

ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИЯ НОВЫХ МЕДИА И ЭТОС ПУБЛИЧНОЙ СФЕРЫ

Е.Н. Иванова

В статье проводится анализ тенденций, касающихся потенциальных сценариев коммерциализации участия в публичной сфере, возникающих на основе новых коммуникационных технологий в сети Интернет, в частности, сервиса сетевых дневников. Автор полагает, что среди возможных направлений профессионализации выделяются развитие гражданской журналистики, появление новых видов связей с общественностью, политический рекрутмент и формирование института виртуальных экспертов. Поднимается вопрос о трансформации публичного и частного, а также о содержательном наполнении журналистской деятельности в Интернет.

Ключевые слова: социально-политический дискурс, публичная сфера, новые медиа, блогосфера, профессионализация, общественное мнение, частная сфера, журналистика

Возникновение новых средств массовой информации, появление виртуальных сообществ, глобализация и изменение структуры распределения, обмена и потребления внесли дополнительные вопросы в дискуссию вокруг потенциала публичной сферы. Появление в 1996 году сетевых журналов, впоследствии распространенное под общим названием блоги, за короткий период своего менее чем пятнадцатилетнего существования пережило ряд трансформаций. Следует отметить то, что блогосфера, как один из элементов новых медиа, безвозвратно уходит из мира частного бытия, перестает быть только дневником для записи личных впечатлений. Задуманная как инструмент для удобного общения между людьми своего круга, идея переросла в проект новых средств массовой информации, в которых совмещается и печатный станок, и радиостанция, и телестудия, и рыночная площадь. Экспоненциальный рост сетевых дневников, объединение их в сообщества, позволяет

рассматривать блогосферу как сложное социальное явление. Новые социальные эффекты возникают вместе с техническими возможностями. Д. Гилмор называет этот феномен «гражданским актом привлечения общественности», подчеркивая их особую значимость в странах, где свобода слова не является нормой [Gilmore, 2004. P. 14]. Однако сетевые журналы не укладываются в рамки только трибуны для гражданских активистов. Блогосфера теряет свою однородность, постепенно расслаиваясь на самостоятельные сегменты, среди которых не только политические, но и консьюмеристские, выводящие связи с общественностью на новый уровень. Вместе с тем появляются и сетевые элиты, электронные издания, которые наравне, а иногда и более успешно оказывают влияние на общественные мнения и настроения. Постепенная иерархизация внутри блогосферы позволяет говорить о том, что в ее среде выделяется слой признаваемых авторитетов, а следовательно, формируется пространство профессий.

Публичная сфера, как ее видит франкфуртская школа

Впервые понятие «публичная сфера» появилось в опубликованной в 1962 году работе Юргена Хабермаса «Структурная трансформация публичной сферы» (*Strukturwandel der Öffentlichkeit*). В целом книга Хабермаса написана под влиянием исследований европейских левых философов и социальных мыслителей франкфуртской школы, среди которых Макс Хоркхаймер, Теодор Адорно, Герберт Маркузе и отчасти Уолтер Бенджамин. Однако она не имела широкого отклика в англо-американской среде, а следовательно, и во всем мире, до тех пор, пока не появилась в 1989 году в английском переводе. Основная идея Хабермаса состоит в том, что качество общества зависит от нашей способности коммуницировать, открыто обсуждать и дискутировать. Возможность общественных заявлений он рассматривает не как социальную область, а скорее, как область особенной природы, как «публичную сферу». Возможность высказывания является, прежде всего, статусным атрибутом, разметка того, как, кто, когда и перед кем может высказывать свое мнение. Помещик, депутат национального собрания, юрист представляет себя как неотъемлемую часть власти. Представляет в том смысле, в котором члены национальной ассамблеи представляют народ или юрист представляет своего клиента, и который не может высказываться независимо от конкретной роли. Хабермас утверждает, что европейское общество в средние века неким образом не отделяло публичную сферу как уникальную область, отличную от приватной сферы. Каждый властный уровень мог действовать только в рамках своей роли, а для высшестоящих властных слоев он уже переходил в статус зрителя [Habermas, 1989. P. 103]. Перемены в европейской политической струк-

туре XVIII века, широкое распространение капиталистических моделей производства и философия Просвещения выводят на основную сцену истории буржуазию. Пока существующая система не ставила никаких различий между государством и обществом, между публичным и приватным, пока новый социальный порядок не определил границ между государством и частной жизнью, до тех пор невозможно было создание арены взаимодействия, а именно, публичной сферы. Хабермас называет это явление «буржуазной публичной сферой», где общество образованных и читающих собственников вовлечено в рационально-критические дебаты, касающиеся вопросов политики и социального устройства [Habermas, 1989. P. 103]. Тем не менее именно буржуазная публичная сфера, подвергаясь эрозии со стороны экономических и структурных изменений, подготовила почву для современного государства всеобщего благосостояния. Рациональные, критические дебаты, основные движущие силы этой сферы, перетекли в область досуга и развлечений, что опять способствовало если не слиянию, то значительному сближению ее с приватной сферой.

Рационально-критический дискурс публичной сферы предполагает взаимную критику, имеющую некие нормативные позиции, но при этом открытые и недогматические. Он должен быть основан на проблемах граждан, общественности, а не происходить под воздействием средств массовой информации, денег или власти. Суть общественного дискурса состоит в критическом осмыслении культурных ценностей и разного рода интересов в социальном контексте, выходящем за рамки ограниченной территории. Его концептуальные основы строятся на том, что участники должны попытаться понять аргументы другой стороны, рассмотреть все точки зрения.

Необходимым условием существования общественной сферы является дискурсивная инклюзия и равенство. Каждый участник имеет право поделиться известной ему информацией, как имеющей отношение к конкретной проблеме в стадии рассмотрения. Вместе с тем степень включенности может быть ограничена официальным или неофициальным путем. Хабермас рассматривает публичную сферу как критически настроенное общественное мнение, независимое от государства и экономики, являющееся неперенным условием для плюрализма, демократических дебатов в открытом обществе, в котором по определению доминируют средства массовой информации. В соответствии с идеями Хабермаса, появление массовой печати базируется на коммерциализации участия масс в публичной сфере. Вследствие чего это явление утрачивает часть своих черт в пользу отношений, основанных на извлечении прибыли и развлечения. Литература и журналистика вновь соединяются, создавая новое поле массмедиа, формирующееся под натиском консьюмеристской культуры, как результат изменения ком-

муникационной среды, публичная сфера используется лишь как рекламная площадка.

После выхода в России основных работ Хабермаса «Теория коммуникативного действия» (1981) и «Моральное сознание и коммуникативное действие» (1983) появился ряд исследований российских ученых, теоретических, затрагивающих вопросы коммуникативной рациональности, исторических, обращенных к реконструкции публичной сферы в дореволюционной, советской и постсоветской России, а также работы, обращенные в зону анализа новых политических практик. Одной из первых попыток теоретического осмысления феномена франкфуртской школы стала монография А. Гайды, С. Вершинина, В. Шульца [Гайда, Вершинин, Шульц, 1988], посвященная исследованию социально-культурологических концепций Хабермаса, а также работа И. Фарман, раскрывающая особенности контекстного поля формирования франкфуртской школы [Фарман, 1999]. Исторический анализ развития публичной сферы предпринят в работах В. Каплуна [Каплун, 2008], развитие политической культуры в России начала XX века [Селунская, Тоштендаль, 2005], сравнительно-исторические исследования публичной сферы в советский и постсоветский период проведены А. Глинчиковой и Ю. Малиновой [Глинчикова, 2000; Малинова, 2006].

Тем не менее нет общего видения того, что же такое публичная сфера. Существуют различные толкования этого феномена в российской науке, различающиеся между собой расстановкой акцентов. Ю. Малинова определяет публичную сферу как: «некое виртуальное пространство, где в более или менее открытом режиме обсуждаются социально значимые проблемы, формируется общественное мнение, конструируются и переопределяются коллективные идентичности» [Малинова, 2007]. В основе такого определения лежит, прежде всего, идея публичной сферы как дискурсивной площадки. Хабермасовская идея устранения статуса, утраты монополии толкования не акцентируется. Материалы круглого стола «Публичная сфера и государственная публичная политика в современной России», проходившего более 10 лет назад, показывают, что публичная сфера является, скорее, концептом, который включает в себя и отождествление с гражданским обществом (Тощенко), и с публичной политикой (Римашевская) и даже «общественным сектором экономики, который предоставляет услуги для всех» (Дадашев) [Красин, Розанова, 2000]. В таких подходах доминирует понимание публичной сферы как регулятора в отношениях с властью, как поле проблематизации областей, находящихся вне зоны внимания государства. А. Сунгуров определяет публичную сферу как пространство, в пределах которого совершается публичная политика, как совокупность действий не только государства, но и гражданского общества, экспертных групп, в том числе и бизнеса, профсоюзов, средств массовой информации. «Демократия

обсуждений» становится одним из компонентов эффективной политики [Сунгуров, 2000].

Одним из важнейших аспектов является сравнение публичной сферы как оппозиции приватной. По мнению В. Ядова, публичную и приватные сферы можно сравнить с «актером на сцене и актером в гримерке» [Красин, Розанова, 2000]. Однако дискурсивная площадка находится именно в гримерке, когда предписанная роль не главенствует. Грань между приватным и публичным не всегда удастся обозначить. В этом смысле интересно понятие «публичная-приватная сфера», которое вводят И. Освальд и В. Воронков, как некое разграничение между официально-публичной и неофициально-публичной, в которой обсуждаются вопросы общественно значимые, но не детерминированные статусом [Oswald, Voronkov, 2004]. Такое определение значительно ближе именно к хабермасовской трактовке публичной сферы.

«Публичная сфера» с позиции постмодернистов

Теория Хабермаса вызвала, с одной стороны, огромный интерес, а с другой стороны, нападки постмодернистов за тот эмансипаторный потенциал, который содержится в моделях достижения консенсуса через рациональные дебаты. Критика теории «публичной сферы» касалась, прежде всего, сомнений относительно легитимации правил игры и роли в этой игре интеллектуальных элит. Лиотар в работе «Постмодернистское состояние», изданной в 1979 году, приводит два основных момента, согласно которым рациональные дебаты невозможны, один из которых – это недостижимость согласия по поводу правил игры или, как их называет Лиотар, «метапрескрипций универсально применимых для всех языковых игр». Второй момент касается того, что, по мнению Лиотара, консенсус является не итогом дискуссии, а лишь одним из ее этапов [Лиотар, 1998. С. 155].

Идея ключевой фигуры публичной сферы, а именно универсального интеллектуала, который борется за универсальные истины и свободы, была подвергнута критике со стороны М. Фуко. Не только Хабермас, но и вся традиция XIX и XX веков определила интеллектуала основным действующим лицом такого рода действия. Вот как описывает феномен интеллигентов-интеллектуалов Й. Шумпетер: «группы, которым было бы выгодно активную по отношению к социальному строю враждебность нагнетать и организовывать, лелеять ее, стать ее рупором и лидером» [Шумпетер, 2008. С. 342]. В определении Шумпетера заложено главное требование к персонажу публичной сферы, его нонконформизм, определенная героическая непримиримость. Его компетентность, способность выносить какие-либо экспертные заключения не ставится во главу угла. Мишель Фуко, в свою очередь, отвергает

профетическую роль интеллектуала в публичном дискурсе, оставляя ему ограниченные социально-профессиональные рамки. «Интеллектуалы привыкли к работе не внутри “всеобщего”, “образцового”, “справедливого и истинного для всех”, а в определенных отраслях, в конкретных точках, где сосредоточены условия их профессиональных занятий либо условия их жизни (квартира, больница, приют, лаборатория, университет, семейные и половые связи)» [Фуко, 2002. С. 201]. Традиционная «абсолютизированная» публичная сфера должна иметь в своем основании, прежде всего, «независимых правдолюбцев», а не профессионально, кланово, цехово ориентированных специалистов. Однако тенденция постепенно смещается в сторону последних, а именно профессионально-экспертного сообщества. Специализуясь, публичная сфера все более отдаляется от своих задач, инклюзии и эгалитаризма. А независимость экспертного мнения стала в определенной мере оксюморонами, поскольку даже в случае формального отсутствия экономической и политической ангажированности, – существуют еще внутрицеховые, профессиональные.

Помимо вопроса об изменяющейся роли интеллектуала в публичном дискурсе, важнейшим и нерешенным остается вопрос о системе координат, в которой публичный дискурс разворачивается. Представители франкфуртской школы основным рациональным моментом, на котором может строиться коммуникация, рассматривают здравый смысл. Хабермас ставит вопрос следующим образом: «Если мы верим в важность универсального человеческого импульса к коммуникации, мы должны и верить в здравый смысл» [Habermas, 1989. P. 314]. Прежнего универсального здравого смысла, каков он был в эпоху Просвещения, не существует. Именно неудовлетворенность «узаконенной» формой здравого смысла и породила постмодернизм. Смыслов стало слишком много, чтобы на них было возможно создать единую публичную сферу. На переизбыток смыслов указывает и Ж. Бодрийар: «Смысла не доставало, и всем революционерам приходилось приносить себя в жертву наращиванию его производства. Сейчас дело обстоит иначе: смысл повсюду, его производят все больше и больше, и недостает уже не предложения, а как раз спроса. Производство спроса на смысл – вот главная проблема» [Бодрийар, 2000. С. 35]. В эпоху, которую Бодрийар характеризует как «невиданная симуляция социального», средства массовой информации, и особенно насыщенные интерактивностью и доступностью для каждого новые медиа, играют важнейшую роль при манипуляции власти массами, и напротив, массы оказывают согласованными действиями давление на власть.

Как явный недостаток теории Хабермаса отмечается и неопределенность статуса участия в публичном дискурсе. Вопрос о том, кто является полноправным участником общественного обсуждения, а кто остается

за ее пределами, маргинализован, – был поставлен Нэнси Фрэзер. Сосредоточив свое внимание, прежде всего, на феминистском подходе, Фрэзер указывает на то, что мир постоянно изменяется, растет значимость таких явлений, как глобализация, постколониализм, и встает вопрос о пересмотре теории публичной сферы в целом [Fraser, 1992. P. 109–114].

Шанталь Муфф, указывая на ограниченность инструментальной и коммуникативной рациональности, считает основным недостатком теории Хабермаса недооценку такого феномена, как аффективное измерение, что является центральной моделью коллективной идентификации [Mouffe, 1994]. Политические идентичности – это всегда коллективные идентичности, и достижение консенсуса невозможно, потому как приводит к утрате идентичностей. Сходную проблему поднимает и Сеннет, рассматривая процесс участия в общественной сфере, прежде всего, как приобщение к коллективной личности, что становится превалирующим элементом, оттесняя на периферию рациональный дискурс [Сеннет, 2007].

Актуализация дебатов вокруг публичной сферы с появлением новых медиа

Возникновение новых медиапространств открыло новый ракурс в дискуссии и позволило отметить уникальные черты, присущие публичной сфере Интернет-поколения. Вопрос о том, качественно новый ли это рывок или движение в сторону симуляции общественной активности, – остается открытым. Дж. Фернбэк и Б. Томпсон, в ответ на обещания виртуального сообщества возродить демократический потенциал гражданского общества, считают, что это скорее имитация [Fernback, Thomson, 2009]. Темы для обсуждения в виртуальном сообществе рождаются не на основании реально возникающих проблем и нужд этого сообщества, а путем вбрасывания определенных тем. Сетевые журналы с высоким рейтингом эффективно осуществляют «навязывание повестки дня», задавая направления общественного дискурса. Разъясняя это явление, Р. Харрис отмечает: «не важно то, как мы думаем, важно то, о чем мы думаем» [Харрис, 2002. С. 82]. Примером тому является постоянная стимуляция споров вокруг технологий, разворачиваемых то в сторону их крайнего восхваления, представляющего современные информационно-компьютерные технологии как панацею от всех бед, то нагнетания страха перед ними, ощущения тотальной слежки, безмерного и безграничного влияния кибергигантов в мировой политике и частной жизни каждого. Такого рода полемика составляет огромную часть современной Интернет-коммуникации с целью поддержания неусыпного внимания к технологиям. Постоянно находясь в окружении таких

дебатов, человек проходит своего рода технологическую социализацию, целью которой является не фактическая техническая грамотность, а ощущение усвоения социальных ценностей. Существующая доминанта в философии технологии – это придание ей крайней важности, деконтекстуализация ее, рассмотрение ее вне рамок культуры и человеческого понимания.

Технологии становятся ключевым идеологическим дискурсом, который легитимизирует развитие технокапитализма. По мнению Р. Кана и Д. Келнера, новые технологии могут быть использованы как в качестве инструментов доминирования, так и демократизации, как для создания более эгалитарного общества, так и для усиления отдельных лиц и групп [Kahn, Kellner, 2004]. Усилия по продвижению новых средств массовой информации связаны с тем, что компьютерные медиатехнологии находятся во владении крупных информационных корпораций и являются источником прибыли, социальной власти и престижа [Kahn, Kellner, 2004]. Дуглас Келнер использует термин «технокапитализм» для описания синтеза капитала и технологии, обращает внимание на то, как возрастает их роль в общей капиталистической структуре [Kellner, 1997]. Например, один из важнейших игроков на Интернет-рынке компания Google получает прибыль, при этом помогая зарабатывать блогерам через сервис контекстной рекламы AdSense. На этих же принципах строится и такое явление, как краудсорсинг, когда путем эксплуатации публичного дискурса решаются вопросы формирования контента, длительного наблюдения в научных целях, разработки решения коллективными усилиями неоплачиваемых профессионалов.

Ричард Барбрук, исследуя феномен новых медиа или же, как он их называет, «гипермедиа», определяет общую социальную тенденцию как торжество дигерати – элиты компьютерной и он-лайн индустрии, включающей разработчиков основных технологических продуктов, идеологов цифровой революции, блогеров, над непросвещенными массами на фоне непрекращающейся технологической революции. Термин дигерати – языковая контаминация из слов «digital» (цифровые) и «literati» (интеллектуалы). Дигерати – герой нового времени, как правило, добившийся больших жизненных успехов, в том числе и благосостояния. Истории вхождения в новую цифровую элиту – популярный сюжет статей массовых изданий, телепередач, кинофильмов, которые пользуются успехом среди зрителей. Достаточно упомянуть фильм «Социальная сеть», рассказывающий о восхождении на бизнес-олимп Марка Цукерберга, одного из основателей сети «Facebook». Богатство, построенное на успешном внедрении интеллектуальных разработок, неформальный авторитет, поддерживаемый СМИ, – все это способствует укреплению власти технологической аристократии, в качестве ключевой идеологии которой, выдвигает следующая социально-экономическая программа:

дигерати превратят ограничения фордизма в свободу информационного общества, компромиссы репрезентативной демократии переместятся в сторону персонального участия в электронном правительстве, ограниченность личной креативности в существующих медиа будет преодолена интерактивными формами эстетической экспрессии [Barbrook, 2000. P. 10].

В связи с ростом авторитета дигерати, метафора, введенная Хабермасом, что в публичной сфере меняется статус зрителя на статус действующего лица, приобретает новые тона. С одной стороны, сохраняется статус действующего лица, причем очень энергичного и творческого, но, с другой стороны, это действие не актора, а участника спланированного представления. Новая идеология направлена на формирование класса наемных рабочих, программистов, дизайнеров, создателей контента, которые бы производили уникальный продукт и при этом идентифицировали бы себя не с наемными работниками, а с новой технократией сети. В этом смысле погоня за рейтингами в сети отражает не озабоченность социальными проблемами и желание быть услышанными, а скорее, эффект причастности и надежду на мистический прыжок в класс новой аристократии.

Иной взгляд на перспективу публичной сферы и гражданского участия в ней высказывает Л. Фридланд. Основной его аргумент основывается на том, что динамика социального развития, поддерживаемая демократическими традициями, влияет на новые СМИ гораздо больше, чем технология как таковая. Новые коммуникационные технологии лишь расширяют демократические коммуникационные практики. В то время как сеть становится структурно децентрализованной, и широкая публика получает доступ к ресурсам сети, вместе с этим усиливаются позиции и плотность публичного обмена. Появляются новые гражданские движения и практики, чей демократический потенциал основан на технологических проектах, образующих сообщества. Новые технологии играют центральную роль в посредничестве социальных сетей [Friedland, 1996. P. 185–212].

Даже если публичная сфера есть, что ее ограничивает?

Возникновение новых технологий, с одной стороны, открывает колоссальные возможности для развития новых форм общественной жизни, а с другой стороны, ограничивается рыночными отношениями. Рост информационного неравенства, угрожающего основным человеческим правам; давление государства и корпораций, предлагающих введение надзора за электронной информацией, – все это вносит ограничения в свободу высказывания широких групп. Интернет – сложная система, регулируемая множеством субъектов: операторов связи, владельцев

программного обеспечения, информационными провайдерами, государственными чиновниками. Согласно информационному праву, они являются «информационными посредниками и могут оказывать влияние на регулирование отношений, используя свои технические возможности и отключая или блокируя пользователей и их ресурсы» [Наумов, 2008]. Примером регулирования отношений со стороны разных участников процесса может служить конфликт между компанией Google и китайскими властями, когда корпорация отказалась от цензурирования результатов поиска в ответ на хакерскую атаку корпоративной сети и почтовые экаунты китайских правозащитников. Неоднократно отмечалось ограничение доступа к Интернет-услугам в Иране. Практика российского избирательного правоприменения также создает прецеденты преследования гражданских журналистов. В России участились случаи, и это отмечается в докладе уполномоченного по правам человека в РФ, возбуждения уголовных дел, касающихся сообщений, помещаемых в блогах. Как правило, такие обвинения выдвигались по статье 282 УК РФ «Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства», согласно которой наказываются действия по разжиганию национальной, религиозной и социальной розни. Как отмечается в докладе уполномоченного по правам человека в Российской Федерации: «проблема осложняется также тем, что само понятие экстремизма носит преимущественно оценочный характер и не отвечает требованию определенности. В результате ни один публичный критик государства, его должностных лиц и политики, даже хорошо разбираясь в действующем законодательстве, зачастую не в состоянии предвидеть, содержат ли его высказывания признаки экстремизма. А это открывает дорогу для избирательности при решении вопроса об уголовном преследовании лиц, допускающих (или не допускающих?) публичные призывы к насилию в отношении определенной социальной либо национальной группы» [Доклад уполномоченного по правам человека в РФ, 2009].

Подобная ситуация складывается и в ряде стран Европы. Показательной с точки зрения ограничения и фильтрации Интернет-коммуникаций является принятый нижней палатой парламента Франции законопроект *Lopssi 2*, позволяющий устанавливать специальные программы с целью мониторинга Интернет-активности пользователя.

Ограничения осуществляются как властным путем, напрямую выдвигая обвинения в экстремизме, призыву к насильственным действиям, угрозам государственной безопасности, так и технологическим путем. В Интернет, в отличие от материального мира, особую роль играют организации и лица, обеспечивающие технологическую поддержку информационным отношениям – Интернет-компании, операторы связи, владельцы ресурсов и систем, производители программного обеспече-

ния, которые дают возможность пользователям потреблять их услуги и средства, за счет чего последние участвуют в отношениях, создают и распространяют информацию.

Всплеск публичного внимания и обсуждения в Интернет, происшедший в последние десять лет, постепенно приостанавливается как организационно-правовыми, так и технологическими ограничениями. К числу последних ряд экспертов высказывают опасения относительно технологии облачных вычислений (cloud computing), парадигмы, в рамках которой информация постоянно хранится на серверах в Интернет и временно размещается в памяти на клиентской стороне, например, на персональных компьютерах. Поскольку облачные вычисления будут всецело проприетарны, то есть их разработка и производство целиком принадлежит и контролируется неким собственником, это создает предпосылки для тотального контроля, а соответственно, и возможность разнообразной манипуляции и шантажа как со стороны владельцев программного обеспечения, киберкапиталистов, так и со стороны властных структур.

Рост информационных технологий приводит к падению автономии во многих областях политической, экономической, культурной и социальной жизни. Парадигма «облачных вычислений» возрождает к жизни концепцию прозрачности и тотального контроля Фуко. Традиционные принципы приватности, характерные для доэлектронной эпохи, изменились в силу транспарентности цифровой информации и потенциальной интерактивности сетей по сбору информации. Прозрачность надзора и ощущение тотального контроля – процессы, которые не совместимы со свободным дискурсом публичной сферы. Как метафору социального надзора, Мишель Фуко описывает идею Паноптикона Бентама. Его исследование конструкций, по которым элиты выстраивают и поддерживают власть, и порядок для контроля масс оказали значительное влияние на дебаты вокруг публичной сферы. Паноптикон, по мнению Фуко, – это технология, которая позволяет небольшой группе людей контролировать гораздо большие группы, причем важнейшим фактором становится не сам факт контроля, а его ощущение и неизбежность наказания за неповиновение [Фуко, 2002. С. 222].

Даже если предположить, что угрозы такого рода не убивают публичный дискурс, возникает вопрос о делегировании полномочий трансляции общественного мнения. Это, пожалуй, самый острый вопрос, вызывающий наибольшую критику теории публичной сферы. В российском политическом контексте входит в обиход понятие «смыслократы», обозначающее способность управлять социальной реальностью с помощью выдвижения новых смыслов или отказа от некоторых уже существующих. Примером тому может служить так называемая «Русская доктрина». Согласно ее авторам В. Аверьянову, А. Кобякову,

Е. Холмогорову, «ведущие слои интеллектуальной власти» должны сплотиться для объединения нации, как «сверхнационально-русского союза». «Смыслократы (ученые, предприниматели, общественные деятели) должны стянуться в сети, завязать в них новые узлы, сшить разорванные куски русского духовного и смыслового пространства» [Аверьянов, 2007]. Происходит своего рода «рутинизация харизмы», когда определенные слои пытаются получить полномочия на разработку стратегии производства спроса на смысл. Вызывает сомнение осуществимость подобных попыток. Как аллегорично заметил К. Поппер,

для вкусивших от древа познания рай потерян. Чем старательнее мы пытаемся вернуться к героическому веку племенного духа, тем вернее мы в действительности придем к инквизиции, секретной полиции и романтизированному гангстеризму [Поппер, 1992. С. 248].

Однако несмотря на всю утопичность проектов создания единой идеологии, единого смысла, именно новые медиа представляются идеальным каналом для продвижения такого рода доктринальных парадигм.

Наряду с продвижением собственно смысла-идеологии, широкое распространение получили и формы «субординационного сотрудничества с властью», когда определенная группа обслуживает дискурсивный заказ [Зверева, 2007]. Такую функцию выполняют как многочисленные политические ток-шоу, так и определенный сегмент политической блогосферы.

В сравнении с традиционными средствами массовой информации, он-лайн медиа имеют огромнейший потенциал в том, что люди не только получают практически неограниченный доступ к ресурсам, но и возможность формирования общественного мнения. Обращаясь к рейтингам блогосферы, отметим, что публичная сфера все более сжимается до привилегированных групп, которые отвечают за всплески активности публичного дискурса. Широкое распространение получил феномен «моральной паники», как интенсивной, управляемой реакции общества на неоднозначные ситуации. Это понятие, введенное в научный обиход С. Козном в работе «Народные дьяволы и моральная паника», определяется как спорадический эпизод, когда под влиянием СМИ общество охватывает беспокойство относительно угрозы основным нормам и принципам его существования, ощущения надвигающейся общей опасности. Он характеризует это социальное явление следующим образом: «состояние, эпизод, отдельное лицо или группа лиц, которые внезапно определяются как угроза социальным ценностям и интересам» [Cohen, 1972. P. 9]. Понятие моральной паники трактуется как преувеличенная общественная реакция на относительно малозначащие явления социальной девиации. Глобализация, миграционные потоки, террористические

угрозы, изменения традиционного культурного ландшафта, деградация окружающей среды – все эти проблемы современного мира расширили сферы для возникновения моральной паники. Средства массовой информации в погоне за сенсацией артикулируют виновных в общественных беспорядках, указывая публике на «козлов отпущения или народных дьяволов» [Eldridge, 1997. Р. 61]. Идеи виновности в общих неурядицах витают в воздухе. Неудовлетворенность и отсутствие чувства безопасности позволяют манипулировать сознанием, обращая внимание на возможного врага. Значительную роль в этом процессе играют средства распространения информации. Интерактивный потенциал новых медиа предоставляет широкие возможности как для разворачивания моральной паники, так и для отслеживания ее протекания. Типизация алгоритмов позволяет говорить о том, что механизм моральной паники институционализируется. Традиционные СМИ перестают действовать как институциональный регулятор. «Моральные баррикады» [Cohen, 1972. Р. 37] главных редакторов рушатся под напором блогосферы.

Вопрос о действующих лицах и сценариях развития публичной сферы не снимается, а обостряется с появлением новых медиа, которые предоставляют, с одной стороны, огромные возможности для ее развития, а с другой стороны, не менее значимые угрозы. Новость определенными стилистическими деталями все более принимает нарративные формы и уходит от традиционного формата. Разделение между фактом и выдумкой не вполне различимо. В то же время влияние и проникновение электронных СМИ гораздо сильнее, чем печатных средств массовой информации, так как использует в своем арсенале возможности взаимодействия, свободного высказывания и несогласия.

Электронные медиа представляют уникальный канал для публикации и коммуникации, исключаяющей каких-либо бюрократических посредников. Ценностный набор, обеспечивающий успех новостных и информационных блогов, включает быстроту реакции, возможность взаимодействия, близость к происходящему событию. Отсутствие фильтрации, редакционной правки, по большей части материальная незаинтересованность – все это представляет потенциал для развития демократии. В процесс обсуждения вовлечены не только авторы сообщения в своем сетевом журнале, но и комментаторы; иногда комментарий вызывает большую волну обсуждения, нежели сам пост, а также так называемый кросспостинг, когда какая-либо тема размещается в разных блогах и форумах. Новые медиа запускают коммуникационный процесс, не свойственный традиционным структурам. Тем не менее коммуникация важна, но не достаточна для самоуправляемого общества. В данном аспекте наиболее важным видится оценка реальной коммуникации. Г. Рейнгольд ставит под сомнение декларируемые гигантские масштабы

коммуникации. Он указывает на то, что ощущение вовлеченности в коммуникацию гораздо больше реального процесса [Rheingold, 2006]. Г. Рейнгольд отмечает, что информационные технологии такой же бизнес, как и все остальные, поэтому его участники рассматриваются, прежде всего, в рамках экономических отношений. Новые технологии открывают людям доступ, одновременно обрекая их на влияние и манипуляции политической власти.

Пропускная способность сети в руках у небольшой группы коммерческих интересов тесно повязанных с властью. Когда мы найдем политическую границу технологии, только тогда мы будем способны использовать технологию для консолидации усилий [Ibid].

Одним из примеров имитационно-моделирующего механизма является система рейтингов. Рейтинг новости определяется не истинной ее значимостью для широких общественных кругов, а актуальными интересами «дигерати», национальной либо мировой киберэлиты. Значительная часть проблемного поля оказывается за рамками публичной сферы, а также упрощает процесс манипулирования со стороны властных и экономических структур. Технологическая конвергенция и владение средствами массовой информации представляют собой одну из основных угроз социальным правам в коммуникации.

Политика как ключевой интерес публичной сферы

Относительно ровный процесс разрастания политического сегмента блогосферы идет во многих странах мира. И, безусловно, появляются определенные силы, которые принимают на себя новые координирующие роли. Традиционные функции журналистики постепенно размываются технологическими новшествами. Интернет, по мнению социолога и лидера антиглобалистов К. Агитона, «соединяет воедино индивидуализм и солидарность», происходит преобразование публичной сферы, которая становится одновременно и личностной, и абстрактной [Агитон, 2007]. Рассматривая виртуальную публичную сферу, нужно не забывать о том, что это не совсем совокупность реальных личностей, собирающихся на виртуальной рыночной площади. Достаточно показательным примером в этом смысле является заявление казахских активистов из движения «За свободный Интернет», утверждающих, что в Казахстане подверглись блокировке 26,7 миллионов журналов и сообществ [Заявление движения «За свободный Интернет», 2010]. Учитывая тот факт, что в 2009 году население Казахстана составляло 15,7 миллионов человек, то цифра заблокированных дневников обретает несколько иной контекст. Возможность манипулирования большими цифрами, такими как количество дневников, подписей под



Рис. 1. Пропорции Интернет-пользователей, которые публикуют политический или социальный контент, используя инструменты социальных сетей и блогов

обращениями, числом и размером сообществ, открывает новые возможности для качественно новых политических стратегий. В связи с этим данные, касающиеся социально-политической активности в сетевых журналах, нельзя рассматривать только как действия социально активных личностей.

Сетевой журнал, направленный только на его автора либо созданный для узкого круга, становится все менее распространенным явлением. Блог либо развивается на основе какой-либо внутренней концепции, искусственно выстроенной, либо в скором времени затухает и забрасывается. На смену его приходят блоги, которые обслуживают актуальные публичные и частные дискурсы.

Благодаря интерактивной природе сетевых дневников визуализируется не только оратор, автор, но и группа сочувствующих, тех, кто комментирует, распространяет, создает осязаемые рейтинги. Согласно исследованию Института Пью (Pew Institute), «Интернет и социальная вовлеченность», основанного на данных опросов 2 251 респондента, в возрасте от 18 лет и старше, проводимого с 12 по 31 августа 2008 года, процент активно вовлеченных в обсуждение социально-политических вопросов не так уж мал (Рис. 1) [Will Political... 2009]. Одним из аспектов исследования был анализ деятельности пользователей Интернет,

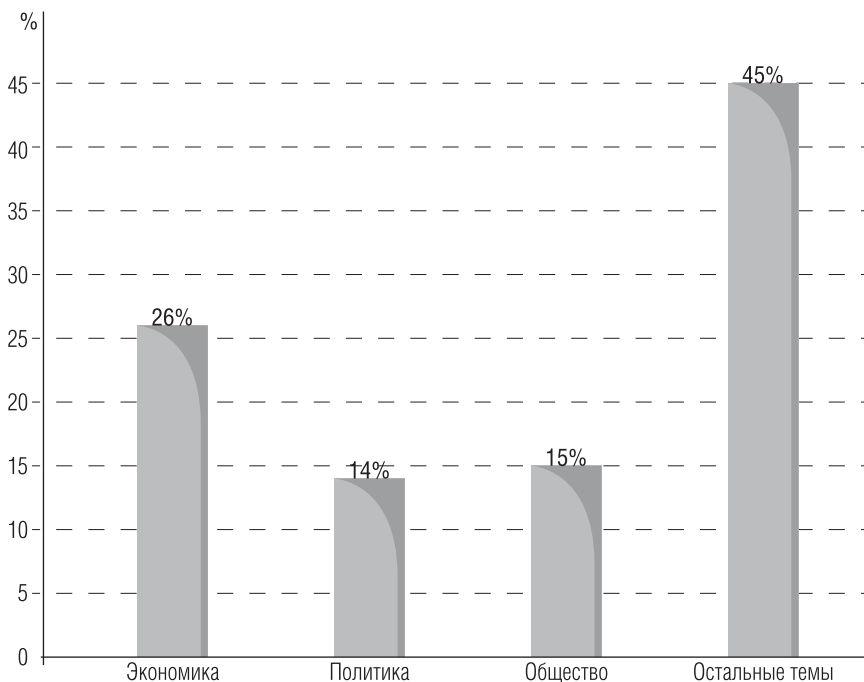


Рис. 2. Медиафера Рунета. По данным службы «Яндекс.Новости» за 2009 год

которые создают и размещают на своих сайтах электронные публикации, связанные с социальными и политическими вопросами. Процентный состав по видам деятельности распределился следующим образом (Рис. 2).

В свою очередь «политизированность» российской блогосферы по данным аналитических отчетов Яндекса за январь 2009 года также достаточно велика. Количество поисковых запросов, заданных посетителями Яндекса осенью 2008 года, по основным рубрикам (в рубрикации «Яндекс.Новости»), в отношении информации о событиях в обществе составило 31 % и о политике – 10 % [Медиафера Рунета... 2009].

Доля новостей социальной, экономической и политической тематики в общем новостном потоке составляет больше половины.

В исследовании российского сегмента используется несколько иной подход. Все, кто каким-либо образом создает самостоятельный контент, пишет тексты, публикует фотографии, коллажи, карикатуры, видеосюжеты, объединены в группу «эксперты». Комментарии экспертов составляют 14 %. Процесс взаимодействия при обмене комментариями обозначен авторами исследования как «ссылки на другие источники» и составляет 8 %. Род деятельности, направленный на распространение

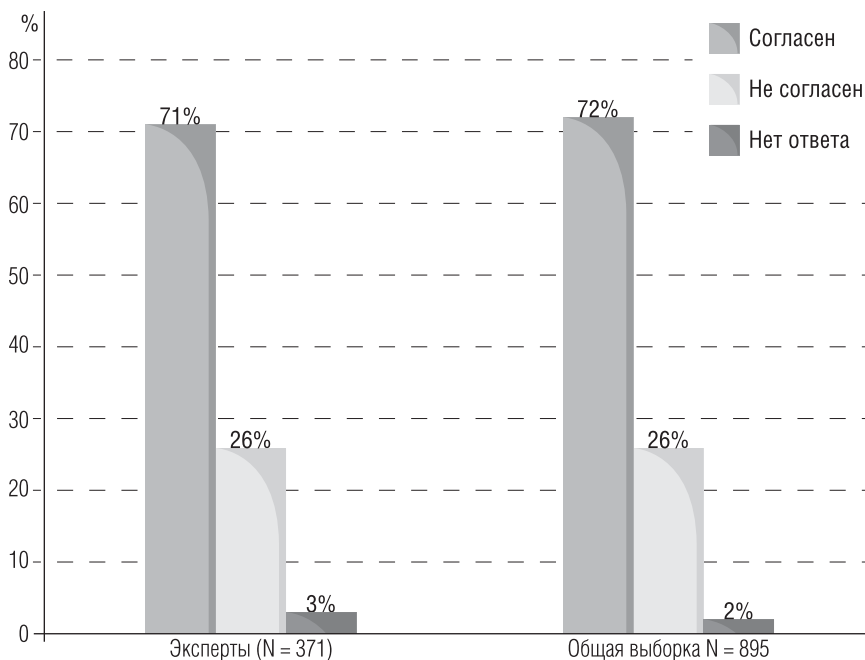


Рис. 3. Может ли политическая борьба в блогах и социальных сетях что-либо изменить? По данным исследования Института Пью, 2009 год

новостного контента, выделен как «перепечатывание новостей друг у друга в неизменном виде» и достигает 20 % [Медиафера Рунета... 2009]. Присутствуют три основных элемента: автор, читатель, находящийся в полемике с автором, и распространитель, делающий информацию известной и доступной многим.

И по американским, и по российским данным, количество «комментаторов» и «распространителей» превышает 20 %. Автор, оратор, интеллектуал – основа традиционной публичной сферы – теперь рассматривается не в окружении абстрактной толпы, но кругом, который дополняет, а иногда и формирует облик автора. С одной стороны, без использования экспертного мнения блоги не могут рассчитывать на внимание традиционных СМИ, властных органов, общества, а с другой стороны, масштабная поддержка «комментаторов» делает информацию не фактом, который нуждается в проверке и экспертизе, а инициативой по продвижению общественного мнения. А общественному мнению экспертиза не нужна.

Он-лайн кооперация в продвижении вопросов социально-политического характера становится все более мощной. Экспертные интервью, проводимые Исследовательским Центром Пью в марте 2010 года, показали, что инновационные формы он-лайн кооперации смогут создать

«надбюрократические» структуры, которые смогут решать социальные проблемы при помощи сетевых сообществ. Интернет-эксперты и простые пользователи были практически единодушны в оценке того, что влияние виртуальных сообществ, в том числе и сетевых журналов, на структуры, принимающие властные решения, возрастет (См. рис. 3) [Anderson, Rainie. 2010].

Вопросы, поднимаемые в блогах, основываются, как правило, на наиболее болезненных точках жизни общества, таких как коррупция, ограничение свободы слова, притеснение отдельных групп граждан, но в попытках обратить внимание властей и традиционных СМИ, кристаллизуются по большей части в скандальных сюжетах. В блогосфере образуются группы, которые специально отслеживают темы, отклик по которым позволяет выстраивать определенную политику.

Превращение блогосферы в товар

Политические вопросы и социальные проблемы локального и глобального уровня были и остаются самыми обсуждаемыми, по крайней мере, декларируемыми. Например, сервис Яндекса «Сегодня в блогах» – в числе трех наиболее популярных, всегда лидируют именно темы такого рода. Однако процесс коммодификации блогосферы, превращения ее в товар, ограничивает обсуждение политических вопросов.

В этом аспекте сетевые журналы разделяются на такие, которые претендуют на роль СМИ, на позицию независимых журналистов и новые медиа, которые все более обращаются к сфере продвижения товаров и связей с общественностью. Согласно традиционной схеме идет разделение публичного и приватного, политического и консьюмеристского.

Традиционно дифференциация на публичную и приватную сферы связывается с гендерными и возрастными параметрами. Публичная сфера ассоциируется со взрослыми мужчинами, а приватная – с женщинами и детьми. По этой позиции демографические данные российской и мировой блогосферы сильно разнятся. Последние масштабные исследования российского сегмента блогосферы проводились в 2008 году, и, согласно этим данным, 60 % блогеров – женщины, 40 % – мужчины. Средний возраст авторов сетевых дневников меньше среднего возраста российского Интернет-пользователя [Блогосфера Рунета... 2009]. По данным Технорати, мировая демографическая ¹ тенденция противоположная: 67 % блогеров – мужчины и только 33 % – женщины. Что каса-

¹ Хотелось бы уточнить, что определение «мировая» в отношении исследований Технорати (www.technorati.com) не вполне корректно, так как анализируется прежде всего англоязычный контент.

ется возрастной градации, то и здесь также ситуация не совсем совпадает с российской: 60 % представителей блогосферы – люди в возрасте от 18 до 44 лет, из них совсем молодые – от 18 до 24 лет – составляют лишь 7 % [Who Are The Bloggers? SOTB 2009]. Соответственно, затрагиваемые темы, принципы формирования контента в значительной мере различаются. Сегмент, связанный с обслуживанием потребительских предпочтений, развивается динамично и вполне самостоятельно. В российском обществе идет интенсивный процесс формирования «консьюмеризма» как стиля мышления и стиля жизни. Отсюда и актуальность таких установок, как качество жизни, здоровый образ жизни, личное и семейное благополучие.

Однако введение такого рода разделений было не вполне оправданным упрощением. Рассматривая консьюмеризм лишь с точки зрения теории культурных индустрий Адорно и Хоркхаймера, а именно как легитимацию потребления, как силу однозначно противоположную и разрушающую публичную сферу, мы игнорируем массу противоречий, а в частности вопрос, какие из прав и свобод достойны обсуждения в публичной сфере, а какие ей не к лицу. Скорее, можно говорить о конвергенции в ряде аспектов. Идеей консьюмеризма движимы группы по защите прав потребителей, экологические организации, включая Гринпис, поднимающие вопросы, связанные с важнейшими человеческими проблемами и входящие в противоречие с властными и экономическими структурами.

Ключевым вопросом, по-настоящему разделяющим блогосферу, является не аудитория и не содержательный компонент, – основным аргументом является превращение медиа в товар. Общество потребления приняло эту модель от индивидуального поведения до механизмов принятия решений. Дискурс деградирует в паблисити. О чем бы ни шла речь, но любая активизация дискурса в Интернет приводит к неминуемому обогащению определенных слоев, что значительно снижает или же вовсе убивает традиционные основы рационального дискурса гражданского общества. В Рунете насчитывается порядка 180 корпоративных блогов и трудно поддающееся подсчету количество блогеров, не декларирующих себя как корпоративные, но, тем не менее, либо на постоянной, либо на заказной основе работающих на определенного заказчика. Этот сегмент блогосферы развивается в рамках культурных индустрий, где средства массовой информации рассматриваются как продукт фильтрации, дизайна и упаковки для потребителей, базирующийся на маркетинговой статистике, которая создает медиакультуру. Профессионализация такой сферы должна отвечать хорошо спланированным культурными производителями требованиям, ограничивая возможности критической мысли вне predeterminedных рамок. Коммерциализация публичной сферы, распространение культурного производства, включая

рекламу и паблик рилейшнз, приводит к рефеодализации публичной сферы, когда публика в одночасье утрачивает статус наблюдателя, очевидца, а мнение экспертов вновь превращается в «истинное» общественное мнение.

Разрушает рациональный публичный дискурс и осязаемая экспансия власти. Публичная сфера, неконформистская по своей природе, не может править, она может лишь инициировать процесс контроля и обсуждения, она не может происходить из той среды, которая, даже исходя из благих намерений, станет задавать определенные институциональные установления.

Потенциальные сценарии профессионализации блогосферы

Пройдя эпоху становления, в сегмент новых медиа, определяемых как блогосфера, начинают выделяться устойчивые группы, в разной степени вовлеченные в процесс профессионализации.

По данным исследования, проводимого компанией Технорати в 2009 году, доля опрошенных, регулярно ведущих записи в Интернет-дневниках и социальных сетях, каким-либо образом претендующих на роль профессионалов невелика. Такой вид деятельности 72 % респондентов рассматривают как хобби, «размышления личного характера», и никакого дохода от своих блогов не получают и не ожидают. Тем не менее 71 % опрошенных пополняют записи еженедельно, а 22 % – ежедневно. Это говорит о том, что степень вовлеченности в процесс достаточно сильна. В качестве профессиональных критериев в исследовании выделяются возможность заработка таким видом деятельности, регулярность и контроль записей, а также рассмотрение блог-журналистики в качестве одного из направлений по продвижению собственного бизнеса. Количество респондентов, которые рассматривают такого рода деятельность как дополнительный заработок, составило 15 %, при этом 75 % рассматривают возможность оплаты экспертного мнения, а 72 % в качестве гонорара за привлечение новых клиентов для определенного вида бизнеса. Только 9 % определили себя в качестве профессионального блогера. 10 % работает над блогом более 20 часов в неделю, 22 % ведут блоги для компании нанимателя и 70 % в поддержку собственного бизнеса [Who Are The Bloggers? SOTB 2009. Introduction]. В перспективе формируется профессиональная категория, относящаяся, скорее, к сфере связей с общественностью, обращенная к консьюмеристским ценностям и ставящая в основу, прежде всего, экономические интересы.

Вместе с тем гражданская журналистика, особенно та ее часть, которую можно отнести к публичному полю, будет постепенно мутиро-

вать в сторону формирования политических элит. Такой процесс не представляет собой нечто новое. М. Вебер, исследуя истоки профессионализма в политической сфере, выделял журналистику как одну из стартовых площадок для политической карьеры. Рассматривая основные слои, из которых происходит «плутократическое рекрутирование политических соискателей (Interessenten), вождей (Fuhrerschaft) и свиты (Qefolgschaft)», Вебер определил журналистскую карьеру как шанс, особенно в ключевые, исторические периоды истории, для вхождения в политическую элиту [Вебер, 1990. С. 667]. Если говорить о блогосфере, то они в первую очередь выступают организаторами кампаний по бойкотированию проектов существующей власти, привлекают общественное внимание к защите политических узников. В особенности это касается тех партий и групп, которые не входят в современный политический истеблишмент, таких как анархисты, либертарианцы, антиглобалисты, неонацисты. Задача таких журналистов – воздействовать на те категории граждан, которые не вполне определились с политической самоидентификацией, используя потенциал недовольства в обществе привлечь их в свои ряды.

Однако процесс рекрутирования из публичной блогосферы политических лидеров вряд ли продлится долго. Использование блогосферы в качестве инструмента воздействия на общественное мнение широким кругом политиков, лидеров фракций, губернаторов существенно сокращает как демократический потенциал блогосферы, так и возможность продвижения собственных и узкогрупповых политтехнологий.

Нельзя не упомянуть о том, что немалая часть гражданских журналистов выходит из традиционной среды и не собирается покидать профессию. Глубочайший кризис, охвативший традиционные средства массовой информации, а также широкомасштабное наступление технокapитализма вызывает необходимость реинституциализации средств массовой информации. По данным, приведенным А. Хаффингтон, лидера новых независимых СМИ, в полемике с медиамагнатом Рупертом Мердоком, за последние 25 лет тиражи газет упали на 7 миллионов, количество читателей он-лайн новостей возросло до 34 миллионов за последние 5 лет, за последний кризисный год реклама в печатных СМИ упала на 19 %, а он-лайн СМИ – только на 9 % [Huffington, 2009]. Происходит закрепление статусных позиций. На смену традиционных лидеров медиарынка начинают проникать новые игроки. Вместе с глобальными изменениями в структуре современных медиа идет процесс перетекания профессиональных журналистов из одной сферы в другую. Стали массово возникать независимые Интернет-издания, способные конкурировать с традиционными медиа. В России такого рода СМИ еще не набрали силу, но, например, в США существует ряд проектов, называемых также

«Collaborative blog», когда материалы для сетевого журнала подготавливаются группой блогеров, в числе которых Daily Kos, Huffington Post, Political Wire и ряд других.

Немаловажным аспектом является также переход из блогов в традиционные СМИ. Сложившаяся система получения крупными изданиями глобального контента из новостных агрегаторов делает экономически невыгодным содержание сотрудников, занимающихся локальным контентом. Именно задачу локализации контента, передачу новостей местных сообществ и возьмут на себя блоги. Сценарий развития в этом сегменте может происходить как по модели слияния, так и на основе взаимодействия с посредническими агентствами, которые будут просматривать, перекупать информацию от очевидцев локальных событий и предлагать материалы для традиционных СМИ.

* * *

Степень развития и массового освоения нового медийного пространства такова, что позволяет говорить о том, что эта, и ранее не вполне однородная среда, постепенно начинает расслаиваться, выделяя вполне профессиональные группы. Поскольку речь идет о новых медиа, то наиболее вероятным сценарием видится формирование нового поколения Интернет-журналистов, наделенных определенными профессиональными компетенциями, которые смогли бы соответствовать требованиям современного общества. Но это далеко не единственный и не самый крупный сегмент в обретающей профессиональные черты блогосфере.

Следует выделить еще несколько потенциальных профессиональных направлений, которые будут формироваться из недавно еще аморфной среды. Прежде всего блогосфера предоставляет возможность проникновения соискателей в зону реальной политики в условиях затухания вертикальной мобильности. Новые каналы коммуникации уже эффективно используются для продвижения и апробации политических технологий, привлечению электората, а также как систему оповещения для коллективных протестных и иных действий. Сетевые дневники способствуют развитию новых форм связей с общественностью. Используя изначально заложенный доверительный потенциал блогосферы, интенсивно развивается тот ее сегмент, который направлен как раз на дистанцию от общности переживания и обращенность в сферу простой, личной жизни. В этой сфере, незамутненной общественными интересами и «правильными» позициями, человек нуждается в легитимных образцах социального поведения. Иными словами, в ряде вопросов человек не может примкнуть к какой-то группе, ему приходится ориентироваться на свой опыт или на совет знающего человека. Этот сегмент блогосферы также динамично развивается и непосредственно в сторону

создания корпоративных блогов, продвигающих товары и услуги напрямую, и опосредовано, как институт советчиков в разных жизненных вопросах.

Новый класс участников составляют пиарщики, отличающиеся от чистой рекламы именно тем, что апеллируют именно к публичной сфере. Возможности публик рилейшнз гораздо шире, так как реклама имеет ограничения в этой сфере.

Новая медиасреда дает дополнительный импульс для развития профессионального сообщества виртуальных экспертов. Посредством цитирования ученые получают личное признание, которое усиливают их карьерные перспективы в университетской среде. Причем область знания не имеет критического значения. Этот процесс также способствует появлению такого социального феномена, как публичный ученый. Последнее десятилетие развития Интернет, блогосферы и новых средств массовой информации привели к пересмотру концепций в общественной сфере. Массовая коммерциализация и консьюмеризм, право собственности над средствами массовой информации, демократия и властный надзор, виртуальные сообщества и глобализация коренным образом изменили представления о публичной сфере. И интеллектуальные дебаты вокруг этого явления говорят, прежде всего, как о живом феномене, социальные эффекты которого позволят выйти на новый уровень и способствовать оптимизации общественных и частных взаимодействий.

Список литературы

Аверьянов В. В. «Русская Доктрина» – это проект будущего // Перспективы. Фонд исторической перспективы // http://www.perspektivy.info/rus/rus_civ/rus_doktrina_proekt_budushego.htm.

Агитон К. Сетевые сообщества и будущее Интернет-технологий. Web 2.0 // Полит.ру // <http://www.polit.ru/lectures/2007/05/31/web.html>.

Блогосфера Рунета. Портрет среднего блогера. Информационный бюллетень // http://download.yandex.ru/company/yandex_on_blogsphere_spring_2009.pdf.

Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2000.

Вебер М. Политика как призвание и профессия // М. Вебер. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990.

Гайда А. В., Вершинин С. Е., Шульц В. Л. Коммуникация и эмансипация: критика методологических основ социальной концепции Ю. Хабермаса. Свердловск: Средне-Уральское кн. изд-во, 1988.

Глинчикова А. «Черные дыры» социализма. Публичная сфера в России и на Западе: общее и особенное // Открытая политика. 2000. № 3/4. С. 91–96.

Доклад уполномоченного по правам человека в Российской Федерации за 2008 год / Опубликовано 17 апреля 2009 года // <http://www.ig.ru/2009/04/17/doklad-lukin-dok.html>.

Заявление движения «За свободный Интернет!» о борьбе против блокировки блог-хостинга Livejournal.com. 2010 // <http://www.kaznet-freedom.org/ru/dvigenie/press-relizi-dvig/249-zajavlenje-dvig-o-livejournal-sud-provaider>.

Зверева Г. Построить Матрицу: дискурс российской власти в условиях сетевой культуры // Вестник общественного мнения. 2007. № 1. С. 21–33.

Каплун В. Л. Что такое Просвещение? Рождение публичной сферы и публичной политики в России // Публичное пространство, гражданское общество и власть / Редкол.: А. Ю. Сунгуров (отв. ред.) и др. М.: Российская Ассоциация Политической Науки (РАПН); Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2008. С. 333–345.

Красин Ю. А., Розанова Ю. М. Публичная сфера и государственная публичная политика в современной России («круглый стол») // Социологические исследования. 2000. № 10. С. 84–91.

Лиотар Ж.-Ф. Состояние Постмодерна. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 1998.

Малинова О. Ю. Идеологический плюрализм и трансформация публичной сферы в постсоветской России // Политические исследования. 2007. № 1. С. 6–21.

Малинова О. Ю. Символическое пространство современной политики: Основные тенденции трансформации публичной сферы // Публичная политика в современной России: субъекты и институты. М.: ГУ ВШЭ, 2006. С. 61–70.

Медиасфера Рунета. По данным службы Яндекс.Новости. 2009 // http://download.yandex.ru/company/yandex_on_russian_internet_media_winter_2009.pdf.

Наумов В. О современных процессах в сфере правовой защиты свободы слова в сети Интернет // Право и Интернет // <http://www.russianlaw.net/LAW/law.htm>.

Поппер К. Открытое общество и его враги: В 2 т. Т. 1. М.: Феникс, Международный фонд «Культурная инициатива», 1992.

Сеннет Р. Падение публичного человека. М.: Логос, 2007.

Сунгуров А. Общественное участие как условие формирования гражданского общества // Материалы конференции «Гражданские свободы и образование на рубеже веков и континентов» // <http://www.prof.msu.ru/publ/conf/conf05.htm>.

Фарман И. П. Социально-культурные проекты Юргена Хабермаса. М.: ИФ РАН, 1999.

Фуко М. Око власти // Интеллектуалы и власть: Избранные политические статьи, выступления и интервью. М.: Праксис, 2002.

Фуко М. Политическая функция интеллектуала / Мишель Фуко. Интеллектуалы и власть: Избранные политические статьи, выступления и интервью. М.: Праксис, 2002.

Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. М.: Олма-Пресс, 2002.

Шумпетер Й. А. Капитализм, социализм и демократия. М.: ЭКСМО, 2008.

Anderson J., Rainie L. The Impact of the Internet on Institutions in the Future. // Pew Internet. 2010 // <http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Impact-of-the-Internet-on-Institutions-in-the-Future/Main-Findings/Findings.aspx>.

Barbrook R. Cyber-communism: How the Americans are Superseding Capitalism in Cyberspace // *Science as Culture*. 2000. Vol. 9. P. 5–40.

Cohen St. Folk devils and moral panics. L.: Mac Gibbon and Kee, 1972.

Eldridge J. The Mass Media and Power in Modern Britain Oxford: University Press, 1997.

Fernback J. Thompson B. Virtual communities: Abort, retry, failure? // *The Well*. 1995 // <http://www.well.com/user/hlr/texts/VCCivil.html>.

Fraser N. Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy, Habermas and the Public Sphere, Cambridge Mass.: MIT press, 1992. P. 109–114.

Friedland L. Electronic democracy and the new citizenship // *Media, Culture & Society*. 1996. Vol. 18. № 2. P. 185–212.

Gilmore D. We are Media. Grassroots Journalism by the People, for the People. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2004.

Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society, Trans: by L. Burger. Cambridge: Polity Press, 1989.

Huffington A. Journalism 2009: Desperate Metaphors, Desperate Revenue Models, and the Desperate Need for Better Journalism // *The Huffington Post* // http://www.huffingtonpost.com/arianna-huffington/journalism-2009-desperate_b_374642.html.

Kahn R., Kellner D. Oppositional Politics and the Internet: A Critical/Reconstructive // The Graduate School of Education and Information Studies UCLA. 2004 // <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/oppositionalpoliticstechnology.pdf>.

Kellner D. New Technologies, the Welfare State, and the Prospects for Democratization. In *Communication, Citizenship, and Social Policy*. Lanham: Rowman and Littlefield, 1999. P. 239–256.

Mouffe Ch. Le politique et ses enjeux. Pour une démocratie plurielle. Paris: La Decouverte/MAUSS, 1994.

Oswald I., Voronkov V. The 'public-private' sphere in Soviet and post-Soviet society. Perception and dynamic of 'public' and 'private' in contemporary Russia // *European Societies*. 2004. Vol. 6. № 1. P. 97–117.

Rheingold H. Virtual Communities, Phony Civil Society? // Web page of Howard Rheingold. 2006 // <http://www.rheingold.com/texts/techpolitix/civil.html>.

Who Are The Bloggers? SOTB 2009. // Technorati. 2009 // <http://technorati.com/blogging/article/day-1-State-of-the-Blogosphere-2009-who-are-the-bloggers1>.

Who Are The Bloggers? SOTB 2009. Introduction. // Technorati. 2009 // <http://technorati.com/blogging/article/state-of-the-blogosphere-2009-introduction/>.

Will Political Engagement on Blogs and Social Networking Sites Change Everything? // Pew Internet. 2009 // <http://www.pewinternet.org/Reports/2009/15->

-The-Internet-and-Civic-Engagement/4--Will-Political-Engagement-on-Blogs-and-Social-Networking-Sites-Change-Everything.aspx?r=1.

Елена Николаевна Иванова
заместитель начальника отдела дистанционных образовательных технологий
Института бизнеса и политики, аспирант Национального исследовательского
университета Высшая школа экономики (Москва)
электронная почта: enivanova.do@gmail.com
