальных медиа, сосредоточены на решении особого рода проблем, сфокусированных на внутриполитических и внешнеполитических механизмах. Например, в деле «Baikal Save» руководители проекта призывали не только на законодательном уровне защитить озеро Байкал. Они рекомендовали побудить региональные и федеральные органы власти разобраться с деятельностью бизнеса ООО

«Аквасиб» на территории постройки и проверить работу самого органа, который выдал разрешение на строительство – это Рабочая группа по инвестициям на базе Представительства Правительства региона при Правительстве РФ в Москве под руководством Губернатора Иркутской области Сергея Левченко. Вскоре бывший Председатель Правительства Дмитрий Медведев поручил Минприроды проверить завод на соответствие экологическим стандартам. На региональном уровне губернатор Иркутской области поручил профильным ведомствам проверить законность деятельности ООО «Аквасиб» на Байкале.

Последний критерий – *результат деятельности гражданских инициатив* – отражает в себе закономерность итоговой работы гражданской инициативы. Любой общественный проект должен получить обратную связь от органов власти, где последние в результате должны принять необходимое решение.

Но нельзя полагаться на отмеченные критерии полностью. Выделим несколько особенностей, положительно и отрицательно влияющих на функционирование социальных медиа в контексте публичной политики.

Во-первых, это инновационный характер коммуникации с широкими слоями населения, продиктованный современной информационной революцией современного цифрового пространства. Для многих пользователей социальные медиа (как и Интернет в целом) – это технологически новая и доступная площадка для выражения своего собственного мнения и продвижения личностных инициатив. Такой механизм является привлекательным в виду своей простоты в использовании и оперативной коммуникации с пользователями по всему миру.

Во-вторых, централизованный характер распространения инициативы, чётко поставленная цель и развернутая кампания в социальных сетях. Проблема масштабная, но не имеет множество локализованных каналов влияния, что упрощает восприятие общественности и очерчивает суть проблемы. Когда инициатива имеет конкретную проблематику – в своем арсенале она может использовать действенные каналы влияния на общество и государство.

Противоположный предыдущему алгоритму распространения инициативы – стихийный характер возникновения инициатив. Такие движения чаще всего носят краткосрочный характер, не имея единого интегрирующего канала коммуникации – общественность может создавать множество страниц в социальных медиа, тем самым продвигая инициативу. Но многие пользователи сети остаются в онлайн-пространстве и не выходят за его рамки.

Одна из проблем – отсутствие институционализированности социальных медиа. С одной стороны, органы власти пока не способны или не настроены рационально использовать все формально закрепленные механизмы и инструменты социальных медиа для влияния на общество и налаживания коммуникаций. С другой – неинституционализированные каналы коммуникации могут эффективно применяться пользователями, пока данную нишу не займут органы власти.

Сопутствующая проблема – общество иногда не способно увидеть эффективность «отклика» органов власти на возникшую ситуацию. *Как решение и рекомендация* – создание специальных юридически закрепленных механизмов для властвующих структур, нацеленных на реализацию привлечения политических элит к обязательному использованию интернет-коммуникаций в связях с общественностью. Например, создание страницы политика в социальной сети для принятия электронных жалоб в онлайн-формате и не только.

Результат гражданской инициативы Baikal Save. Бывший Председатель Правительства Дмитрий Медведев поручил Минприроды проверить компанию ООО «Аквасиб» на соответствие строительства завода высоким экологическим стандартам. По результатам проверки оно было приостановлено. Региональные органы власти обратили внимание на проблему после активных действий Прокуратуры Иркутской области и инициировании проблемы в социальных сетях. Эти составляющие отражают рассогласованность действий федеральных и региональных органов власти, что затрудняет разрешение проблем не только в онлайн-пространстве, но и на уровне принятия политико-административных

решений. Игнорирование областными органами власти проблемы строительства завода на Байкале вынуждает руководителей инициативы продвигать «Baikal Save» на федеральный уровень с целью обеспечить проекту наибольшую огласку и заручиться поддержкой высших эшелонов власти. Такие действия усложняют каналы коммуникации в социальных медиа: они вынуждают использовать более сложные механизмы взаимодействия – привлечение большего числа пользователей и лидеров мнений, выход в оффлайн-пространство и т.д.

Необходимо и дальше продолжать развивать активные инструменты взаимодействия с органами государственной власти посредством использования социальных медиа. В контексте информационной эпохи и совершенствования различных подходов к исследованию публичной политики социальные медиа уже сейчас способны бороться со СМИ за информационную нишу влияния не только на общество, но и на органы государственной власти.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Учебные пособия

1. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством. Учебное пособие / под ред. Л. В. Сморгунова и Л. Н. Тимофеевой. — М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012.
2. Публичная политика: Институты, цифровизация, развитие (Public Policy: Institutions, Digitalization, Development) / под ред. Л.В.Сморгунова. — М.: Аспект Пресс, 2018. — 349 с.
3. Сетевой анализ публичной политики: Учебник /Под ред. Л. В. Сморгунова. — М.: РГ-Принт, 2013.

Монографии

4. Андерсон Дж. Публичная политика: Введение // Публичная политика: от теории к практике / сост. и науч. ред. Н.Ю. Данилова, О.Ю. Гурова, Н.Г. Жидкова. — СПб.: Алетейя, 2008.
5. Арентт Х. Vita Activa или о деятельной жизни. — СПб., 2000.
6. Белл Д., Иноземцев В. Эпоха разобщенности — М.: Центр исследований постиндустриального общества. 2007.
7. Гавра Д. П. Основы теории коммуникаций. — СПб.: Питер, 2011.
8. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ.; под науч. ред. О. И. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЭ, 2000.
9. Кашкин В. П. Введение в теорию коммуникации. — М.: АСТ, 2013.
10. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. — М.: «Канон-Пресс», 2003.
11. Сети в публичной политике. Политическая наука. Ежегодник-2014 / Отв. ред. А. И. Соловьев. — М.: РОССПЭН, 2014.
12. Тоффлер Э. Третья волна. — М.: АСТ, 2004. — 784 с.
13. Фуко М. Интеллектуалы и власть. — М.: Праксис, 2006. — 186 с.

14. Штайншаден Я. Социальная сеть. Феномен Facebook /пер. с нем. Н. Фрейман. — СПб.: Питер, 2011.

Научные статьи

15. Абраменко, А.В., Подшибякина, Т.А. Сетевая структура «Governance» как способ симметричной политической коммуникации / А.В. Абраменко, Т.А. Подшибякина // Южно-российский журнал социальных наук. — 2014. — №4. — С. 75–87.
16. Александрова, Ю.А. Политическая коммуникация власти и общества в социальных сетях: потенциальная роль в становлении новой модели российского государственного управления / Ю.А. Александрова // Правовая культура. — 2016. — №3 (26). — С. 44–50.
17. Алексеева, Т. А. «Публичное» и «частное»: где границы «политического»? / Т. А. Алексеева // Философские науки. — 2005. — №3. — С. 26–39.
18. Асташкин, А.Г., Бреслер, М.Г. Социальные медиа в структуре современной сетевой коммуникации / А.Г. Асташкин, М.Г. Бреслер // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. — 2018. — №4. — С. 814–822.
19. Бабосова, Е. С. Концептуализация понятия «Публичная политика» / Е. С. Бабосова // Социологический альманах. — 2013. — №4. — С. 120–127.
20. Балугев, Д.Г., Каминченко, Д.И. Фактор «новых» средств массовой информации в формировании современного политического индивида / Д.Г. Балугев, Каминченко Д.И. // Современные исследования социальных проблем. — 2012. — № 1 (09). — С. 266–270.
21. Безвиконая, Е. В. Концепция политических сетей в системе публичного управления: теоретический аспект / Е. В. Безвиконая // Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество). — 2011. — №1. — С. 39–59.

- 22.Беляева, Н.Ю. "Публичная политика" как термин, понятие и научная категория / Н.Ю. Беляева // Публичная политика. — 2006. — № 1 (1). — С. 16–22.
- 23.Будолак, М. С. Понятие «социальные медиа» / М. С. Будолак // Петербургская школа PR: от теории к практике. — 2009. — №. 7. — С. 15–23.
- 24.Василькова, В.В., Кольцов, А.И. Краудсорсинг как новая социокоммуникативная технология / В.В. Василькова, А.И. Кольцов // Дискуссия. — 2015. — №7 (59). — С. 78–84.
- 25.Володенков, С.В. Социальные медиа как инструмент современной публичной политики: особенности и перспективы применения / С.В. Володенков // Полит. наука. — 2017. — № Спецвыпуск. — С. 290–305.
- 26.Гадышев, С.А. Современные подходы к определению публичной политики / С.А. Гадышев // Гуманитарный вектор. Серия: Педагогика, психология. — 2011. — №3. — С. 132–134.
- 27.Гасанова, М. М. Развитие сетевого подхода в политической науке / М. М. Гасанова // Власть. — 2017. — Том. 25. № 4. — С. 77–80.
- 28.Горощук, С.О., Зеленский П.А. Гражданское общество и государство: современные проблемы взаимодействия / С.О. Горощук, П.А. Зеленский // Вестник ПАГС. — 2018. — №4. — С. 72–77.
- 29.Ефанова, Е.В., Мельниченко Д.В. Социальные медиа как инструмент публичной политики в современной России / Е.В. Ефанова, Д.В. Мельниченко // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. — 2018. — №1. — С. 93–95.
- 30.Киняшева, Ю.Б. Социальные сети как инструмент политической мобилизации граждан в современной России / Ю.Б. Киняшева // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. — 2018. — №3. — С. 3–10.
- 31.Кокоулина, М.А. Роль социальных медиа в развитии гражданских инициатив / М.А. Кокоулина // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». — 2015. — №7 (150). — С. 65–72.

32. Кочетков, А.П. Государство и гражданское общество в России: стратегия взаимодействия / А.П. Кочетков // Электронное научное издание Альманах Пространство и Время. — 2014. — №1. — С. 1–12.
33. Кочкалова, Л.И. Взаимосвязь государства и гражданского общества в России: теоретико-правовое измерение / Л.И. Кочкалова // Актуальные проблемы современности: наука и общество. — 2018. — №1 (18). — С. 25–28.
34. Красин, Ю. А. Публичная сфера и публичная политика в российском измерении / Ю. А. Красин // Полития. — 2004. — № 3. — С. 5–23.
35. Кулакова, Т.А. Government relations в процессе принятия политических решений / Т.А. Кулакова // ПОЛИТЭКС. — 2005. — №2. — С. 227–237.
36. Курочкин, А.В., Никифоров, А.А. Гражданские инициативы в условиях сетевого общества: новые возможности и ограничения / А.В. Курочкин, А.А. Никифоров // СИСП. — 2015. — №1 (45). — С. 239–252.
37. Кумпилов, Т.М. Современные подходы к исследованию социальных медиа / Т.М. Кумпилов // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. — 2019. — №3 (203). — С.13–16.
38. Лапкин, В.В., Семенов И.С. «Человек политический» перед вызовами «infomodernity» / В.В. Лапкин, И.С. Семенов // Полис. — 2013. — № 6. — С. 64–81.
39. Лейн, Д. «Цветная» революция как политический феномен / Д. Лейн // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2010. — № 1. — С. 14–36.
40. Миллер, Т.В. Институты и сетевые практики в принятии государственных решений в России / Т.В. Миллер // Власть. — 2016. — № 12. — С. 93–98.
41. Мирошниченко, И. В. Модернизационный потенциал краудсорсинга в современной публичной политике / И. В. Мирошниченко // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. — 2011. — №6. — С. 31–39.

- 42.Мирошниченко, И. В., Морозова, Е. В. Сетевая публичная политика: контуры предметного поля. / И. В. Мирошниченко, Е.В. Морозова // Полис. Политические исследования. —2017. — № 2. — С. 82–102.
- 43.Мирошниченко, И.В. Публичная политика как зонтичная концепция политической науки / И. В. Мирошниченко // Государственное управление. Электронный вестник. — 2014. — №47. — С. 354–376.
- 44.Мирошниченко, И.В. Сетевой подход в политических исследованиях: содержание и направления развития / И. В. Мирошниченко // Южно-российский журнал социальных наук. — 2013. — №3. — С. 68–86.
- 45.Мирошниченко, И.В. Формирование субъектности сетевых сообществ в российской публичной политике / И. В. Мирошниченко // Южно-российский журнал социальных наук. — 2012. — №1. — С. 76–86.
- 46.Овсянкина, А.В. Применение сетевого подхода в политических исследованиях / А.В. Овсянкина // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. — 2014. — №2. — С. 21–29.
- 47.Павлютенкова, М.Ю. Роль и место социальных сетей в публичной политике / М.Ю. Павлютенкова // Вестник РУДН. Серия: Политология. — 2015. — №3. — С. 71–81.
- 48.Парфенова, Ю.В. Сетевые ресурсы как инструменты политического участия в современной России / Ю.В. Парфенова // Общество: политика, экономика, право. — 2016. — №3. — С. 49–52.
- 49.Перелозова, А.С. Практики гражданского вовлечения в публичную политику и опыт управления гражданскими инициативами / А.С. Перелозова // Вопросы управления. — 2015. — №5 (17). — С.25–31.
- 50.Поселенцева, В.Н. Критерии эффективности социальных медиа в публичной политике // Современная наука: актуальные вопросы, достижения и инновации: Сборник статей XIII Международной научно-практической конференции. — Ч. 2. — 20 мая 2020. — С. 267–270.

- 51.Поселенцева, В.Н. Проблема теоретического осмысления феномена «социальные медиа» в политической науке / В.Н. Поселенцева // Студенческий: электрон. научн. журн. — 2020. — № 16(102). — С. 91–93.
- 52.Соколов, А.В. Особенности возникновения политического краудфандинга в российской политической практике / А.В. Соколов // Вестник РУДН. Серия: Политология. — 2014. — №2. — С. 31–39.
- 53.Старцев, А.А., Гришанин, Н.В. Социальные сети в процессе коммуникации между властью и обществом / А.А. Старцев, Н.В. Гришанин // Коммуникология. — 2018. — №5. — С. 108–119;
- 54.Сулейманова, Ш.С. Перспективы развития социальных медиа / Ш.С. Сулейманова // Коммуникология. — 2015. — №5. — С. 111–125.
- 55.Сунгуров, А.Ю. Публичная политика: основные направления исследований (мировой и российский опыт) / А.Ю. Сунгуров // Публичная политика. — 2017. — №1. — С. 10–12.
- 56.Товмасян, Н.Т. Публичная сфера: контуры теоретического образа / Н.Т. Товмасян // Идеи и идеалы. — 2017. — №3 (33). — С. 53–64.
- 57.Филатова, О.Г. Интернет-технологии политической мобилизации в современной России / О.Г. Филатова // ПОЛИТЭКС. — 2014. — №4. — С. 57–67.
- 58.Хецелиус, В.Е. Роль социальных медиа в современных политических процессах / В.Е. Хецелиус // Коммуникология: электронный научный журнал. — 2019. — №1. — С. 73–78.
- 59.Шерстобитов, А.С. Трансформации современной публичной сферы в России и перспективы возникновения и функционирования политических сетей / А.С. Шерстобитов // Сети в публичной политике. Политическая наука: Ежегодник. — 2014. — М.: РОССПЭН. С. 28–42.

Монографии на английском языке

- 60.Allen D. Democracy, Inc.: The Press and Law in the Corporate Rationalization of the Public Sphere. Chicago, 2005.

61. Almond G., Powell B. *Comparative Politics Today. A World View.* 4th ed. Glenview; Boston; London: Scott, Foresman and Company, 1998.
62. Bell A. *Exploring Web 2.0: Second Generation Interactive Tools — Blogs, Podcasts, Wikis, Networking, Virtual Worlds, And More.* — New York: CreateSpace, 2009.
63. Borgatti S.P., Everett M. G., Johnson J. C. *Analyzing Social Networks.* — SAGE Publications Ltd, 2013.
64. Brandes U., Kenis P., Raab J., Schneider V., Wagner D. *Explorations in to the Visualization of Policy Networks // Journal of Theoretical Politics.* 1999. Vol. 11.
65. Castells, M. *The Rise of the Network Society. Information Age,* vol. 1; 2nd Edition with a New Preface edition. Wiley-Blackwell, 2009.
66. Compston H. *Policy Networks and Policy Change. Putting Policy Network Theory to the Test.* N.Y.: Palgrave Macmillan, 2009.
67. Dewey J. *The Public and its Problems.* Denver, 1927.
68. Graffin L. J., Linden M. van der *Introduction // New Methods for Social History.* Cambridge: University of Cambridge Press, 1998.
69. Habermas J. *The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society.* Cambridge: Polity, 1989.
70. Heidenheimer A., Hecl H., Adams C. *Comparative Public Policy: The Politics of Social Choice in America, Europe and Japan.* New York: St. Martin Press, 1990.
71. Kingdon J. *Agendas, Alternatives, and Public Policies.* Boston: Little, Brown & Co, 1984.
72. Knoke D. *Political Networks. The Structural Perspective.* Cambridge University Press, 1990.
73. Koliba Ch., Meek J., Zia A. *Governance Networks in Public Administration and Public Policy.* Roca Raton; London; New Ybrk: CRC Press, 2011.
74. Lowery S. A., DeFleur M. L. *Milestones in Mass Communication Research.* - Pearson, 1995.

75. Prell C. *Social Network Analysis: History, Theory and Methodology*. - SAGE Publications, 2011.
76. Solis B., Breakenridge D. *Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media Is Reinventing the Aging Business of PR*. Upper Saddle River: Pearson Education Inc., 2009.
77. *The Policy Sciences* / D. Lerner, H. D. Lasswell (eds). Stanford, Calif.: Stanford University Press, 1951.

Научные статьи на английском языке

78. Benhabib S. *Models of Public Sphere: Hannah Arendt, the Liberal Tradition, and Jurgen Habermas* // *Habermas and the Public Sphere* / Ed. by C. Calhoun Cambridge, 1992. P. 73–98.
79. Emirbayer M., Goodwin J. *Network Analysis, Culture and the Problem of Agency* // *American Journal of Sociology*. 1994. Vol. 99, pp. 1411–1454.
80. Henry A. *Ideology, Power and Structures of Policy Networks* // *Policy Studies Journal*. 2011. Vol. 39. № 3. P. 361–383.
81. Hjern, B., Porter D.O. *Implementation structures: a new unit for administrative analysis*. *Organisational Studies*, 1981. № 3, P. 211–237.
82. Kaplan A. M., Haenlein M. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media* // *Business Horizons*. 2010. Vol. 53. Issue 1. P. 59–68.
83. Klijn E.H., Koppenjan J.F.M. *Public management and policy networks: Foundations of a network approach to governance* // *Public management*. 2000. № 2. P. 135–158.
84. Klijn, E.H., Koppenjan, J.F.M. *Complexity in governance network theory*. In: *Complexity, Governance & Networks*, 2014. No. 1 (1), P. 61–70.
85. Marsh D., Smith M. *Understanding Policy Networks: towards a Dialectical Approach* // *Political Studies*. 2000. Vol. 48. P. 4–21.
86. Poucke W van. *Network Constraints on Social Action: Preliminaries for a Network Theory* // *Social Networks*. 1979. Vol. 2. P. 181–190.

87. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media / J.H. Kietzmann, K. Hermkens, I.P. McCarthy, B.S. Silvestre // Business Horizons. 2011. Vol. 54 (3). P. 241–251.
88. Thompson B. Habermas: Critical Debates. Cambridge, Mass.: MIT, 1982. P. 469–485.

Источники на электронных носителях

89. #СпаситеСибирскиеЛеса: пользователи соцсетей встали на защиту горящих лесов [Электронный ресурс]. — REGNUM, 2019. — Режим доступа: <https://regnum.ru/news/society/2678566.html> (дата обращения: 11.03.2020).
90. O'Reilly T. What Is Web 2.0 [Электронный ресурс]. — 1991. Режим доступа: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (дата обращения: 05.03.2020).
91. Twitter-революция Джорджа Сороса [Электронный ресурс]. — ИНОСМИ.РУ, 2009. — Режим доступа: https://inosmi.ru/moldova/20090508/248966_1.html (дата обращения: 11.03.2020).
92. Волны гнева: почему россияне протестуют против китайских проектов [Электронный ресурс]. — RIA.RU, — 2019. Режим доступа: <https://ria.ru/20190315/1551799476.html> (дата обращения: 20.03.2020).
93. Губернатор Иркутской области поручил проверить строительство завода по разливу воды в Култук. [Электронный ресурс]. — Вести. Иркутск, — 2019. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=4U1bUn9tf5o> (дата обращения: 22.04.2020).
94. Ди Каприо призвал освободить косаток и белух из «китовой тюрьмы» в Приморье [Электронный ресурс]. — VLADNEWS, 2019. — Режим доступа: https://vladnews.ru/2019-02-27/147118/kaprio_prizval (дата обращения: 11.03.2020).

95. Иркутский губернатор назвал завод на Байкале бесперспективным из-за экологических ограничений [Электронный ресурс]. — Interfax.ru, — 2019. Режим доступа: <https://www.interfax.ru/russia/653878> (дата обращения: 22.04.2020).
96. Источники информации: Интернет [Электронный ресурс]. — ФОМ, 2020. — Режим доступа: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14340> (дата обращения: 05.03.2020).
97. Медведев поручил Минприроды проверить завод по разливу воды на Байкале [Электронный ресурс]. — Kommersant.ru, — 2019. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3908559> (дата обращения: 16.04.2020).
98. Медведев поручил Минприроды проверить проект завода по разливу воды на Байкале [Электронный ресурс]. — TASS.RU, — 2019. Режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/6209253> (дата обращения: 22.04.2020).
99. Мои документы [Электронный ресурс]. — МФЦ.РФ, 2019. — Режим доступа: <http://мфц.рф> (дата обращения: 21.03.2020).
100. Остановить строительство завода по разливу воды Байкала для Китая [Электронный ресурс]. — ROI.RU, — 2019. Режим доступа: <https://www.roi.ru/36889/> (дата обращения: 20.03.2020).
101. Открытое Правительство [Электронный ресурс]. — Экспертный Совет при Правительстве РФ, — 2019. Режим доступа: <https://open.gov.ru/event/5598187/> (дата обращения: 21.03.2020).
102. Официальная страница Губернатора Саратовской области В.В. Радаева [Электронный ресурс]. — Instagram, — 2020. Режим доступа: <https://www.instagram.com/p/B9jB5mdnMtC/?igshid=g23nbe7x1yps> (дата обращения: 11.03.2020).
103. Петиция: Остановите строительство завода по разливу воды Байкала для Китая [Электронный ресурс]. — Change.org, — 2019. Режим доступа: <https://www.change.org/p/остановите-строительство-завода-по-роливу-воды-байкала-для-китая> (дата обращения: 20.03.2020).

104. Пользование Интернетом [Электронный ресурс]. — ВЦИОМ, — 2020. Режим доступа: https://wciom.ru/news/ratings/polzovanie_internetom (дата обращения: 05.03.2020).
105. Сергей Зверев отстоял Байкал, выйдя на одиночный пикет [Электронный ресурс]. — МК.RU, 2019. — Режим доступа: <https://www.mk.ru/social/2019/03/15/sergey-zverev-otstoyal-baykal-vyydyana-odinochnyy-piket.html> (дата обращения: 12.03.2020)
106. СМИ: ТВ и Интернет [Электронный ресурс]. — ФОМ, — 2019. Режим доступа: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14258> (дата обращения: 16.11.2019).
107. Спаси Байкал [Электронный ресурс]. Instagram, — Посты от 14.02.2019 — 27.03.2019. Режим доступа: https://www.instagram.com/baikal_save/ (дата обращения: 06.04.2020).
108. У завода по розливу воды из Байкала исчезли перспективы [Электронный ресурс]. — Россия 24, — 2019. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=_3BmEvn92J4 (дата обращения: 22.04.2020).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

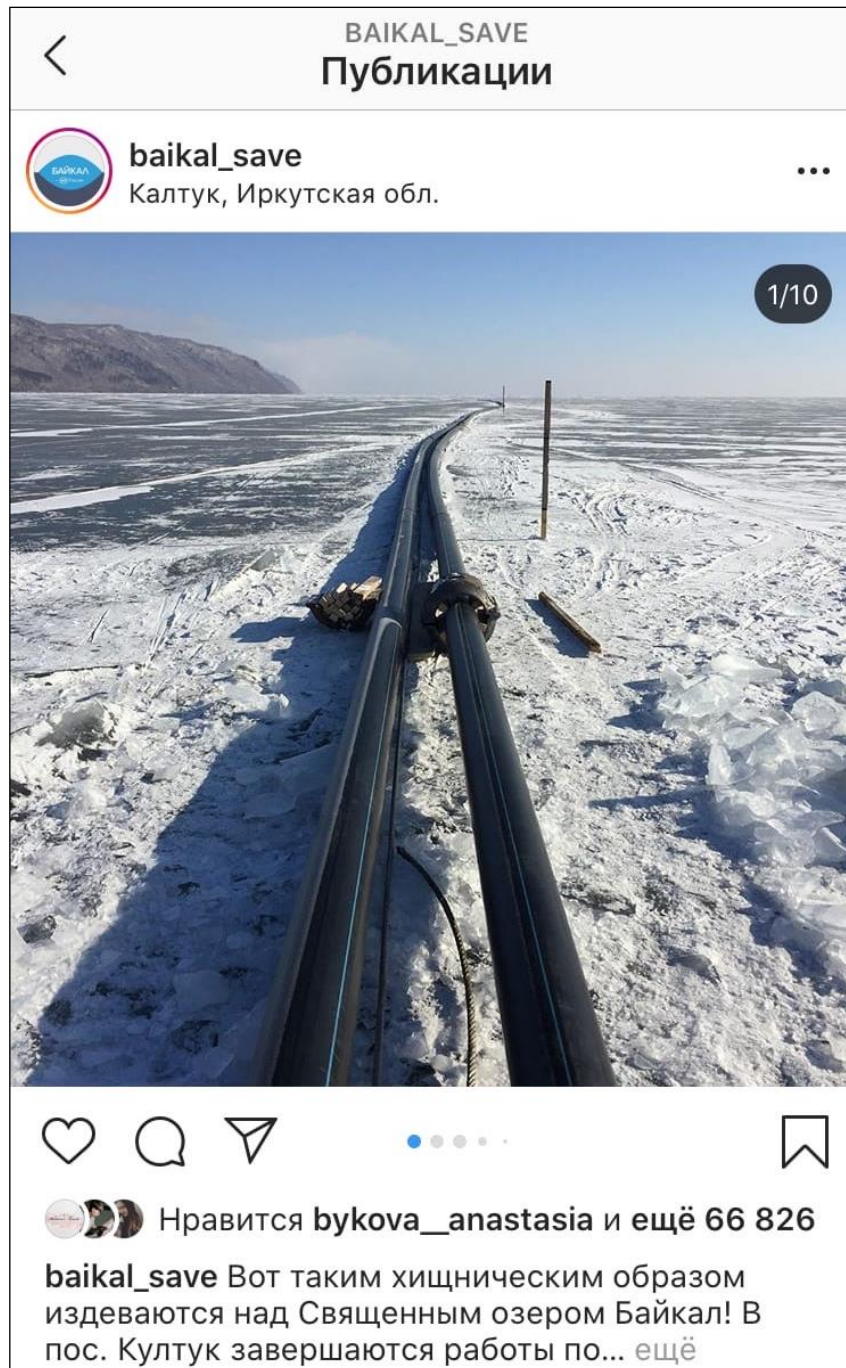


Рис. 8. Первая публикация на странице Baikal Save

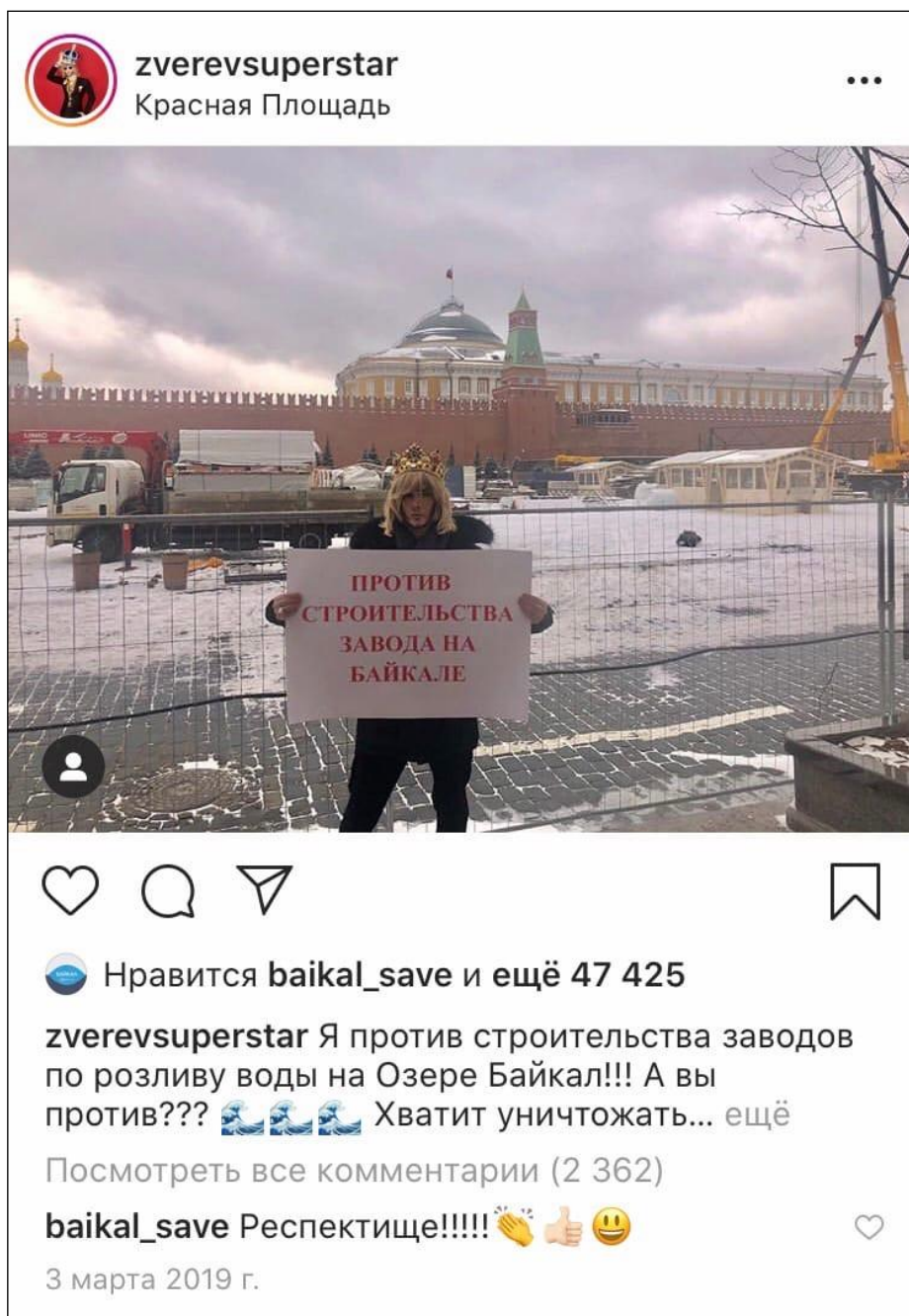


Рис. 9. Пост Сергея Зверева в Instagram



Рис. 10. Примеры комментариев под постом страницы Baikal Save



Рис. 11. Пример ссылок знаменитостей

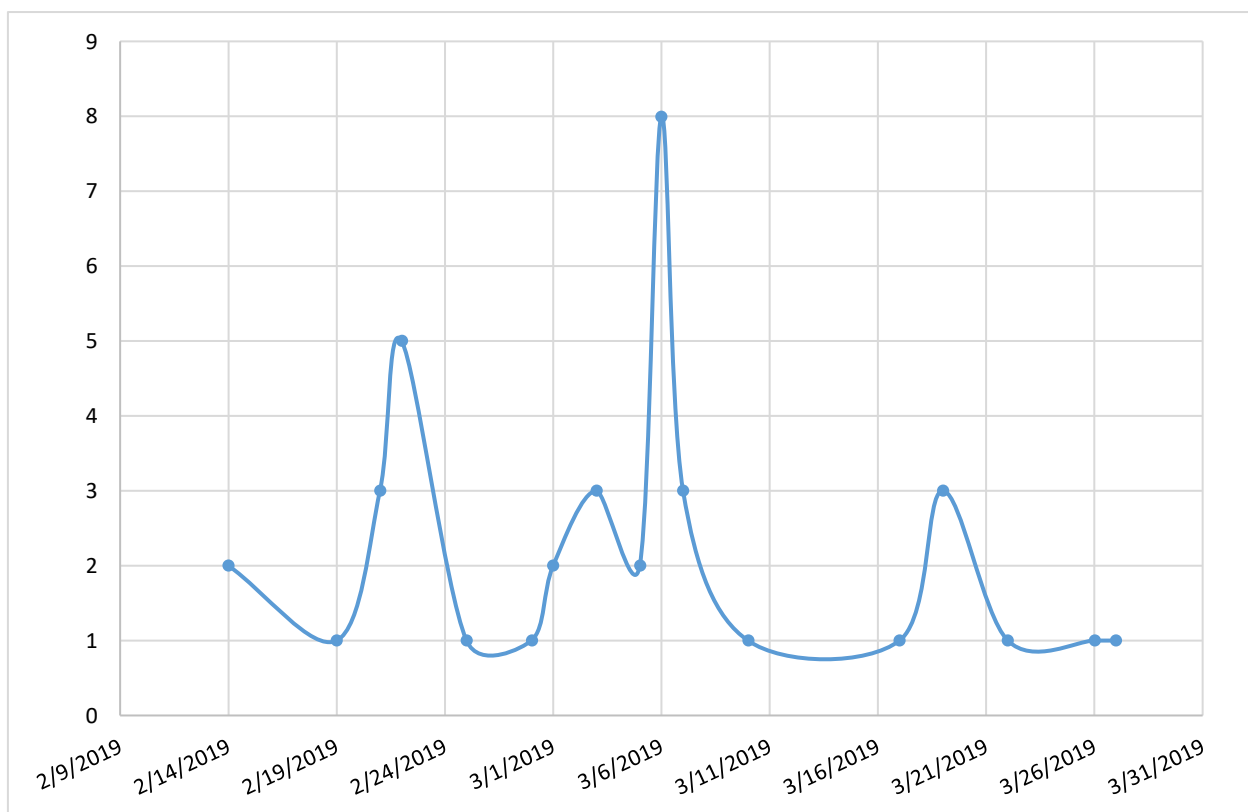


Рис. 12. Динамика интенциональной направленности Baikal Save

Приложение 6



Рис. 13. Схема продвижения гражданской инициативы "Baikal Save" в Instagram