

ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО И ПРАВОВОЕ ГОСУДАРСТВО

И.И. КУЗНЕЦОВ

РУНЕТ как часть российского электорального пространства

Возрастающее влияние информационных технологий на политические процессы формирования и смены власти в России стало темой многих публикаций. Нередко авторы склонны завышать значимость этих технологий, оценивая их как прямое следствие интенсивно идущего процесса глобализации. Крайнее выражение такого рода мнений состоит в утверждении о неизбежности отмирания национального государства под воздействием систем глобальной коммуникации¹. С этим связано появление и транслирование различных стереотипов, демонизирующих образ той или иной "новой реальности". Так, весьма популярной стала точка зрения, согласно которой Интернет - не новая ступень свободы, а, скорее, новая эффективная технология создания несвободы. Подобные воззрения обычно сопряжены с широким цитированием работ М. Фуко, обосновавшего концепцию Паноптикона². Это связано также с тем, что авторы соответствующих публикаций хорошо осведомлены о технической и технологической сторонах проблемы использования Интернета. Так, период 1997-1999 годов можно назвать первой волной внимания к СОПМ (системе оперативно-розыскных мероприятий), разработка которой в России вызвала резонанс не меньшей, чем скандал с заграничной системой шпионского назначения "Эшелон". Например, С. Гурко писал: "Прогнозы о том, что надзор станет ведущей формой доминирования в современном мире, оправдываются" [Гурко, 1998]. Пессимизм некоторых гуманитариев, однако, предельно корректно соседствует со сдержанным и вдумчивым оптимизмом отдельных "технарей".

Другой позиции придерживаются авторы, видящие в Интернете новое, необычное, но весьма перспективное и динамичное поле развития демократических начал в политическом пространстве как отдельных государств, так и мира в целом. В этом смыс-

¹ Более взвешенные оценки перспектив влияния Интернета на политико-культурные и социально-экономические процессы см. [Кастельс. 2000].

² Фуко использовал идею известного английского гуманиста И. Бентама, который так назвал тюрьму, приспособленную для слежки за заключенными. Для Фуко Паноптикон - прообраз не только пенитенциарных заведений, но и массы других институций: школьного класса, фабричного цеха, больничного коридора [Фуко. 1996].

Кузнецов Игорь Иванович - кандидат политических наук, старший преподаватель кафедры политических наук Саратовского государственного университета.

ле весьма симптоматично обращение ряда российских авторов к заметному усилению роли всемирной паутины в последних общенациональных американских выборах [Турунок, 2001]. Интернет, как признается многими из них, еще не стал главным оружием политической рекламы в стране, поскольку миллионы американцев, ежедневно копающихся в Сети в поисках информации, практически не интересуются помещенными там рекламными объявлениями. Кроме того, не ограниченный по времени доступ в "электронное море" пока недоступен массовому пользователю. При этом бросается в глаза такое обстоятельство: практически все американские кандидаты в президенты обзавелись своими веб-сайтами, что сразу же потребовало формирования специальных компьютерных команд, призванных регулярно обслуживать и обновлять сайт. То есть само осознание политической элитой необходимости диверсификации способов "завоевания" избирателей привело к мощному техническому переориентированию в структуре "политических команд". Можно отметить, что еще в начале 1960-х годов в США многие оспаривали возможное усиление роли телевидения в электоральном процессе, ограниченность его воздействия на сознание и подсознание избирателей. Видимо, сделав серьезные выводы для себя, ведущие аналитики США предсказывают, что на президентских выборах 2004 года использование Интернета станет едва ли не главным элементом "раскрутки" кандидатов'.

В свете сосуществования этих двух тенденций восприятия "мировой паутины" (т.е. условно - недоверчиво-охранительной и прогрессивно-технологичной) представляется весьма интересным проследить российскую ситуацию. Прежде всего, стоит сделать несколько предварительных замечаний, позволяющих конкретизировать предмет исследования.

Особенности политического РУНЕТа

Во-первых, РУНЕТ - общепринятое, по крайней мере у российской части пользователей, сленговое обозначение пространства коммуникации. Оно, скорее, отражает источники и качество информации, вращающейся в Сети, произведенной большей частью в России, чем намечает "границы" популяризации собственно отечественных сайтов, их содержания (контента) и ведущих деятелей этого бизнеса. Сегодня российский пользователь может получать и проверять информацию СМИ с любого альтернативного угла зрения. При этом уже необязательно владение иностранным языком - многие публикации зарубежных изданий представлены в русском переводе, например на сайте inopressa.ru. РУНЕТ, по-видимому, обладает собственной спецификой существования и развития, несмотря на то, что он - лишь частный случай мирового информационного пространства. Это связано прежде всего с неспешно идущим, но заметным процессом формирования представлений о качестве информации, форме и способах ее подачи, "правилах-рамках" сетевого взаимодействия.

Во-вторых, активными субъектами-участниками данного процесса являются не только ключевые фигуры *e-business'a* (владельцы и сотрудники сетевых изданий, руководство и персонал компаний-провайдеров, порталов), но и действующие федеральные и региональные политики, их советники и помощники и, наконец, само российское государство. Постоянно возникают коллизии в результате не столько отсутствия законодательной базы регулирования Интернета, сколько самого понимания сущности этого явления. Среди мощных политических игроков (какими, на мой

³ Так, уже подсчитано, что "средний" американец будет проводить в Сети по 4 часа в день, распечатывать сообщения (а не только "переваривать" их в голове), и поэтому каждому потенциальному кандидату обязательно потребуется специальная команда компьютерщиков и специалистов по PR в Интернете [Акимущкина, 2000].

взгляд, можно считать перечисленных субъектов) пока нет единства мнений по вопросу о пределах желаемого или допустимого вмешательства государства в протекающие в Сети процессы. Отсюда - многие используемые стратегии поведения данных игроков, которые могут быть охарактеризованы как преимущественно ситуативные и предельно меркантильные. Как правило, максимальная экономическая отдача, политический успех (во всех возможных способах его проявления и "обналичивания"), занятая выгодная позиция предопределяют характер поведения в большей степени, нежели согласованное цивилизованное взаимоувязывание интересов.

В-третьих, складывающиеся практики использования электоральных технологий в нашей стране демонстрируют изощренные формы манипулирования сознанием людей. В этом смысле Россия - "впереди планеты всей", поскольку на наших глазах происходит постепенное вытеснение из политического процесса идей и механизмов социально-классового и идейно-политического представительства. Снижается роль партийных программ, идеологий, социально-классовых идентификаций. Политики в России большей частью ориентированы на безуспешные попытки придать себе, своим партиям какой-либо идеологический облик, выстроить массовые структуры политической организации или по крайней мере сделать вид, что это у них есть. А данные структуры (в основном "псевдопартии") работают как избирательные машины для лидеров, используя консалтинговые и рекламные приемы; отсюда большое распространение политмаркетинга и менеджмента, предлагающих на политическом рынке "имидж" политиков. То есть в целом происходит трансформация системы репрезентативного правления (представительства интересов) в систему правления с помощью репрезентаций [Пшизова, 2000]. В этой системе главным инструментом властвования становится способ представления, предъявления себя обществу, рынок диктует тон отношений управляющих и управляемых (переиначивая рекламный слоган: "жажда - ничто, имидж - все!").

Российская новейшая история, наверное, может быть рассмотрена сквозь призму политической науки как драматическая картина смены нескольких электоральных циклов. Каждый из них стал заметным этапом рождения новой политической культуры, утверждения новых электоральных стандартов. Первый электоральный цикл датируется 1993-1995 годами. РУНЕТ в это время лишь формировал свою среду, поднимался "на ноги". Неудивительно, что редкие пока политологические публикации о российской электоральной истории практически обходят этот период стороной⁴. И. Засурский в "Реконструкции России" отмечает, что в этот период Интернет для россиян стал, в основном, "проводником процесса глобализации информационного пространства... в Сети начала формироваться параллельная информационная система, значение которой некоторые исследователи на Западе приравнивают к всплеску молодежной контркультуры шестидесятых годов" [Засурский].

По-настоящему взрывной характер использования Интернета проявился в электоральных технологиях во втором и третьем избирательных циклах России (1997—2000 годы). Каждый новый виток избирательных кампаний сопровождался появлением невиданных способов реагирования на этот процесс РУНЕТа. А каждое "изобретение" политтехнологов быстро становилось достоянием сетевой общественности благодаря моментальному распространению информации о нем. Примечательно, что практически всем известны имена и адреса (домены) авторов и разработчиков тех или иных приемов, что, впрочем, не мешает появляться новым активным технологам от Интернета, жаждущим славы, денег и, наверное, власти. Кроме того, те, кто добились на этой ниве значительного успеха, весьма высоко котировались в сообществе экспертов-политологов, тесня в рейтингах популярности профессиональных ученых и прак-

⁴ Так, обширная монография питерского коллектива авторов практически не обращается к анализу политического использования Интернета в данный период, видимо, разумно полагая малую значимость этой проблемы в сравнении с другими актуальными вопросами [Первый... 2000].

тикующих консультантов. Хрестоматийным можно считать пример Г. Павловского, чья деятельность в пространстве РУНЕТа не в последнюю очередь была замечена при номинировании его в десятку ведущих экспертов-политологов России⁵.

В этом смысле вся деятельность Павловского в сетевом пространстве традиционно воспринимается как "прокремлевский" PR, закулисная непубличная политика. Хотя сам Павловский придерживается совершенно иной оценки, заявляя о необходимости рационализировать российскую политическую жизнь и электоральный процесс в том числе⁶.

В постоянно растущем арсенале электоральных компьютерных технологий можно выделить несколько групп, характеризующих различные уровни использования потенциала РУНЕТа. Классификация, предложенная С. Кареловым и С. Баричевым, схематизирует многие из них [Карелов, Баричев, 1999, с. 22-23]:

- *технологии эффективной телевизионной рекламы*. ТВ-реклама позволяет преподнести конкретного кандидата или политическое движение в наиболее выгодном свете так, чтобы избиратель решил непременно его выбрать, нанять на общественно значимую работу или, по крайней мере, пожелать ему этого;

- *использование экономических субдисциплин* (в основном маркетинга), таких как *target marketing* и *churn management*. Предметом первой являются способы привлечения групп потребителей к товару. Вторая изучает механизмы удержания клиентов и возможности завоевания потребителей другого конкурирующего товара. Эти технологии бурно развиваются на Западе, синтезируя наработки информатики ("промывание данных", многомерный анализ данных в режиме реального времени и др.) и экономики, привлекая многомиллионные инвестиции;

- *компьютерный анализ* эффективности воздействия на общественное мнение.

Если рассматривать развитие технологий политической рекламы в РУНЕТе, то на первый план выходит четко фиксируемое увеличение количества сайтов политиков, партий и объединений всех элементов политического спектра, которое началось примерно с 1998 года. Увлечение российских политиков вероятным повышением собственного рейтинга привело ко многим серьезным проблемам. С одной стороны, мало кто из них четко представлял себе специфичность интернет-аудитории вообще и российской в частности. Даже те из пользователей Сети, которые неполитичны по своей природе и лишь периодически интересуются происходящими в российской политике событиями, представляют из себя "трудный" электорат. Обратить его в собственную базу, сформировать на его основе мощную поддержку - дело чрезвычайно сложное и затратное.

С другой стороны, большинство российских политиков пока не в полной мере адекватно понимают суть современных электронных технологий. Сайт политика или организации призван отражать интересы и взгляды (нередко личные качества и особенности характера) главного действующего актора, т.е. собственно лидера, либо какой-то институции. Поэтому все просчеты в оформлении и наполнении информацией конкретного сайта приводят не столько к падению интереса к данной интернет-страничке (это, возможно, "возместят" политические соперники, услужливо ссылаясь на данное "творение", тем самым эффективно дискредитируя конкурента за его же счет), сколько к тактическому поражению самого кандидата или политического движения. Более того, все эти "промахи" будут лишним информационным поводом, способным в очередной раз понизить реальные шансы данного политического игрока. Скандальная история осени 1999 года, связанная с появлением сайта-"двойника", серьезно задевав-

⁵ По итогам декабрьского 2000 года исследования, проведенного службой "VP-T" совместно с Независимой газетой, Павловский занимает престижное шестое место в рейтинге ведущих экспертов России [Независимая... 2001].

⁶ Интересно, что одно из виртуальных детищ Павловского называется "Фонд эффективной политики" (www.fep.ru).

шего имидж московского мэра Ю. Лужкова [Новосельская, 1999], выявила следующее обстоятельство. Интернет постепенно становится эффективным оружием и одновременно ареной в информационных войнах. Публикуя информацию анонимно, автор-организаторы данной PR-акции преподнесли действительно опасный "кибер-подарок" мэру в день его рождения. Несмотря на то, что сайт-"двойник" (lujkov.ru вместо истинного luzhkov.ru) просуществовал менее суток (по-видимому, соратники Лужкова и его компьютерная команда работают тоже достаточно быстро), был создан необычный информационный повод, позволивший противникам Лужкова выплеснуть "желчь" уже в печатных изданиях [Данилова, 1999]. По страницам большинства центральных газет прошла информация об открытии специального сайта, на который все желающие могут высказаться о работе московской мэрии. Тем самым данная акция выявила свою истинную цель: не будировать сознание достаточно аполитичной интернет-аудитории (этим ее сильно не удивишь), а привлечь внимание широкой общественности к опасной тенденции укоренения "грязных" электоральных технологий даже в информационных сетях.

Подобные публикации, очевидно, часто игнорируют тот факт, что политическая реклама вообще строится по принципу маркетингового подхода к информации - производится то, за что в настоящее время платят деньги. В этом смысле бесполезно пытаться найти еще один способ подтвердить давно ставшую тривиальной сентенцию: политика - грязное дело. Политика (а электоральные процессы - ее частный случай) всегда была и остается способом формирования и отстаивания человеческих интересов. А поскольку соответствующие технологии формирования и отстаивания интересов прямо зависят от тех, кто их осуществляет, то неудивительно, что в условиях недостаточно высокой политической культуры политтехнологов приоритет отдается манипулятивным приемам, формулированию скрытых настроений и установок, механизмам внушения.

Даже беглый анализ политических сайтов РУНЕТа приводит к нескольким интересным выводам. Во-первых, качество оформления сайтов существенно различается. КПРФ, НДР обзавелись страничками, которые никак нельзя рассматривать в качестве рекламной "вывески". Наоборот, доминируют аскетичность и информационная сдержанность. Сайт КПРФ в отличие от НДР регулярно обновляется, хотя новости на нем предельно субъективированы и представляют, скорее, плохо замаскированную пропагандистскую продукцию. Учитывая, что основной электорат КПРФ к Интернету явно не тяготеет, а молодые пользователи РУНЕТа быстро замечают ярко проявляющую себя в оформлении и контенте тенденциозность, можно говорить о недостаточно хорошо продуманной стратегии авторов сайта. По-видимому, затраты на это предприятие по-настоящему себя еще не окупил, так как привлечь рядовых посетителей Сети на свою страницу в нынешнем ее состоянии весьма проблематично. Хотя вполне возможно использовать ее как "мостик" связи с региональными отделениями, как "трибуну" донесения нужной информации в нужном количестве и качестве для журналистской аудитории. Кроме того, есть весьма специфическое ограничение, которое существенно девальвирует масштабность замысла коммунистов в РУНЕТе: вступить в дискуссию с КПРФ можно, лишь предварительно прислав вопросы, на которые лидер компартии выборочно ответит во время виртуальной видеоконференции. Журналисты уже отметили в этом проявление привычки к цензуре, которая противоречит неписаному правилу Сети: закрытой политической информации здесь не бывает.

Хотя, на мой взгляд, при должном усердии данную проблему разработчики сайта могли бы решить довольно просто, не будучи лишним раз обвиненными в приверженности недемократичным методам общения: привлечь большее количество экспертов - партийных идеологов, функционеров к работе с поступающими обращениями, задействовать потенциал знаменитых людей-"нюсмейкеров" партии, способных увлечь аудиторию странички своим участием в коммуникации.

Сайты "яблочников" и "правых сил" выделяются своим оформлением и насыщенностью информацией, что отмечается многими посетителями. Имея, в сущности, обычный набор рубрик (архив прессы, программы, новостная информация, отдельные интервью, дискуссионные клубы), сайты правых движений отличаются динамичным дизайном и профессионально отработанной системой внутренней интеграции. Пользователь, попадая на сайт какой-либо организации правой части политического спектра, может быстро переместиться на сайт идеологически "родственной" структуры: в Сети они живут дружно (несмотря на заметные разногласия в реальной жизни) и тесно связаны "коалицией ссылок". Это становится особенно важно в предвыборный период, так как, зайдя на одну страницу, потенциальный избиратель может без особых проблем передвигаться по сайтам всех демократических объединений. Создана и реально действует система контроля за поведением избирателя, но не в духе идеи "паноптизма", а несколько мягче и тоньше. Она работает эффективно лишь при условии допущения слабой идейно-политической и социально-классовой самоидентификации пользователя, к тому же мало знакомого с сущностью разногласий ведущих политических сил. Молодые люди - в основном самая массовая и быстро растущая часть пользователей РУНЕТа является именно той *target group*, на которую рассчитаны эффективные ходы разработчиков сайта С. Кириенко и странички Б. Немцова. Web-сайт Кириенко вызывает высокий интерес у молодого пользователя Сети хотя бы тем обещанием, что, заглянув на него, можно увидеть и прочесть более 40 "обзывалок" экс-премьера, из которых самое известное "киндер-сюрприз" соседствует с задушевым "этот хиленький". И здесь не так важно, что данный пользователь точно запомнит хотя бы одно из прозвищ, сыграет это на имидж Кириенко в реальной политической игре или нет. Но вот то, что посетитель будет уверен в значительности политической фигуры Кириенко, весомости его как публичного политика - это, на мой взгляд, вполне оправдывает все технологические и лингвистические изыски. Популярность и известность не бывают однозначно "плохими" или "хорошими", так или иначе, но "знак" можно подкорректировать всегда. Важно также то, что эта популярность имеет четкое генерационное измерение - поколение тех, кто проходит важную стадию политической социализации сегодня, и завтра будет активно влиять на политические процессы в стране.

Второе наблюдение, которое приходится констатировать, просмотрев сайты политических структур России, касается их жизнеспособности. Там, где творческий характер стиля авторов-разработчиков подкреплен существенными финансовыми вливаниями (а это часто заметно невооруженным глазом), наблюдается постоянное изменение, пополнение контента не только новыми публикациями знакомых авторов, но и расширением их круга, заметным увеличением жанровых вариантов виртуальной коммуникации. Так, те же "правые силы" в предвыборный период активно проявили себя, открыв отдельным сайтом дискуссионный клуб, где можно было обсудить многие интересующие посетителей вопросы. Это стало своего рода "полигоном" для отработки стратегии привлечения сторонников, с одной стороны, а с другой - позволило "правым" стать модераторами дискуссий по общественно значимым проблемам, а значит, занять позицию "над схваткой", одновременно задавая ее правила и регулируя течение и направление.

Сайты, которые демонстрируют статичность, долго не изменяются, не обогащаются контентом или просто не поддерживаются, нежизнеспособны по определению. Пользователь, зафиксировавший "застывший" сайт, обычно перестает уделять ему драгоценное время и ресурсы связи. Обычно такое состояние виртуального представительства политической структуры свидетельствует о ее системном бессилии. Кроме того, это знак плохого финансового самочувствия. Интересно проследить корреляцию показателя "жизнеспособности" сайтов "партии власти" в России и политической траектории самого движения. По-видимому, можно наметить и рабочую гипотезу: прекращение обновлений представительства "партии власти" в Интернете задает тон ее "понижающей" эволюции в политическом пространстве страны (естественно, не

напрямую, а через механизм актуализации темы утраты интереса самой властью к своему партийному детищу). Особый интерес представляет выявление этой динамики в контексте электоральных циклов (можно проследить связь регионального и федерального избирательного процесса).

Третье наблюдение касается анализа наиболее привлекательных сайтов (с моей точки зрения) политического РУНЕТа. Если обратиться к авторству этих проектов, то несложно заметить общее начало, проявляющееся в их сопричастности к уже указанному "Фонду эффективной политики" (ФЭП) Павловского. На его официальном сайте указано, что создание страничек Кириенко и Немцова, - совместное детище этих политических лидеров, их партии и "команды Павловского". Таким образом, можно заметить селективное отношение данной команды к работе с клиентами определенной части политического спектра. Но качество этой работы, на мой взгляд, весьма высоко не поэтому. Более важным представляется комплексный подход в творческой деятельности разработчиков этих проектов. Если вновь обратиться к классификации Карелова и Баричева, то здесь несложно заметить эффективное использование всех трех групп электоральных компьютерных технологий. Ярко выделяется собственно рекламная направленность сайтов, характеризующаяся их грамотно организованной структурой и оформлением в молодежном стиле. Заметны элементы четкого ранжирования аудитории, что позволяет более целенаправленно влиять на нее (коллекции ссылок, рекламные баннеры, использование сленга и музыкально-"тусовочного" жаргона и т.д.). И, наконец, существует хорошо налаженная "обратная связь" в виде дискуссионных площадок, форумов, гостевых книг, списков рассылок и других инструментов, позволяющих держать "руку на пульсе" общественного сознания и четко реагировать на все возникающие изменения, гибко выстраивать собственные электоральные стратегии, опираясь на существующие запросы.

Такие внешние наблюдения за политической жизнью РУНЕТа все-таки в значительной степени поверхностны и общи. Если же попытаться взглянуть глубже на практики использования сетевых технологий в избирательном процессе, то на первый план выходят масштабные процессы выстраивания новых приемов формирования электорального пространства. Эти приемы формируют особую среду политической коммуникации, которая пока окончательно не сложилась в виде четких и понятных структур и норм, но существует как постоянно модернизируемые социальные практики. Расхожие утверждения о "виртуальности", характерные для малознакомых с сетевой жизнью политиков и наблюдателей, не могут заслонить того факта, что РУНЕТ дал возможность утвердиться таким неуловимым составляющим устной речи и письменного слова, как оценочная интенция, "навешивание ярлыков" и т.п.

Особый фактор использования Сети в российских электоральных технологиях - создание и тиражирование компромата. Информацию в Интернете можно было публиковать анонимно, а затем цитировать как источник. Такой способ стал широко использоваться не только накануне общенациональных и региональных избирательных кампаний, но и шире - в постоянно ведущихся политиками информационных войнах, ставших частью стратегий завоевания и удержания власти. Одним из первых сайтов такого рода стал "Коготь", на котором были "выложены" распечатки телефонных переговоров и пейджинговых сообщений представителей правящей "семьи". Эта информация стала основой нескольких публикаций в печатных СМИ.

Компромат в ходе последних общенациональных кампаний (думской 1999 года, президентской 2000 года) - постоянная часть информационных массивов РУНЕТа. Этот процесс явился следствием пересечения двух моделей использования Интернета - политической и коммерческой. Политическая в данном случае отражает стремление мощных участников - игроков сетевого пространства реализовать собственные политические интересы, а коммерческая, соответственно, - интересы экономические. Число сайтов, содержащих компромат, стало быстро расти именно в результате появления устойчивого спроса на политическом рынке на такого рода информацию. Несмотря на сезонный характер этого интереса (возрастание его накануне выборов в органы влас-

ти и убывание после них), заметно стремление многих подобных ресурсов РУНЕТа "за столбить" за собой постоянную нишу. Так, сайт агентства "Стрингер" в основном специализируется на скандальных информационных "сливах", зачастую чисто мифического свойства.

Потенциал РУНЕТа: история одного *case studies*

Возможности, которые предоставляет Сеть, упрощенно сводятся к такой схеме: продажа ожиданий и использование информационных ресурсов. Конкуренция в этой среде предстает весьма своеобразным процессом, связанным с одним из теоретических построений неоклассической экономики: монополизация - фактор и зачастую результат состязательной борьбы. Сетевые издания, публикующие бесплатные печатные версии бумажных книг и музыкальные произведения (масштабность этого процесса наглядно отражается быстрым процессом распространения аудитории формата трЗ), тем самым не только завоевывают традиционную аудиторию "продвинутых граждан" (читающую и размышляющую общественность), но и моделируют образ нового гражданина. По-видимому, данный тип должен лояльно относиться к впечатляющему разбросу мнений и оценок в области политики, но при этом следовать некоей модели сдержанного доверия определенным экспертным, аналитическим выкладкам и заключениям. Главное внимание при этом, можно предположить, будет сориентировано не на качество информационного контента и квалификацию эксперта, а на формы и способы подачи материала, имидж сетевого ресурса, рейтинг портала и т.п. В этом смысле, наверное, справедливо говорить об определенной монополизации политического РУНЕТа, что, собственно, и является неким "общим местом" публикаций в периодической печати [Эстонцева, 2001].

Действительно, невооруженным глазом заметно особое положение, возможности и впечатляющая активность ресурсов, созданных в Сети с участием или под руководством уже упомянутого "политтехнолога" (ярлык, навешенный задолго до официального вступления в должность помощника президента) Павловского⁷. Наибольшее значение в данной связи имеет, на мой взгляд, такой мощный портал, как "РЖ" - "Русский журнал" (www.russ.ru). Материалы РЖ позволяют удовлетворить вкусы и интерес большей части аудитории РУНЕТа, стремящейся к освоению и использованию качественной информации. Это реализовано, прежде всего, в грамотной подаче материалов. Так, большинство "горячих" политических тем как бы вписывается в канву фундаментального анализа, где можно встретить имена ведущих, преимущественно западных, политологов, социологов, искусствоведов. Тем самым активно используется *символический капитал** того или иного автора, который в данном случае работает на общую цель портала - завоевать и удержать ведущие позиции в интеллектуальном сообществе, в среде аналитических *think tank* (мозговых центров), влиять на общественно-политическую ситуацию. В данном случае отмечается стремление авторов, редакторов РЖ удерживать собственные профессиональные позиции через следующие приемы:

⁷ И. Засурский отмечает: «Одному из ведущих политических технологов девяностых Глебу Павловскому сеть позволила построить независимый от медиа-империй "виртуальный холдинг", значение которого велико уже сегодня, а в будущем может только возрасти» [Засурский].

⁸ Позиция П. Бурдьё в данном случае служит главным отправным элементом моих рассуждений, так как она, на мой взгляд, наиболее полно выражает сущность действия официальной номинации: "Профессиональное или ученое звание - это определенного рода юридическое правило социальной перцепции, воспринимаемое бытие, гарантированное как право. Это институционализированный и законный (а не просто легитимный) символический капитал, все более и более неотделимый от ученого звания, поскольку система образования стремится все более и более представить дальнейшие и верные гарантии для всех профессиональных званий. Символический капитал обладает также самоценностью и, хотя речь идет об общем имени, функционирует по типу великих имен (имен больших семей или имен собственных), используя всю возможную символическую прибыль (и блага, которые не продаются за деньги)" [Бурдьё, 1993, с. 75].

1. Оперативный перевод и публикация материалов (в основном печатных версий статей в известных политологических, политических журналах) именитых авторов - С. Хантингтона, Ф. Фукуямы, К. Шмиттера и др.

2. Составление и публикация комментариев отечественных авторов на отмеченные выше материалы. При этом очевидно стремление дать слово столичным аналитикам, облеченным мощной властью того самого "*символического капитала*", который позволяет выступать с позиций особого слоя "посвященных" в таинства политики. Зачастую, однако, как отмечает автор термина, эти "жрецы" готовят не более чем ежедневный или еженедельный аналитический "фаст-фуд", упрощенно-схематизированные картины популярно-объяснительного свойства.

3. Проведение и публикация результатов экспертных сессий, в которых принимают участие известные ученые-аналитики, журналисты, политики. На самом деле это весьма далеко от строгого следования каким-либо правилам проведения экспертиз, поскольку обычно представляет собой всего лишь "ругань" (хоть и по существу, как это отражено в названии соответствующей рубрики РЖ) или "суровый мужской разговор"⁹ неодинаково подготовленных людей. Кроме того, не всегда виден модератор дискуссии, и создается впечатление периодического "соскакивания" дискуссионтов с темы. Многие из них просто занимаются самопрезентацией или рекламой своих структур.

4. Подготовка и публикация рецензий на книги, выпущенные уже известными в рамках данного сетевого ресурса авторами. Это позволяет не только создать "правильное" паблисити конкретным персонам, но и укрепить нужную тональность и уровень освещения конкретных тем постоянной повестки дня РЖ. Например, много внимания РЖ уделял книгам одного из своих авторов - С. Кордонского.

Деятельность РЖ в сфере политической коммуникации, таким образом, можно охарактеризовать как новаторскую работу по настройке особого "сетевого политического сообщества", опирающегося на мощное информационное и идеологическое обеспечение. Сегодняшние масштабы использования этого ресурса на выборах ограничиваются не только небольшой частью подключенной к сети общественности, но и недостаточно высокой, на мой взгляд, активностью граждан в приобретении и усвоении навыков самостоятельной оценки политического процесса. Идеологическим компонентом в данном случае является сама структура оригинальной технологии, разработанная политическими технологами для анализа и использования огромных массивов текстовой информации, поступающей в Сеть. Эта технология требует специального рассмотрения, а я ограничусь лишь констатацией возрастающего внимания к подобным методикам не только в РУНЕТе, но и среди политологов, работающих с традиционными информационными средами.

Наконец, важная тенденция использования Интернета в электоральном процессе России - появление новых форм активного влияния и контроля за механизмом и процедурами волеизъявления населения. "Вывешивание" Павловским в Интернете в день проведения выборов данных опросов избирателей на выходе из участков для голосования (*exit polls*) стало причиной настоящего скандала в Центризбирком: до прекращения голосования во всех регионах страны обнародование результатов голосования запрещено. Из-за этого Центризбирком решил включить в законодательство о СМИ норму о приравнивании Интернета в части агитационной деятельности и публикации опросов общественного мнения к традиционным СМИ [Вешняков, 2000].

Вопрос о влиянии данных опросов о голосовании в одних регионах на голосование в других увязан с двумя важными обстоятельствами. Во-первых, это влияние вполне возможно, но, наверное, не напрямую - через избирателя, а через "посредников" - политические элиты и СМИ. Во-вторых, государство должно максимально четко и своевременно реагировать на такие выпады наиболее активных политических игроков, на их выходы в "серую" зону правового регулирования. Иначе оно рискует потерять важ-

⁹ Определение взято из реально существующей периодической рубрики РЖ в разделе "политика".

ный рычаг политического контроля над важнейшими процедурными моментами формирования власти через систему представительства (демократия, как известно, определяется большинством современных теоретиков как "определенность процедур при неопределенности результата").

В данном случае важно отметить не только четкую реакцию государственных чиновников и оперативную коррекцию законодательства. Представляется более значимым сам факт активного моделирования политического пространства одним из игроков, имеющим большие технические возможности. Нет лучшего способа создать рекламу в условиях политической нестабильности, чем устройство и публичное раскручивание скандала. Данная технология весьма успешно реализовала включение новых параметров политической борьбы в российское электоральное пространство.

Таким образом, российские реалии политической жизни уже практически неразрывно связаны с использованием современных коммуникационных технологий. РУ-НЕТ по праву можно считать важной частью российского электорального пространства. Наряду с внушительными возможностями и перспективами роста этого сегмента стоит отметить и существенные ограничивающие факторы, нуждающиеся в специальном исследовании. Это, во-первых, фундаментальный вопрос характера связи процесса демократизации политической системы и распространения новых технологий политического участия граждан. Далекое не очевидно линейная взаимообусловленность характера и тенденций развития политической культуры населения и увеличения аудитории РУНЕТа. Во-вторых, требует особого внимания проблема субъектности государства в отношениях с ведущими игроками РУНЕТа, поскольку решение многих вопросов регулирования электоральных процессов неизбежно может и должно усиливать роль активного ограничения социально-деструктивных тенденций (например, в области охраны прав и свобод человека, обеспечения равного, но в то же время оптимально сбалансированного по содержанию доступа к информации и др.) В-третьих, по-видимому, особого внимания заслуживает проблема неравномерного и, следовательно, неравноправного доступа к Интернету в России. Это не только вопрос технического развития инфраструктуры связи в нашей стране, но еще, может быть в большей степени - задача образовательного и воспитательного характера. Сегодня поколение 12-15-летних российских граждан активно социализируется под влиянием технологий и информационного контента РУНЕТа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Акимущкина И.* В США могут "сделать" любого президента // Независимая газета. 2000. 1 февраля.
- Бурдые П.* Социология политики. М., 1993.
- Вешняков А.* России урны еще послужат // Коммерсантъ-Власть. 2000. 26 декабря.
- Гурко С.* Технологии надзора за будущим // Досье на цензуру. 1998. № 3.
- Данилова Е.* Политики воюют и в Интернете // Независимая газета. 1999. 24 сентября.
- Засурский И.* Ре-конструкция России. Масс-медиа и политика в России девяностых // www.russ.ru/.
- Карелов С., Баричев С.* Не что иное. The matrix // Компьютерра. 1999. № 50 (328).
- Кастельс М.* Информационная эпоха. Экономика, общество, культура. М., 2000. Независимая газета. НГ-сценарии. 2001. 17 января.
- Новосельская А.* Виртуальная война против Лужкова // Независимая газета. 1999. 23 сентября.
- Первый электоральный цикл в России. 1993-1996 гг. СПб., 2000.
- Пицзова С.Н.* Демократия и политический рынок // ПОЛИС. 2000. № 3.
- Турунок С.Г.* Интернет и политический процесс // Общественные науки и современность. 2001. №3.
- Фуко М.* Воля к истине. М., 1996.
- Эстонцева М.* Политическая паутина // Панорама образования. 2001. Февраль-март.