

время, сцементированной единой религией и культурой, а потому и не стремятся в эту культуру влиться. Они просто живут в Европе, пользуются ее благами и перековывают ее под себя, а последнее изрядно отбивает охоту у европейцев проявлять терпимость [3]. Единственный выход – проявлять терпимость, показывать тем самым друг другу пример, помогая учиться пониманию значения общечеловеческих приоритетов.

Список литературы

1. Иконникова Н. К. Механизмы межкультурного восприятия / Н. К. Иконникова // Социологические исследования. – 1995. – № 11. – С. 26–34.
2. Завершинская Н. А. Перформативный механизм конструирования образов своего и чужого в современной культуре / Н. А. Завершинская // На перекрестке культур: русские в Балтийском регионе. – 2004. – Вып. 7. – Ч. 2. – С. 15–30.
3. Нарочницкая Н. Интервью газете АиФ / Н. Нарочницкая. – 2006. – № 3.
4. Au pair. Дополнительные сведения. – Режим доступа: http://www.abroad.ru/referece/ref_theme/pair/pair_add1.php, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
5. Письма Au-pair. – Режим доступа: <http://www.au-pair.com.ua/pisma.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
6. Программа Au Pair. – Режим доступа: http://www.msok.kz/au_pair.php, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
7. Программа «Au Pair» и ее участники. – Режим доступа: <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,859518,00.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.

КОНСТРУИРОВАНИЕ СЕТЕВОЙ ОБЩЕСТВЕННОСТИ В ONLINE СРЕДЕ ПУБЛИЧНОЙ ПОЛИТИКИ¹

И.В. Мирошниченко
(Россия, Краснодар)

В статье на примере блогов и социальных сетей рассматриваются способы формирования сетевой общественности в online среде, анализируются особенности актуализации социальных сетей как акторов публичной политики, определяется их роль на этапах цикла публичной политики. Автор описывает новые возможности коммуникации в виде функционирования блогосферы и социальных сетей как внутри гражданского общества, так и между гражданами и государством.

The methods of the network public forming in online environment are considered in the article. The author distinguishes features of their actualization as public policy actors, analyzes their role at each stage of public policy cycle. The author describes new possibilities of communications in a blog sphere and within social networks both in a civil society, and between citizens and the state.

Ключевые слова: блогосфера, социальные сети, цикл публичной политики, online-среда, цифровая демократия.

Key words: blog sphere, social networks, cycle of a public policy, online environment, digital democracy.

Публичную политику в России, несмотря на сложность и противоречивость национальной модели, с публичной сферой мировой политики объединяют процессы «интернетизации». Политические процессы и явления в сети Интернет получили иное содержательное наполнение, которое обусловлено появлением принципиально новых субъектов в виде локальных структур – комьюнити (*community*) и информационно-коммуникационных технологий [8]. В то же время существование публичной политики в реальном и сетевом «мирах» ставит перед исследователями вопрос о создании адекватных политической действительности концептуальных моделях и инструментах научного анализа. На сегодняшний день научные дискуссии ограничиваются содержательным анализом «текущей» реальной и online политики в публичной сфере с точки зрения деятельности отдельных ее институтов и акторов, не вписывая их в структуру, формы и процесс разработки публичной политики.

¹ Проект выполнен в рамках гранта Президента РФ для государственной поддержки молодых российских ученых – кандидатов наук «Социальные сети как ресурс модернизации современного российского общества: концептуальные основы и методология межрегиональных сравнений» № МК-2122.2011.6.

Ряд исследователей, погруженные в научное осмысление данного явления, имеют достаточно схожие позиции в определении публичной политики [10; 13]. Так Н.Ю. Беляева характеризует публичную политику как «деятельность органов власти, направленную на решение значимых для населения проблем и осуществляемую с участием структур гражданского общества... Это процесс открытого достижения согласия власти и общества в решении социальных проблем». [1, с. 23]. Л.И. Никовская под публичной политикой понимает «программы и приоритеты органов власти, а также механизмы и технологии их реализации, выработанные на основе и с учетом ожиданий социальных групп общества через их представителей...», что тесно связано общественным участием в принятии властных решений [15, с. 123].

Первоначально политическая реальность в Интернет-среде формировалась путем переноса или дублирования функций политических акторов [16, с. 31–45]. На сегодняшний день отличительной особенностью публичной политики on-line является создание параллельных реальным политическим субъектам (органам власти, политическим партиям, бизнес-структурам и институтам гражданского общества) новых сетевых структур (социальные сети и блоги), обладающих самостоятельностью функций и влияющих на процесс разработки и реализации публичной политики, тем самым открывая многообразные возможности политического участия перед политическими акторами. При этом в on-line политике типичен и процесс обратного переноса, конвертации, встраивания сетевых структур во взаимодействие с реальными институтами.

Интернет-блоги (наиболее популярные в России блоги *LiveJournal*, *Blogger.com*, *Blogs.mail.ru*, *Diary.ru*, *LiveInternet.ru*, *Lj.rossia.org*, *MySpace* и др.) представляют собой личные сетевые дневники, в которых можно обсуждать то, что интересует автора и его друзей подписчиков. По мнению Ю.Г. Чернышова, «популярность блогов связана с возросшим стремлением современного человека к самовыражению, самостоятельному формированию круга своего общения и круга источников информации». Используя удобные технические возможности, «блоггеры» быстро создают новые социальные сети, не ограниченные государственными границами сообщества по интересам, увлечениям и симпатиям [19, с. 100].

Другой популярной технологией киберпространства является создание социальной сети в виде интерактивного многопользовательского веб-сайта, предназначенного для коллективного общения и наполнения содержанием самими участниками сети. Структура и внешний вид контента определяется создателями/владельцами сайта. При этом притягательность и популярность такого рода социальных сетей объясняется двумя факторами. Во-первых, они выполняют функцию позиционирования индивида в социальном окружении с помощью специальных интерфейсов, которые не требуют специальных познаний пользователей в области веб-дизайна и программирования. Во-вторых, социальные сети направлены на развитие межличностной и групповой коммуникации как при помощи сервисов внутренней почты и мгновенного обмена сообщениями, так и при помощи создания групп и назначения встреч [4, с. 79]. Важно отметить, что и блоги и социальные сети, являясь одновременно действующими сетевыми структурами, не конкурируют между собой, а действуют вполне автономно в современном Интернет-пространстве. Это объясняется принципами организации блогов и социальных сетей, в которых по-разному определяется степень включенности участников. Блоги позволяют «встроиться» в социальную сеть любому пользователю на анонимной или персонифицированной путем регистрации основе, в независимости от его статуса и мотивации. Тогда как социальные сети, типа *Odnoklassniki*, *Vkontakte*, *MoiKrug* и т.п., являются закрытыми сетевыми структурами, то есть войти в виртуальный мир социальной сети можно только в том случае, если пользователь обладает членством сетевого сообщества в реальной жизни.

Сетевые структуры, представленные социальными сетями и блогами, в публичной политике on-line становятся одними из ключевых политических акторов и «встраиваются» в процесс публичной политики, который состоит из нескольких этапов: 1) составление политической повестки дня; 2) формирование политики; 3) реализация политики; 4) оценка политики. Учет процессуального компонента в научном

анализе как реальной, так и виртуальной публичной политики весьма значим, так как позволяет не только выявить состав задействованных в ней участников, но и процедуры, используемые для принятия решений, и степень сотрудничества или конфликтности, которые им обычно сопутствуют [6, с. 528]. Участие сетевой общественности в процессе разработки публичной политики онлайн проявляются в двух формах: «медиа-комьюнити» и «цифровой демократии».

На современном этапе своего развития Интернет из тысяч отдельных веб-сайтов превратился в тысячи сообществ, в рамках которых люди хотят делиться информацией. Медиа-комьюнити – это форма публичной политики, в рамках которой происходит обмен информацией между пользователями социальных сетей и блогосферы, способствующей формированию общественного мнения и принятию обдуманных решений в сфере политики. Медиа-комьюнити представляет собой интерактивную среду, способствующую не только формированию принципиально новых информационных возможностей для политических дискуссий и участия, но и конституированию новых групп и контргрупп политической сетевой общественности [14]. Медиа-комьюнити проявляется в виде деятельности в социальных сетях и блогосфере так называемых «четырех Ф-политически активных пользователей»: «фильтров», «фанатиков», «функционеров» и «фейерверков», которые выполняют различные функции в формировании общественного мнения и концентрирующих свое участие в «окантовочных» фазах публичной политики: а) составлении политической повестки дня – фаза, на которой социальные проблемы определяются общественностью как политически значимые; б) оценка политики – анализ того, насколько успешно с позиции заинтересованных общественных групп и эффективности с точки зрения экспертной оценки реализуется данная политика. При этом оценка политики, обеспечивая обратную связь с ее результатами, влияет на составление политической повестки дня [12, с. 19–43].

«Фильтры» – это пользователи, которые передают информацию по «человеческим проводам». Они собирают информацию из традиционных СМИ, из болтовни блоггеров и прочих Интернет-источников информацию о каких-либо политиках, институтах или политических событиях, а затем создают из этих данных периодические выпуски коротких историй, сводок и обзоров. Большинство «фильтров» соблюдают постоянную объективность, аналитически перерабатывая материал как традиционные СМИ, представляя различные точки зрения, стараясь не вступать в конфронтацию с другими пользователями. Классическим примером фильтром-блоггером является проект «Блог о государственных сайтах и государственных услугах в интернете» [3], который ведет Екатерина Аксенова, а также является совладельцем и генеральным директором «Агентства Стратег» – генподрядчика работ по созданию крупных государственных сайтов. Как отмечает автор: «В блоге gov-gov я пишу о том, какие бывают государственные сайты, зачем они нужны, сколько стоят, кто их делает и кто ведет, как их можно использовать и какими они будут через несколько лет. Меня интересуют все виды государственных web-проектов – пропагандистские агитки и порталы госуслуг, личные блоги министров и обычных чиновников, зарубежные и отечественные разработки». Информационно-аналитический ресурс авторского блога так высок, что регулярное его посещение с использованием активных ссылок на первоисточники позволит участнику получить достаточно полное представление о позиционировании органов власти в Рунете и их взаимодействии с гражданами [3].

«Функционеры» – это создатели сообществ, которые модерерируют общение. Их главные инструменты веб-бюллетень или веб-доска объявлений, а также программное обеспечение для сообщества. Они – мэры онлайн-городов, и население которых приближается к статусу мегаполисов. Примером функционального блога служит сообщество Д. Медведева, в «Живом журнале» (http://community.livejournal.com/blog_medvedev). Блог является дискуссионной площадкой, на которой пользователи «Живого Журнала» имеют возможность обсудить видео и текстовые обращения Президента России, опубликованные в видеоблоге Дмитрия Медведева на официальном сайте главы государства (blog.kremlin.ru). При этом комментарии могут оставить только зарегистрированные пользователи с учетом ряда ограничений жесткого моде-

раторства. Как правило, закрытость функциональных блогов порождает альтернативные блоги его сторонников или противников. Так был создан блог «Клуб фанатов блога Медведева в ЖЖ» как неофициальное сообщество фанатов блога Дмитрия Медведева, которое «по мере сил и возможностей» дополняет созданное в [blog_medvedev \(community.livejournal.com/medvedev_blog/\)](http://blog_medvedev.community.livejournal.com/medvedev_blog/). Однако данное сетевое сообщество выполняет иные функции и относится к другому типу медиа-комьюнити – «фанатики».

«Фанатики» представляют собой сторонников или противников реальных политических субъектов (политических партий и политиков), которые активно включены в оценочный процесс обсуждения их политической деятельности. Например, на официальном сайте политической партии «Единая Россия» создано сетевое сообщество «БерЛОГа», включающее в себя различные группы ее сторонников (Молодая Гвардия, Социально-консервативный клуб, Клуб 4 ноября, Государственно-патриотический клуб, Регионы России) и оппонентов (КПРФ, Патриоты России, Справедливая Россия, Партия мира и единства, Правое дело, Зеленые, Яблоко, ЛДПР и др.). Обсуждение на БерЛОГе-ЕР.ру. идет по тематическим блокам с «дежурными» (ведущими политическими деятелями).

Фанатики могут также организовывать вокруг себя информационное пространство и в закрытых социальных сетях. Так опыт Барака Обамы вдохновил украинских политиков на использование российских социальных сетей на президентских выборах 2009 г. Сейчас названия «*Odnoklassniki*» и «*Vkontakte*» известны большинству жителей Украины вне зависимости от возраста. По оценкам экспертов на 1 октября 2009 г. в социальных сетях состояло уже 7 млн украинцев. 95 % украинцев, состоящих в социальных сетях, присоединились к российским сетям «*Odnoklassniki*» и «*Vkontakte*». Такая популярность российских ресурсов объясняется отсутствием большой и успешной социальной сети украинского происхождения, как например *Nasza-klasa* в Польше. В связи с этим летом 2009 г. украинские политики стали обзаводиться своими группами в «*Odnoklassniki*» и «*Vkontakte*», а также сетью блогов в *livejournal*. К примеру, два кандидата на пост президента А. Яценюк и С. Тигипко выбрали две различные стратегии маркетинга в социальной сети «*Odnoklassniki*»: А. Яценюк избрал скрытый маркетинг, а С. Тигипко – открытый. У А. Яценюка изначально не было своей официальной странички на «*Odnoklassniki*». Была только группа в его поддержку. Эта большая политическая группа не использовала имя политика, но имела название «Президентские выборы в Украине – Кто?». 7000 тысяч участников активно обсуждали политическую жизнь Украины, пока не сформировалось ядро группы, где участники развили динамичный форум. Затем в описании появилось пояснение, что эта группа в поддержку А. Яценюка. С. Тигипко пришел в «*Odnoklassniki*» с открытым маркетингом. Он открыл официальную страничку, поручил пресс-службе вести ее, объяснив «одноклассникам», что вести будет именно пресс-служба. В его поддержку открылись группы со следующими названиями: «Сергей Тигипко – возможная альтернатива для Украины», «Мы с Тигипко!», «Сторонники Сергея Тигипко», «Харьков за Тигипко», «Сергей Тигипко – наш президент!», «Президент 2010 – Тигипко Сергей Леонидович!!!» [18].

«Фейерверки» – это политически активные пользователи, которые создают «однозарядные орудия» – мемы, которые привлекают внимание, очень интересны и могут жить в сети достаточно долго. Термин «мем» предложил в своем исследовании Р. Докинз для обозначения воспроизводящихся единиц, которые передаются от одного мозга к другому и способствуют тому, что получатель изменяет собственное поведение посредством репликации или имитации, и таким образом передает мем другому индивидууму. Р. Докинз указывает, что мемы могут представлять собой мотивы или мелодии, популярные афоризмы или модные словечки, рекламные слоганы или видеоролики [9, с. 68]. Возможность размещения видеоматериалов в социальной сети «*Vkontakte*» широко практикуется пользователями политизированных групп внутри сообществ. В Интернете существуют сайты, специализирующиеся на хранении видеороликов. Например, сайт youtube.com (дословно «ты – телевизор») и его русскоязычный аналог rutube.ru позволяют пользователям размещать видеофайлы, как сня-

тые ими самими, так и сделанные кем-то другим. В период избирательной кампании депутатов Государственной Думы 2007 г. через эти сайты распространялись официальные и неофициальные агитационные ролики оппозиционных партий, в частности, 3-минутный ролик партии СПС «Путин б66» и ролик партии «Яблоко», запрещенный к показу на государственных каналах. Во время президентской кампании ассоциация «Голос» совместно с ресурсом Rutube проводила конкурс «8 вопросов кандидатам на должность Президента России». Также через эти сервисы распространялись и отдельные фрагменты предвыборных дебатов, которые многие не могли посмотреть по ТВ из-за неудобного времени трансляции. При очевидных плюсах данных ресурсов они обладают и зримым минусом – очень слабой систематизацией содержимого, что значительно затрудняет поиск в большом массиве данных. Пользователи групп «в контакте» находили и размещали ролики с этих сайтов на страничках групп, обеспечивая больший охват зрительской аудитории [11].

Ф-политически активные пользователи, выполняя различные функции в наполнении политического контента в социальных сетях, в равной степени формируют общественное мнение среди пользователей и концентрируют свое участие в «окантовочных» фазах цикла публичной политики, а именно: 1) в составлении политической повестки дня – фаза, на которой социальные проблемы определяются общественностью как политически значимые; б) в оценке политики – анализ того, насколько успешно с позиции заинтересованных общественных групп и эффективности с точки зрения экспертной оценки реализуется данная политика. При этом оценка политики, обеспечивая обратную связь с ее результатами, влияет на составление политической повестки дня. Тем самым Интернет вносит значительный вклад в формирование виртуальных политических сообществ, причем в рамках этого процесса не только интенсифицируется сетевая политическая коммуникация, но и происходит внутренняя дифференциация сетевой общественности. Сама же сетевая политическая общественность, по мнению ряда западных исследователей, являет «собой ту часть гражданского общества, которая предъявляет повышенные требования в отношении доступа к информации, транспарентности политических процессов и возможностей участия в принятии политических решений при помощи Интернета» [5, с. 219].

«Цифровая демократия» – представляет собой сетевое взаимодействие граждан и политических акторов в принятии политико-управленческих решений, то есть предполагает участие сетевой общественности в следующих фазах цикла публичной политики: 1) формирование политики – стадия процесса разработки и реализации политики, на которой прорабатываются и принимаются официально выдвинутые политические предложения; 2) реализация политики – процесс проведения в жизнь определенных политических решений. «Цифровая демократия» в публичной политике нашла свое практическое воплощение в «gov 2.0» или «правительство 2.0». Название данной технологии было предложено американским писателем и консультантом правительства Биллом Эггерсом в 2005 г. Gov 2.0 является логическим продолжением развития концепции «e-government» и основывается на принципах открытости власти и доверия граждан в принятии политических решений на всех уровнях (национальном, региональном, местном). Е. Аксенова в своем блоге описывает управленческую практику средневекового города Нюрнберга, который позволяет понять сущность gov 2.0: «Все члены городского совета Нюрнберга должны были идти на очередное заседание пешком, чтобы любой гражданин города мог лично подать прошение или выразить свое мнение о решениях магистрата ... традиция была хорошим способом держать отцов города в тонусе. Государственные сайты должны стать своеобразным возвращением к правилам вольного города Нюрнберга. Вряд ли в скором времени депутаты и чиновники будут принимать обращения по дороге на работу, но с тех пор, как власть вышла в Интернет, она снова оказалась на одной улице со своими гражданами» [3]. На сегодняшний день в мировой практике технология gov 2.0 реализуется через: 1) сотрудничество правительства с гражданами и их активное участие в его жизни с помощью последних информационных и коммуникационных технологий; 2) построение эффективных коммуникативных площадок между обществом

и властью; 3) интеграцию госструктур и приход чиновников (возможно с помощью своих помощников и секретарей) в социальные сети и блогосферу; 4) образование сообществ, где госструктуры контактируют с гражданами; 5) создание блогов, где представлены и обсуждаются государственные услуги; 6) вовлечение общества в улучшение законодательства; 7) открытый доступ граждан к информации государственного сектора; 8) доступ граждан к действующим и проектирующимся законам в режиме on-line; 9) прямую отчетность чиновников перед гражданами; 10) создание новых web 2.0 и web 3.0 моделей партнерства представителей власти и общества; 11) оперативное обсуждение и решение возникающих в стране / регионах / муниципальных образованиях проблем в режиме онлайн [18].

На современном этапе развития технологии gov 2.0 лидерами по ее внедрению в систему государственного и муниципального управления являются страны англосаксонской политической системы – Великобритания, США, Канада, Австралия. Российский опыт по внедрению концепции нового государственного менеджмента в большей степени охватывает веб-присутствие органов власти в сети и отчасти предоставление услуг населению через Интернет-порталы государственных органов власти. Как показывает исследование интернет-стратегий региональных органов власти, проведенное Р.В. Евстифеевым, структурирование контента государственных сайтов / порталов происходит из логики работы иерархических структур, без учета целевых групп и минимальным взаимодействием с посетителями сайтов. Соответственно, диалог между властью и гражданами происходит на основе традиционной субординационной системы, что «в целом предопределяет одиночество органов власти в богатом сетевом политическом поле» [7, с. 144].

Однако существуют позитивные девиации внедрения gov 2.0 в российскую практику государственного и муниципального управления. В качестве уникального примера можно привести коллективный блог Молчановского района Томской области «Молчаново_Инфо» (<http://molchanovo.tomsk.ru>). В нем размещаются видеозаписи управленцев и референтных лиц муниципального образования, в которых главный врач центральной районной больницы рассказывает о гриппе, глава администрации – о перспективах сибирского села и т.д. Кроме того, создатели проекта планируют устраивать для жителей района вебинары на актуальные темы, вроде организации малого бизнеса, создания бизнес-инкубатора, социальной сети и подкасты. На наш взгляд, блог является прототипом идеальной инфраструктуры для поддержки местного сообщества, такой сайбер-сход жителей.

Существуют и заимствованные варианты использования gov 2.0. Так российский клон британского проекта FixMyStreet и американского SeeClickFix – открылся под скучным названием Реформа ЖКХ [17]. В западном варианте местным сообществам дана возможность сплотиться за улучшение среды обитания – сайты представляют собой специальные места, где одни могут сообщать о замеченных неисправностях городского хозяйства, а другие – принимать сигналы и отправлять бригаду. В России ставка сделана на «электронные домовые книги», в которых жители должны как-то соорганизовываться. Реформа ЖКХ – уникальный интернет ресурс, на котором можно найти достоверную и оперативную информацию о том, что происходит с собственным жильем, кому и когда направлены выделенные Фондом содействия реформированию ЖКХ финансовые средства на капитальный ремонт или расселение аварийного жилья, сроки завершения работ по ремонту или строительству и их финальный результат. Проблемы реализации реформы можно обсудить в специально созданном блоге.

В целом единичные случаи сетевого взаимодействия власти и граждан ведут только к постановке рассматриваемой проблемы, актуализируемой на самом высоком государственном уровне. Цифровая демократия (в отличие от медиа-комьюнити) не возможна без активной позиции государств, которая обуславливается не только внедрением и использованием информационных технологий, но и готовностью власти к сетевому взаимодействию и с гражданами на принципах партнерства и сотрудничества. В январе 2010 г. Президент РФ Д. Медведев заявил, что одним из критериев

эффективности деятельности глав регионов станет их активность в Сети. Перед губернаторами поставлена задача внедриться в блоги и стать «заводилами» виртуальных дискуссий, а также содействовать развитию региональных политических интернет-СМИ. По мнению Д. Медведева, стремительное развитие виртуальных технологий и рост числа пользователей в России выдвигают новые требования к российским политикам и влечет за собой модернизацию современной политической системы [2].

Таким образом, связанные с Интернетом новые возможности коммуникации в виде функционирования блогосферы и социальных сетей как внутри гражданского общества (медиа-комьюнити), так и между гражданами и государством (цифровая демократия) в средне- и долгосрочной перспективе усиливают социальную интерактивность в процессе разработки публичной политики. Тем самым повышается чувствительность общества и органов власти к сигналам, исходящим от отдельных социальных акторов, тем самым появляются дополнительные возможности учета мнения как большинства, так и меньшинства.

Список литературы

1. Беляева Н. Ю. Публичная политика в России: сопротивление среды / Н. Ю. Беляева // Полис. – 2007. – № 1.
2. Билевская Э. Региональным начальникам порекомендовали внедриться в блоги и социальные сети / Э. Билевская. – Режим доступа: http://www.ng.ru/politics/2010-01-21/1_online.html, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
3. Блог о государственных сайтах и государственных услугах в интернете». – Режим доступа: <http://www.gov-gov.ru/ike.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
4. Быков И. А. Социальные сети в избирательной кампании Барака Обамы / И. А. Быков // Изменения в политике и политика изменений: стратегии, институты, акторы : тезисы докл. V Всерос. конгресса политологов (20–22 ноября 2009 г.). – М. : РАПН, 2009. – С. 79.
5. Грунвальд А. Сетевая общественность и цифровая демократия. Тенденции политической коммуникации в Интернете / А. Грунвальд, Г. Банзе, К. Кенен, Л. Хеннен // Политическая наука. – 2008. – № 2. – С. 219.
6. Джанда К. Трудным путем демократии / К. Джанда, М. Берри, Дж. Голдман, В. Хула. – М. : РОССПЭН, 2006. – С. 528.
7. Евстифеев Р. В. Одиночество в Сети: Политические эффекты Интернет-стратегий органов власти субъектов РФ / Р. В. Евстифеев // Изменения в политике и политика изменений: стратегии, институты, акторы (20–22 ноября 2009 г.) : тез. докл. V Всерос. конгресса политологов. – М. : РАПН, 2009. – С. 144.
8. Ивахненко Е. Н., Аутопойезис информационных объектов / Е. Н. Ивахненко // Информационное общество. – 2009. – № 1. – С. 34–40.
9. Киселев А. А. Интернет: модель и практики политического участия / А. А. Киселев, И. В. Самаркина. – Краснодар, 2007. – С. 68.
10. Красин Ю. А. Российские проблемы публичного / Ю. А. Красин // Публичная политика. Приложения. Университет Калгари – Горбачев-фонд, 2005. – С. 11–27.
11. Крестинина Е. С. Использование интернет-блогов и «социальных сетей» в российской публичной политике / Е. С. Крестинина, Ю. Г. Чернышов. – Режим доступа: <http://izvestia.asu.ru/2008/4-3/poli/03.ru.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
12. МакКонелл Б. Эпидемия контента. Маркетинг в социальных сетях и блогосфере / Б. МакКонелл, Дж. Хуба. – М. – СПб. : Вершина, 2008. – С. 19–43.
13. Михеев В. А. Публичная политика в современной России / В. А. Михеев // Власть. – 2005. – № 4. – С. 45.
14. Морозова Е. В. Сетевые сообщества в условиях чрезвычайных ситуаций: новые возможности для власти и для граждан / Е. В. Морозова, И. В. Мирошниченко // Полис. – 2011. – № 1.
15. Никовская Л. И. Публичная политика в современной России: между корпоративно-бюрократическим и гражданско-модернизаторским выбором / Л. И. Никовская // Публичное пространство, гражданское общество и власть: опыт развития и взаимодействия. – М. : РОССПЭН-РАПН, 2008. – С. 123.
16. Песков Д. Н. Интернет в России: политическая утопия? / Д. Н. Песков // Полис. – 2002. – № 1. – С. 31–45.
17. Реформа ЖКХ. – Режим доступа: <http://www.reformagkh.ru/scdp/page> Реформа ЖКХ. ру, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
18. Социальные сети в политике. – Режим доступа: <http://www.sarafannoeradio.org/analitika/304-gov-2-0-ili-sotsialnie-seti-v-polit>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.

19. Чернышов Ю. Г. О влиянии блогосферы на российскую публичную политику / Ю. Г. Чернышов // Политическая наука. – 2008. – № 2. – С. 100.
20. Якимец В. Н. Индекс для оценки и мониторинга публичной политики в регионах России / В. Н. Якимец // Проблемы вычислений в распределительной среде: распределенные приложения, коммуникационные системы, математические модели и оптимизация. Труды ИСА РАН / отв. ред. А. П. Афанасьев. – М. : КомКнига, 2006. – Т. 25. – С. 138–146.
21. Якимец В. Н. Индекс для оценки и мониторинга публичной политики / В. Н. Якимец // Публичное пространство, гражданское общество и власть: опыт развития и взаимодействия. – М. : РОССПЭН-РАПН, 2008. – С. 107–121.
22. Government and the Internet Survey. Handle with Care // The Economist. – 2000. – P. 355.

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПОЛИТИКО-ПРАВОВОМ ПОЛЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Е.Е. Рябцева
(Россия, Астрахань)

Статья раскрывает состояние и уровень политико-правового обеспечения регулирования процессов информатизации в Российской Федерации, политико-правового обеспечения информационно-коммуникативных технологий с целью повышения эффективности государственного управления.

The article deals with the status and level of political and juridical equipment of the process of governance in the Russian Federation by means of informational and communicational technologies.

Ключевые слова: информационно-коммуникативные технологии, информация, политико-правовое регулирование процессов информатизации, государственное управление.

Key words: informational and communicational technologies, information, political and juridical equipment of governance.

Президент Российской Федерации Дмитрий Медведев определил развитие стратегических и информационных технологий как одну из приоритетных задач развития государства в современном мире. Важным направлением реализации этой задачи является обеспечение доступности государственных услуг с помощью электронных каналов связи. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации раскрывает эту задачу в рамках повышения эффективности государственного управления и местного самоуправления, взаимодействия гражданского общества и бизнеса с органами государственной власти, качества и оперативности предоставления государственных услуг.

Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. определяет решение задачи внедрения информационных технологий в государственное управление одним из условий инновационного, конкурентоспособного развития государства с диверсифицированной экономикой государства, отвечающего вызовам современного мира. С другой стороны значимость стоящей перед государством задачи повышения собственной эффективности на основе информационных технологий объясняется и основными путями ее решения, включающими в себя четкую регламентацию порядка предоставления услуг, проведение мероприятий, направленных на упрощение административных процедур, снижение транзакционных и временных издержек, затрачиваемых потребителями на получение услуг, внедрение прозрачных процедур по оценке качества предоставления услуг, обеспечение доступа потребителей к государственным услугам в режиме онлайн в сети Интернет («электронное правительство»).

Концепция формирования в Российской Федерации электронного правительства до 2010 г. определяет своей ключевой целью повышение качества и доступности предоставляемых организациям и гражданам государственных услуг, упрощение процедур и сокращение сроков их оказания, снижение административных издержек со стороны граждан и организаций, связанных с получением государственных услуг, а также внедрение единых стандартов обслуживания граждан и повышение качества административно-управленческих процессов.