

На правах рукописи

Кравцов Владимир Владимирович

**ИННОВАЦИОННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И ВЛАСТЬ
В СОВРЕМЕННОМ МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Специальность: 10.01.10 - журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

доктора филологических наук

Москва – 2012

Работа выполнена на кафедре печатных СМИ ФГОУ ДПО «Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания»

Научный консультант: доктор филологических наук, профессор
Коханова Людмила Александровна
*Институт повышения квалификации
работников телевидения и радиовещания*

Официальные оппоненты: доктор исторических наук, профессор
Новиков Виктор Иванович
*Российский государственный социальный
университет*

доктор филологических наук, профессор
Самарцев Олег Робертович
Ульяновский государственный университет

доктор филологических наук, профессор
Страшнов Сергей Леонидович
Ивановский государственный университет

Ведущая организация: **Московский государственный
университет печати**

Защита диссертации состоится «29» марта 2012 года в 14.00 часов на заседании диссертационного совета Д 206.002.01 при ФГОУ ДПО «Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания» по адресу: 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2, аудитория 10.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГОУ ДПО «Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания» по адресу: 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2.

Автореферат диссертации размещен на сайтах <http://www.ipk.ru/>;
<http://vak.ed.gov.ru>

Автореферат разослан «28» февраля 2012г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат филологических наук, доцент

С.Л. Уразова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Взаимоотношения журналистики и власти в России имеют давнюю историю, в определенной степени отражая мировые тенденции данного симбиоза. Однако качественные изменения современной медийной сферы, predetermined ее технологическими преобразованиями, такими как компьютеризация, дигитализация, освоение глобальной сети Интернета и др., в настоящее время существенно повысили актуальность этой темы. Этому способствует также интенсивное развитие кабельного, спутникового и интернет-телевидения, а также все расширяющиеся возможности компьютерных коммуникаций и мобильная телефония, которые позволяют говорить о наличии новых масс-медиа.

Их существование признано обществом и де-факто, и де-юре, так как запросы самой широкой аудитории в качественной и оперативной информации во многом способствовали тому, чтобы технические достижения в области связи легли в основу новых информационно-коммуникативных систем. По мнению исследователей, «выжить и процветать смогут только те технические новшества, которые удовлетворяют потребности общества в стабильности, интеграции и эффективном производстве, которые позволяют держать под контролем угрозы этой стабильности, то есть различные конфликты и отклонения от принятых в обществе норм»¹.

Поэтому все чаще они говорят о появлении «новых медиа», которые отличаются от традиционных такими качествами, как, прежде всего, децентрализация. Оно заключается в том, что предложение и выбор медиа больше не определяется исключительно поставщиками информации. Также называется высокая пропускная способность, которая достигается

¹ Бакулев Г.П. Конвергенция медиа и журналистика/Г.П. Бакулев. – М.: ИПК РТ и Р, 2002. – С. 6.

тем, что передача сигналов происходит по кабелю и через спутники. Это позволяет преодолеть жесткие ограничения, которые присущи эфирному вещанию. И, конечно, интерактивность, когда аудитория имеет возможность выбирать информацию и обмениваться ею напрямую. Все это демонстрирует гибкость формы, содержания и использования информации². Формируется современное медийное пространство, которое характеризуется такими специфическими свойствами как гипертекстовость, мультимедийность, simultанность, предоставляя новые возможности для коммуникации журналистики и власти.

Этим объясняется тот факт, что сегодня «новые медиа» все глубже проникают в жизнь современного общества, меняют привычный процесс распространения информации и организации коммуникации.

В этих условиях власть все активнее начинает использовать медийные ресурсы, и, прежде всего, сетевые. При этом взаимодействие журналистики и власти в результате развития информационных технологий уже привело к двум ярко выраженным явлениям. СМИ, ставшие по выражению М. МакКомбса «активно вовлеченным фактором»³, превратились в неотъемлемого актора политического процесса, выстраивая виртуальную реальность политики. Переопределение политики, по мнению многих исследователей, произошло в результате сложного и неоднозначного процесса проникновения политического поля в медийное, в «результате которого и наблюдается перемещение политических смыслов из реальной области в область виртуальную, медийную»⁴.

² См.: McQuail, D. Mass Communication Theory: An Introduction. L., 1987. P.16.

³ См.: Mc Combs M. The Agenda Setting Role of the Mass Media in Shaping of Public Opinion. N/Y., 1998. P. 21.

⁴ СМИ и политика / Под. ред. Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2007. – С. 91.

Это позволяет говорить о медиатизации власти в условиях современного медийного пространства как новой парадигме развития отношений журналистики и власти.

В рамках понятия «информационная политика», родившейся сравнительно недавно, в конце XX в., здесь отражены два сущностных аспекта: признание информации в качестве важнейшего фактора общественного развития, что поднимает значимость совершенствования журналистской деятельности, а также необходимости управления властью информационными явлениями и процессами.

Зарубежные исследователи Э. Лоув, П. Шампань и др., впервые обосновавшие феномен медиатизации власти, отмечали, что он характеризуется не столько «развитием политических передач», воздействие которых воспринимается как нечто более важное, чем реальная политика, сколько «оформлением политико-журналистского поля»⁵, составляющего ядро информационной политики. Это символическое поле – место непрерывной борьбы за право создания реальности, концентрации внимания аудитории на общественно-политической тематике, ее корректировке в «повестке дня», в конечном счете, за власть медийного поля.

Эта особенность медиатизации власти являлась и является актуальнейшей проблемой взаимодействия власти и журналистики, объективным отражением политической системы.

Противоречия общественного бытия как результат взаимодействия противоположных процессов и тенденций осознаются журналистикой как проблемы общественно-политической практики. Общественно-политическая тематика всегда была одной из ведущих предметных областей в журналистике. Собственно, средства массовой информации

⁵ Шампань П. Делать мнение: Новая политическая игра/ П. Шампань. – М.: Sosio- Logos, 1997. – С. 154-155; Louw E. The media and political process. –London, 2005 и др.

являлись полем постановки, рефлексии, поиска решений проблем общественно-политической жизни общества. СМИ всегда представлялись как открытый и равнодоступный форум публичной сферы – место взаимодействия общественных и частных интересов.

Совершенно очевидно, что в условиях виртуального пространства общественно-политическая информация, транслируемая сетью, существенно видоизменяется и по форме, и по содержанию. «Новые медиа усиливают создателя информации на процесс коммуникации благодаря способности точно нацеливать сообщения и адаптировать их в соответствии с конкретными интересами и жизненным опытом своей аудитории».⁶

На примере общественно-политической тематики как сетевом контенте явно проявляются те тенденции, которые наиболее ярко выражаются под воздействием новых СМИ. Речь идет о конвергенции, конгломерации, глобализации и демассификации. Исследователи считают, что «их взаимозависимость, переплетение имеют нелинейный диалектический характер. Ускоряющийся и расширяющийся научно-технический прогресс размывает границы между разными медиа. Гигантские корпорации с диверсионными интересами скупают книжные издательства, газеты, журналы, радио- и телестанции, спутниковые и кабельные службы, провайдеров Интернета. Эта тенденция к конгломерации в глобальном масштабе ускоряется. Две другие (в каком-то примере противоположные) тенденции – продолжающиеся поиски аудитории, одновременно все более расширяющейся и сужающейся по интересам»⁷.

Одновременно разрушающаяся монополия власти на общественно-политическую информацию создает ситуацию, которая в разной степени

⁶ Бакулев Г.П. Конвергенция медиа и журналистика/Г.П. Бакулев. – М.: ИПК РТ и Р, 2002., – С. 100.

⁷ Там же. – С. 4

затрагивает как потребителя информации, так и ее создателя – журналиста. Это ставит перед исследователями новые задачи. «Изучая кино как вид искусства, журналистику как ремесло или телевидение как инструмент изменения общества, они исходили из иерархической модели коммуникации, когда информация распространяется в одном направлении – от источника к приемнику, от наделенного знаниями профессионала к податливой аудитории. Интерактивный характер новых СМК на первый план неизбежно выводит пользователя, аудиторию»⁸. Для пользователей сети изменяются ее критерии отбора и фиксации. В условиях информационной перегрузки достаточно трудно без профессиональных комментариев выделить общественно значимое явление, которое растворяется в лавине поступающей информации.

Теперь ученым приходится иметь дело с социальными, познавательными и экономическими аспектами коммуникации наряду с традиционными проблемами медиа.

Причем акцент на потребителя информации не умаляет роли профессионального журналиста. Наоборот, востребованность в профессионализме во всех сферах, в данном случае специализирующихся на общественно-политической тематике, существенно возрастает. Более того, с появлением сети журналисты получили совершенно новое средство для реализации своего профессионального предназначения, свободное от ограничений, свойственных традиционным медиа. Интернет, ориентированный на диалоговость, интерактивность, открывший пути развития инновационной журналистики, все больше становится областью смыслового взаимодействия с аудиторией, требует изменения формы и содержания общественно-политической тематике. Журналистский продукт общественно-политической тематике в силу свойства

⁸ Там же. С.9.

гипертекстовости сети должен быть структурно подобен современной действительности.

Можно утверждать, что уже сегодня медийное интернет-пространство представляет собой идеальную площадку для политического дискурса, свободного комментирования «повестки дня». Своевременность теоретического осознания перечисленных процессов является сегодня актуальнейшей задачей и необходимым условием цивилизованного развития новых медиа.

Таким образом, состояние взаимоотношений журналистики и власти в новых виртуальных реалиях, в контексте общественно-политической тематики позволяет говорить о том, что исследование этих взаимоотношений не стало еще разработанным и общепринятым направлением научного анализа, а существует более как исследовательская перспектива. Запоздывающее теоретическое осмысление данных процессов не способствует их практическому внедрению. Более того, недостаточность и дезинтегрированность концептуальной проработки информационных пространственных феноменов в новой медийной среде ведет к существенным негативным последствиям. В совокупности эти обстоятельства образуют проблемную ситуацию, выдвигающую на первый план необходимость ее изучения, что и составляет суть научного анализа в данной диссертационной работе.

Степень научной разработанности проблемы. Диапазон научных исследований, рассматривающих взаимоотношения журналистики и власти на всех этапах развития нашей страны, достаточно широк. Но существенно число их увеличилось в последние годы, так как, с одной стороны, сама журналистика претерпела серьезные качественные изменения, и это вызывает серьезный интерес не только теоретиков в области медиа, но и специалистов смежных сфер деятельности. С другой стороны, сама власть более активно начала формировать свою

информационную политику, что привело к активизации изучения этого явления. Тем самым в исследовательской литературе обозначилась и активно разрабатывается тема медиатизации политических процессов, осуществляемых властью, и включения в нее средств массовой информации. Наибольший интерес в этом блоке представляют работы Т. А. Аймалетдинова, В. А. Анниковой, Г. В. Белова, М. С. Вершинина, И. М. Дзялошинского, В. З. Когана, М. М. Назарова, Ю. А. Нисневича, В. Д. Попова, Г. Н. Попова, Е. П. Тавокина, И. И. Юзвизи́на и др.⁹

Работы по информационной политике, осуществляемой разными ветвями власти, органически связаны с исследованиями в области журналистики и массовых коммуникаций, которые дают картину функционирования традиционных и новых медиа в современном обществе. Эти проблемы раскрываются в работах Г. П. Бакулева, А. Г. Беспаловой, Н. Н. Богомоловой, Е. Л. Вартановой, И. И. Засурского, Я. Н. Засурского, Л. М. Земляновой, Е. А. Корниловой, С. Г. Корконосенко, А.П. Короченского, Ю.В. Лучинского, А.И. Станько и др.¹⁰.

⁹ *Аймалетдинов Т.А.* Доступ к информации о деятельности государственной власти в Российской Федерации: социологические проблемы/*Т.А. Аймалетдинов*. – М.:2004; *Анникова В.А.* Информационная политика в системе властных отношений: региональный аспект. Дисс. канд. полит. наук. – М.: 2001; *Белов Г.В.* Парадигма информационного общества и становление информационного права//Право и информатизация общества. – М.: 2002; *Вершинин М.С.* Политическая коммуникация в информационном обществе/*М.С. Вершинин*. – СПб., 2001; *Дзялошинский И.М.* Методы деятельности СМИ в условиях становления гражданского общества./*И.М. Дзялошинский*. - М.,:2001; *Он же.* Информационное пространство России: политическая метафора или научное понятие//Право знать: история, теория и практика, 2001, № 9-10; *Коган В.З.* Теория информационного взаимодействия. Философско-социологический очерк/ *В.З. Коган*. – М.:1991; *Назаров М.М.* Массовая коммуникация в современном мире. Издание 2-е/*М.М. Назаров*. – М.: 2002; *Нисневич Ю.А.* Информационная политика России: проблемы и перспективы/*Ю.А. Нисневич*. – М.: Мысль, 2000 *Он же.* Информация и власть/ *Ю.А. Нисневич*. - М.: 2000; *Попов В.Д.* Информациология и информационная политика/*В.Д. Попов*. – М.: 2001; *Он же.* Информационная политика/ Под общ. ред. *В.Д. Попова*. – М.: РАГС, 2003; *Попов Г.Н.* Переход России к информационному обществу/*Г.Н. Попов*. – СПб., 2003; *Тавокин Е.П.* Информационная политика: системный подход//Сб. статей. – М.: РАГС, 2001; *Юзвизи́н И.И.* Основы информациологии./*И.И. Юзвизи́н*. – М.: 2000 и др.

¹⁰ *Бакулев Г.П.* Конвергенция медиа и журналистика/*Г.П. Бакулев*. – М.: ИПК РТ и Р, 2002;. *Он же.* Массовая коммуникация: западные теории и концепции. 2-е изд./*Г.П. Бакулев* – М.: Аспект пресс, 2010; *Беспалова А.Г., Корнилова Е.А., Короченский А.П., Лучинский Ю.В., Станько А.И.* История мировой журналистики. М., 2003; *Богомолова Н.Н.* Социальная психология печати, радио и телевидения/*Н.Н. Богомолова*. – М.:1991; *Вартанова Е.Л.* Медиаэкономика зарубежных стран/*Е.Л. Вартанова*.- М.: 2003;СМИ в меняющейся России: Коллективная монография/Под ред. проф. *Е.Л. Вартановой*; – М.:

Новое качество медиа – овладение сетью, появление интернет-ресурсов связано с анализом социальных аспектов информатизации и становления информационного общества. Эти проблемы нашли отражение в работах зарубежных исследователей Д. Белла, А. Бениджера, Н. Винера, Р. Дарендорфа, М. Кастельса, Й. ван Квиленбурга, Р. Катца, У. Мартина, И. Масуды, А. Мэттеларта, У. Томаса, Э. Тоффлера, Дж. Фезера, Ф. Уэбстера и др.¹¹.

Наиболее ценными, в той или иной степени затрагивающими область данного исследования, являются работы, рассматривающие связи и закономерности развития объектов системы СМИ, что позволяет увидеть целостный характер этих отношений в едином информационно-коммуникативном пространстве. В связи с этим примечательны вышедшие в последние годы книги «Система средств массовой информации России», под редакцией Я.Н. Засурского¹², в которой Интернет представляется как компонент системы, «От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия»¹³, ставшая предметом становления российских сетевых ресурсов, а также

Аспект Пресс, 2010; *Засурский И.И.* Система массовой информации России/ *И.И. Засурский*. М., 2001; *Засурский Я.Н.* Власть, зеркало или служанка? В 2-х томах./ *Я.Н. Засурский*. - М.: 1998; *Он же*. Журналистика и общество: балансируя между государством, бизнесом и общественной сферой. // Средства массовой информации постсоветской России. – М.,: 2002. С. 195–231; *Засурский Я.Н., Вартанова Е.Л., Засурский И.И.* Средства массовой информации постсоветской России. М., 2002; *Землянова Л.М.* Коммуникативистика и средства информации/ *Л.М. Землянова* - М.: 2004; *Корконосенко С.Г.* Основы журналистики/ *С.Г. Корконосенко* - М.: 2001 и др.

¹¹ *Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования. – М., 1999; *Винер Н.* Человеческое использование человеческих существ: кибернетика и общество. // *Винер Н.* Человек управляющий. – СПб., 2001; *Кастельс М.* Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. – Екатеринбург, 2004; *Тоффлер Э.* Третья волна. М., 1999; *Он же.* Метаморфозы власти: Знание, богатство и сила на пороге XXI в. – М., 2003; *Уэбстер Ф.* Теории информационного общества. – М., 2004; *Beniger I.R.* The Control Revolution: Technologic and Economical Origins of the Information Society. – Cambridge, Mass.; London, 1986; *Cuilenburg J.J. van.* The Information Society: Some Trends and Implications. // *European Journal of Communication*. – 1987. – Vol.2., № 1; *Dahrendorf R.* Reflections of the Revolution in Europe. – New York, 1990; *Feather J.* The Information Society: A Study of Continuity and Change. – London, 2000; *Katz R.L.* The Information Society: An International Perspective. – N.Y., 1988; *Martin W.J.* The Information Society. – London, 1988; *Masuda Y.* The Information Society as Post-Industrial Society. – Washington, 1983; *Mattelart A.* The Information Society: An Introduction. – London; Thousand Oaks, Calif., 2003 и др.

¹² Система средств массовой информации России / Под ред. *Я.Н. Засурского*. М., 2003.

¹³ От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия/Отв. ред. *Я.Н. Засурский, Е.Л. Вартанова*. М., 2000.

коллективный труд «Интернет-СМИ: теория и практика»¹⁴, где интернет-СМИ рассматриваются в теоретическом и прикладном ключе как новый медийный сегмент, появившийся в результате конвергенции и освоения сети профессиональными производителями информации.

Безусловно, большой вклад в развитие этого научного направления внесли исследования А.И. Акопова, в которых он одним из первых рассматривает сеть как информационно-коммуникативное пространство¹⁵. В вышедших чуть позже под его редакцией двух сборниках «Журналистика электронных сетей» эти идеи получили свое дальнейшее развитие в статьях его учеников¹⁶. В них электронные сети представлены как общественное явление, как система, изменившая привычные представления о средствах массовой информации. Изучение сети с гуманитарных позиций предполагает рассмотрение Интернета в качестве медиа, а информационно-коммуникативное пространство, или медиaprостранство как медиатированную реальность. В этом смысле примечательна работа М.М. Колесниковой¹⁷.

К одной из первых работ, в которой интернет-журналистика представлена как отдельный компонент системы СМИ, можно отнести работу А.А. Калмыкова и Л.А. Кохановой «Интернет-журналистика»¹⁸. Развитие этого положения в дальнейших работах авторов позволило доказать, что и сама система СМИ является частью системы массовых коммуникаций, в которую в качестве отдельного сегмента входят интернет-медиа. И, что наиболее важно для темы нашего исследования,

¹⁴ Интернет-СМИ: теория и практика/ Под ред. М.М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010.

¹⁵ Электронная курилка, компьютерное казино или новый вид СМИ? // Журналист. 1997, № 11. С. 59-60; Электронные сети как новый вид СМИ // Филологический вестник Ростовского университета. Ростов-н/Д., 1998. № 3. С. 43 – 51.

¹⁶ Журналистика электронных сетей Сборник научных работ. Выпуск № 1, № 2. Под ред. проф. А.И. Акопова. – Воронеж, 2006, 2008.

¹⁷ Колесникова М.М. Периодические издания электронных сетей как вид СМИ (типологический аспект): Дисс. ... канд. филол. наук. Ростов-н/Д., 2002.

¹⁸ Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет – журналистика. Учебное пособие для студентов вузов по специальности 021400 «Журналистика» / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2005.

«свойства СМИ детерминируются свойствами СМК и трансформируются при внутрисистемном взаимодействии журналистики, интернета, коммуникативных практик PR, рекламы, политики и т.п.»¹⁹.

Введенный в научный оборот М.Н. Грачевым термин «коммуникативное прочтение политики»²⁰ как нельзя лучше дает возможность выявить появление новых стандартов публикаций общественно-политической тематики. Они реализуют по сути новую информационно-коммуникативную парадигму, которая характеризуется усилением коммуникативной составляющей журналистской деятельности. Появился ряд специальных работ, посвященных изучению отдельных сторон политической коммуникации, формированию информационной политики, осуществляемой властью. Это монографии А.В. Дмитриева, В.И. Кравченко, В.В. Латынова, А.Т. Хлопьева, А.А. Чичановского, С.А. Шомовой²¹ и др.

В целом, исследования отечественных и зарубежных авторов, рассматривающие различные аспекты взаимоотношений журналистики и власти, представлены: обобщением эмпирических данных о воздействии СМИ, продвижении политических медиа-образов, создаваемых ими, а также анализом их восприятия различными аудиториями; и построением моделей, отображающих содержание и тенденции развития информационно-коммуникативных процессов воздействия и взаимодействия субъектов политики на уровне политической системы и общества в целом.

¹⁹ См.: *Калмыков А.А.* Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация. Автореферат дисс. доктора филол. наук. М., 2009. – С. 13.

²⁰ См.: *Грачев М.Н.* Политическая коммуникация: теоретико-методологический анализ. Автореферат дисс. доктора политических наук. - М.: МПГУ, 2005.

²¹ *Дмитриев А.В.* Неформальная политическая коммуникация. / *А.В. Дмитриев., В.В. Латынов, А.Т. Хлопьев.* - М.: 1997; *Кравченко В.И.* Власть и коммуникация: проблемы взаимодействия в информационном обществе. / *В.И. Кравченко.* - СПб.: 2003; *Чичановский А.А.* В тенетах свободы: Политологические проблемы взаимодействия властных структур, средств массовой информации и общества в новых геополитических условиях. / *А.А. Чичановский.* - М.: 1995; *Шомова С.А.* Политическая коммуникация: социокультурные тенденции и механизмы / *С.А. Шомова.* – М.: 2004. и др.

Причем наблюдается явный перевес исследований в сторону информационного воздействия медиа на аудиторию. Меньшее значение отводится разработке и освоению дискурсивных практик, ориентированных на общественно-политическую тематику, сутью которой является *взаимодействие журналистики и власти в условиях новой виртуальной среды*. В этом смысле Интернет должен рассматриваться коммуникацией взаимодействия, который обрел субъектность, то есть осуществление целого ряда функций, позволяющих вести общественный диалог. К числу таких исследований, которые стали появляться в последнее время, следует отнести диссертационное исследование Е. Воробьевой «Интернет-СМИ как источник и транслятор гражданских инициатив»²². В нем автор анализирует современные тенденции в области выдвижения гражданских инициатив и той роли, которую играют Интернет-СМИ в данном процессе, каким образом они способствуют формированию гражданской журналистики в сети.

Развивает тему политической коммуникации медиа и власти в контексте взаимодействия с общественностью, которая осуществляется на сетевом информационном поле, и работа В. Кобьялко «Блогосфера в информационном пространстве региона»²³.

Эти работы напрямую связаны с предметно-тематической специализацией в журналистике, требующей от профессионалов компетентности в той или иной сфере деятельности и параллельно освоения новых профессиональных сред, в частности интернета. За последнее время эти вопросы нашли свое отражение в коллективной работе «Проблематика СМИ: Информационная повестка дня»²⁴,

²² Воробьева Е.А. Интернет-СМИ как источник и транслятор гражданских инициатив. Автореферат дисс. канд. Филолог. наук.- Иваново, 2010.

²³ Кобьялко В.В. Блогосфера в информационном пространстве региона/ В.В. Кобьялко. М. 2010.

²⁴ Проблематика СМИ: Информационная повестка дня/ Под. ред. М.В. Шкондина, Г.С. Вычуба, Т.И. Фроловой. – М.: Аспект Пресс, 2008.

диссертационной работе А.А. Калмыкова²⁵, в которой одна из глав рассматривает параметры профессионализации журналиста в эпоху интернета.

Таким образом, в современной научной литературе тема взаимоотношений журналистики и власти обозначена несколькими векторными подходами, результатом которых можно считать появление целого пласта исследований, посвященных информационной политике, осуществляемой властными структурами, с одной стороны, и медиатизации самой власти – с другой. Интерес научного сообщества вызывает и современная медийная среда, которая поставила его перед необходимостью переосмысления характера самих теоретических исследований. Авторы, которые рискнули быть первыми в решении этой сложной задачи, в своих работах дают анализ новых коммуникационных технологий, обозначают их современные характеристики, оказывающие существенное влияние на функционирование журналистики в обществе, на все ее предметно-тематические области.

Однако сконцентрированного направления, исследующего новые характеристики медиатизации информационной политики, осуществляемой властью, с учетом виртуальной реальности, к сожалению, пока не сформировано. Отсутствуют и конкретные исследования, рассматривающие трансформацию тематик, в том числе и общественно-политической в интернет-ресурсах, которые сегодня многократно представлены в сети. Тем самым представленные соображения предопределили объект и предмет настоящего исследования.

Объект исследования – медийные интернет-ресурсы общественно-политической тематики.

²⁵ Калмыков А.А. Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация/. Дисс. доктора филол. наук. М., 2009.

Предмет исследования – информационно-коммуникативный продукт общественно-политической тематики медийных интернет-ресурсов органов власти различного уровня, общественно-политических партий и движений, политических и общественных деятелей. Данный контент рассматривается как результат взаимодействия журналистики и власти и инструмент влияния на электорат.

Целью диссертации является разработка теоретико-методологических основ исследования взаимоотношения журналистики и власти на примере производства и функционирования общественно-политической информации в медийном интернет-сегменте, которая обладает общими, имманентными признаками СМИ и новыми, специфическими признаками гипертекстовости, мультимедийности, интерактивности, симультанности и др.

Реализация поставленной цели предполагает последовательное решение **следующих задач:**

- определить параметры взаимоотношений журналистики и власти, формируемые прессой, радио, телевидением, Интернетом в исторической ретроспективе как процесс медиатизации политики;
- показать специфику медиатизации власти, когда медиа функционируют в условиях глобализации, конвергенции, демассификации и др. современных трансформаций;
- раскрыть содержание и соотношение концептов и интернет-медиа, информационных технологий и инновационной журналистики в демократизации общественно-политических процессов в России;
- проанализировать трансформацию общественно-политической информации в контексте развития информационного общества, эволюции границ и содержания политической науки, зависящей как от познающего субъекта, так и изменения собственно объекта познания – изменяющаяся

политическая жизнь в виде ее различных локализованных фрагментов и разных состояний;

- раскрыть роль конвергенции информационно-коммуникативных практик в общественно-политическую тематику в контексте реализации развития сетевых технологий;

- определить этапы вхождения и становления общественно-политической тематики в сети, исследовать новые форматы общения в результате конвергентных процессов на уровне средств массовой информации и новой среды создания и восприятия общественно-политической тематики – веб-2.0;

- исследовать новые параметры условий подготовки и трансляции журналистского контента в сети; определить технологические, содержательные и жанровые особенности интернет-ресурсов общественно-политических партий и движений;

- проанализировать возможности сети как ключевого канала информирования общества о политике власти, для политиков, журналистов и политической журналистики в целом.

Теоретико-методологические основы диссертационного исследования и исследовательские методы.

Целостность осмысления социальной реальности в единстве пространственно-временных характеристик предопределила необходимость применения теоретико-методологических и концептуальных ориентиров на различных уровнях – дисциплинарном, междисциплинарном, общенаучном и конкретно-научном. В основу исследования положен системный подход к журналистике, который отражен в трудах Н. С. Барабаш, В. М. Березина, Ю. П. Буданцева, В. В. Ворошилова, А. А. Грабельникова, Н. А. Голядкина, Е. Г. Дьяковой, В. В. Егорова, В. П. Конецкой, И. А. Мальковской, Г. С. Мельника, М. М. Назарова, Р. П. Овсеяна, Г. Г. Почепцова, Л. Л. Реснянской,

А. Г. Рихтера, О. Р. Самарцева, В. П. Терина, А. Д. Трахтенберга, В. В. Тулупова, Л. Н. Федотовой, В.С. Хелемендика, В. Л. Цвика, Ф.И. Шаркова, М. В. Шкондина и др.²⁶.

Анализируемые трансформации, которые происходят в современном медийном пространстве, обусловлены изменением роли информации в обществе, всеобщей компьютеризацией большинства видов деятельности, в том числе и журналистики. Эти тенденции находят теоретическое обоснование в трудах отечественных ученых Р. Ф. Авдеева, А. В. Бахметьева, В.Н. Вершинской, Т. П. Ворониной, Я. Н. Засурского, В. Л. Иноземцева, К. К. Колина, И. С. Мелюхина, Н. Н. Моисеева, Е. Н. Пасхина, А. И. Ракитова, Г. Л. Смоляна, Д. С. Черешкина, Р. И. Цвылева и др.²⁷. Особый блок составила литература по современным

²⁶ *Барабаш Н.С.* Ведущий радиопередач: творческая типология/*Н.С. Барабаш* – М., 2003; *Березин В.М.* Сущность и реальность массовой коммуникации/*В.М. Березин.* – М.: 2002; *Буданцев Ю.П.* Социология массовой коммуникации./ *Ю.П. Буданцев.* – М.: 1995; ; *Ворошилов В.В.* Журналистика/*В.В. Ворошилов.*-СПб.: 2001; *Грабельников А.А.* Русская журналистика на рубеже тысячелетий./ *А.А. Грабельников* - М.: 2000; *Голядкин Н.А.* Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения/*Н.А.Голядкин.* – Ч.1-2. М., 2001; *Дьякова Е.Г.* Трахтенберг *А.Д.* Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов/*Е.Г.Дьякова, А.Д.Трахтенберг.* – Екатеринбург: 1999; *Егоров В.В.* Телевидение: Страницы истории./*В.В. Егоров.* - М.: Аспект Пресс, 2004; *Он же.* На пути к информационному обществу./ *В.В. Егоров.* – М.: 2006; *Конечкая В.П.* Социология коммуникации./ *В.П. Конечкая.* – М.: 1997; *Мальковская И.А.* Знак коммуникации: Дискурсивные матрицы/ *И.А. Мальковская.* – М.: 2004; *Мельник Г.С.* Mass Media: психологические процессы и эффекты/ *Г.С. Мельник.* – СПб.: 1996; *Назаров М.М.* Массовая коммуникация и общество: введение в теорию и исследования./ *М.М. Назаров* – М.: 2004; *Основы теории коммуникации /* Под ред. проф. М.А. Васирика. – М.: 2003; *Овсепян Р.П.* В лабиринтах истории отечественной журналистики/*Р.П. Овсепян.* - М.: 2000; *Почепцов Г.Г.* Теория коммуникации/ *Г.Г. Почепцов.* – М., 2001; *СМИ и политика :* Учеб. пособие для студентов/ Под. ред. *Л.Л. Реснянской.* – М.: Аспект Пресс, 2007; *Самарцев О.Р.* Творческая деятельность журналиста/*О.Р. Самарцев* – М.: Академический проект, 2007; *Рихтер А.Г.* Свобода массовой информации в постсоветском пространстве/*А.Г. Рихтер.* – М.: Изд-во «ВК», 2007; *Терин В.П.* Массовая коммуникация: Исследование опыта Запада./*В.П. Терин.* – М.: 2000; *Тулупов В.В.* Теория и практика современной российской журналистики. Сборник статей/*В.В. Тулупов.* - Воронеж, 2007; *он же.* Современные проблемы журналистской науки. – Воронеж. Факультет журналистики ВГУ, 2010; *он же.* Слово редактора Сборник статей. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2009; *Федотова Л.Н.* Социология массовой коммуникации/ *Л.Н. Федотова.* – СПб.: 2003; *Хелемендик В.С.* Проблемы координации и взаимодействия массовых средств пропаганды // Вопросы теории и практики массовых средств пропаганды. М., Мысль, 1969, вып. 2.; *Он же.* Союз пера, микрофона и телекамеры: Опыт системного исследования /В.С. Хелемендик, М., 1977 *Цвик В.Л.* Телевизионная журналистика: История, теория, практика/ *В.Л. Цвик* – М.: Аспект Пресс, 2004; *Он же.* Телевизионная служба новостей/ *В.Л. Цвик.* - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008; *Шарков Ф.И.* Основы теории коммуникации/*Ф.И. Шарков.* – М.: 2002; *Он же.* Коммуникология: основы теории коммуникации/ *Ф.И. Шарков* – М.: ИТК «Дашков и К», 2010; *Шкондин М.В.* Система средств массовой информации как фактор общественного диалога/*М.В. Шкондин.* - М.: 2002. и др.

²⁷ См.: *Авдеев Р.Ф.* Философия информационной цивилизации/ *Р.Ф. Авдеев* – М.: 1994 *Бахметьев А.В.* Социальные факторы формирования информационного общества/ *А.В. Бахметьев* – М.: 2003; *Воронина Т.П.* Информационное общество: сущность, черты, проблемы/ *Т.П. Воронина.* – М.: 1995; *Иноземцев В.Л.*

информационным технологиям, в частности книги, дающие представление об Интернете и других сетях²⁸.

Особое значение в контексте данной темы имеют теоретические работы в области информационно-коммуникационных процессов, рассматривающие мировой опыт. Эти исследования позволяют утверждать, что медиатизация политики, осуществляемая демократической властью в ведущих государствах мира, является закономерным процессом. Это вопросы с разных точек зрения рассматриваются в публикациях известных зарубежных исследователей Э. Гринберга, Ч. Гудсела, М. Гуревича, М. Дефлёра, Э. Деннис, Дж. Кина, Дж. Куррана, П. Лазарсфельда, Э. Лоу, Дж. Мейеровича, Л. Пая, Б. Пэйджа, Дж. Рифкин, Дж. Томсона, Ю. Хабермаса, Д. Уилхема и др.,²⁹.

Так как в настоящем исследовании акцент сделан на рассмотрении интернет-медиа общественно-политической направленности, то особое внимание было сосредоточено на изучении работ, показывающих возможности и перспективы использования новейших информационных технологий в реализации этой тематики в сети. Это публикации

Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы/ В.Л. Иноземцев. – М.: 2000; К мобильному обществу: утопии и реальность/ Под ред. Я.Н. Засурского. М.: Изд-во Московского университета, 2009; Колин К.К. Информационная цивилизация/ К.К. Колин – М.: 2002; Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития/ И.С. Мелюхин. – М.: 1999; Моисеев Н.Н. Универсум. Информация. Общество/ Н.Н. Моисеев.– М.:2001; Пасхин Е.Н. Информатика и устойчивое развитие/ Е.Н. Пасхин. – М.: 1996; Ракитов А.И. Философия компьютерной революции./ А.И. Ракитов. – М.: 1991; Смолян Г.Л., Черешкин Д.С., Вершинская В.Н. Путь России к информационному обществу: Экономические и социально-культурные предпосылки/ Г.Л. Смолян, Д.С. Черешкин, О.Н. Вершинская. – М.: 1996; Цвылев Р.И. Постиндустриальное развитие: Уроки для России/ Р.И. Цвылев. – М.: 1996;

Мартынов Д.В, Оськин А.В.. Интернет и пресса / Д.В Мартынов, А.В. Оськин – М.: ИД «Собеседник», 2010; Овчинников Р., Сухов С. Корпоративный веб-сайт на 100%. Требуите от сайта большего! / Р. Овчинников, С. Сухов – СПб.: Питер, 2010; Пузырев. В. Internet и Рунет / В. Пузырев. – М.: Познавательная книга плюс, 2000;

²⁹ Кин Дж. Средства массовой информации и демократия/ Дж. Кин. – М.: 1993; Уилхем Д. Коммуникация и власть/ Д. Уилхем. – СПб.: 1993; Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие/ Ю.Хабермас. – СПб.:2000; DeFleur M.L., Dennis E.E. Understanding Mass Communication: A Liberal Arts Perspective. – Boston, 2002; Greenberg E.S., Page B.I. The Struggle for Democracy. – New York, 2002; Louw E. The media and political process. –London, 2005; Lazarsfeld P.F. On Social Research and its Language. – Chicago, 1993; Mass Media and Society. / Eds.: J. Curran, M. Gurevitch – London; New York, 2000; Meyrowitz J. No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior. – New York, 1985; Pye L. Political Communication. // The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions. Oxford – New York, 1987. Thompson J.B. Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. – Stanford, 1990.

В. А. Ачкасова, Л. А. Василенко, Б. В. Докторова, А. Н. Кулика, Д. А. Ненашева, Б. В. Овчинникова, Д. Н. Пескова, А.И. Соловьева и др.³⁰. В них, как и в диссертационных исследованиях Д.Г. Иванова, А. М. Михайловой, А. В. Чугунова и др.³¹ рассматривается новый элемент медийного политического влияния в условиях развития современных информационных технологий.

При этом содержательный аспект, формирующий «повестку дня» анализируемых интернет-ресурсов, не теряет свой значимости. А.Г. Володин, А.А. Дегтярев, К.С. Гаджиев, А.А. Казанцев, В.С. Малахов, Э.Н. Ожиганов, А.И. Смирнов, В.М. Соколов и др. посвятили свои работы актуальным проблемам текущей политики, без которых невозможно было бы вычленить основные темы и разработать классификатор по общественно-политической тематике, представленной в сетевых медиа³².

³⁰ Ачкасов В.А., Чугунов А.В. Демократия и Интернет: Роль Интернет в формировании “просвещенного понимания”. // Интернет и современное общество: Тезисы Всероссийской научно-методической конференции. СПб, 7–11 декабря 1998 г. – СПб, 1998. – С.43–46; Василенко Л.А. Интернет в информатизации государственной службы России (Социологические аспекты)/Л.А. Василенко. – М.: 2000; Дмитриев А.В., Политика, политология, Интернет./А.В. Дмитриев, В.В. Латынов, И.Г. Яковлев – М.: 2002; Докторов Б. Российский политический Интернет. // Петербургский журнал социологии. – 1999. – № 2. С. 40–42; Ильин М.В. Слова и смыслы: Опыт описания ключевых политических понятий./М.В. Ильин. – М.: 1997; Кулик А.Н. “Всемирная паутина” для политической науки, образования и политического участия. // Политическая наука: Сборник научных трудов. – 2002, № 1: Современное состояние. Тенденции и перспективы. – М., 2002. С. 101–125; Ненашев Д.А. Лоббирование посредством компьютерных сетей: новый инструмент политического влияния. // Политическая наука: Сборник научных трудов. – 2002, № 1: Современное состояние. Тенденции и перспективы. – М., 2002. С. 126–136; Овчинников Б.В. Виртуальные надежды: состояние и перспективы политического Рунета. // Полис. – 2002. – № 1. – С. 46–65; Песков Д.Н. Интернет в российской политике: утопия и реальность. // Полис. – 2002. – № 1. – С. 31–45; Соловьев А.И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации. // Полис. – 2002. – № 3. – С. 5–18 и др.

³¹ Иванов Д.Г. Использование интернет-технологий субъектами российского политического процесса в конце 1990-х – 2001 гг.: Автореф. дисс... канд. полит. наук. – М., 2002; Михайлова А.М. Политическая Интернет-коммуникация в современном региональном пространстве (на материалах Республики Бурятия): Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. – Улан-Уде, 2007. Чугунов А.В. Политика и Интернет: политическая коммуникация в условиях развития современных информационных технологий: Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. – СПб., 2000.

³² Володин А.Г. Политическая экономия демократии / А.Г. Володин. – М.: Гуманитарий, 2008; Дегтярев А.А. Основы политической теории / А.А. Дегтярев. – М.: Высш. шк., 1998; Гаджиев К.С. Политология / К.С. Гаджиев. – М.: Логос, 2001; А.А. Казанцев. Расширение проблематики безопасности в политике России: секьюритизация, биополитика и новые административные практики / А.А. Казанцев.– М.: Проспект, 2010; Малахов В.С. Государство в условиях глобализации / В.С. Малахов – М.: КДУ, 2007; Образы российской власти: от Ельцина до Путина / Под ред. Е.Б. Шестопаля, – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2009; Ожиганов Э. Н. Стратегический анализ политики: теоретические основания и методы /Э.Н. Ожиганов. – М.: Аспект Пресс, 2006; «Приватизация» мировой политики: локальные действия – глобальные результаты/ Под ред. М.М. Лебедевой, – М.:МГИМО(У), 2008; Политические отношения и политический процесс в современной России/ Под ред. В.И. Коваленко.

Как следует из анализа данных работ, очевидно, что, с одной стороны, развитие Интернета размывает монополию традиционных медиа на политический дискурс, а с другой – выставляет новые критерии, в частности и для общественно-политической тематики, требующие не только другого языка, характерного для интернет-коммуникации, но и информационно-структурных характеристик текста. Такие подходы развиваются, например, в работах М. Ю. Гончарова, Е.Н. Коротковой, О.В. Лутовиновой, И.А. Ильиной³³.

Особого изучения потребовала и литература по связям с общественностью, так как многими исследователями отмечаются, что наметилась «пиаризация» идущих медиативных процессов³⁴. В сети они проявляются более наглядно, так как технология размывает границы между медиа. Тем самым проявляются такие тенденции, как конвергенция, глобализация, демассификация и т.д.

– М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010; Смирнов А.И. Информационная глобализация и Россия: вызовы и возможности / А.И. Смирнов М.: Издательский дом «Парад», 2005; Современный образ России: перспективы развития. Сборник материалов Всероссийской Конференции / под ред. А.В Овчаровой, Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой. – М.: Издательство МГУ, 2008; Соколов В.М. Российская ментальность и исторические пути Отечества: Записки социолога / В.М. Соколов – М.: Изд-во РАГС, 2007; Эмпирические исследования гражданского общества: сборник материалов общественных слушаний (24.09.08)/Сост. А.М.Лопухин. – М., Общественная палата Российской Федерации, 2008 и др.

³³ Гончаров М.Ю. Риторика политической коммуникации. // Массовая коммуникация в современном мире. – М., 1991. – С. 55–60; Короткова Е.Н. Медиапортал как средство создания качественного контента: дис... кандидата филологических наук. М., 2009; Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: дис... доктора филологических наук. Волгоград, 2009; Ильина И.А. Проблемы изучения и восприятия гипертекста в мультимедийной среде Интернет: дис. ... канд филол. наук: 10.01.10 журналистика: Москва, Ульяновск, 2009.

³⁴ Анохин М.Г., Павлютенкова М.Ю. Авангардные информационные технологии PR: возможности и перспективы. // Связи с общественностью в политике и государственном управлении. – М., 2001. С. 408–425; Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз/Пер. с англ. Под ред. Б.Л. Еремина / Ф. Джефкинс, Д. Ядин – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003; Душкина М.Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология/ М.Р. Душкина – СПб: Питер, 2010; Кондратьев Э.В. Связи с общественностью/ Э.В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов – М.: Академический Проект, 2007; Кочеткова А.В., Теория и практика связей с общественностью / А.В Кочеткова, В.Н. Филиппов, Я.Л. Скворцов, А.С. Тарасов – СПб.: Питер, 2006;

Безусловно, названы основные блоки изученной литературы, ставшие теоретической основой исследования, без которых эмпирический анализ сетевых медиа был бы весьма затруднен.

Эмпирическую базу исследования составил массив публикаций общественно-политической тематики в сетевых представительствах традиционных средств массовой информации («Известия», «Комсомольская правда», «Российская газета», «Московский комсомолец», «Ведомости» и др.) и в онлайн-изданиях («Газета-Ру», «Правда-Ру» и др.), контент более 400 интернет-ресурсов органов власти различного уровня, общественно-политических партий и движений, политических и общественных деятелей, а также данные проведенных опросов студенческой и преподавательской аудиторий, ставящих целью анализ технологических и содержательных характеристик публикаций общественно-политической тематики в современном медийном интернет-пространстве.

Теоретическая и практическая значимость работы видится в концептуализации подходов к исследованию медиатизации информационной политики, осуществляемой властью, в условиях современного медийного пространства. Как следствие, функционирование интернет-ресурсов способствует появлению нового информационно-коммуникативного качества общественно-политической тематики, распространяемой в сети. В результате действия конвергентных процессов на уровне компонентов системы СМИ общественно-политическая тематика приобретает многоликость, многоформатность, многомерность своего содержательного контента. Эти понятия могут войти в научно-исследовательский тезаурус создания качественного контента общественно-политической тематики и могут служить основанием научного направления в их исследовании. Также обосновано в жанровой

палитре интерактивных и гипертекстовых публикаций применение понятия «макрожанр» к политическим веб-ресурсам.

Результаты работы могут быть использованы в процессе подготовки специалистов, сочетающих профессиональный журналистский подход к источникам общественно-политической информации с навыками работы в глобальных сетях.

Научная новизна диссертации.

1. Рассмотрены формы медиатизации власти от прессы до Интернета, с помощью которых идет углубление массового демократического контроля над политическими процессами, так как журналистика на протяжении всего своего существования предоставляет общественности самую широкую информацию, необходимую для понимания политических процессов. В то же время она является средством влияния масс на политических лиц, принимающих решения. Это позволяет говорить о том, что средства массовой информации являются неотъемлемой частью информационной политики, осуществляемой властью, которые способствуют участию общественности в выработке государственной политики. Тем самым медиатизация эквивалентна усилению демократизации государственной системы.

2. Показано, что реализовать эти задачи может журналистика, получившая в последнее время название «инновационная журналистика», которая отвечает на запросы общества и технологически соответствует требованиям времени. Тем самым благодаря постоянно обновляющимся информационным технологиям интернет-ресурсы общественно-политической направленности становятся ключевыми каналами информирования общества о действиях власти, создают условия для усиления значимости журналистики в выработке информационной политики государства и обустройстве общественной жизни. Тем самым СМИ способствуют установлению общественно значимой «повестки дня».

3. Доказано, что динамичное развитие современной медийной среды, способствующее растущему числу интернет-ресурсов, оказывает существенное влияние на трансформацию общественно-политической тематики в сети. Конвергенция информационно-коммуникативных практик в общественно-политическую тематику при внутрисистемном взаимодействии журналистики, PR, рекламы, интернета и властных структур способствует развитию новых форм общения субъектов общественно-политических процессов. В этом случае медиатизация ассоциируется с необходимостью того, чтобы политическая элита «обеспечила одобрение» масс и коммуникативно их «регулировала».

4. Показано, что в новых форматах общения в результате конвергентных процессов на уровне медиа (журналистика, связи с общественностью и реклама) и СМИ (печать, радио, телевидение), а также новой среды создания и восприятия общественно-политической тематики – веб-2.0 коммуникативная составляющая журналистской деятельности играет более весомую роль. Можно ожидать качественных системных изменений не только в структуре СМИ, но и в реализации стратегии вовлечения общества в управление посредством коммуникационной составляющей, расширяющей рамки традиционного поля общественно-политической тематики в сторону ее большей открытости и диалогического общения.

5. Раскрыт генезис вхождения в интернет общественно-политической тематики. Она представлена движением:

- от освоения первых версий сетей USENET, Fido Net и др., входящих в пространство интернета, как средства самовыражения и общения, любительских форм журналистской деятельности в конференциях, обращениях к аудиториям, первых политических сайтов и готовности самих политиков осваивать информационно-коммуникативное пространство интернета - 1-й этап - (1990 – 1999);

- от появления авторских новостных проектов, появления блогов и профессиональных медиа, усиления коммуникативного аспекта журналистской деятельности, реализующих инновационные процессы в журналистике - 2-й этап – (1999 - 2003);

- до появления социальных сетей и других сервисов веб- 2.0, возвращения к блогосфере, демассификации, развития индивидуальной, межличностной коммуникации на основе мобильной связи – (2003 по настоящее время).

6. Исследованы параметры условий подготовки и трансляции журналистского контента общественно-политической тематики в сети. По результатам анализа выявлены технологические и содержательные особенности общественно-политических интернет-ресурсов, а также потребности и ориентации аудитории в данной тематике.

7. Определен жанр общественно-политических интернет-ресурсов. Показано, что, когда речь идет об общественно-политических сетевых ресурсах, имеющих единую информационную задачу, то типологической характеристикой становится уже не сумма отдельных жанров, а макрожанр.

По результатам диссертационного исследования автор формулирует **положения, выносимые на защиту:**

1. Медиатизация общественно-политических процессов в России имеет свою историю становления по мере включения в них прессы, радио, телевидения и, наконец, новых информационных технологий. Именно ими обусловлено современное состояние взаимоотношений журналистики и власти в современном медийном пространстве. Динамично развивающиеся интернет-ресурсы общественно-политической направленности способствуют углублению массового демократического контроля над политическими процессами, которые осуществляют властные структуры разного уровня. Это обусловлено тем, что средства

массовой информации предоставляют общественности информацию, необходимую для понимания политических процессов; являются средством влияния масс на политических лиц, принимающих решения. Иными словами, СМИ расцениваются как неотъемлемая часть политического процесса, способствующая участию более широкой общественности в выработке государственной политики. Таким образом, медиатизация в условиях медийного сетевого пространства эквивалентна усилению демократизации власти.

2. Усиление значимости журналистики как инновационной в общественно-политических процессах в стране, так как СМИ способны оказывать существенное влияние на формирование «повестки дня». Наличие новых технологических возможностей позволяет интернет-ресурсам общественно-политической направленности более активно привлекать аудиторию к решению жизненно важных вопросов. Эта журналистика самоопределяется в таких терминах как «гражданская», «коммунитарная», «гуманитарная», журналистика соучастия и т.п. » и «основной функцией/ролью так понимаемой журналистики становится «модератор диалога». При этом общественно-политическая тематика рассматривается как отражение определенной части социальной реальности, прошедшей через призму рефлексии журналистов и материализованная в жанровой палитре общественно-политической журналистики, где воплощается в виде масс-медийного комментария, в результате чего одни и те же коммуникации получают одновременно и медийную, и политическую релевантность. Активно внедряясь в сферу политики, новые информационно-коммуникационные технологии не только качественно видоизменили старые представления, установки, стереотипы, но и сломали многие формы поведения и модели взаимоотношений между рассматриваемыми социальными институтами.

3. Появившиеся новые социальные институты, такие как реклама и PR, и

параллельно с ними интернет-медиа, свидетельствующие о расширении медийной сферы, диктуют необходимость проследить трансформацию не только терминологического ряда от средств массовой информации и массовой коммуникации к медиа, но и слияния информационно-коммуникативных практик в контексте конвергентных процессов. Следовательно, можно говорить об интернет-ресурсах общественно-политической направленности как конвергентных продуктах журналистики и связей с общественностью. В этом случае медиатизация ассоциируется с необходимостью того, чтобы политическая элита «обеспечила одобрение» масс и коммуникативно их «регулировала».

В традиционном для научной мысли понимании мы рассматриваем массовые информационные процессы как процессы общения, поскольку именно социальной потребностью в обмене информацией объясняется формирование и становление различных форм общения и соответствующих им информационных потоков. Императив интерактивности, присущий современным информационно-коммуникативным технологиям (в частности, Интернету), безоговорочно сделал синхронность общения симультанной (единомоментной). Коммуникативный эффект новых технологий обеспечивает возможность установления контура надежной обратной связи от субъекта к объекту и наоборот в едином временном интервале. Информационная и коммуникативная практики, соприкасаясь между собой, становятся единым целым. Это, в конечном счете, является основной целью распространения общественно-политической информации, направление движения которой может быть горизонтальным – между структурами одного социального уровня, либо вертикальным – между структурами разных социальных уровней, что характерно для массовой социальной информации.

4. Общественно-политический дискурс, переместившийся в альтернативное медийное пространство, имеет сетевую структуру, позволяющую обеспечить участие массовой аудитории в обсуждении проблем, свободного комментирования установленной повестки дня. Уже первые заходы политиков в сеть продемонстрировали информационно-коммуникативный подход, заложив тенденцию конвергенции на уровне медиа, реализуя информационно-коммуникативную парадигму. Общественно-политическая тематика во многом способствовала расширению медийного пространства и слиянию коммуникативных практик журналистики, PR, рекламы. Эта тенденция становится определяющей в данный момент развития средств массовой информации. Причем коммуникативные процессы вполне ощутимо уже оказывают влияние на формирование информационных потоков. Тем самым они трансформируют систему СМИ, включают новые медийные сегменты в реализацию стратегических задач политической сферы.

5. В развитии конвергенции СМИ в начале нынешнего века происходят новые сдвиги. Очередным шагом после создания интернет-сайтов традиционной печатной прессы, телевизионных каналов, радиовещательных программ, появления корпоративных политических интернет-ресурсов становится новая ступень конвергентных процессов, изменяющая форматы передачи информации, в том числе и общественно-политической тематики. На сайтах стали появляться различные слои контента. Так рядом с текстом речи возникает звучащий подкаст или видео с изображением говорящего, делая содержание более объемным, двух- или трехмерным. Общественно-политическая тематика теперь попадает в более разнообразный, более богатый контекст медийного пространства, придавая информации новый динамизм, и в то же время, обогащая ее комментариями. Общественно-политическая тематика, благодаря размещению на интернет-ресурсах различных СМИ становится

многоцелевой, доступной и зрителю, и читателю, и слушателю. Особенность развития масс-медиа заключается в том, что прогресс в информационных технологиях позволяет развить это качество до такой степени, что диалог журналиста с читателем, зрителем, радиослушателем может проходить в режиме реального времени, причем на более высоком уровне интерактивности. Разделенные до конвергенции и оцифровки различные медийные эпизоды теперь объединяются и создают новый журналистский продукт, который позволяет более всесторонне охватить развитие событий. В результате общественно-политическая тематика приобретает многоликость, многоформатность, многомерность своего содержательного контента. И все это происходит в одной и той же медийной среде, в рамках одного сетевого ресурса.

6. При всем разнообразии мнений сервисы веб-2.0, без сомнения, представляют собой часть глобального процесса, который изменяет традиционную структуру медийного пространства – пользовательский контент завоевывает тематическое информационное пространство, становясь частью средств массовой информации. Современный масс-медийный продукт – не только форма восприятия, но и форма участия, подкрепленная технологическим развитием электронных ресурсов, сформировавшихся в Интернете, позволяющим потребителям коммуникации быть ее производителями. В целом это относится и к общественно-политической тематике, присутствующей во всех разновидностях средств массовой информации, как продукта реальной политики, политических процессов в обществе, так как главный вектор коммуникации между политической системой и медийной обусловлен в большей своей степени темами общественно-политической жизни. Остается только признать, что интернет-сервисы социальных сетей представляют собой новый тип СМИ, образовавшийся не только как результат технологической инновации веб-2.0, а как новая идеология

восприятия и взращивания на этой широко и быстро осваиваемой коммуникативной почве новых форм социальной и политической тематики. Новый этап в развитии Интернета с его высокими скоростями доставки многообразной информации в интерактивном режиме с возможностями гипертекстовой композиции и мультимедийном преобразовании уже сегодня способен в значительной степени повышать общественное значение и расширять публичную сферу общественно-политической тематики медийного пространства, обеспечивая ее теми диалогическими формами интерактивной информативности и коммуникабельности, с помощью которых открываются дискурсивные возможности многих общественно-политических проблем.

7. За несколько лет политические структуры прошли путь от использования электронной почты и статичных «доморощенных» сайтов-визиток, до интегрированных веб-систем. Изучение содержательного пространства политических веб-ресурсов показало, что появился *специфический тип медийного продукта*, способствующий продвижению общественно-политической тематики. Он отражает современный тип коммуникации в динамично изменяющейся информационной среде, где политические акторы выстраивают новые взаимоотношения, вступают в непривычные до сего времени контакты, формируя новый стиль общения, создают виртуальные пространства и общности, предлагают оппонентам новые способы и методы взаимодействия. По сути, являясь журналистским информационным продуктом, она одновременно представляет собой действенную составляющую PR. Освоение журналистикой Интернета не могло пройти незаметно для самой журналистики, которая подверглась трансформации в связи с изменением технологических условий подготовки и трансляции своего контента. Поэтому единицей контент-анализа становится жанр. Характерной особенностью, например, сайта политика является внутренняя ритмика разделов. Сложное по составу

многожанровое, но вместе с тем и единичное, неповторимое произведение, обладающее собственной внутренней логикой, устойчивой структурой, определенной завершенностью.

Методологический подход, определяемый в системе жанров как макрожанр, имеет смысл, если считать, что сайт, выполняющий единую общественно-политическую задачу, существует как единое целое.

8. Констатация результатов проведенных опросов аудитории подтверждает, что интернет становится той площадкой, которая сегодня активно осваивается политическими силами, журналистским сообществом, в результате чего правомерно говорить о новом этапе общественно-политической журналистики, тесно связанной с новыми технологиями.

Достоверность и обоснованность результатов исследования определяется непротиворечивыми теоретическими положениями, комплексным использованием теоретических и эмпирических методов, корректным применением выводов журналистской, политической и социологической мысли. Результаты и интерпретация выводов соотнесены с известными данными отечественных и зарубежных ученых.

Апробация работы. Автор исследования излагал основные положения своего исследования в ряде опубликованных научных статей, выступлениях на международных, всероссийских и региональных научно-практических конференциях и семинарах в 2001-2011 гг. в различных учреждениях и организациях и, прежде всего, в ведущих вузах России: МГУ имени М.В.Ломоносова факультет государственного управления – «Государственное управление в XXI в.: традиции и инновации», факультет журналистики МГУ имени М.В.Ломоносова – «Структура и организация работы PR и пресс-служб в период избирательных кампаний». СпбГУ факультет журналистики – «Специфика работы пресс-служб с органами государственной власти», ВолГУ – «Особенности работы журналиста с политическими лидерами».

Апробация и внедрение результатов исследования осуществлялось также в период работы диссертанта в аппарате Комитета Государственной Думы 4-го и 5-го созыва по информационной политике, информационным технологиям и связи в качестве ведущего советника. Автор на протяжении восьми лет принимал участие в разработке законопроектов по теме исследования: ФЗ №8 от 09.02.2009 г. «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», ФЗ «О средствах массовой информации», «О связи», «Об электронном документообороте», «Об электронной подписи», «Об электронной торговле», «Об информационно-коммуникационных технологиях в медицине». При активном участии диссертанта были подготовлены и проведены в марте 2011 года Парламентские слушания в Государственной Думе на тему: «Законодательная поддержка развития информационно-коммуникационных технологий в Российской Федерации: проблемы развития российского Интернета и блогосферы»,

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснована актуальность темы исследования, проанализирована степень ее разработанности в современной журналистской науке, создана методологическая основа исследования, определены объект и предмет исследования, очерчена структура работы.

Первая глава: *«Становление взаимоотношений журналистики и власти в контексте общественно-политической тематики»* представляет концептуальный срез диссертационного исследования, вводит основные понятия и раскрывает их.

Первый параграф: *«Формы медиатизации власти от прессы до интернета»* рассматривает зависимость политической ориентации

общества от структуры общественно-политической коммуникации и репрезентативных особенностей средств массовой информации. Научная рефлексия этого процесса была подробно проанализирована М. Маклюэном, который обратил внимание на то, что появление телевидения изменило не только структуру общества, но и структуру политики. Процессы трансформации восприятия политики эпохи телевидения сопоставимы с социальными трансформациями в эпоху первого книгопечатания³⁵.

В параграфе отмечается, что политическое содержание у газет возникает только к концу XVII в., а в период Великой французской революции общественно-политическая тематика становится доминирующей. Тогда же возникает связь между структурой политической коммуникации и структурой спектра политических сил³⁶.

Далее в главе анализируется эволюция пространства публичной коммуникации, позволяющая увидеть ее, трансформирующей взаимоотношения журналистики и власти в исторической ретроспективе и с учетом новых реалий. Выдвижение на первый план Интернета и появление в сети сегмента интернет-ресурсов в том числе и общественно-политической направленности – новых масс-медиа создает принципиально иные институциональные предпосылки, чем развитие радио и телевидения. Так, являясь революционным средством коммуникации, Интернет эффективно заполняет лауну, связанную с организацией диалога, посредством разветвленной сети блогов и форумов. Это открывает возможности реализовывать идеи инновационной журналистики (социальной, гражданской и т.д.).

Во втором параграфе *«Трансформация журналистики в условиях современного медийного пространства»* дается определение

³⁵ McLuhan M. The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man. Toronto. 1961.

³⁶ См.: Сергеев В.М. Демократия как переговорный процесс. - М., 1999. Гл. IX.

«инновационной журналистике». Это свидетельствует о том, что в самой профессии происходят изменения, вызывающие к жизни это понятие. Нововведения, которые вызваны прежде всего динамичным развитием информационных технологий, оказывают существенное влияние непосредственно на журналистскую деятельность, начиная со сбора, переработки и передачи информации. Тем самым они вносят в нее новые относительно стабильные элементы.

По мнению профессора И.М. Дзялошинского, инновационная журналистика характеризуется тремя признаками: «использует новые методы поиска и обработки информации; опирается на новые схемы организации производства и выпуска медиапродукта; ориентирована на принципиально иные, по сравнению с традиционной журналистикой, смыслы своей деятельности»³⁷.

Как видим, первые два признака свидетельствуют об использовании новых информационных технологий, развитии сетевых ресурсов, интерактивного телевидения и др. Несколько сложнее, по-видимому, будут протекать процессы, затрагивающие третий признак инновационной журналистики – формирование новой профессиональной журналистской культуры, влияющей на становление смысла профессиональной деятельности.

На основе проведенного анализа в исследовании утверждается, что главная идея такой журналистики – вовлечение в информационно-коммуникативный процесс аудитории, которая рассматривается в качестве участников решения общественно значимых задач, стоящих перед ней. Эта журналистика самоопределяется в таких терминах как «гражданская», «коммунитарная», «гуманитарная», «журналистика соучастия» и т.п. и

³⁷ Дзялошинский И. Инновационная журналистика. Модное словосочетание или путь развития СМИ.//ТелеЦЕНТР №1(21), февраль - март 2007. – С.49-52.

основной функцией/ролью так понимаемой журналистики становится «модератор диалога».

Эффективность такой практики состоит в принятии принципов нравственного общения, в основе которого лежит диалог между обществом и властью, побуждение граждан к активной общественной и политической жизни, устранение конфликтных ситуаций. Общественные интересы должны стать приоритетом для журналистов при равных возможностях политиков, представителей общественных организаций, которые получили широкие возможности высказывать свое мнение с помощью сетевых ресурсов.

Третий параграф *«Общественно-политическая тематика в интернет-медиа»* рассматривает тематическую структуру средств массовой информации, в частности общественно-политический блок информации. По мнению ряда исследователей, динамичное развитие информационного общества и соответственно новых интернет-медиа раздвигает границы доступа к ней. Тем самым усиливается участие СМИ в формировании политического сознания, общественного мнения, а в целом – политической идеологии как системе взглядов и представлений людей об окружающей действительности и происходящих в обществе процессах.

В параграфе отмечается, что современная медийная среда способствует расширению диапазона общественно-политической тематики, которая в значительной степени представляет собой рефлексию реальной политики, или общественно-политического процесса, опосредованную различными формами журналистского творчества. Общественно-политическая тематика СМИ как опосредованная форма общения между политикой и политической наукой, субъектами политики, политической науки и гражданами рефлексивно отражает предметное

знание и понимание общественно-политических процессов социальной действительности.

Так как политика пронизывает все стороны жизни общества, то и общественно-политическая тематика как в традиционных, так и в новых средствах массовой информации включает в себя весь этот спектр – от внутренней и внешней политики, экономической и бюджетной до антиалкогольных кампаний. Очевидно, что политические процессы развиваются по собственной логике, но при этом они напрямую связаны с общественной жизнью граждан. Поэтому тематика, отражающая специфические политические механизмы жизнедеятельности, приобретает общественный характер и становится *общественно-политической*.

При этом в исследовании показано, что общественно-политическая тематика рассматривается как отражение определенной части социальной реальности, которая проходит через призму рефлексии журналистов и материализуется в жанровой палитре общественно-политической журналистики. Следовательно, можно утверждать, что посредством ее журналистика и власть выстраивают свои отношения, которые постоянно корректируются обеими сторонами.

Так, в последние десятилетия интенсивное развитие Интернет-ресурсов общественно-политической направленности способствовало расширению медийного поля, более тесному взаимовлиянию и взаимодействию его компонентов. Тем самым активно начали развиваться конвергентные процессы, результатом которых стала трансформация традиционного мономедийного формата в мультимедийный. Медиа становятся поставщиком многоформатного контента, одновременно распространяемого по всем каналам – печатное издание, радио, телевидение, Интернет, сотовая связь.

Соответственно, это сказывается на формах подачи общественно-политической информации, требующих от журналистов одновременного

понимания специфики печатных СМИ, телевидения, радио, т.е. умения работать со словом, движущейся картинкой, звуком, в конечном счете, обладать мультимедийными навыками. Тем самым в повестку дня, как отмечается в исследовании, ставится вопрос подготовки таких журналистов, которые бы, с одной стороны, были профессионалами в области общественно-политической информации, а с другой – могли бы ее качественно подавать как мультимедийный продукт.

Очевидно, сегодня есть насущная потребность дальнейшего развития наблюдаемого явления, так как предпринятая в данной работе концептуализация новых информационно-коммуникативных практик, в частности рекламы, PR и интернет-журналистики, требует уточнения многих традиционных понятий массовой информации и массовой коммуникации в связи со сложной и многовариативной природой конвергенции.

Аргументом в пользу вышеприведенного тезиса является предпринятый в настоящем исследовании анализ сетевых ресурсов общественно-политической тематики. Это означает, что более весомую роль в журналистском творческом процессе начинает играть коммуникативная составляющая, когда в условиях новой медийной среды общественно-политическая информация не столько передается и принимается, сколько формируется непосредственными участниками общения. Поэтому дальнейшие рассуждения направлены на организацию взаимодействия в треугольнике власть – медиа -- общественность, что вносит свои коррективы в содержание и форму общественно-политического контента в интернет-ресурсах.

Во второй главе *«Общественно-политическая тематика в сети»* дается анализ интернет-ресурсов, которые разрабатывают полностью или частично данную тематику. Отмечается, что они представлены как минимум тремя блоками: электронными версиями традиционных СМИ,

онлайновыми изданиями и сетевыми ресурсами органов власти различного уровня, общественных партий и движений, политическими и общественными деятелями. В работе акцент делается на третьем блоке, на примере которого наиболее ярко можно проследить, каким образом такие существенные характеристики новых медиа как оперативность, интерактивность, гипертекстуальность и др. соотносятся с контентом общественно-политической направленности, видоизменяют его по форме и содержанию.

Первый параграф *«Генезис общественно-политической тематики в интернет-медиа»* показывает, что за сравнительно небольшой отрезок времени общественно-политическая тематика заняла прочные позиции в сети, став одним из ведущих тематических направлений. Это при условии, что первые ее пользователи, в основном представители научной и технической интеллигенции, декларировали «беспартийную демократию» и отрицали свою приверженность тем или иным идеологическим взглядам.

В работе в исторической ретроспективе дан анализ развития общественно-политического сегмента и сети и приведены примеры освоения его различными общественными партиями, движениями и отдельными политиками и общественными деятелями, которое активно началось с конца 90-х – начала 2000-х годов. Так, например, персональный сервер Б. Немцова (www.nemtsov.ru) был открыт 16 марта 1998 года. Одновременно по адресу www.boris.nemtsov.ru открылась личная страница Бориса Немцова. Персональный сервер Сергея Кириенко (www.kirienko.ru) открыт 15 декабря 1998 года. В июле 1998 С. Кириенко одним из первых российских политиков провел интернет-конференцию, посвященную встрече сопредседателей российско-американской межправительственной комиссии Гор-Кириенко, а в декабре экс-премьер-министр открыл собственное представительство в Интернете.

Как следует из исследования, созданные ресурсы вначале меньше всего были рассчитаны на двустороннюю коммуникацию, опирающуюся на современные технологии. На тот момент они больше походили на рекламу того или иного политического деятеля, сообщая общественности его красочно оформленную биографию. Со временем эти интернет-ресурсы становились более профессиональными в отражении позиций своих партий и их лидеров, выносили на обсуждение сторонников значимые для них общественно-политические проблемы. В эти же годы появились и первые проекты Фонда эффективной политики, которые подготовили лавинообразный процесс рождения многих интернет-ресурсов общественно-политической направленности, создав для них в российском сегменте Интернета аудиторию и персонал.

На основе анализа объективных процессов развития сети правомерно выделить следующие этапы развития в нем интернет-ресуров общественно-политической тематики:

- первый этап – (1990 – 1999 гг.) – освоение первых версий сетей USENET, Fido Net (Фидо – на языке первых пользователей), национальной сети RELCOM (1990 г) и др., входящих в пространство Интернета, как средства самовыражения и общения, в том числе и на общественно-значимые темы;
- второй этап – (1999 - 2003 гг.) – появление авторских новостных проектов, блогов и профессиональных медиа с четко выраженной общественно-политической направленностью;
- третий этап 3 – (2003 г. по настоящее время) – развитие социальных сетей и других сервисов веб - 2.0, блогосфера, расширяющие общественно-политическую тематику на уровне пользователей.

В данном параграфе также отмечается, что средства массовой информации одними из первых осознали преимущества Интернета, особенно связанные с использованием его возможностей в политическом

процессе, и активно начали создавать свои электронные представительства. Параллельно стали появляться онлайн-издания, не имеющие печатных или аудиовизуальных версий. Так, уже в 1996 году Интернет выходит из рамок узкопрофессиональной среды и к 1998 году становится значимым фактором российской общественной политической жизни.³⁸ Следующим шагом стало создание интернет-ресурсов общественных партий и движений, нивелирующих роль СМИ в Интернете и пытающихся лидировать в сегменте общественно-политической направленности.

Следовательно, это позволяет прийти к выводу о том, что общественно-политический дискурс достаточно уверенно переместился в альтернативное медийное пространство. Он имеет сетевую структуру, которая позволяет обеспечить участие массовой аудитории в обсуждении проблем, свободное комментирование установленной повестки дня, вовлечение в этот процесс не только производителей данного контента, но и его потребителей.

Эти рассуждения получают свое развитие во втором параграфе *«Интернет-ресурсы органов власти различного уровня, общественных партий и движений, политических и общественных деятелей как новые форматы взаимодействия журналистики и власти»*. В нем на конкретных примерах показано, как общественно-политическая тематика, представленная разными интернет-ресурсами, становится многоцелевой, доступной зрителю, читателю и слушателю. Так, к лету 2001 г. персональными серверами обзавелось почти сто федеральных политиков, в том числе более тридцати депутатов Государственной Думы Российской Федерации. Их список можно найти по адресу <http://www.cityline.ru/politika/igogo/politika.html>. Это при том, что во время

³⁸ Первые примеры использования интернета в политической сфере относятся, как минимум, к 1995 году. См. www.ice.ru/elect. - Прим. авт.

выборов 1995 и 1996 гг. у ведущих политических сил не было собственных сайтов. Их заменяли подробные подборки программных и агитационных материалов на сервере Национальной службы новостей (НСН).

Анализ этого сегмента показывает, насколько динамично он развивался. Например, в период работы Госдумы второго созыва (1995—1999 гг.) своими серверами обзавелись уже все парламентские партии. Это были не только четыре победивших партии: КПРФ, ЛДПР, «Наш дом — Россия» и «Яблоко», но и Аграрная партия и Российский общенародный союз, составившие основу депутатских групп одномандатников. К выборам-99 серверы появились у новообразований — фаворитов кампании «Отечество», «Вся Россия», «Медведь». Наиболее содержательный список ссылок на сайты политических партий и организаций можно найти на сайте агентства «Партиформ»³⁹.

Однако этот процесс не столь однозначен. Например, значимость Интернета уже осознается даже в КПРФ, где прозвучал призыв Г. А. Зюганова к повсеместному его использованию⁴⁰. Вместе с тем большинство политических и общественных деятелей, публично признающих новые технологии, все еще считают традиционные медиа более значимым инструментом влияния на общественное сознание. Они рассматривают свое нахождение в сети скорее как необходимость, как некую дань моде. Поэтому к 2006 году из 450 депутатов Государственной Думы только 63 избранника имели в Рунете свой сайт⁴¹. Далеко не все депутаты последнего созыва к 2011 году, которые даже открыли свои представительства в сети, должным образом их используют.

На основании проведенного исследования можно утверждать, что первыми из крупных партий и движений объединение «ЯБЛОКО» (www.yabloko.ru) начало использовать интернет-технологии в

³⁹ {Электронный ресурс} – Режим доступа: <http://www.partinform.ru>

⁴⁰ См. {Электронный ресурс} – Режим доступа: <http://www.k141.ru/zqganet.shtml>.

⁴¹ Официальный сайт ГД РФ <www.duma.gov.ru>

повседневной деятельности, а не только в период избирательных кампаний. Несколько позже свою позицию в сети заявил сайт политической партии «Справедливая Россия» (www.spravedlivo.ru), который содержит большое число разделов и лент новостного характера.

Весьма активно позиционирует себя сайт Либерально-демократической партии (www.ldpr.ru), главная страница которого встречает пользователя фотографией ее бессменного лидера. Фотография, надо отметить, вызывает смешанные чувства. С одной стороны, пугающие суровое выражение В. В. Жириновского, с другой – неуместно сжатая в кулак рука в купе с написанным здесь же лозунгом партии: «Не врать и не бояться!», что вызывает некоторое недоумение.

Из персональных ресурсов интерес вызывает сайт политика Бориса Грызлова (www.gryzlov.ru), который является современным интерактивным, электронным средством массовой информации. Наряду с персонифицированной информацией присутствует большое количество разделов и лент новостного характера. В центральной части главной страницы расположена выдержка последних постов трех информационных разделов: события, прямая речь, законотворческая деятельность.

Следовательно, в данном параграфе говорится о том, что российские политические партии и отдельные политики постепенно начинают осознавать, что сеть располагает колоссальными возможностями для ведения собственно предвыборной кампании, а также организационным и даже финансовым ресурсом для повседневной политической деятельности.

Однако необходимо учитывать, что российский сегмент интернета имеет свои специфические черты, к которым следует отнести его концентрацию в столичном регионе, плохое состояние передающих сетей и преобладание молодежной (до 35 лет) и техногенной (выпускники технических вузов начала XXI века) аудитории. Поэтому он все остается

не должным образом востребованным электоральным ресурсом в регионах.

В работе также отмечается и другой недостаток уже существующих сетевых ресурсов – профессиональный уровень их создания, не всегда отвечающий последним достижениям в области информационных технологий. На этот фактор обращает внимание профессор Я.Н. Засурский, который считает, что «все это требует значительного усовершенствования интернет-сайтов, помогающих аудитории действительно получать информацию всеми возможными способами восприятия: зрением, слухом, а главное с помощью развития своего интеллекта. И от разделения «культуры текста» на «культуру уха» и «культуру глаза» мы приходим к объединению этой культуры в новой синергии конвергенционного восприятия мира»⁴².

Производной этой проблемы, по мнению исследователя, является подготовка профессионалов, постоянно повышающих свою квалификацию и в области общественно-политической тематики, и в сфере новых технологий, которые постоянно пополняются новыми атрибутами. Одним из них можно считать веб-2.0, анализу которого в ракурсе заданной тематике посвящен следующий третий параграф *«Веб-2.0 как платформа активного взаимодействия власти, журналистики и общественности»*.

В нем детально раскрывается тезис о том, что сервисы веб-2.0, без сомнения, представляют собой часть глобального процесса, который изменяет традиционную структуру медийного пространства – пользовательский контент завоевывает тематическое информационное пространство, становясь частью средств массовой информации. Интернет развивается в той мере, в какой пользователи наполняют его ими создаваемым контентом.

⁴² . К мобильному обществу: утопия и реальность/ Под ред. Я.Н. Засурского. – С. 51.

Соответственно, в параграфе раскрывается суть концепции веб- 2.0 как нового культурологического феномена, определяемого то как «идеология», то как «набор правил», то как «философия». Среди основных сервисов, вписывающихся в концепцию веб-2.0, в работе рассматриваются сервисы блогов (LiveJournal, MySpace, LiveInternet и т. д.). Причем речь идет не столько о возможностях разнообразных сетевых сервисов, сколько о восприятии их аудиториями и развитии на этой широко и быстро осваиваемой коммуникативной платформе новых форм социальной и политической тематики, поскольку подобные интернет-сервисы предоставляют пользователям все возможности для размещения информации любой тематики и получения обратной связи.

Тем самым в этом параграфе показано, что современный медийный продукт – не только форма восприятия, но и форма участия, подкрепленная технологическим развитием электронных ресурсов, сформировавшихся в Интернете, которая позволяет потребителям коммуникации быть ее производителями. В целом это относится и к общественно-политической тематике, которая присутствует во всех разновидностях средств массовой информации. Она, по сути, является продуктом реальной политики, общественно-политических процессов в обществе, так как главный вектор коммуникации между политической и медийной системами обусловлен в большей своей степени темами общественно-политической жизни.

В большинстве своем, именно блоги становятся независимой площадкой для политического дискурса. Сформировав их определенный круг, можно получить не только всю необходимую информацию об общественно-политической жизни страны, но также разнообразные оценки и комментарии этой информации. Это позволяет в свою очередь, сопоставляя различные точки зрения, сформировать свое представление о

ситуации, обсудить темы, негласно табуированные в традиционных СМИ, дать иной комментарий установленной повестке дня.

На конкретных примерах, собранных в процессе работы над диссертацией, показано каким образом реализуются новые возможности сети, формируя новый этап в развития интернет-ресурсов общественно-политической направленности. К ним относятся «флэш-мобы» – явление, которое было бы просто невозможно в недавние времена, феномен «Викиликс», который показывает, что любая закрытая информация может стать предметом гласности. В российской действительности такие примеры множатся с каждым днем. Например, 5 ноября 2009 года майор милиции из Новороссийска Алексей Дымовский, выложивший на своем сайте и на YouTube два обращения к премьер-министру Владимиру Путину, показал и доказал всем, как надо работать с органами государственной власти не выходя, как говорится, из дома. Чуть позже московская студентка, которая попросила Президента поздравить ее с Днем рождения, получила персональное поздравление, а вопросы типа «Как выходные провели?» Или «Как дела у сына?» стали обыденным явлением в микроблоге Президента страны.

Это позволяет в настоящем исследовании утверждать, что современные интернет-технологии, которыми владеют уже более 50% населения страны, а в возрасте 18-35 лет 85% пользователей, привели к тому, что предстоящие в России парламентские и президентские выборные кампании в сети будут иметь такое же значение, как и в традиционных СМИ. Власть в режиме он-лайн будет приходить в каждый дом и в каждую семью. Телевизор – удел слабых политиков.

Это стало возможным благодаря высоким скоростям доставки многообразной информации в интерактивном режиме, гипертекстовой композиции и мультимедийном преобразовании контента, с помощью которого уже сегодня в значительной степени повышается общественное

значение и расширяется публичная сфера общественно-политической тематики медийного пространства. Журналисты и пользователи, вооружившись новыми технологиями, уже сегодня бросают власти серьезный вызов своими возможностями по доведению информации для населения.

Третья глава *«Параметры общественно-политического контента в сети»* раскрывает результаты исследования общественно-политической тематики, представленной общественно-политическими интернет-ресурсами как частью медиасистемы, позиционирующими себя в качестве медиа. Рассмотрена технологическая и содержательная стороны их деятельности, а также их жанровая палитра. Отражены результаты анкетирования, ставящего своей целью получить ответ на вопрос, какова мотивация у политиков, заставляющая осваивать их сетевое медийное пространство.

Первый параграф *«Анализ контента интернет-ресурсов органов власти различного уровня, общественно-политических партий и движений, политических и общественных деятелей»* раскрывает новые возможности, которые привнес Интернет в деятельность традиционных средств массовой информации, способствовал созданию онлайн-ресурсов полной или частично общественно-политической направленности. Выводы сделаны на основании изучения массива публикаций электронных версий традиционных СМИ, онлайн-изданий и более 400 интернет-ресурсов политических партий и движений, а также известных политиков и общественных деятелей.

Выделенные в работе содержательные и технико-технологические критерии послужили основой для анализа данных интернет-ресурсов. В параграфе говорится о том, что общественно-политическая тематика, присутствующая в сети, в значительной степени представляет собой продукт реальной политики. Освещая политическую жизнь, эти ресурсы

работают с актуальной повесткой дня, выстраиваемой на информационных поводах. Новостной ряд, представленный в разделах, связан с деятельностью государственных и гражданских институтов общества, главы государства и правительства, партии и ее лидеров, отношениями между субъектами политики, внутренней и внешней политикой, политическими событиями в стране и за рубежом. Зоной информационного внимания для большинства интернет-ресурсов политических партий остаются вопросы партстроительства, освещение партийных позиций, работа региональных отделений. Сайты политиков не избегают оценок, альтернативных позиций, полемики, анализа проблем в палитре общественно-политической тематики.

Примечательно, что респонденты, анализируя содержательную часть, подчеркивали идейные позиции партии, делали не только выводы по общему восприятию, но давали советы. Продвижение к новым стандартам политических интернет-ресурсов расширяет диапазон проблематики, ограниченной рамками необходимых разделов типовых сайтов. Понимание того, что аудитория пользователей нуждается не только в поставляемой на них информации, но и в не меньшей степени материалах, раскрывающих сложные взаимосвязи мира политики и других сфер общества, было характерно для большинства полученных анкет.

При этом было интересным мнение студенческой молодежи – из числа будущих журналистов, специалистов по связям с общественностью и политологов, выступившими в качестве экспертов по оценке политических сайтов. Их выводы были обсуждены на ряде фокус-групп, в состав которых входили эксперты анализируемых сайтов.

Следует отметить, что полученные результаты в большинстве случаев совпадали с принятыми в исследовании критериями оценки существующих политических интернет-ресурсов: «хранилище информации», сайты с

«зачатками общения» и сайты, опирающиеся на последние достижения в ИКТ, или, как их называли студенты в своих анкетах, – «сайты с наворотами».

Большинство ответивших на анкету, признали, что за несколько лет политические структуры прошли путь от использования электронной почты и статичных «доморощенных» сайтов-визиток до интегрированных веб-систем. Это не могло не быть замеченным аудиторией и повысил статус этих ресурсов.

Собственно, технический уровень инструментов предопределил три основных типа политических ресурсов в сети, что и подтвердил опрос аудитории. Общая картина по-прежнему отражает разброс от так называемых «сайтов-визиток» или «хранилищ информации», «зачатков общения», до сайтов, отвечающим современным требованиям гипертекстовости, мультимедийности, интерактивности, глобально-мгновенного распространения информации, предоставляющих сегодняшние возможности осмысленной двусторонней коммуникации, мобилизующей максимально широкую аудиторию.

Немаловажным фактором, по мнению аудитории, является привлекательность медийного продукта в сети, его содержание, использование таких навигационных технологий, которые упрощают доступ к ресурсу. Тем самым, аудитория считает важным фактором для себя, постоянное обогащение информации, распространяемой посредством сети. Причем видит в этом результат конвергенции СМИ, объединяющей все типы цифровой информации и медиаконтента в компьютерных сетях. Многофункциональность конвергентных носителей предоставляет пользователям новые преимущества, закладывая возможность получения всех СМИ посредством «одного экрана».

Второй параграф *«Типы отношений журналиста и политика в современном медийном пространстве»* рассматривает новые возможности

для политиков в предоставлении информации своим пользователям, используя возможности медийных профессионалов.

Анализ сайтов дает основание говорить, что политики стали рассматривать Интернет не только как дополнительный канал доставки информации – они стараются превратить свои сайты в самостоятельные интернет-проекты, предоставляя своим пользователям совершенно новые возможности потребления информации.

Во-первых, обязательной в структуре сайта становится постоянно обновляемый новостной контент. Во-вторых, он все чаще дополняется различными медийными средствами с использованием разных конфигураций и конвертированием на различные носители.

Изучение содержательного пространства политических интернет-ресурсов показало, что появился *специфический тип медийного продукта*, способствующий продвижению общественно-политической тематики. Его можно было бы отнести к разряду PR-текстов, если бы в большей степени он не представлял собой средства массовой информации. Его появление еще раз доказывает, что, с одной стороны, налицо расширение медийного пространства, использующего в своих целях общественно-политическую тематику, с другой – отражение процесса слияния коммуникативных практик.

Этот интернет-проект, самостоятельный по духу, по внутреннему содержанию, предлагает практически новый тип журналистики, новые профессиональные стандарты. Он отражает современный тип коммуникации в динамично изменяющейся информационной среде, где политические акторы выстраивают новые взаимоотношения, вступают в непривычные до сего времени контакты, формируя новый стиль общения, создают виртуальные пространства и общности, предлагают оппонентам новые способы и методы взаимодействия. По сути, являясь журналистским

информационным продуктом, такой интернет-проект одновременно представляет собой действенную составляющую PR.

Контент-анализ, предпринятый в диссертации, как пример для практического применения в работе журналистов, специализирующихся на поддержке политических сайтов и онлайн-изданий общественно-политической тематики, использовался для определения подсистемы конструкторов семантического пространства, активизируемой пользователями. Наличие такой системы «значений», принимаемых аудиторией, позволяет специалисту иметь «ключи доступа» к переводу вербальной информации (знаков, слов) в аналоговую (образы, эмоции). То есть он знает «что сказать», чтобы вызвать необходимый эффект восприятия.

Как видим, освоение журналистикой интернета не могло пройти незаметно для нее самой, так как она подверглась трансформации в связи с изменением технологических условий подготовки и трансляции своего контента. Поэтому единицей контент-анализа становится жанр, который, по образному выражению Е. Катца, как своего рода «контракт», когда «режиссеры», «актеры» и «публика» негласно договариваются о производстве и потреблении тех или иных культурных товаров⁴³. Об этом идет речь в третьем параграфе данной главы *«Формат политического интернет-ресурса как макрожанр»*.

В нем журналистский жанр рассматривается, как «тот культурный товар», элемент метаязыка интегрированных социальных коммуникаций, или современный код, с помощью которого шифруется массовая информация СМИ и дешифруется аудиторией. В единстве «конвенция-жанр-соглашение» находит себя базовая позиция механизма восприятия и мышления, сложившегося в культуре линейных и плоских форм передачи информации, какими являются традиционные СМИ.

⁴³ Katz E. The Return of the Humanities and Sociology//Journal of Communication, 1983, 33(3). P.52.

По мнению исследователей, иначе обстоит дело с гипертекстовой структурой информации Интернета, которая более соответствует базовым механизмам восприятия и мышления, так как «культура как результат интегрированной экстерииоризации мышления также является в основе своей гипертекстуальной»⁴⁴.

Поэтому в данном параграфе анализируется жанровая палитра гипертекста, которая делает целостным образ актуализированной реальности или виртуальной реальности, еще более подвижной, гибкой, структурно взаимозависимой не только от жанровых «гнезд», но и чутко реагирующей на колебание задач времени, творческих журналистских методов, да и восприятий пользовательской аудитории. Исследователями уже общепризнано, что показывать, как протекает событие, теперь лучше удастся телевидению, радио и интернету. Глазами телеобъективов, веб-камер мы видим достаточно много подробностей и нередко просто не успеваем осмыслить увиденное. Он-лайн репортажи сделали предметом своего внимания стоящее за событием явление, проблему или черту характера человека. К тому же технологические ресурсы Интернета предлагают «новые гибриды» в виде сетевых дневников – блогов, новостные журналистские сайты, дискуссионные площадки – форумы, чаты и т.п.

В данном исследовании отмечается, что функционирование жанров в сети практически не изучено, но предпринятый анализ Интернет-ресурсов по форме и содержанию позволяет определить подачу этого контента как макрожанр. Введение данного понятия базируется на проведенном анализе более чем 400 веб-ресурсов общественно-политической направленности, который показал, что взаимопритяжение и взаимоотталкивание жанров, их «сцепление» во многом и происходит в

⁴⁴ Калмыков А.А. Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация / Дисс. доктора филол. наук. М., 2009. – С.140.

результате их размещения на конкретном веб-ресурсе. Это взаимодействие зависит от навигации по сайту, от количества ссылок, от того, какие задачи и какими средствами рассказчик излагает свои мысли по той или иной тематике. Характерной особенностью, например, сайта политика является внутренняя ритмика разделов.

Система жанров, которая используется при организации любого медийного пространства и включает в себя интервью, статьи, стенограммы пресс-конференций, комментарии, чередование аудио- и видеоматериалов и т.д., ставит своей целью разнообразить подачу создаваемой СМИ картины мира. Каждый жанр, обладая своими ресурсами, является составной частью этого единства. Тем самым он раскрывает и проявляет все многообразие публицистической нацеленности жанров на воздействие аудитории. Но сегодня этой дробности в определении формата подачи информации уже явно недостаточно. Восполнить этот пробел и должен «макрожанр», введенный в рамках настоящего исследования.

Однако использовать это понятие имеет смысл только в том случае, если подобный сайт существует как единое целое. Он должен представлять собой сложное по составу многожанровое, но вместе с тем и единичное, неповторимое произведение, обладающее собственной внутренней логикой, устойчивой структурой, определенной завершенностью. Такой сайт имеет свой набор наиболее употребительных жанров, и в целом стремится наиболее полно информировать читателей о состоянии социума, сложить из событий и фактов – картину окружающей действительности. Поскольку пользователю нужно в этой действительности ориентироваться, действовать, принимать решения, сайт должен представлять общественную жизнь в движении, указывать пользователю определенное направление, естественно, в заданных общественно-политических рамках.

В заключении диссертации представлены обобщенные итоги решения поставленных в работе задач, сформулированы рекомендации и перспективные направления.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что несомненно с появлением Интернета, формирующего современное медийное пространство, общество получило иную журналистику. Чтобы она была востребована, ей необходимы профессионалы, обладающие знаниями, умениями и навыками, отвечающими запросам сегодняшнего дня профессии и учитывающие при этом опыт коллег по цеху прошлого. Это новый этап в развитии журналистики, развивающийся и требующий технологической и интеллектуальной доработки специалиста, уже функционирующего в сети и специализирующегося в общественно-политической тематике.

Основные положения диссертации отражены в 33 публикациях в научных изданиях. В том числе 8 в журналах из перечня ВАК. Общий объем публикаций – 32, 89 п.л.

Публикации в журналах, входящих в перечень ВАК:

1. Кравцов В.В. Жанровое своеобразие журналистских материалов в избирательных процессах (статья). Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия журналистика. СПб., Вып. 4. 2008. – С.157-169. – 0,5 п.л.

2. Кравцов В.В. Интернет – новые возможности политических коммуникаций (статья). Вестник Воронежского государственного университета. Серия журналистика, филология. Воронеж, Вып. 2. 2009. – С.159-164. – 0,25 п.л.

3. Кравцов В.В. Политическая коммуникация в Интернете (статья). Вестник Чувашского университета. Серия гуманитарные науки. Чебоксары, Вып.4.2009. – С.305-311. – 0,25 п.л.

4. Кравцов В.В. Требование времени: от традиционной журналистики к инновационной (статья). Вестник Поморского университета. Серия Гуманитарные и социальные науки. Архангельск, Вып.11.2009. – С.165-168. – 0,25 п.л.

5. Кравцов В.В. Овладение политической грамотностью – настоятельная потребность каждого журналиста (статья). Вестник Челябинского государственного университета. Серия филология. Челябинск, Вып.35. 2009. – С. 113-117. – 0,25 п.л.

6. Кравцов В.В. Жанр веб-ресурса как макрожанр (статья). Журналист. Социальные коммуникации. Серия теория и практика современных СМИ. Москва, Вып.1. 2011. – С.69-77. – 0,25 п.л.

7. Кравцов В.В. От стратегической модели медиатизированной политики к интерактивной (статья). Молодой ученый. Москва. Вып.1. 2011. С. 116-128. 0,5 п.л.

8. Кравцов В.В. Политические Интернет-ресурсы как особый вид корпоративного массового медиа-продукта. Молодой ученый. Москва. Вып.2. 2011. С.58 – 70. 0,5 п.л.

Монографии, учебники и учебные пособия:

1. Кравцов В.В. Журналист в избирательном процессе: монография. – Москва: Издательство РИП-холдинг, 2005, - 311 с. 13 п.л.

2. Кравцов В.В. Политическая журналистика в Интернете: монография. – Чебоксары, Чувашское книжное издательство, 2011, - 250 с. 10,5 п.л.

3. Кравцов В.В. Интернет-коммуникации в политической жизни России: Учебное пособие. Москва: типография ИПК РТ и РВ, 2011. – 24 с. 1 п.л.

4. Кравцов В.В., Харченко У.П. «Викиликс»: Интернет-вызов общественно-политическому строю: Учебное пособие. Москва: типография ИПК работников ТВ и РВ, 2011. – 24 с. 1 п.л.

5. Кравцов В.В., Харченко У.П. Этапы взаимоотношений медиа и власти: Учебное пособие. Москва: типография ИПК работников ТВ и РВ, 2011. – 24 с. 1 п.л.

6. Кравцов В.В., Харченко У.П. Общественно-политическая тематика в Интернете: партийные ресурсы: Учебное пособие. Москва: типография ИПК работников ТВ и РВ, 2011. – 24 с. 1 п.л.

7. Кравцов В.В., Харченко У.П. Краткий путеводитель по сайтам общественно-политических организаций. Учебное пособие. Москва: типография ИПК работников ТВ и РВ, 2011. – 24 с. 1 п.л.

Статьи в периодических изданиях и сборниках:

1. Кравцов В.В. Чубайс в России больше, чем PR//Советник, 2002, №10. С – 14-15; 0,3 п.л.

2. Кравцов В.В. Сказки для взрослых// Советник, 2003, №10. С – 20-21; 0.3 п.л.

3. Кравцов В.В. Политическая исповедь (черные пиарщики рассказали всю правду)// Версия, 2003, №45; 0.2 п.л.

4. Кравцов В.В. В чем секрет авторитета? // Элитный персонал, №45, 2003; 0.2 п.л.

5. Кравцов В.В. Выборы как форма общественной жизни//Акценты, 2004, №5-6. С.12-18. 0.25 п.л.

6. Кравцов В.В. Специфика работы журналиста на выборах. Особенности личности и деятельности журналиста на выборах (социально-психологический аспект)// Акценты, 2004, №3-4. С.45-58. 0.5 п.л.

7. Кравцов В.В. Коммуникация в политической сфере// Акценты, 2005, №1-2; С. 21-34. 0,5 п.л.

8. Кравцов В.В. Лагерная правда// Профиль, 2005, №28. С-32.0,2 п.л.

9. Vladimir Kravtsov. From one Moscow to the other Moscow, with love! (Из Москвы в Москву с любовью!)// Daily news. Moscow-Pullman. USA., 27.02.2010. 0,25 п.л.

10. Кравцов В.В. Государевы люди// СЕО, 2010, №11. С-72-76. 0,2 п.л.

11. Кравцов В.В. Государство и СМИ// Журналист, 2010, №12. 0,2 п.л.

12. Представитель Госдумы России провел семинары для ростовских журналистов. Сайт ЮГА.ru, 31.03.2011; 0,2 п.л.

13. Кравцов В.В. Курс на разгосударствление//Журналист, 2011, №4. С -10-11; 0,2 п.л.

14. Кравцов В.В. Щука нужна, чтобы караси не дремали//Аргументы недели.Юг, 2011, №13; 0,2 п.л.

15. Кравцов В.В. Слово или дело?// Наше время. 07.04.2011; 0,2 п.л.

16. Кравцов В.В. Интересно о скучном//Новочеркасские ведомости, 06-12.04.2011. 0,2 п.л.

17. Кравцов В.В. Модный GR// Советник. 11.2011; 0,25 п.л.