

Виртуальное пространство политики и его особенности

Сергей Володенков

Симулякр – это вовсе не то, что скрывает собой истину, – это истина, скрывающая, что ее нет.

Экклезиаст

В конце концов живых политиков окончательно вытеснят их образы в СМИ.

Маршалл Маклюэн

Мы живем не в мире, о котором у нас есть какая-то информация. Напротив, мы обитаем в мире, созданном информацией.

Мишель Фуко

Тенденция виртуализации публичной политики отмечается специалистами в области политической коммуникации и политического управления уже достаточно давно. В современной политической практике для взаимодействия с обществом и воздействия на массовое сознание все интенсивнее применяются разнообразные виртуальные конструкции, используемые в качестве инструмента для влияния на общественно-политические процессы и управление ими.

С развитием традиционных СМИ в XX в. в политической практике сформировался универсальный подход, в рамках которого вертикальная коммуникация – от государства к массам – стала выстраиваться на основе создания определенных виртуальных моделей, которые необходимы для формирования у общества представления о реальных политических процессах, и трансляции этих моделей в об-

ВОЛОДЕНКОВ Сергей Владимирович – кандидат политических наук (факультет политологии МГУ им. М. В. Ломоносова). *E-mail:* s.v.cyber@gmail.com

Ключевые слова: виртуальная политика, медиатизация политики, политическая коммуникация, симулякры, политическая манипуляция, общественное мнение, распределение власти.

ественное сознание посредством средств массовой коммуникации. При этом сама виртуальная модель может никак не соотноситься с реальными субъектами, которые она должна репрезентовать, что во многих случаях и происходит, особенно в рамках политической манипуляции общественным сознанием.

О роли СМИ в создании и трансляции в общественное сознание такого рода виртуальных моделей говорили многие специалисты в области политической коммуникации и ученые-политологи.

В XX в. в политической практике сформировалась устойчивая тенденция, которая связана с медиатизацией и виртуализацией современной публичной политики, а следовательно, политиков и политических партий.

Еще основоположники теории информационного общества стали одними из первых, кто обратил внимание на тенденцию медиатизации политики. Представление о том, что СМИ начинают подменять собой политические партии, лоббистские и общественно-политические организации, а также концепция формирования медиаполитических систем стали широко использоваться не только для теоретического анализа политических процессов, но и для непосредственного осуществления политики.

О роли политической коммуникации в формировании полезных и выгодных для информационной элиты, или дейтократии, которая, по мнению К. Дойча, контролирует реальные политические институты и властные механизмы, виртуальных моделей, много писали неомарксисты (Т. Адорно, М. Хоркхаймер, Г. Маркузе, Г. Шиллер, Ю. Хабермас). Они считали основой стабильности современного капиталистического общества создание достаточно эффективной системы идеологического и политического господства капитала, обеспечивающей массовую политическую лояльность. При этом СМИ в этой системе выступают в качестве инструмента идеологического контроля над рабочим классом. В результате достигается необходимый контроль над трудящимися со

стороны капиталистической элиты, контролирующей СМИ.

В связи с этим, по мнению Герберта Маркузе, только путем разрушения традиционных средств массовой информации, и в первую очередь телевидения, возможны подрыв стабильности и разрушение сложившейся политической системы в рамках современного капиталистического общества, так как в этом случае идеологический контроль над сознанием людей будет устранен и противоречия системы разрушат ее сами¹.

Герберт Шиллер тоже считал, что политические коммуникации играют ключевую роль в обеспечении стабильности современного общества, позволяя формировать такие политические мифы, с помощью которых удастся сохранить господство политической элиты в современном государстве.

О виртуальных моделях-симулякрах, которые могут репрезентовать даже то, чего на самом деле вообще не существует, писал и известный постмодернист Ж. Бодрийяр. Неслучайно его работа «Симулякры и симуляция» получила такую известность и завоевала популярность в мировом масштабе.

По сути, сегодня управляемое при помощи средств массовой коммуникации общество живет в коммуникационном пространстве, сотканном из множества стереотипов, мифов, иллюзий, симулякров, которые можно объединить в единый класс виртуальных моделей. И вся современная политическая борьба «за умы» разворачивается в коммуникационном пространстве и в первую очередь заключается в воздействии на общественное сознание, для работы с которым и создаются при-

влекательные образы, порой не имеющие ничего общего с реальными субъектами политики и призванные удовлетворить запросы и ожидания широких масс населения*. Чем привлекательнее такой образ, тем он считается успешнее и тем дороже ценится на рынке, будь то рынок экономический или политический.

И здесь мы видим одну из серьезнейших проблем для демократического развития в целом.

В таком случае население демократических стран, являясь источником власти, больше не формирует реальные демократические институты, а выбирает одну из предложенных на политическом рынке виртуальных моделей, наиболее яркую, но не всегда наиболее эффективную и отвечающую интересам общества.

В итоге, сегодня человек живет не столько в реальном мире, сколько в коммуникативном пространстве, в рамках которого создаются различные виртуальные конструкции, определяющие жизнь большинства людей и формирующие представление об окружающем их мире, в том числе и мире политическом, на основе этих виртуальных конструкций. С полной уверенностью данный тренд можно отнести и к сфере публичной политики.

Сегодня современная публичная политика также становится все более и более медиатизированной и виртуальной. В рамках современной публичной политики для проведения социального контроля основная деятельность осуществляется на уровне оперирования искусственно конструируемыми образами, или же симулякрами, воспроизводимыми и транслируемыми

смыслы, неадекватные реально происходящим событиям, если пользоваться терминологией Ж. Бодрийяра, начиная от их создания и заканчивая их трансляцией в общественное сознание. При этом, по мнению Бодрийяра, идеологии тоже больше не существует, ее также заменяет симуляция. И эти виртуальные симуляции транслируются преимущественно через средства массовой информации и коммуникации.

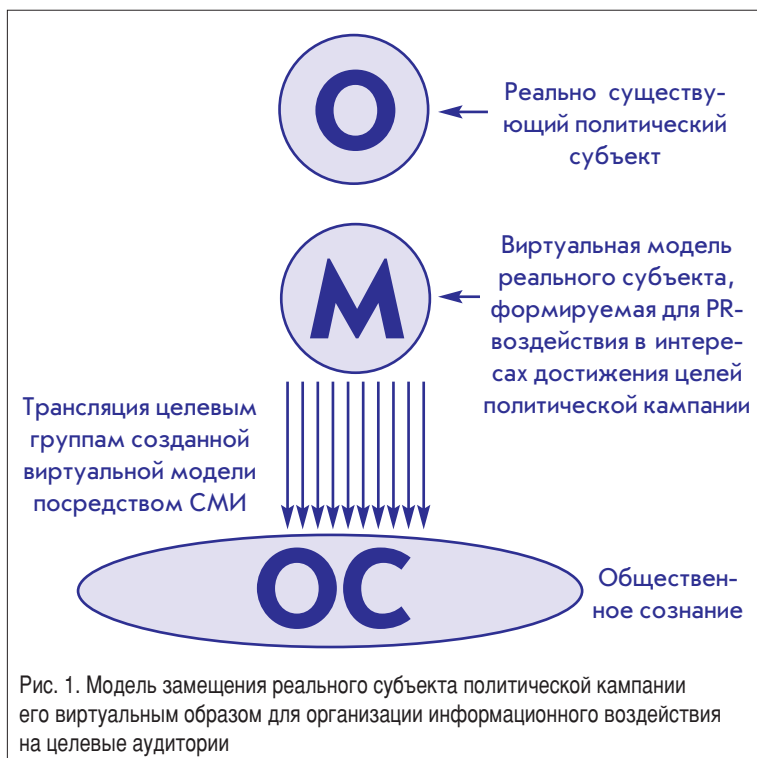
Такого рода виртуальные конструкции все в большей степени влияют на реальные политические процессы, не только подменяя собою реальное пространство для широких слоев населения, но и активно формируя его, в том числе и непосредственно для власти.

Ведущую роль виртуальных моделей в политическом управлении отметил и заместитель главы Администрации Президента России Владислав Сурков, который, выступая перед слушателями Центра партийной учебы и подготовки кадров партии «Единая Россия» (февраль 2006 г.), заметил, что по мере развития демократии информационная борьба за умы обостряется и «по мере развития демократии сила силы сменяется на силу слова»².

В графическом виде схему подмены реальных субъектов политики виртуальными конструкциями дана на рис. 1.

Работы по конструированию либо коррекции виртуального образа субъекта политической кампании и его дальнейшей трансляции являются одним из ключевых направлений деятельности в рамках любой современной политической кампании, без которых невозможно сформировать необходимое представление о политическом субъекте целевыми аудиториями и, следовательно, общественное мнение по поводу данного политического субъекта.

* Вся современная публичная политика выстроена на конкурировании в политическом пространстве нескольких виртуальных брендов, смена которых зачастую не приводит к смене тех реальных людей, которые стоят за данными брендами.



Современные СМИ, выступая в качестве основных каналов массовой коммуникации с целевыми аудиториями, имеют сегодня достаточно высокий потенциал, необходимый для активного влияния как на восприятие гражданами отдельных политических явлений и событий, так и на их отношение к политике в целом. Во многом от позиции СМИ зависит позиция большинства членов общества по тому или иному политическому вопросу.

И именно поэтому средства массовой информации называют четвертой властью. Интерпретация событий журналистами и СМИ способна сформировать по поводу одного и того же события совершенно разные модели восприятия в общественном сознании в зависимости от точки зрения, кото-

рой придерживаются СМИ, чьи интересы они выражают.

Особо важную роль в этом процессе традиционно играет телевидение.

Неслучайно известный российский специалист в области политической психологии Е. Б. Шестопап выделяет телевидение как ключевое средство массовой информации, используемое для осуществления политического управления в современных государствах.

Как пишет Е. Б. Шестопап, «самое удивительное даже не в том, что во всем мире населением сегодня управляют с помощью телевизионного пульта, а то, что и сама власть верит только в то, что прочтет в свежей газете или увидит в выпуске теленовостей»³.

Позицию Е. Б. Шестопап подкрепляют и данные последних опросов, проведенных фондом «Общественное мнение» (ФОМ), согласно которым более 71 % населения России

доверяет телевидению как источнику информации, а новости из теленовостей узнает 86 % россиян⁴.

Аналогичной позиции придерживается и Н. Анохина, которая отмечает, что в России телевидение играет ведущую роль в политических кампаниях. Телевидение обладает огромными возможностями для формирования мировоззрения избирателей и управления им. Необходимым условием для создания такой ситуации является доминирующая позиция того или иного канала и эксплуатация этого СМИ для политических целей⁵.

Именно СМИ сегодня формируют для общества картину мира, что делает их основным инструментом и каналом политического управления общественным сознанием.

СМИ добывают информацию, отбирают ее, выбирают способы трансляции, распространяют в определяемых самими же СМИ доступных для быстрого и легкого восприятия формах, сами же ее комментируют. **На сегодняшний день СМИ сформировали законченный цикл производства и потребления информации в масштабах целых государств.**

Кроме того, в условиях, когда поток информации огромен, разнообразен и противоречив, именно от СМИ зависит, к каким событиям, процессам, политикам будет обращено внимание общественности, как и по каким критериям будет проинформировано общество по поводу тех или иных общественно значимых фактов, как и в чьих интересах они будут освещены и прокомментированы.

И общество с готовностью пользуется информационными продуктами, подготовленными средствами массовой информации.

Как пишет С. Батлер, «общественность покупает свои мнения так же, как покупают молоко, потому что это дешевле, чем держать собственную корову. Только тут молоко состоит в основном из воды»⁶.

Таким образом, у СМИ появляются фантастические возможности в сфере политического управления и манипуляции общественным сознанием, в том числе и в сфере политики.

Неслучайно Эрик Фромм считал, что политическая манипуляция лишает человека способности составить целостную картину мира, подменяет ее абстрактной мозаикой из тенденциозно связанных между собой фактов⁷.

М. Паренти по поводу роли СМИ в современном обществе писал так: «СМИ отбирают большую часть информации и дезинформации, которыми мы пользуемся для оценки социально-политической действительности. Наше отношение к проблемам и явлениям, даже сам подход к тому, что считать проблемой или явлением, во многом определены теми, кто контролирует мир коммуникаций»⁸.

Иными словами, общественно значимой проблемой становится то, что в качестве таковой определяется средствами массовой информации. В мире постоянно происходит множество событий, но событиями в аспекте общественной значимости они становятся только при помощи СМИ, которые сами определяют, что значимо для общества, а что нет, привлекая внимание массовой аудитории к необходимым событиям и умалчивая нежелательные.

По большому счету, в социальной, общественной, политической сферах сегодня «реально» существует для массовой аудитории только то, что отражено в СМИ, только то, что существует в информационном пространстве. Если информация о событии, явлении или процессе не транслирована на массовую аудиторию с помощью СМИ, то для общества данное событие, явление, процесс попросту не существуют.

Если этого нет в новостях – значит, этого нет вообще. В связи с этим *умолчание* выступает в настоящее время одним из мощнейших инструментов ма-

нипуляции общественным сознанием.

Таким образом, посредством СМИ в общественном сознании существенным образом трансформируется представление о реальной действительности, что является основным эффектом манипулятивного воздействия.

Как пишет Р. Борецкий, «под пропагандистской манипуляцией следует понимать преднамеренное отклонение массового сознания от реальной действительности»⁹.

Например, суть современной манипуляции состоит даже не в том, чтобы сформировать выбор того или иного политика или политической партии в избирательной кампании, а в том, чтобы сконструировать такую реальность, в рамках которой электорат вообще воспринимает выборные институты и выборные процедуры как единственно легитимную и эффективную форму выражения воли народа, признает те условия, нормы и правила игры, установленные правящей политической элитой, даже если этот самый режим не пользуется поддержкой.

Помимо управления информированием массовой аудитории о происходящих событиях СМИ также активно используются для формирования определенного отношения общества к освещаемым событиям (оценка события также определяется СМИ и может варьироваться от резко негативной до одобрительной и восторженной).

Помимо этого, посредством СМИ в обществе задаются определенные стандарты, нормы и модели поведения, а также массовые предпочтения, выгодные для субъекта манипуляции, формируются стереотипы восприятия политической действительности и со-

ответствующие им установки, политическое сознание в целом, а также внедряются строго определенные политические ценности.

Так, В. Самохвалова пишет: «Сознание массового человека оказывается насильственно структурировано немногими, но настойчиво внедряемыми в него утверждениями, которые, бесконечно транслируясь средствами информации, образуют некий невидимый каркас из управляющих мнений, установлений, ограничений, который определяет и регламентирует реакции, оценки, поведение публики»¹⁰.

В свою очередь, по мнению М. Лернера, у современного человека «возникает полная мешанина понятий, и никакой взаимосвязи событий. Единственная система, в которую он способен подставить отдельные факты, — это система стереотипов, уже сложившихся у него в голове. Это система, ориентированная главным образом на соревнование и борьбу, где понятия добра и зла принимаются на веру»¹¹.

И действительно, у большинства людей возникает потребность в упорядочивании того политического хаоса, который они видят вокруг себя, в связи с чем предлагаемые манипуляторами простые и понятные модели-стереотипы являются востребованными со стороны общества.

Говоря о роли СМИ в осуществлении политического управления общественным сознанием, также следует уделить внимание такой сфере деятельности СМИ, которая непосредственно связана с формированием виртуальных моделей, как создание мифов, о которых известный американский специалист в области политической пропаганды и автор книги «Техника пропаганды в мировой войне» Г. Лассуэлл, отводивший мифам* в политической пропаган-

* Под подобного рода мифами, создание которых становится целью манипулятора, американский социолог Г. Лассуэлл подразумевает комплекс идей, которые массы готовы рассматривать в качестве истинных независимо от того, истинны они или ложны в действительности.

де важнейшую роль, дал следующее определение: «Политический миф – это комплекс идей, которые массы готовы рассматривать в качестве истинных независимо от того, истинны они или ложны в действительности».

Известные российские специалисты-политологи В. П. Пугачев и А. И. Соловьев также подчеркивают важное значение политических мифов при воздействии на общественное сознание, замечая, что технологии политического манипулирования обычно основываются на систематическом внедрении в массовое сознание социально-политических мифов иллюзорных идей, утверждающих определенные ценности и нормы и воспринимаемых преимущественно на веру, без рационального, критического осмысления¹².

Аналогичное мнение по поводу весьма значимой роли политических мифов в управлении общественным сознанием высказал и известный специалист Герберт Шиллер, который в своей работе «Манипуляторы сознанием» выделил пять ключевых социальных мифов, которые обеспечивают стабильное функционирование США, а также существующие в американском государстве политический режим и общественный порядок¹³.

До последнего времени виртуальные образы создавались посредством трансляции необходимого контента в традиционных СМИ в рамках массовой коммуникации. Сегодня данный подход по-прежнему является доминирующим при осуществлении информационной работы в рамках политического управления общественным сознанием.

Однако в условиях происходящей сегодня в мире информационно-коммуникационной революции появляются и новые способы и каналы массовой коммуникации, в первую очередь в Интернете, которые могут повлиять на изменение

традиционных моделей массовой коммуникации в политическом управлении.

Можно констатировать, что на сегодняшний день доступные для коммуникации новые технологии существенным образом изменили, и будут изменять, в технологически развитых демократиях и способы воздействия на общественное мнение в рамках современных политических кампаний, все активнее проникая в основные сферы жизни общества, трансформируя способы коммуникации как внутри его, так и между обществом и властью, изменяя модели поведения как коммуникаторов, так и целевых аудиторий коммуникации, что неизбежно приведет, и уже приводит, к существенному изменению способов и моделей ведения современных политических кампаний.

Можно поставить ряд вопросов, ответы на которые помогут осмыслить ту роль новых форм политической коммуникации, которую они будут играть уже в ближайшем будущем.

Прежде всего обращает на себя внимание тот факт, что новые средства коммуникации непосредственным образом могут влиять на изменение нашего восприятия окружающей реальности.

Так, известный американский теоретик в области массовой коммуникации П. Хейер считал, что средства хранения и передачи информации не являются нейтральными, а «способ организации и передачи наших знаний о мире самым сильным образом влияет на природу восприятия мира и то, каким образом мы познаем мир»¹⁴.

Данное представление во многом созвучно известному мажоранскому выражению: «*The medium is the message*» (средство коммуникации – это сообщение).

В свою очередь, еще один сторонник медийной теории, известный специалист Р. Дейберет в своей книге «Пергамент, печать и гипермедиа: коммуникации в процессе трансформации мирового порядка» пишет: «...поскольку коммуникации являются жизнен-

но важной частью человеческого существования, постольку любые изменения в способах коммуникации имеют существенные последствия для распределения власти внутри общества, для изменения индивидуального и социального сознания, а также для пересмотра общественных ценностей»¹⁵.

При этом традиционные модели массовой коммуникации предполагают асинхронную коммуникацию (преимущественно вертикальное информирование общества сверху вниз). При этом сама масса рассматривается как аморфная, неструктурированная, не обменивающаяся информацией друг с другом совокупность индивидов. Кроме того, в классическом понимании масса внесоциальна – в ней нет границ между социальной, религиозной, демографической принадлежностью.

Безусловно, структурирование масс существует, и еще Лазарсфельд показал некую структурированность масс вокруг лидеров общественного мнения. Однако на практике определить основания и признаки структуры в традиционном обществе достаточно трудно.

Если же посмотреть на современное интернет-сообщество, то его уже нельзя назвать массой, даже несмотря на многомиллионную аудиторию пользователей Интернета.

В первую очередь, интернет-сообщество великолепно структурировано на уровне горизонтальных связей и не является той аморфной массой, модели коммуникации с которой разрабатывались в рамках классических теорий политической коммуникации.

Функционирование многочисленных тематических сообществ в онлайн-пространстве структурирует интернет-пользователей по группам, в которых можно в большинстве случаев четко выделить социальные, демографические, религиозные и иные характеристики, что также выделяет интернет-

сообщество в отдельный феномен современной общественной жизни.

Таким образом, мы можем констатировать, что интернет-сообщество – это не масса в ее традиционном понимании и классическое представление о массе требует своей актуализации для огромной аудитории онлайн-пользователей, а в условиях доминирования в интернет-пространстве горизонтальных коммуникаций между пользователями традиционные модели асинхронной массовой коммуникации не будут работать либо же будут работать с непредсказуемым результатом, что, по нашему мнению, неизбежно приведет к необходимости смены моделей массовой политической коммуникации.

Иными словами, традиционные каналы массовой коммуникации или не оказывают необходимое воздействие на сетевое сообщество, или же оказывают его специфическим образом, который до конца не изучен. *Сама постановка вопроса о том, как традиционные СМИ воздействуют на онлайн-сообщество, сегодня практически отсутствует в политическом дискурсе.*

В результате изучения современного опыта коммуникации в интернет-пространстве можно сделать предположение, что на уровне горизонтальных связей в процессе горизонтальной коммуникации *возникает собственный сетевой контент, который отличается от транслируемого посредством традиционных средств массовой коммуникации.*

Поэтому *восприятие тех или иных процессов, событий, субъектов политики начинает различаться существенным образом с представлением, которое формируется в рамках традиционных моделей массовой коммуникации.* Неслучайно рейтинги различных политиков и партий, а также отношение

к ним в офлайн- и онлайн-пространствах существенным образом различаются уже сегодня, то есть мы наблюдаем дифференциацию людей по их представлениям относительно реальной действительности.

Еще известный итальянский философ Умберто Эко прогнозировал разделение общества на две группы по способу потребления информации: тех, кто смотрит только телевидение, то есть получает готовые образы и готовое суждение о мире, потребляет готовый информационный продукт без критического осмысления получаемой информации, и тех, кто будет способен отбирать и обрабатывать информацию посредством компьютера.

Тем самым начинается разделение культур, существовавшее во времена Средневековья: между теми, кто способен был читать рукописи и, значит, критически осмыслять религиозные, философские и научные вопросы, и теми, кто воспитывался исключительно посредством образов в соборе – отобранных и одобренных их творцами¹⁶.

И по мере увеличения численности интернет-пользователей, отказывающихся от потребления информации посредством традиционных каналов коммуникации, дифференциация в представлениях, в том числе и политических, у части общества, потребляющей информацию из онлайн-источников, и у части общества, традиционно приверженной классическим каналам массовой коммуникации, будет все более нарастать.

Учитывая же тот факт, что в офлайн-пространстве государство сегодня доминирует за счет монополии на основные СМИ, а в Сети существует конкуренция и здесь государство сегодня не имеет доминирующего положения, можно сделать вывод о том, что различия в представлениях офлайн- и онлайн-пользователей становятся еще более серьезными.

Таким образом, мы можем предположить, что информационно-коммуни-

кационная революция и развитие новых технологий и средств коммуникации самым непосредственно изменяет массовое восприятие реальности, в том числе и политической, что непосредственно уже сегодня влияет на эффективность политического управления обществом посредством традиционных инструментов, ставя перед государствами и политическими институтами проблему выработки новых подходов к политической коммуникации с массами. И недооценка последствий внедрения современных информационно-коммуникационных технологий в повседневную жизнь может стать мощнейшим фактором дестабилизации политической системы, связанной с резким падением эффективности классических массовых моделей управления общественным сознанием.

Кроме того, сегодня можно прогнозировать, что уже в ближайшем будущем мы можем столкнуться с проблемой разделения общества на две группы по представлениям относительно одних и тех же процессов, событий, политиков. И какие политические последствия это разделение принесет для нашего будущего, является актуальным вопросом, требующим своего пристального изучения.

И нам еще предстоит выявить и проанализировать те долгосрочные тенденции в изменении общественного сознания, которые связаны с внедрением в современную практику новых технологий массовой коммуникации. Очевидно одно: политический процесс и политическое управление, ориентированные на использование традиционных каналов массовой коммуникации, будут вынуждены все больше и больше трансформироваться по мере появления и распространения все новых и новых каналов массовой политической коммуникации в интернет-пространстве.

Еще одним немаловажным вопросом является то, кто именно будет формировать виртуальную реальность и создавать в онлайн-пространстве те виртуальные модели, посредством которых сегодня осуществляется политическое управление массами.

Если традиционные СМИ контролируются так называемой информационной элитой и во многих случаях государственные институты власти обладают монопольным правом на осуществление массового информационного воздействия на общество, то с кем придется конкурировать доминирующим сегодня в офлайне политическим силам в онлайн-пространстве, каким образом будет осуществляться эта конкуренция и приведет ли она к вытеснению альтернативных поставщиков информации и монополизации онлайн-ресурсов и каналов коммуникации подобно тому, как монополизированы сегодня офлайн-средства массовой коммуникации?

Неслучайно известный основатель концепции постиндустриального общества Д. Белл основной политической опасностью в развитии информационно-коммуникационных технологий считал то, что политическая элита, контролирующая СМИ и современные информационные ресурсы, может управлять распространением информации, либо скрывая важные сведения от общества, либо же наоборот, распространяя, в том числе и незаконно, информацию, имеющую отношение к частной жизни неудобных оппонентов. В любом случае речь идет о манипулировании общественным мнением в огромных масштабах посредством управления информацией.

Как, в свою очередь, отмечает известнейший немецкий специалист-политолог Клаус фон Байме, «иметь важную информацию значит иметь власть; уметь отличать важную информацию от неважной означает обладать еще большей властью; возможность распространять важную информацию в собственной режиссуре или умалчивать ее означает иметь двойную власть»¹⁷.

По мнению российского политолога М. Н. Грачева, деятельность меньшинства, имеющего контроль над информационными ресурсами, по созданию неравномерного доступа* к информации представителей различных социальных групп, когда подвластное «наблюдаемое» большинство будет вынуждено довольствоваться сведениями, тенденциозно подобранными соответствующими службами по указанию и под контролем властвующего меньшинства, стремящегося «дозировать» степень собственной «видимости» с тем, чтобы выйти из ситуации информационного риска, может стать реальной угрозой для онлайн-пространства.

Если же монополии на медийные онлайн-ресурсы и каналы коммуникации государственным институтам власти в онлайн-пространстве добиться не удастся, то к каким политическим последствиям в аспекте перераспределения власти в обществе это может привести?

Кто будет конкурировать в новой виртуальной среде с традиционными институтами власти в аспекте создания образов, символов, моделей, симулякров?

Как это будет влиять на политическую стабильность государств в целом?

И здесь видна очередная потенциальная угроза: в соответствии с законом Эшби одно разнообразие можно победить только большим разнообразием.

* Особую актуальность данная проблема приобретает в России в условиях неравномерного развития современной информационно-коммуникационной инфраструктуры, к возможностям которой сегодня имеют доступ в основном жители крупных городов, а в ряде регионов, например на Дальнем Востоке, доступ к Интернету стоит значительно дороже, чем в Европейской части страны.

ем. Если государство самостоятельно не создает символы и смыслы, то возникает угроза того, что этим займутся внешние субъекты в собственных интересах. И субъекты, обладающие высокой степенью разнообразия, будут способны конкурировать в онлайн-пространстве с традиционными институтами власти, подрывая их влияние и наполняя Интернет собственными символами, смыслами и стимуляторами.

Очевидно, что субъект, обладающий более разнообразным арсеналом средств для коммуникации с целевыми аудиториями, имеет явное преимущество при работе в информационном пространстве по сравнению с субъектом, ограниченным в выборе средств, каналов и технологий коммуникации, что, несомненно, представляет определенную угрозу с позиций обеспечения информационной безопасности в масштабах целого государства, которое не развивает современные коммуникационные технологии.

В связи с этим уже сегодня для обеспечения информационной безопасности и защиты от внешнего влияния государство должно заниматься развитием методов работы в онлайн-пространстве и повышением их разнообразия.

Поэтому необходимость наличия развитой коммуникационной инфраструктуры и активное ее использование в государственно-политическом управлении являются на сегодняшний день одним из критичных условий для обеспечения политической стабильности и информационной безопасности государства*, так как в случае отсутствия собственной коммуникаци-

онной инфраструктуры и навыков ее использования для информационной работы с гражданами любое государство подвергает себя риску потери контроля над собственным информационным пространством, что чревато в условиях глобализации мира весьма серьезными последствиями.

И неслучайно в ответ на потенциальные угрозы в онлайн-пространстве в Соединенных Штатах с 2009 г. в составе вооруженных сил США ускоренными темпами формируется Объединенное кибернетическое командование (*Unified U.S. Cyber Command*), подчиненное Стратегическому командованию Соединенных Штатов, а Военно-морские силы США 26 января 2010 г. создали специальные кибервойска *CYBERFOR*¹⁹.

Незадолго до этого аналогичное подразделение, в состав которого вошли военно-коммуникационные отряды, было создано и американскими Военно-воздушными силами²⁰.

При этом в США уже несколько лет действуют еще две структуры министерства обороны – Объединенная группа по операциям в глобальной сети (*Joint Task Force – Global Network Operations, JTF-GNO*) и Объединенное командование структурных компонентов сетевых боевых действий (*Joint Functional Component Command – Network Warfare, JFCC-NW*).

Первая решает вопросы непосредственного обеспечения безопасности компьютерных сетей Пентагона. Вторая занята подавлением активности враждебных США государств в Интернете и других электронных сетях. В ее задачи входит взлом вражеских компьютерных сетей и охрана электронных коммуникаций Министерства обороны²¹.

Как можно увидеть, уже сегодня американцы уделяют вопросам безопасности в онлайн-пространстве серьезнейшее внимание на государственном уровне.

* В данном случае уместно говорить и об обеспечении национальной безопасности в целом. Неслучайно в октябре 2008 г. спецслужбы США стали рассматривать *Twitter* как возможную площадку для контакта террористов¹⁸.

Безусловно, существуют и иные проблемы, связанные с онлайн-пространством, требующие внимательнейшего рассмотрения научным сообществом. Некоторые вопросы, возникающие с развитием интернет-технологий и их влиянием на офлайн-пространство еще только начинают ставиться или же не поставлены вообще. Мы рассмотрели лишь весьма незначительную часть тех вопросов, которые возникают в связи с бурным развитием новых форм политической коммуникации. Однако даже анализ малой части тех угроз и вызовов, которыми сопровождается информационно-коммуникационная революция в мировом масштабе, приводит нас к выводу о необходимости серьезнейшего изучения вопросов относительно того, какое влияние революционные изменения окажут на современное государство, общество, процессы перераспределения власти внутри его, роли традиционных средств массовой коммуникации, а также на трансформации классических моделей политического управления обществом и массовым сознанием.

Примечания

- 1 Маркузе Г. Одномерный человек. М.: АСТ, 2009. С. 110.
- 2 <http://www.kreml.org/media/111622794>
- 3 Шестопал Е. Б. Политическая психология. М.: Аспект Пресс, 2007. С. 273.
- 4 http://infox.ru/authority/mans/2010/09/02/Rossiyanye_vyeryat_T.shtml
- 5 Анохина Н. В. Влияние средств массовой информации на электоральное поведение: основные подходы // Социология. 2005. № 1. С. 19.
- 6 Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: ЭКСМО, 2009. С. 163.
- 7 Фромм Э. Бегство от свободы. М.: АСТ, 2009. С. 61.
- 8 Парентти М. Демократия для немногих. М., 1990 // цит. по: Цуладзе А. М. Политические манипуляции, или Покорение толпы. М.: Книжный дом «Университет», 1999. С. 192.
- 9 Борецкий Р. В бермудском треугольнике ТВ. М., 1998. С. 75.
- 10 Самохвалова В. «Массовый человек» – реальность современного информационного общества // Материалы конференции «Проблема человека: мультидисциплинарный подход». М., 1998. С. 98.
- 11 Лернер М. Развитие цивилизации в Америке. М., 1992. С. 217.
- 12 Пугачев В. П., Соловьев А. И. Введение в политологию. М., 2000. С. 226.
- 13 Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М., 1980. С. 174.
- 14 Neyer P. Communications and History: Theories of Media, Knowledge, and Civilization. N. Y.: Greenwood Press, 1988. P. 14.
- 15 Deibert R. J. Parchment, Printing, and Hypermedia: Communications in World Order Transformation. N. Y.: Columbia University Press, 1997. P. 64.
- 16 Эко У. От Интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст. Отрывки из публичной лекции в МГУ // Новое литературное обозрение. 1998. № 32. С. 43.
- 17 Politikwissenschaft: eine Grundlegung/ Hrsg. von Klaus Beyme. Bd. 2. Stuttgart – Berlin – Köln – Mainz. 1987. P. 114.
- 18 <http://www.fas.org/irp/eprint/mobile.pdf>
- 19 <http://www.fas.org/irp/eprint/mobile.pdf>
- 20 <http://hi-tech.tochka.net/198-v-ssha-sozdali-kibervoyska>
- 21 http://nvo.ng.ru/forces/2009-12-11/14_kibervoiska.html