

§4 ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ

Кирка А. В.

К ВОПРОСУ О СТРУКТУРЕ СОЦИАЛЬНО-СЕТЕВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Аннотация. Предметом исследования является структура социально-сетевых коммуникаций, протекающих в рамках современных социально-сетевых веб-сервисов и связанных с ними информационных ресурсов. рассматриваются факторы, влияющие на сетевой информационный обмен, совместимость интерфейсов программирования приложений, унифицирующих процесс информационных транзакций между разнотипными программными платформами. Рассматриваются классификации и виды сетевых коммуникаций. Исследуется процесс становления сетевых коммуникаций и развитие сети Интернет, а также его влияния на общественные коммуникации. Рассматривает политическая значимость сетевой коммуникации. Методология исследования основана на системном и сравнительном подходах, методах анализа, синтеза, индукции, дедукции, моделирования, а также информационно-политическом подходе. В ходе проведённого исследования автором выделена классификация современных социально-сетевых веб-сервисов, на основе функциональных характеристик которых предлагается выделить четыре основных вида современных социально-сетевых коммуникаций: дискурсионные, контент-генерирующие, ресурсо-аккумулирующие и организационно-координирующие социально-сетевые коммуникации. Автором даны определения каждого из обозначенных видов социально-сетевых коммуникаций, раскрываются их основные сущностные характеристики и возможные направления их проявления в общественно-политической сфере. Сформированная автором классификация может быть использована в качестве структурного компонента исследовательского инструментария в ходе эмпирических исследований особенностей проявления и инфлуентального воздействия современных социально-сетевых коммуникаций на политический процесс.

Ключевые слова: политическая коммуникация, интернет, социальные сети, социально-сетевая коммуникация, веб-сервис, общественная жизнь, клиентоориентированность, инфлуентальное воздействие, общественно-политическая сфера, политический процесс.

Review. The subject of the study is the structure of social network communications within the framework of modern social network web-services and related information resources. The article considers the factors that influence network information exchange, compatibility of programming interfaces of applications that unify the process of information transactions between program platforms of different types. Classifications and types of network communications have been considered. The article examines the process of establishment of network communications and development of

the Internet, as well as its impact on social communications. The author considers political significance of network communication. The methodology of the study is based on systems and comparative approaches, methods of analysis, synthesis, induction, deduction, modelling, as well as informational-political approach. In course of the research the author outlines the classification of modern social network web-services, based on functional characteristics which are supposed to be in four types of modern social network communications: discourse, content generating, resources accumulating and organisational coordinating social network communications. The author gives a definition of each of the types of social network communications, reveals their main essential characteristics and possible directions of their display in social-political sphere. The classification suggested by the author can be used as a structural component of the research tools for the empirical studies of the peculiarities of display and influential impact of modern social network communications on political process.

Keywords: *political communication, Internet, social networks, social network communication, web-service, social life, focus on customer, influential impact, social-political sphere, political process.*

На всей протяжённости человеческой истории индивидам и группам всегда было свойственно взаимодействовать на основе разнонаправленного коммуницирования. С течением времени общественная коммуникация неизбежно развивала свои характеристики, в полной мере соответствуя объективной действительности: межличностное вербальное общение, великая галактика Гуттенберга, СМИ, начиная от печатной прессы, радиовещания, телевидения и, наконец, благодаря повсеместному распространению современных информационных технологий, всемирная информационная сеть Интернет — «глобальная деревня»^[11] — вот основные исторические вехи, которые прошла в своём развитии общественная коммуникация.

Сам термин «коммуникация» является производным от латинского «*communico*» (делаю общим, связываю, общаюсь) и подразумевает под собой передачу информации от человека (группы) к человеку (группе)^[23]. Одним из первых конкретных употреблений данного понятия в рамках политической научной мысли является высказывание Ф. Ратцеля о том, что передача информации представляет собой самую важную из всех коммуникационных услуг в политическом отношении^[18], однако все-таки наиболее объёмным по своей сути раскрытием понятия «политическая коммуникация» большинство современных исследователей считает предложенное Р.—Ж. Шварценбергом определение политической коммуникации как «процесса передачи политической информации, благодаря которому она циркулирует от одной части политической системы к другой и между политической системой и социальной системой»^[19, с.174]. Отечественный исследователь А. И. Соловьёв рассматривает политические коммуникации в качестве «связующего процесса, обеспечивающего взаимодействие и интеграцию всех уровней и сегментов системы, и выполнение ею (и её институтами) всех основных функций: ре-

гулирования общественных отношений, организации, мотивации и контроля»^[15, с.273].

В политической науке соответствующей роли коммуникационных процессов отводится одно из ключевых значений — абсолютное большинство исторически сложившихся теоретических подходов и концепций заслуженно выделяет должным образом политическую коммуникацию, как неотъемлемую компоненту общественно-политической жизни. Это становится очевидным при внимательном изучении развития научной мысли в этой области, начиная от многочисленных направлений теории массового общества, где можно отметить труды Х. Арендта, Э. Дюркгейма, Э. Канетти, Г. Лебона, К. Манхейма, Х. Ортега-и-Гассета, Д. Рисмена, Г. Спенсера и заканчивая концепцией «информационного общества», ошутимый вклад в формирование и развитие которой внесли работы Э. Тоффлера, И. Масуды, Д. Нэсбита, Д. Белла, Ф. Уэбстера, Г. Инниса, М. Маклюэна, М. Кастельса и других ярких представителей научного сообщества. При этом разнообразие подходов к данному вопросу лишь подчёркивает глубину и значимость исследуемого феномена.

Формирование и прочное вхождение в повседневную общественную жизнь глобальной информационной сети Интернет является свершившимся фактом. В настоящее время количество пользователей Интернет в мире насчитывает более трёх миллиардов человек, что составляет не менее 42% от населения земного шара. Динамика роста пользовательской аудитории глобальной сети с 2000 г. составляет более 750%^[24]. Столь значительный рост пользовательской аудитории Интернета в совокупности со спецификой глобальной информационной сети, обусловленной развитием современных информационно-коммуникативных технологий, позволяет современным исследователям говорить об Интернете, как о совершенно иной коммуникативной платформе, в рамках которой политическая

коммуникация подвергается эволюционной трансформации ^[1]. Постоянное расширение номенклатуры новых информационно-коммуникативных технологий, применяемых в повседневной политической практике логичным образом привело к тому, что благодатная почва общественно-политического дискурса как в онлайн, так и за пределами сети с готовностью приняла столь популярный механизм передачи информации ^[8]. Всё это естественным образом обозначило перед современным научным сообществом необходимость глубокого анализа сущностных характеристик данного феномена, а также перспективных областей его применения в политической практике.

Тем более значимой видится необходимость детального исследования содержательных характеристик коммуникаций в рамках так называемых «социальных сетей», которые мы в дальнейшем будем именовать социально-сетевыми веб-сервисами, подчёркивая их информационно-технологическую природу, нацеленную на эффективное удовлетворение текущих потребностей пользователей. Социально-сетевые веб-сервисы в соответствии с определением Д. Бойда представляют собой Интернет ресурсы, оказывающие «сетевые услуги, позволяющие частным лицам строить общественные или полупубличные профили в пределах ограничений, наложенных системой, определять список других пользователей, с которыми они могут общаться и делиться информацией, а также просматривать и связывать их список контактов с другими, созданными пользователями внутри системы» ^[21]. Изучению виртуальных и реальных сетевых формаций посвящено внушительное количество работ. Так, М. Кастельс выделяет понятие «сетевая структура» в качестве базового в рамках своей теории, отмечая роль подобных структур, как неотъемлемого атрибута современного глобализированного общества, на основе которого осуществляется информационный обмен. Средство коммуникации — вот каким образом М. Кастельс определял сетевые структуры. М. Кастельс особенно отмечает тот факт, что социально-сетевые структуры нельзя воспринимать исключительно как порождение информационного общества, поскольку сами по себе социальные сети существовали и ранее, до появления и масштабного распространения современных информационно-коммуникативных технологий ^[7, с.9]. Разделяя точку зрения М. Кастельса, мы хотим отметить, что на всей протяжённости человеческой истории индивидам всегда было свойственно объединяться в группы, которые исторически зарекомендовали себя надёжными и устойчивыми социальными

структурами, прошедшими все испытания временем. И в настоящее время мы видим, что процесс объединения индивидов в социальные группы не только не ослабевает, но и переходит на качественно новый уровень развития благодаря повсеместному распространению современных информационно-коммуникативных технологий и, в частности, глобальной сети Интернет, для современного состояния которой характерно невероятно сильное распространение современных социально-сетевых веб-сервисов. Так, аудитория одного из крупнейших социально-сетевых веб-сервисов Facebook (<http://www.facebook.com>) в настоящее время составляет примерно 900 млн. пользователей, Twitter (<http://www.twitter.com>) примерно 310 млн. пользователей, LinkedIn (<http://www.linkedin.com>) примерно 255 млн. пользователей ^[25].

Обобщая мнения многочисленных исследователей и выражая наше отношение к вопросу влияния социально-сетевых веб-сервисов на общественно-политическую жизнь, значительная привлекательность для конечных пользователей, а также высокая интегрированность современных социально-сетевых веб-сервисов в повседневную жизнь обусловлена совокупностью двух групп факторов: во-первых, психо-социальными факторами, сущность которых раскрывается в том, что современные социально-сетевые веб-сервисы действительно выполняют роль механизма эффективной социализации индивидов, склонных к «самостоятельному и независимому управлению своей окружающей информационной средой» ^[26], обеспечивая широкие возможности межличностной коммуникации в различных форматах и формирования релевантных социальных групп и сред общения, а, во-вторых, прикладными, технологическими факторами, речь о которых пойдёт далее.

Современные социально-сетевые веб-сервисы являются результатом многолетней эволюции информационно-коммуникативных технологий, начало которой было положено в 1969 году в рамках создания в США проекта ARPANET — телекоммуникационной сети, которая должна была обеспечить эффективный информационный обмен между органами государственной власти в случае нанесения по территории США ядерного удара, а также для оптимизации взаимодействия научных кадров в ходе различных военных разработок ^[4]. Дальнейшее развитие технологий и, в том числе, так называемая «телекоммуникационная революция» ^[3, с.13], привело к тому, что Интернет эволюционировал из закрытой внутренней информационной сети учёных в массовое средство коммуникации. Сов-

ременный научный взгляд на эволюцию Интернета выделяет следующие основные исторические стадии его развития: исследовательский (до 1990-х гг.), Веб 1.0 (1990–2000-е гг.) и Веб 2.0 (с 2000-х гг.) [2, с.42]. Именно эпохе Веб 2.0, автором названия которой является известный исследователь Интернета Т. О'Райли [27], мы обязаны появлению современных социально-сетевых веб-сервисов, в номенклатуре специфических качеств которых можно выделить простоту создания и поддержки социальных групп, отсутствие географических барьеров, возможность мгновенного распространения информации среди значительной аудитории и эффективной мобилизации целевых аудиторий и профессиональных сред, лёгкий доступ к относительно точному измерению эффективности обратной связи, глубокую степень взаимной интеграции физически разделённых платформ, высочайшую интеграцию мультимедийных технологий в базовый функционал, а также определённую независимость от внешних административных факторов воздействия, что позволяет активно использовать их коммуникативные возможности как в социально-экономических, так и политических процессах [9].

Для более глубокого понимания специфики современных социально-сетевых веб-сервисов нам необходимо раскрыть их основные содержательные характеристики. Жизненный цикл современных социально-сетевых веб-сервисов построен на использовании социально-сетевых технологий, которые представляют собой материальный базис, обеспечивающий функционирование информационной среды, в рамках которых протекает информационный обмен между пользователями. Социально-сетевые технологии включают в себя программно-технические средства, а также аппаратное обеспечение — телекоммуникационное оборудование, обеспечивающие реализацию заложенного в них функционала. Функционалом же социально-сетевых веб-сервисов является взаимодействие пользователей, под которым необходимо подразумевать именно коммуникацию, которая, в данном случае приобретает социально-сетевой характер. Здесь также необходимо добавить, что немаловажным фактором, оказывающим влияние на социально-сетевые коммуникации является значительное развитие программно-технического базиса современных информационных систем, в том числе так называемого интеграционного API (Application Programming Interface) — интерфейса программирования приложений [5], унифицирующего процесс информационных транзакций между различными программными платформами, что привело к тому, что информационное сообще-

ние, размещаемое на Интернет-ресурсе формата Веб 1.0, но с подключённым интеграционным API, мгновенно ретранслируется в основные социально-сетевые веб-сервисы.

Таким образом, социально-сетевая коммуникация — это информационный обмен, протекающий в рамках современных социально-сетевых веб-сервисов и интегрированных с ними информационных ресурсов на основе использования современных социально-сетевых технологий.

В настоящее время существует множество различных подходов к классификации современных социально-сетевых веб-сервисов, в том числе: по тематике, по значимости виртуальных представительства или контента, по соотношению коммуникативности и доминирования [28] или по категориальному аппарату, включающему в себя тип, информационную открытость, географический признак, степень технологического развития [22] и многие другие. Также следует отметить, что большинство исследователей при рассмотрении вопроса классификации современных социально-сетевых веб-сервисов ограничиваются основными и наиболее популярными ресурсами, явным образом декларирующими свою социально-сетевую специфику. Вместе с тем, нам кажется необходимым также учитывать уже упомянутое ранее интеграционное API (Application Programming Interface), обеспечивающее качественное расширение социально- сетевого кластера информационных ресурсов современного Интернета.

Таким образом, отдавая должное справедливости существующих подходов к данному вопросу, нам всё же хотелось бы подчеркнуть особый интерес, который в рамках тематики настоящего исследования вызывают прикладные направления использования социально-сетевых веб-сервисов в ходе социального коммуникационного взаимодействия, осуществляемого в рамках всей совокупности современных социально-сетевых веб-сервисов, детерминируемые консолидацией, с одной стороны, человеческого стремления к социализации в рамках релевантных социальных групп и сред общения, а с другой стороны — обширным технологическим инструментарием и соответствующей спецификой современных социально-сетевых платформ. Обозначенные прикладные направления социального взаимодействия очевидным образом проявляются в функционале того или иного социально- сетевого веб-сервиса. Формирование актуальной картины существующих прикладных функциональных направлений социального взаимодействия в рамках современных социально-сетевых веб-сервисов по-

зволит нам в дальнейшем выделить основные виды социально-сетевых коммуникаций.

Проанализировав совокупность современных социально-сетевых веб-сервисов, данные о которых были получены из наборов открытых данных, размещённых на специализированных аналитических информационных ресурсах, а также иных публичных информационных ресурсах ^[11, 30–34] по функциональному направлению социального взаимодействия мы выработали следующую их условную классификацию.

Публицистические сообщества, к которым мы можем отнести такие информационные ресурсы, как «Живой журнал» (<http://www.livejournal.com>), Twitter (<https://twitter.com>), LiveInternet (<http://www.li.ru>), Tumblr (<https://www.tumblr.com>) и иные, в рамках которых пользователи осуществляют публикацию и обсуждение значимой для них информации в рамках своих публичных персонализированных представительства.

Сети социальных контактов, к которым мы можем отнести такие информационные ресурсы, как Facebook (<https://www.facebook.com>), Google+ (<https://plus.google.com>), LinkedIn (<https://www.linkedin.com>), ВКонтакте (<http://vk.com>) и прочие ресурсы, в рамках которых пользователи осуществляют установление различного рода персональных контактов, а также соответствующий обмен разнообразной информацией.

Мультимедийные, которым мы можем отнести такие информационные ресурсы, как YouTube (<https://www.youtube.com>), Vimeo (<https://vimeo.com>), Instagram (<https://instagram.com>), Soundcloud (<https://soundcloud.com>), Last.FM (<http://www.lastfm.ru>) и прочие ресурсы, в рамках которых пользователи осуществляют обмен мультимедийной информацией различных форматов (видеооролики, аудиозаписи, статические и динамические изображения и иные).

Репозиторные, к которым мы можем отнести такие информационные ресурсы, как Delicious (<https://delicious.com>), Flickr (<https://www.flickr.com>), BibSonomy.org (<http://www.bibsonomy.org>) и прочие ресурсы, в рамках которых пользователи осуществляют размещение, хранение и совместное использование различного рода статического информационного содержания (фотоальбомы, перечни социальных закладок, статьи и иные).

Творческие, к которым мы можем отнести такие информационные ресурсы, как Википедия (<https://ru.wikipedia.org>), Innocentive (<http://www.innocentive.com>), Change.org (<https://www.change.org>), Foursquare (<https://foursquare.com>)

и прочие ресурсы, в рамках которых пользователи осуществляют коллективное создание информационного наполнения (статьи, результаты голосований, совокупность пользовательских оценок и иная информация).

Краудфандинговые, к которым мы можем отнести такие информационные ресурсы, как Kickstarter (<https://www.kickstarter.com>), Indiegogo (<https://www.indiegogo.com>), ThankYou (<http://thankyou.ru>) и прочие ресурсы, в рамках которых пользователи осуществляют коллективный сбор денежных средств и иных материальных ресурсов с различными целями (инвестиции, благотворительность и иные).

Мобилизационные, к которым мы можем отнести такие информационные ресурсы, как Avaaz (<http://www.avaaz.org>), «Виртуальная Рында» (<http://rynda.org>) Zoho (<http://www.zoho.com>), ФлешМоб (<http://myflashmob.ru>), в рамках которых осуществляется коллективная организация и координация пользователей в рамках выполнения тех или иных проектов (социально-значимых, производственных или развлекательных).

При этом становится очевидным, что, обобщая теоретические подходы и концепции современных исследователей, рассматривая обозначенные ресурсы с точки зрения их программно-технического функционала, а также содержания, направленности и целевого результата протекающих в них социально-сетевых коммуникаций в целом можно выделить четыре основных аспекта социально-сетевого коммунцирования: обмен информацией как таковой, коллективная разработка информационных материалов, консолидация материальных ресурсов, а также координация и управление географически распределёнными группами.

Таким образом, мы можем выделить следующие основные виды социально-сетевых коммуникаций: дискурсионные социально-сетевые коммуникации — в рамках которых осуществляется исключительно информирование; контент-генерирующие социально-сетевые коммуникации — в рамках которых осуществляется коллективное формирование теоретических знаний; ресурсо-аккумулирующие социально-сетевые коммуникации — в рамках которых осуществляется сбор финансовых и иных материальных ресурсов и организационно-координирующие социально-сетевые коммуникации — в рамках которых осуществляется коллективная работа, координация, управление в ходе решения тех или иных задач.

Крайне важно отметить, что тот или иной выделенный вид социально-сетевых коммуникаций мо-

жет протекать в рамках различных групп социально-сетевых веб-сервисов: к примеру, информирование и сбор денежных средств, осуществляемый в рамках одного из обозначенных краудфандинговых социально-сетевых веб-сервисов может осуществляться на базе публицистического веб-сервиса, за счёт функционирования современного интеграционного API, позволяющего произвести финансовую транзакцию «здесь и сейчас».

Дискурсионные социально-сетевые коммуникации протекают в рамках всей совокупности обозначенных социально-сетевых веб-сервисов. Безусловно, информационный обмен как таковой присущ всей совокупности рассматриваемых социально-сетевых веб-сервисов, что обусловлено их природой, рассмотренной ранее. Вместе с тем, отличительной особенностью и ключевой причиной, по которой мы предлагаем выделить данный тип социально-сетевой коммуникации в отдельное направление является конечная цель информационного воздействия, предполагающий в данном случае информирование как таковое в ходе пользовательского обмена мнениями. Таким образом, дискурсионные социально-сетевые коммуникации — это информационный обмен, протекающий в рамках современных социально-сетевых веб-сервисов и интегрированных с ними информационных ресурсов на основе использования современных социально-сетевых технологий, целью которого является информирование пользовательской аудитории.

При этом нельзя не упомянуть про особую специфику дискурсионных социально-сетевых коммуникаций, которая в полной мере соответствует концепции многоступенчатой коммуникации П. Лазарсфельда. Локальные виртуальные лидеры мнений «политфлюэентиалы»^[10, с.97] активно ретранслируют информацию, соответствующую по Барберу их «климату ожиданий», а также «климату ожиданий» своей аудитории^[20], то есть информацию, релевантную по своей сути для возглавляемой ими социальной группы, вызывая ощутимый эффект, что выводит на первый план очевидную необходимость чёткого таргетирования для коммуникатора, о чём упоминает в своей работе И. А. Быков^[2], подчёркивая важность прицельной коммуникации для практикующих политических технологов, консультантов, специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

Дискурсионные социально-сетевые коммуникации играют крайне значимую роль в общественной жизни. В докладе, опубликованном Американской университетской школой коммуникаций выделено несколько основных областей, в которых это

можно проследить. Во-первых, у людей появляется возможность самостоятельного выбора источника информации, снижая монопольную роль традиционных средств массовой информации. Во-вторых, люди приобретают возможность оперативно распространять собственные информационные сообщения среди внушительной аудитории, сохраняя эффективную обратную связь и обеспечивая прямое интерактивное взаимодействие между коммуникаторами. В-третьих, технические возможности современных социально-сетевых веб-сервисов обеспечивают высокую степень общественного контроля за достоверностью информации. Все это неизбежно привело к возникновению феномена, при котором дискурсионные социально-сетевые коммуникации, содержащие относительно достоверные информационные сообщения, создают актуальные информационные поводы, от которых все больше начинают зависеть традиционные средства массовой информации^[22].

Ресурсо-аккумулирующие социально-сетевые коммуникации протекают в рамках сетей социальных контактов, публицистических, а также краудфандинговых социально-сетевых веб-сервисов. Актуальное значение ресурсо-аккумулирующих социально-сетевых коммуникаций в контексте настоящего исследования обусловлено тем, что экономические ресурсы занимают одно из важнейших мест в политической деятельности, являясь эффективным инструментом материального обеспечения потребностей, неизбежно возникающих при решении различных политических задач. При этом номенклатура методов аккумуляции экономических ресурсов в политической практике неизбежно расширяется и улучшает свои качественные характеристики, переходя также и в социально-сетевой коммуникативный формат для того, чтобы в полной мере отвечать вызовам современной объективной действительности.

Ресурсо-аккумулирующие социально-сетевые коммуникации — это информационный обмен, протекающий в рамках современных социально-сетевых веб-сервисов и интегрированных с ними информационных ресурсов на основе использования современных социально-сетевых технологий, целью которого является коллективное сотрудничество индивидов, которые на добровольных началах объединяют свои финансовые или иные ресурсы для поддержки тех или иных проектов.

В процессе коммуникации изначально ставится определённая цель, заявляется необходимая денежная сумма или целевые количественные объёмы того или иного материального ресурса, составляется

детальная калькуляция всех расходов, а информация о ходе сбора средств публично доступна и открыта для всех желающих. Большинство современных исследователей выделяют следующие возможные результирующие направления ресурсо-аккумулирующих социально-сетевых коммуникаций: сбор средств на реализацию различного рода проектов, финансовое обеспечение деятельности отдельных лиц, групп и организаций, в том числе — политических деятелей и общественно-политических движений, благотворительность (помощь голодающим, борьба с различными заболеваниями в глобальном и точечном масштабе, защита животных).

Контент-генерирующие социально-сетевые коммуникации протекают в рамках сетей социальных контактов, публицистических, творческих и мобилизационных социально-сетевых веб-сервисов.

Контент-генерирующие социально-сетевые коммуникации — это информационный обмен, протекающий в рамках современных социально-сетевых веб-сервисов и интегрированных с ними информационных ресурсов на основе использования современных социально-сетевых технологий, целью которого является разработка нового информационного содержания, обладающего актуальностью, новизной и прикладным характером.

К основным отличительным признакам контент-генерирующих социально-сетевых коммуникаций относятся: добровольное альтруистичное участие, наличие конечной цели, а также разбивка рабочего проекта на минимальные структурные единицы. Конечным продуктом коммуникации является информационное содержание, полученное коллективным трудом множества людей, чьи мнения, проходя через борьбу противоположных точек зрения, формируют единицу информации, обладающую объективной новизной, актуальностью и прикладным характером. Все участники коллективной работы «одновременно и генераторы смыслов, и эксперты собранных предложений»^[29].

Полученный контент может принимать самые разные формы: комплексные информационные доклады какого-либо объекта или явления, совокупность пользовательских оценок по какому-либо вопросу, результаты анализа по обозначенным контрольным параметрам, совокупность распознанных и классифицированных объектов по изначально заданному алгоритму, оценка эффективности процесса или управленческого решения и многие другие. В этом ключе следует отметить результаты исследования, проведённого Массачусетским технологическим институтом, результаты которого говорят о том, что наиболее эффективными и результативными

становились коммуникации между индивидами, обладающими меньшим практическим опытом в конкретной отрасли^[17, с.49]. Б. Новек, анализируя в своей работе этот феномен, подчёркивает, что подключение к разработке какого-либо теоретического проекта частных компетенций и жизненного опыта отдельных «самоизбранных знатоков», объединённых через Интернет даёт обширные возможности по дополнению суммы знаний и умений штатных профессионалов^[12, с.9].

Тем более важной представляется та роль, которую могут сыграть контент-генерирующие социально-сетевые коммуникации в рамках коллективной разработки общественно-значимого политического знания политически не ангажированными индивидами, будь то законопроект, концепция или план мероприятий. Коллективный политический контент, создаваемый контент-генерирующими социально-сетевыми коммуникациями может найти обширное практическое применение, в том числе в ходе разработки законодательных инициатив муниципального, регионального и федерального уровней, подготовки предложений по развитию городского и территориального управления, формулирования сообщений о проблемах общественно-политического характера и их последующего решения, получения эффективной обратной связи, в том числе, в рамках электорального процесса, бюджетного планирования и многих других областях.

Вместе с тем, по нашему мнению, потенциал контент-генерирующих социально-сетевых коммуникаций выходит за пределы рассматриваемой Б. Новеком проблематики государственного управления. В этом контексте нельзя не упомянуть отечественного исследователя А. В. Соколова, по мнению которого, практические результаты контент-генерирующих социально-сетевых коммуникаций в сфере публичной политики решают одновременно несколько важных задач. Во-первых, они способствуют консолидации и активизации «сетевого гражданского общества» в решении реально существующих социальных проблем. Второй важной задачей является инициирование и внедрение инноваций в систему политического менеджмента^[13].

Организационно-координирующие социально-сетевые коммуникации протекают в рамках сетей социальных контактов, публицистических, мультимедийных и мобилизационных социально-сетевых веб-сервисов.

Организационно-координирующие социально-сетевые коммуникации — это информационный обмен, протекающий в рамках современных социально-сетевых веб-сервисов и интегрированных с ними

информационных ресурсов на основе использования современных социально-сетевых технологий, целью которого является целенаправленная организация и координация индивидов в ходе решения стоящих перед ними задач.

Актуальное значение организационно-координирующих социально-сетевых коммуникаций обусловлено важностью процессов мобилизации граждан в ходе коллективного решения актуальных проблем, участия в совместных публичных акциях для общественной жизни. Особенный смысл данный факт приобретает в условиях современного информационного общества и растущей гражданской активности, при которой актуальная социально-значимая повестка дня находит отклик среди различных групп населения, готовых принимать самое деятельное участие в её решении, в следствие чего организационно-координирующие социально-сетевые коммуникации размывают границы между виртуальным и реальным мирами. Во многом это связано с самим форматом социально-сетевой коммуникации. Так, О. А. Усачёва в своей работе отмечает, что специфика современных информационно-коммуникативных технологий трансформируют структурные характеристики организованных социальных объединений и сообществ, усиливая их «горизонтальность» и снижая транзакционные издержки в связи с нейтрализацией посреднических компонентов [16].

Организационно-координирующие социально-сетевые коммуникации осуществляются на благодатной почве, подготовленной дискурсионным типом коммуникаций, которые обеспечивают создание сильных связей между индивидами и социальными группами, повышающих самооценку и общую вовлеченность участников, что приводит к значительному повышению мобилизационного потенциала [6]. Этим обусловлена очевидность того факта, что организационно-координирующие социально-сетевые коммуникации, по нашему мнению, должны находить широкое применение в общественно-политической жизни. Организация работы предвыборных штабов и прочих органов

управления общественных движений и организаций, организация и координация различного рода публичных мероприятий и акций, а также прочие виды и формы мобилизации гражданского общества и расширения политического участия — вот основные практические форматы проявления данного типа социально-сетевых коммуникаций, в чём сходится большинство современных исследователей. Так, по мнению отечественных исследователей А. В. Соколова и А. В. Соловьёвой, организационно-координирующие социально-сетевые коммуникации обеспечивают реализацию социально-значимых функций — координацию деятельности граждан, а также практическую реализацию эффекта «коллективной идентичности» [14].

Как мы видим, спектр социально-коммуникативного взаимодействия в виртуальной среде действительно чрезвычайно обширен. Выделенные виды социально-сетевых коммуникаций невероятно сильно интегрированы и взаимосвязаны не только в рамках обширного перечня социально-сетевых веб-сервисов, но и вне их за счёт современных интеграционных социально-сетевых технологий, что значительно усложняет эмпирическое исследование, основанное на изучении воздействия социально-сетевых коммуникаций на политическую сферу, предусматривающее в качестве прикладных исследовательских точек собственно программно-технические платформы социально-сетевых веб-сервисов, как это принято в большинстве работ современных исследователей. Современные социально-сетевые коммуникации размывают физические границы между различными программно-техническими платформами и нацелены исключительно на достижение поставленных целей. В связи с этим нам видится целесообразным использовать сформированную в настоящем исследовании классификацию социально-сетевых коммуникаций в качестве прикладного исследовательского базиса в ходе эмпирического исследования особенностей проявления и инфлуентального воздействия современных социально-сетевых коммуникаций на политический процесс.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Бронников И. А. Политическая коммуникация и современность // *НВ: Вопросы права и политики*. — 2013. — № 4. — С. 66–88.
2. Быков И. А. Сетевая политическая коммуникация: Теория, практика и методы исследования: монография. — СПб.: ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2013. — 200 с.
3. Воронина Т. П. Информационное общество: сущность, черты, проблемы. М.: ЦАГИ, 1995. 110 с.
4. Григорьев М. С. Политические коммуникации в «век информации» // *Политическое управление: Сборник научных трудов кафедры политологии и политического управления*. М.: РАГС, 1998. С. 288–299

5. Золотарь А. К. Анализ социальных сетей и данных // Информационные технологии XXI века. Сборник научных трудов. Хабаровск, 2014, с. 265–269
6. Камоликова В. Р. Влияние Интернета на формирование и функционирование политических организаций // Бизнес. Общество. Власть. 2011. с. 142–155
7. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория, 2004
8. Кирка А. В. Исторические аспекты формирования и развития политических коммуникаций в России // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2012. № 20. С. 099–102.
9. Кирка А. В. Социально-сетевые сообщества — новый уровень политических коммуникаций // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2012. № 4. С. 47–51.
10. Киселев А. А., Самаркина И. В. Интернет: модель и практики политического участия. — Краснодар: ООО «Оттиск», 2007
11. Маклюэн М. Галактика Гуттенберга. Киев: Ника Центр, 2003. 432 с.
12. Новек Бет. Wiki-правительство. Как технологии могут сделать власть лучше, демократию — сильнее, а граждан — влиятельнее = Wiki Government: How Technology Can Make Government Better, Democracy Stronger, and Citizens More Powerful. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 292 с.
13. Соколов А. В. «Краудсорсинг: новая технология гражданской кооперации» Социальный компьютеринг: Основы, технологии развития, социально-гуманитарные эффекты (ISC-14) Материалы Третьей Международной научно-практической конференции. 2014. С. 271–275.
14. Соколов А. В., Соловьёва А. В. Мобилизация в общественно-политических кампаниях // Власть. 2013. с. 055–058
15. Соловьев А. И., Политология: Политическая теория, политические технологии.: Учебник для студентов вузов. — М.: Аспект Пресс, 2000
16. Усачева О. А. Сети гражданской мобилизации // Общественные науки и современность, 2012, No 6, с. 37.
17. Хау Джефф Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Пер. с англ. — М.: «Альпина Паблишер», 2012
18. Цыганков П. А. Международные процессы в условиях глобализации: проблема эффективной коммуникации // Вестник Московского университета. — Сер. 18: Социология и политология. — 1999. — № 4. — С. 56–65
19. Шварценберг Р. — Ж. Политическая социология: В 3 ч. — Ч.1. — М, 1993. С. 174.
20. Barber I. D. The Presidential Character: Predicting Performance in the White House. NY., 1977
21. Boyd D. M., Ellison N. B. Social Network Sites: Definition, History and Scholarship / danah m. boyd, Nicole B. Ellison. — Journal of Computer-Mediated Communication. — № 13. — 2008
22. Clark, J. & Aufderheide, P. (2009). Public Media 2.0: Dynamic, engaged publics. American University School of Communication Center for Social Media, 2–26.
23. http://enc-dic.com/enc_совет/Коммуникация-61238.html
24. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
25. <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>
26. <http://ashpi.asu.ru/studies/2007/chrnshv.html>
27. <http://oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>
28. http://habrahabr.ru/company/SECL_GROUP/blog/22811
29. http://www.ng.ru/scenario/2012-02-28/9_apologia.html
30. <http://www.alexa.com>
31. <http://www.dmoz.org>
32. <https://en.wikipedia.org>
33. <https://yaca.yandex.ru>
34. <http://www.tns-global.r>

REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Bronnikov I. A. Politicheskaya kommunikatsiya i sovremennost' // NB: Voprosy prava i politiki. — 2013. — № 4. — С.66–88.
2. Bykov I. A. Setevaya politicheskaya kommunikatsiya: Teoriya, praktika i metody issledovaniya: monografiya. — SPb.: FGBOU VPO 'SPGUTD', 2013. — 200 s.

3. Voronina T. P. *Informatsionnoe obshchestvo: sushchnost', cherty, problemy*. M.: TsAGI, 1995. 110 s.
4. Grigor'ev M. S. *Politicheskie kommunikatsii v 'vek informatsii' // Politicheskoe upravlenie: Sbornik nauchnykh trudov kafedry politologii i politicheskogo upravleniya*. M.: RAGS, 1998. S. 288–299
5. Zolotar' A. K. *Analiz sotsial'nykh setei i dannykh // Informatsionnye tekhnologii XXI veka. Sbornik nauchnykh trudov. Khabarovsk, 2014, s.265–269*
6. Kamolikova V. R. *Vliyanie Interneta na formirovanie i funktsionirovanie politicheskikh organizatsii // Biznes. Obshchestvo. Vlast'. 2011. s.142–155*
7. Kastel's M. *Galaktika Internet: Razmyshleniya ob Internete, biznese i obshchestve*. Ekaterinburg: U-Faktoriya, 2004
8. Kirka A. V. *Istoricheskie aspekty formirovaniya i razvitiya politicheskikh kommunikatsii v Rossii // Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyi universitet upravleniya)*. 2012. № 20. S. 099–102.
9. Kirka A. V. *Sotsial'no-setevye soobshchestva — novyi uroven' politicheskikh kommunikatsii // Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyi universitet upravleniya)*. 2012. № 4. S. 47–51.
10. Kiselev A. A., Samarkina I. V. *Internet: model' i praktiki politicheskogo uchastiya*. — Krasnodar: OOO 'Ottisk', 2007
11. Maklyuen M. *Galaktika Guttenberga*. Kiev: Nika Tsent, 2003. 432 s.
12. Novek Bet. *Wiki-pravitel'stvo. Kak tekhnologii mogut sdelat' vlast' luchshe, demokratiyu — sil'nee, a grazhdan — vliyatel'nee = Wiki Government: How Technology Can Make Government Better, Democracy Stronger, and Citizens More Powerful*. — M.: Al'pina Publisher, 2012. — 292 s.
13. Sokolov A. V. *'Kraudsorsing: novaya tekhnologiya grazhdanskoi kooperatsii' Sotsial'nyi komp'yuting: Osnovy, tekhnologii razvitiya, sotsial'no-gumanitarnye efekty (ISC-14) Materialy Tret'ei Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii*. 2014. S. 271–275.
14. Sokolov A. V., Solov'eva A. V. *Mobilizatsiya v obshchestvenno-politicheskikh kampaniyakh // Vlast'*. 2013. s.055–058
15. Solov'ev A. I., *Politologiya: Politicheskaya teoriya, politicheskie tekhnologii*. Uchebnik dlya studentov vuzov. — M.: Aspekt Press, 2000
16. Usacheva O. A. *Seti grazhdanskoi mobilizatsii // Obshchestvennye nauki i sovremennost', 2012, No 6, s. 37*.
17. Khau Dzheff *Kraudsorsing: Kollektivnyi razum kak instrument razvitiya biznesa / Per. s angl.* — M.: 'Al'pina Publisher', 2012
18. Tsygankov P. A. *Mezhdunarodnye protsessy v usloviyakh globalizatsii: problema effektivnoi kommunikatsii // Vestnik Moskovskogo universiteta*. — Ser. 18: Sotsiologiya i politologiya. — 1999. — № 4. — S. 56–65
19. Shvartsenberg R. — *Zh. Politicheskaya sotsiologiya: V 3 ch.* — Ch.1. — M, 1993. S. 174.
20. Barber I. D. *The Presidential Character: Predicting Performance in the White House*. NY., 1977
21. Boyd D. M., Ellison N. B. *Social Network Sites: Definition, History and Scholarship / danah m. boyd, Nicole B. Ellison*. — *Journal of Computer-Mediated Communication*. — № 13. — 2008
22. Clark, J. & Aufderheide, P. (2009). *Public Media 2.0: Dynamic, engaged publics*. American University School of Communication Center for Social Media, 2–26.
23. http://enc-dic.com/enc_sovet/Kommunikacija-61238.html
24. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
25. <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>
26. <http://ashpi.asu.ru/studies/2007/chrnshv.html>
27. <http://oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>
28. http://habrahabr.ru/company/SECL_GROUP/blog/22811
29. http://www.ng.ru/scenario/2012-02-28/9_apologia.html
30. <http://www.alexa.com>
31. <http://www.dmoz.org>
32. <https://en.wikipedia.org>
33. <https://yaca.yandex.ru>
34. <http://www.tns-global.r>