

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Национальный исследовательский университет

Учебно-научный и инновационный комплекс

«Социально-гуманитарная сфера и высокие технологии: теория и практика взаимодействия»

Основная образовательная программа

030200 «Политология», общий профиль, квалификация (степень) бакалавр

Учебно-методический комплекс по дисциплине

«Политический анализ и прогнозирование»

Балуев Д.Г., Новоселов А.А.

Роль «новых СМИ» в современных политических процессах

Электронное учебное пособие

Мероприятие 1.2. Совершенствование образовательных технологий, укрепление материально-технической базы учебного процесса

Нижний Новгород

2012

Роль «новых СМИ» в современных политических процессах. Балувев Д.Г., Новоселов А.А. Электронное учебное пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2012. – 40 с.

В учебном пособии рассматривается роль так называемых «новых» СМИ и социальных медиа в современных политических процессах. Особое внимание уделяется основным характеристикам социальных медиа и тому, как они меняют природу политических процессов. Анализируются конкретные случаи использования «новых» СМИ для организации протестных движений, ведения вооруженных конфликтов, предвыборных кампаний.

Электронное учебно-методическое пособие предназначено для студентов ННГУ, обучающихся по направлению подготовки 030200 «Политология», общий профиль, квалификация (степень) бакалавр, изучающих курс «Политический анализ и прогнозирование».

Содержание

Введение	
1. Социальные сети	
2. Социальные медиа и «новые СМИ»	
3. Влияние социальных медиа на политическую сферу	
4. Case Studies использования социальных медиа в политическом процессе	
Заключение	
Литература	

Введение

С момента быстрого распространения Интернет-технологий, с начала 1990-х годов, количество Интернет пользователей выросло с нескольких миллионов до нескольких миллиардов. Интернет становится политическим инструментом. Он все чаще используется не только как информационная площадка, а как координатор тех или иных массовых действий. С развитием телекоммуникаций, общество получило доступ к огромному массиву информации, к возможности выразить свое мнение и предпринимать коллективные действия. За тот же период социальные медиа стали неотъемлемой частью гражданского общества по всему миру. Социальные сети становятся центром обмена мнениями, актуальной или фундаментальной информацией. Показательно, что в 2011 году более половины корпораций увеличили свои расходы на социальные СМИ. При этом треть глав крупных корпораций заявили, что социальные СМИ были вверху их списка приоритетов (Booz & Company and Buddy Media's "Campaigns and Capabilities: Social Media and Marketing 2011)

Все это ведет к тому, что структура СМИ стремительно меняется. Меняется аудитория и распределение аудитории по традиционным и нетрадиционным СМИ. Растет доля тех, кто получает информацию исключительно из новых медиа, но, какова эта доля, точной информации нет ни у кого. Некоторые социальные сети оказывают огромное влияние на политический пласт жизни. На политической арене появилась возможность масштабной координации действий различных субъектов политического процесса для защиты своих политических интересов.

Вероятно, впервые мобилизационные возможности Фэйсбук и Твиттер раскрылись в полной мере на Ближнем Востоке. В представлениях обывателей, социальные медиа сыграли важнейшую роль в «арабской весне», объединяя разрозненные оппозиционные группы и давая им возможность обойти цензуру, которой подвержены традиционные международные средства массовой информации. Роль социальных медиа в мобилизации протестующих на площади Тахрир Каира и предоставление сирийской оппозицией видеоматериалов с (якобы) имевшими место правительственными репрессиями привлекло особое внимание со стороны международных СМИ. Конфликт в Ливии преобразовал характер «арабской весны» и привел к крупномасштабным боевым действиям, развернувшимся вдоль североафриканского побережья между силами, лояльными законному правительству, и повстанцами, поддерживаемыми армиями стран НАТО.

Новые технологии и изменения в политических системах меняют природу взаимодействия СМИ и государств. Если в 1990е годы казалось, что развитие идет в направлении неограниченной свободы получения информации невзирая на существующие государственные границы, то начало 21го столетия показало, что мир вовсе не является местом, где распространение информации свободно от всяких ограничений. Ведущие зарубежные государства сумели адаптироваться к новым технологическим и политическим реалиям, а также к изменениям самого медийного рынка. Более того, новые тенденции привели к большим возможностям для одних государств влиять на СМИ других государств. Однако то, как развиваются медийные рынки отдельных стран уже более не определяется лишь самими этими странами и их государственными аппаратами. Эволюция локальных систем стала частью развития глобального медийного рынка.

Существуют шесть тенденций, влияющих на место социальных медиа в политике:

- Рост уровня конкуренции и коммерциализации медийного рынка
- Техническая и экономическая конвергенция (например традиционных и «новых» СМИ)
- Глобализация медийного рынка
- Взрывной рост объема доступного контента
- Возросшие возможности для интерактивного использования контента конечными пользователями
- Взрывной рост значения «новых СМИ»

1. Социальные сети

Социальные сети определяют социальную и экономическую жизнь. Они играют центральную роль в передаче информации о рабочих вакансиях. Они являются критически важными для торговли. Они являются основой для взаимной поддержки населения развивающихся стран. Они определяют как распространяются инфекционные заболевания, какие товары мы покупаем, на каких языках мы говорим, как мы голосуем, становимся ли мы преступниками, какое образование мы получаем, насколько вероятно мы преуспеем в профессиональном плане. Бесчисленные способы влияния социальных сетей на политическую сферу делают абсолютно необходимым понимать:

- 1) как социальные сети влияют на поведение

и

2) какие сетевые структуры вероятнее всего появятся в обществе.

Важно понимать не просто сколько социальных связей имеет каждый член сети. Различные меры связанности и центральности узлов социальной сети позволяют понять разные аспекты сетевой структуры.

Социальная сеть, понимаемая в рамках общей теории анализа социальных сетей – набор узлов (или членов сети), которые связаны друг с другом отношениями одного или более типов. Понимание связей между людьми, группами, государствами и негосударственными объединениями может помочь пониманию того, какое влияние они оказывают друг на друга. Фэйсбук и другие подобные системы, вопреки широко распространенному причём не только среди обывателей, но и среди значительной части отечественных исследователей, мнению, являются *не социальными сетями, а системами (или инструментальными платформами) поддержки социальных сетей*. Сами же сети могут существовать, существуют и зачастую успешно функционируют и вне Фэйсбука.

Представляется, что подобное понимание социальных сетей гораздо более применимо для современной российской политической практики, чем упрощенческое сведение всего многообразия социальных сетей к тем, которые функционируют в рамках систем поддержки социальных сетей. Подобный подход гораздо более плодотворен при прикладном политическом анализе. В частности теория анализа социальных сетей была успешно применена для анализа террористических сетей.

Существуют и достаточно функциональные программные продукты для анализа социальных сетей:

- Orgnet.com
- i2 Analyst Notebook
- Palantir Technologies

Агрегаторы новостей Silobreaker и EMM News также содержат некоторые инструменты для анализа социальных сетей.

Собственно анализ конкретных сетей заключается в последовательном выполнении трех шагов:

- Шаг 1: определить границы сети
- Шаг 2 : определить связи между узлами сети или ее членами
 - Ключевой пункт: члены сети оказывают воздействие друг на друга для оказания влияния на действия друг друга. Поэтому важно понять, как они связаны друг с другом
 - Ключевой пункт: необходимо понимать силу и природу связей в сети, чтобы понять, как она функционирует

- Это позволяет нам идентифицировать социальные сети, важные для понимания проблемы, о которых мы не знали
- Что дает возможность сравнить разные сети, идентифицировать, те пункты, где они перекрывают друг друга и анализировать сравнительные уровни сплоченности сетей
- Шаг 3: мониторинг и оценка ключевых индикаторов

Мониторинг и измерение активности социальных сетей требует холистического подхода, означающего что в процесс необходимо включать всю активность, имеющую значение для рассматриваемого предметного поля, вне зависимости от того наблюдается ли она в Фэйсбуке, Твиттере, Ютубе или иной социальной сети. Необходимо также осознавать, что на некоторое пересечение данных мониторинг и измерение являются разными процессами. Хотя оба они используют схожие данные, эти данные используются и анализируются по-разному.

Мониторинг начинается с определения набора ключевых слов, релевантных для исследуемого предметного поля. После этого ключевые слова вводятся в инструмент мониторинга, который отслеживает информационные обмены и организует данные таким образом, что их можно использовать для дальнейшего анализа. В идеале мониторинг позволяет отвечать на те или иные важные информационные обмены в режиме реального времени.

В отличие от мониторинга измерение более статистично по своей природе и производится не в реальном времени, а на протяжении какого то (иногда довольно длительного) временного периода. Также как и мониторинг измерение начинается с определения набора ключевых слов. После того как инструмент мониторинга производит сбор и первичный анализ данных определяются численные индикаторы, наиболее важные для определения состояния исследуемого предметного поля. Вне зависимости от специфики этого поля к таким индикаторам будут относиться вовлеченность (релевантность страницы Фэйсбука для пользователей и действия которые они предпринимают, посещая ее), влияние (количество ссылок и лайков на Фэйсбуке – достаточно совершенным инструментом измерения влияния является Netvibes) , клики, объем (как часто люди ищут информацию находящуюся на странице Фэйсбука в поисковых системах – наиболее распространенный инструмент для измерения объема – Google Analytics), демография посетителей (наиболее релевантный инструмент – HootSuite), усиление (измерение того, как много раз то, или иное сообщение повторяется в Фэйсбуке или Твиттере). Несомненно следует использовать и такой инструмент для измерения влияния и усиления как Klout, при создании которого были использованы

инновационные методы и алгоритмы комплексного определения влияния. Для измерения степени усиления в Твиттере достаточно релевантным инструментом является TweetReach.

2. Социальные медиа и «новые СМИ»

Традиционные СМИ создавали и сохраняли одностороннюю связь между немногими профессиональными производителями и материалом и множеством непрофессиональных потребителей. Эта модель была наиболее распространенной во второй половине двадцатого века и начала меняться в 1980-х годах, что связано с широким распространением фотокопировальных аппаратов, домашних видеокамер, электронных систем верстки и все более распространенным доступом к сети Интернет. В начале 2000-х годов стоимость компьютеров и доступа к Интернету снизилась настолько, что позволила отдельным гражданам использовать те же инструменты, что и профессиональные производители новостей. Именно в этот период появляются новые формы медиа такие как блоги и системы поддержки социальных сетей. В это время стирается граница между производителями и потребителями новостей.

Появляется термин «созданный пользователями контент». Он означал материальный продукт, а не средства его производства. Этот термин популярен в коммерческих СМИ и используется для объяснения бизнес-планов инвесторам, но при этом он по-прежнему проводит четкую линию между профессионалами и непрофессионалами. Такое разделение по-прежнему иногда имеет смысл. Например в июле 2010 года только три из двадцати наиболее протраиваемых видео на YouTube были сняты непрофессионалами. Большинство же было снятыми в студиях профессиональными видео или студийными высокобюджетными музыкальными видео.

Другой термин, «гражданская журналистика», фокусирует внимание на репортажах и переходе от одностороннего вещание от репортера к аудитории к многостороннему общению между участниками процесса.

Термин Web 2.0 относится к модели, позволяющей используя новейшие программные платформы позволяет пользователям создавать собственные источники информации. Термин в отличие от «созданного пользователями контента» относится не к

конечному продукту, а к инструментам создания новых медиа. Он уделяет достаточного внимания процессам, продуктам, автору или аудитории. Хотя термин и был создан для описания особого типа сетевого программирования, он широко распространился среди ученых обществоведов.

Как итог всех этих изменений высокоцентрализованная медиа система, соединявшая людей с крупными централизованным и общественными субъектами и центрами силы, а не друг с другом, заменяется на горизонтальные потоки информации между гражданами. Самое же пожалуй важное заключается в том, что новые информационно-коммуникационные технологии начинают менять и сам политический мир. Так называемые «Новые СМИ» начинают приобретать самостоятельную политическую роль, становясь инструментом политических изменений и технологией, которая все шире используется для таких изменений. Необходимо остановиться на том, что же их себя представляют «новые СМИ», как они влияют на политику, и как они могут использоваться в работе политаналитика.

Новые СМИ – электронные средства массовой информации, часто более динамичные, чем традиционные СМИ, обычно позволяющие аудитории взаимодействовать с производителями информации

Социальные СМИ (к которым относятся и Фэйсбук, и Твиттер) созданы для того, чтобы связывать людей друг с другом. В этом качестве используются, чтобы доставлять информацию большому количеству пользователей в режиме реального времени

Необходимо обозначить и ключевые характеристики Фэйсбука и Твиттера, влияющие на набор инструментальных средств, используемых в предлагаемом исследовании:

- Содержание Фэйсбук не всегда предназначено для открытого доступа
- Для доступа к наиболее интересному контенту, размещенному в социальных сетях (функционирующих на базе систем поддержки социальных сетей, подобных Фэйсбуку) обычно необходимо быть их членом
- Однако системы поддержки социальных сетей обычно дают доступ к большому количеству персональной информации, в особенности о природе связей между различными членами сети
- Твиттер - служба микро блогов, имеющая характеристики, схожие как с блогами так и со службами поддержки социальных сетей
- Твиттер - информационная сеть в режиме реального времени, наполняемая отдельными лицами и организациями по всему миру

- Позволяет устанавливать связи между людьми, группами и организациями
- Пользователи могут быстро поделиться контентом с большим количеством контактов

Примеры «новых» СМИ



The Huffington Post

- Онлайновая газета
- Интерактивная, позволяет пользователям оставлять комментарии



World TV

- Позволяет пользователям создавать собственные телеканалы из личных видеоклипов
- Позволяет размещать, компилировать и обмениваться видео



Demotix

- Вебсайт и фотоагентство для непрофессиональных журналистов
- Берется контент, созданный пользователями и размещается в традиционных СМИ

<http://www.demotix.com/>

<http://www.huffingtonpost.com/>

<http://worldtv.com/>

YouTube



Ключевые характеристики

- Глобальный лидер в онлайн-видео
- Предоставляет платформу для распространения оригинального видеоконтента, создаваемого пользователями
- Также предоставляет форум для взаимодействия между пользователями посредством блог-интерфейса.



http://www.youtube.com/watch?v=_1zGPnoE6U8

Примеры социальных медиа

- Блоги



- Системы поддержки социальных сетей



Facebook для новостных служб...



<http://www.facebook.com/bbcworldnews?v=wall&ref=search#!/cnn?ref=ts>

<http://www.facebook.com/bbcworldnews?v=wall&ref=search#!>

Исследования проводившиеся на базе Pew Center's Internet и American Life show показывает, что даже те люди, которые не проводят много времени в сети, регулярно используют Интернет для поиска новостей и информации. Новые медиа, так же часто определяемые как социальные медиа, серьезно отличаются от интернет версий печатных изданий, прежде всего, своей интерактивной и колаборационистской природой. Они характеризуются, прежде всего, двухсторонней системой коммуникаций, а так же практически нулевой стоимостью использования по сравнению с традиционными СМИ, которые остаются достаточно дорогостоящими. Старые СМИ сильно зависят от доходов получаемых от рекламы, в то время кандидаты в ходе компаний могут использовать новые медиа, в частности Facebook и Twitter практически бесплатно. В ходе президентских выборов в США в 2008 году, 14,5 миллионов часов видео, относящихся к предвыборной гонке, было просмотрено на YouTube. Стоимость размещения видео на базе данного сервиса практически бесплатна, в то время если данный объем был размещен

на телевидении, то ориентировочная стоимость рекламной компании составила бы 45 млн. долларов. Таким образом, в силу интерактивной природы и низкой стоимости кандидаты на выборах могут завоевывать своих сторонников и избирателей способом прежде недоступным через старые СМИ. Политическая компания, проводимая с помощью новых СМИ, помогает найти новых сторонников. Однако достаточно сложно сказать как именно влияют новые СМИ на электоральное поведение, в то же время различные политические группы все более часто и широко применяют новые СМИ в ходе компаний.

Одной из самых работ, рассматривающих сдвиг от коммуникационных технологий (ТВ, радио, газеты) к информационно-коммуникативным технологиям, является книга Говарда Рейнгольда «Виртуальная община». Хотя работа была опубликована еще в 1993 году, Рейнгольд уже тогда обозначил фундаментальные изменения в коммуникационном процессе: «новые медиа привлекают колонии энтузиастов, потому что новые ИКТ позволяют людям общаться по новому, и всем вместе делать, что то новое – что в свое время делали телеграф, телефон и телевидение»

Д. Най в 2006 писал о вопросах, которые необходимо рассмотреть при анализе путей концептуализации технологий обществом и делал акцент на «социальных конструкциях» в форме медиа «новые масс-медиа по существу не являются демократическими или тоталитарными», «данная социальная конструкция может быть и тем и другим». Бенклер в своей работе 2006 года, анализирует пути перехода от индустриальной к информационной экономике, в ходе перехода меняются не только экономические институты, но и политические и культурные.

Най и Эрбинг провели в 2000 году количественное исследование, как рост влияния Интернета отражается на других аспектах жизни в США.

Перлмуттер в своем исследовании 2008 года так же рассматривал растущий интерес к блогам и пришел к выводам «блоги не столь сильное средство политической агитации с точки зрения традиционной политики, в то время как блоггеры предлагают своим читателям уникальную информацию, они не имеют финансовых, моральных, социальных или культурных рычагов для изменения конкретного политического поведения».

Другие исследователи, в частности Клэй Ширки, исследуют возможность новых медиа в деле мобилизации политической поддержки. У него более широкий взгляд чем у Перлмуттера, предметом анализа являются не только блоги но и другие возможности Интернета, такие как Wikipedia и Twitter, показывая нам как политически-активные группы координируют свои действия более эффективно, чем мир «старых медиа».

3. Влияние социальных медиа на политическую сферу

Во-первых, государственный контроль над многими сферами становится более сложным и размытым, отражая социальное давление на различные национальные и транснациональные институты управления, так же как и корпорации, которые используют глобальные бизнес модели для достижения автономии от государственного регулирования.

Во-вторых, на национальном и транснациональном уровне политические вопросы становятся взаимосвязанными с точки зрения пересечения интересов различных социально-политических движений: трудовое право и права человека часто имеют общую повестку дня, инициативы экономического развития взаимосвязаны с природоохранной деятельностью. Результатом являются организационные инициативы по определению проблем и разработке протестной стратегии через растущее социальное разделение, в прошлом похожие функции выполняла церковь, партии и прочие массовые организации.

Сетевые формы организации социума являются важной частью протестной мобилизации. Тем не менее, организация таких протестов как глобальные антивоенные демонстрации 2003 года показывают, что «сетевые индивидуумы» имеющие множественные связи в сетевом пространстве, становятся крайне «централизованными» в скорости и интенсивности организации протестов. Мы определяем «персонализированные» коммуникации, как коммуникации являющиеся частью организации или коалиции, которые:

1. Дают возможность лично ориентированного участия в определении проблем и действиях

2. Отсутствие единой идеологической платформы

Многие ученые отмечают что протестные движения основанные на свободном индивидуальном участии, демонстрируют впечатляющие результаты по скорости мобилизации, определению текущих проблем и способности фокусировать внимание общественности на этих проблемах в короткий срок. Эти же самые достоинства современного протестного движения могут подрывать способность традиционной политики к выработке актуальной повестки дня и созданию крепких коалиционных отношений.

С одной стороны для вовлеченных в коллективные действия «индивидуализированных» граждан является нормой отвергать участие в традиционной

политике. С другой стороны, организации продолжают сталкиваться с необходимостью достижения традиционных политических целей, которые предполагают сохранение политических возможностей в таких областях как мобилизация и контроль над повесткой дня.

Борьба за баланс между гибкостью и контролем чаще всего отражается на веб-сайте организации. Многие организации используют свой веб-сайт стратегически, представляя информацию о себе, своих целях и предлагаемых действиях. Помимо информации представленной на веб-сайте, многие организации оставляют ссылки на другие организации, а также предлагают индивидуализировать общение с потенциальными последователями путем, например, вступления в их группу на Facebook. Таким образом используя потенциал «дружеских» связей на социальных сетях организация существенно расширяет ряды последователей.

Влияют ли персональные коммуникации на политическое участие (способность к мобилизации)? Ослабляют ли персональные коммуникации сетевую силу организации? Ранее «структурная теория социальных движений» подчеркивала важность для мобилизационного процесса коммуникаций четких структур между организацией и ее последователями. Последующие исследования показали, как различные виды разнородности внутри организации уменьшают структурный эффект.

В то время как новые медиа дали организаторам протестных действий возможность обогнать старые медиа, возможность распространять информацию через каналы старых СМИ остается решающим фактором политической конкуренции. Важным также является вопрос, ведут ли персональные коммуникации организации со своими последователями к коррекции заявленных целей организации и имеет ли какое либо влияние на масс медиа информационное сообщение «персонализированного» протестного действия.

Ричард Роджерс из Амстердамского университета, разработал специальный он-лайн инструмент позволяющий составлять карту сетевых связей организации через анализ ссылок размещенных на сайте организации. Самым интересным выводом, полученным из этого анализа является свидетельство того, что политические коалиции которые применяют более «персонализированные» стратегии коммуникаций формируют более сильные сетевые сообщества. Так называемое «электронное» участие в политической жизни, т.е. возможность выражать политическую точку зрения он-лайн, «электронное» правительство (возможность доступа к информации и социальным сервисам он-лайн), «электронное» голосование или «электронный» референдум с возможностью голосовать

он-лайн, все эти новые элементы называемые «электронной» демократией, можно в целом определить как растущие возможности политического участия посредством Интернет технологий.

Таким образом, анализ альтернативных медиа сосредоточен на использовании новых технологий. Интернет увеличивает общественное пространство для обсуждения актуальных вопросов, тем самым создавая новую политическую идентичность.

Основу для новой политической идентичности составляет производство «само-генерируемого» политического сообщения, потенциальный получатель сообщения сам выбирает источник информации и определяет дальнейший путь конкретного сообщения или контента во всемирной сети. Таким образом, медиа-аудитория трансформировалась в субъект коммуникаций, способный переопределить процесс социальных коммуникаций формирующий культуру общества. На наш взгляд, прошедшие в 2010 году в Великобритании вряд ли можно назвать игрой вничью между использованием в предвыборной борьбе Интернета и телевидения. Напротив, взаимодействие между различными типами медиа могут создать новую форму информации, дискуссии и взаимоотношений. Прошедшие в Великобритании в 2010 году предвыборные дебаты являются примером «медиадизации» современной политики. Помимо освящения традиционными СМИ, дебаты параллельно освещались цифровыми медиа: в блогах, в Twitter, социальных сетях таким образом особенности медиа освещения определяли параметры поведения политических лидеров, журналистов и возможно избирателей. Как высказался Деуз в своей работе «Медиа-жизнь», «Мы скорее живем нашу жизнь в медийном пространстве, чем с медийным пространством».

Для Деуза эта идея представляет новые условия, как онтологические так и нормативные, с тех пор как были идентифицированы и теоретизированы новые способы использования медиа людьми. Очевидно, что мы должны начать думать и пытаться теоретизировать формы «медиазации», которые управляются не элитной медиа продукцией (в том числе и в смысле, что именно элита имеет монополию на производство такой продукции), а путем взаимодействия элитарных медиа с разнообразными социальными медиа.

С момента быстрого распространения Интернет-технологий, с начала 1990-х годов, количество Интернет пользователей выросло с нескольких миллионов до нескольких миллиардов. За тот же период социальные медиа включая множество акторов - обычных граждан, активистов, неправительственные организации, телекоммуникационные компании, разработчиков программного обеспечения - стали

неотъемлемой частью гражданского общества по всему миру.

Социальные медиа становятся инструментом координации для политических движений по всему миру, в то же время авторитарные режимы стремятся ограничить доступ к ним. В качестве ответной меры Госдеп США объявил что защита «Интернет свободы» является одним из приоритетных направлений политики. Защита права свободного использования интернета идет в русле американской стратегической цели, укрепления «гражданского общества» по всему миру. Однако попытки Государственного департамента США защитить «Интернет свободу» через поддержку различных диссидентских групп за пределами США направленных на смену существующих режимов, в среднем не очень эффективны, и в случае провала, последствия могут быть серьезными.

Опасности «Интернет свободы»

В январе 2010, Госсекретарь США, Хиллари Клинтон, рассказала в своем выступлении, как США будут поддерживать «Интернет свободу» за рубежом. Она отметила несколько видов свобод, включая право доступа к информации (например, возможность использовать Wikipedia и Google в Иране), право граждан создавать их собственные общественные медиа (право активистов в Бирме вести блогговую деятельность), право граждан поддерживать взаимное общение (пример Китая, где правительство часто ограничивает такие возможности).

В частности, Хиллари Клинтон заявила о возможности финансирования разработчиков технологий, направленных на открытие доступа к Интернету для граждан стран, где существуют его ограничения. Такой «инструментальный» подход к Интернет свободе нацелен на предотвращении государственной цензуры внешних интернет ресурсов, таких как Google, YouTube, *The New York Times*. Такие технологии направлены, прежде всего, не на поддержку права свободы слова или социального использования цифровых медиа ресурсов, а на открытие доступа к «определенным» ресурсам. В соответствии с такой точкой зрения Вашингтон может и должен распространять быстрый и прямой ответ Интернет цензуре, используемой авторитарными режимами. Хотя такой подход получает политическую поддержку и ориентирован на действия, вряд ли он является единственным правильным решением проблемы.

Данный подход может быть достаточно опасным. Так широкий резонанс получило дело о разработке программного обеспечения для обхода интернет цензуры (прежде всего

в Иране) под названием Haystack.

Эта программа была высоко оценена американским правительством и получила экспортную лицензию. Однако программа не проходила должной проверки, и после проведения экспертной оценки выяснилось, что она не только не выполняет заявленные функции, то есть позволяет скрывать интернет общение от правительственного контроля, но и позволяет противнику отслеживать персональные данные пользователей.

С другой стороны, одна из самых успешных анти-цензурных программ, Freegate, получила достаточно слабую поддержку от властей США, частично из-за бюрократических проволочек, частично из-за боязни Вашингтона повредить американо-китайским отношениям. Изначально данная программа была создана движением Falun Gong, которое находится в «черном списке» китайских властей.

Примеры Freegate и Haystack демонстрируют определенные сложности в защите социальных медиа, связанные как с местной спецификой, так и с краткосрочными политическими целями. Несмотря на правильность общей постановки вопроса, о том, что свобода коммуникаций позитивно отражается на политической свободе, «инструментальный подход» является достаточно спорным. Для таких внешних сил как США, иногда бывает сложно понять специфику местного политического процесса. Внешняя поддержка мирной оппозиции всегда сопровождается риском, власти могут воспринимать оппозицию как силу, управляемую элементами из-за рубежа.

Более многообещающий путь - это восприятие социальных медиа, как долгосрочных инструментов, которые укрепляют гражданское общество и публичную сферу. В отличие от «инструментального», такой подход получил название «внешней среды». В соответствии с этой концепцией позитивные изменения в жизни страны, включая демократическую смену режима, следуют за развитием гражданского общества

Дилемма устойчивости

Группы, в которых присутствует дисциплина и координация, как в правительственных, так и бизнес структурах, всегда имеют преимущество над теми, в которых эти качества отсутствуют. Такие группы затрачивают меньше времени на организацию коллективных действий, так как имеют линейную структуру управления. Социальные медиа могут компенсировать эти недостатки в не организованных группах путем снижения стоимости координационных действий. Так, например, в случае с анти-президентскими выступлениями на Филиппинах, организаторы акций протеста использовали отправку и пересылку текстовых сообщений для организации массовых

выступлений. В результате большие, не организованные группы людей могут координировать свои действия, для организации массовых протестов, компаний в средствах массовой информации, отнимая монополию организованных действий у формальных организаций. Для политических организаций одной из основных форм координации является, то, что военные называют «общей осведомленностью», способность каждого члена группы не только правильно понимать ситуацию, но так же понимать, что все остальные члены группы понимают. Социальные медиа увеличивают «общую осведомленность» через обмен информацией в социальных сетях.

Анти правительственные выступления в Испании в 2004 году были организованы так быстро, прежде всего, благодаря миллионам людей, не являвшихся частью иерархической организации, распространившим информацию через современные телекоммуникации.

Так и анти коррупционный протест, который начался в Китае как следствие землетрясения в Сихуане в мае 2008 года, еще один пример такой синхронизации. Акции протеста организовали родители, которые потеряли детей из-за обрушения здания школы. Не качественное строительство школы - результат коррупционного сговора между местной властью и строительными фирмами. До землетрясения коррупция в строительной индустрии была известным фактом, о котором все молчали. Но после разрушения школы, граждане начали собирать и обмениваться информацией, связанной с причиной трагедии, используя в качестве инструмента социальные сети. Последствия коррупции в органах власти стали доступны широкой общественности.

Изначально китайские власти не вмешивались в расследование, проводимое общественными активистами, однако в июне резко изменили свою позицию. Органы госбезопасности начали арестовывать протестующих и преследовать журналистов освещающих эти события, когда стало понятно, что протестующие требуют не только государственную компенсацию, но и реальных реформ на местном уровне.

С точки зрения правительства, угроза состояла не в том, что граждане были обеспокоены коррупцией на местном уровне, а в том, что распространение информации за пределы пострадавшего региона будет являться катализатором роста гражданской активности в стране целом.

Скептицизм относительно социальных медиа

Однако, можно привести пару аргументов против идеи что, социальные медиа коренным образом изменят политическую жизнь.

Во-первых, инструменты сами по себе малоэффективны. Во-вторых, они приносят столько же вреда, сколько и пользы, так как авторитарные режимы сами начинают использовать эти инструменты для борьбы с диссидентами. Так Малкольм Гладвелл, обозреватель издания *The New Yorker*, в качестве примера приводит Интернет сообщества, деятельность которых получила название «slacktivism», т.е., «бездействующая активность», выступающих за социальные изменения и использующих малобюджетную активность, которая однако, не приводит к каким то реальным результатам . Так в Facebook's была создана группа "Save Darfur" , деятельность которой ограничивается раздачей наклеек на бамперы и футболок.

Отчасти критика оправдана, тем не менее, вопрос о силе социальных медиа остается открытым, то что, вряд ли можно улучшить этот мир «одним кликом мыши» не означает, что общество не может использовать социальные медиа эффективно. Последние события, связанные с протестной активностью населения в разных странах, показали что использование новых медиа не является заменой реальным действиям, а скорее играет роль инструмента координации. Тем не менее, это не означает, что любое политическое движение, использующее эти инструменты обречено на успех, так как государство не утратило способности своевременно реагировать на подобные «угрозы».

Рост социальной активности в сетях приводит к тому, что государство усиливает контроль этой сферы через мониторинг, ограничение и приспособления к своим нуждам этих же инструментов.

Так китайское правительство прилагает значительные усилия для нейтрализации возможных угроз, исходящих от социальных медиа, разрабатывая программное обеспечение, позволяющее как осуществлять цензуру, так и наблюдать за интернет активностью граждан.

Китай быстро осознал, что угроза легитимности правительства исходит изнутри, и блокирование сайта *The New York Times*, вряд ли поможет ослабить анти коррупционные протестные настроения. Система государственного контроля за Интернетом в Китае, эволюционировала от простейших фильтров входящего трафика в середине 90-х годов, до сложной системы, которая не только ограничивает входящую информацию, но занимается пропагандистской работой, принуждая операторов китайской сети цензурировать своих пользователей, а пользователей призывать к самоцензуре.

В связи с тем, что основная задача правительства не допустить «политической синхронизации» информации, государство не пытается полностью ограничить доступ в сеть, а пытается минимизировать доступ к определенной информации.

В то время как авторитарные режимы все чаще пытаются полностью закрыть коммуникационные сети, чтобы не допустить возможности координации, обмена и обнародования информации в режиме реального времени. Такая стратегия действий властей приводит к росту краткосрочных рисков вовлечения более широких слоев населения в политический конфликт. Так правительство Бахрейна закрыло доступ к сервису Google Earth, после размещения там аннотированной карты королевских земель изъятых из общественного пользования, что в свою очередь вызвало еще более пристальное внимание со стороны общественности, принудив правительство вновь открыть общественный доступ к этим землям. Приостановления работы телекоммуникационных сетей крайне проблематично для правительств имеющих долгосрочные планы политической жизни. Антиправительственные выступления в Бангкоке, изначально проходили в деловом центре города, однако после масштабного отключения национальной телекоммуникационной инфраструктуры правительством, протестное движение пополнилось людьми, находящимися далеко от столицы Таиланда. Такой подход создает дополнительную дилемму для государства - сложно представить современную экономику без работающих телефонов, поэтому ограничение телекоммуникаций на большом пространстве на долгое время представляется мало возможным. В самых экстремальных случаях использование социальных медиа это вопрос жизни и смерти, так иранским судом блоггеру Хусейну Деракшану (Hossein Derakhshan) был вынесен сметный приговор, впоследствии замененный на 19 лет тюрьмы, так же вспоминается таинственная смерть основателя белорусского оппозиционного сайта Хартия 97 – Олега Бебенина.

Сторонники сервиса Twitter считают, что сервис занимает центральное место в новостных медиа, предоставляя новости в режиме реального времени. Одним из самых ярких примеров использования Twitter было землетрясение в Китае 2008 года, когда такие медиа гиганты как CNN и BBC освещали катастрофу на основе информации полученной из Twitter, а также террористическая атака в Мубаи, когда уже после первых выстрелов пользователи очевидцы начали размещать информацию о разворачивающейся трагедии.

Другой формой сетевой активности является блогосфера, одной из форм ведения блогов являются так называемые микро блоги. В более широком смысле блоги были частью технологического тренда, получившего название Web 2.0. По сравнению со своим предшественником (Web 1.0) после распространения Web 2.0, «он-лайн аудитория отошла от пассивного потребления веб-контента в сторону более активного участия в его создании». Безусловно Web 2.0 внесла вклад в развитие электронной демократии. Связь

между Web 2.0 и электронной демократией делает микроблоги такие как Twitter объектом пристального внимания политической науки. Основным предметом научной дискуссии является вопрос о том как блоги влияют на политику. Можно выделить два ключевых вопроса рассматривающихся в научной литературе:

1. Отношения между блогосферой и медиасферой
2. Способность блогов стимулировать активное политическое участие.

Наиболее сильное влияние блоггерство оказало на журналистику. Журналисты все чаще заводят собственные блоги, собирая информацию от своей аудитории и продвигают активную гражданскую позицию в отношении актуальных проблем. Однако не только профессиональные журналисты, но и новое поколение «гражданских репортеров» используя возможности камеры мобильного телефона и интернета для сбора информации, разрушают сложившуюся структуру медиа пространства «производитель-получатель» информации.

Политическую блогосферу часто называют источником сетевой активности, так как блоги дают возможность он-лайн активистам использовать их возможности для политических действий. Это определение так же предполагает что блогосфера крайне демократична и отражает в большей степени мнения общества, нежели элиты.

Интерактивность Интернета занимает центральное место при рассмотрении блогосферы.

Интерактивность подразумевает «отношения пользователя с источником информации и другими пользователями сети» Блоги интерактивны по своей природе. Большая часть блогов позволяет посетителям отвечать комментариями блоггеру. Как отметил Колеман, «блоги быстро стали самым продвинутым способом публикаций в современной демократии». Впрочем, как в блогах, так и в Twitter, большая часть информации не относится к политике. Поэтому наиболее важным функциональным поисковым элементом Twitter стал хэштег (hashtag), так как он помогает организовать обсуждение вокруг одной темы и находить релевантную информацию. По мнению Холемана, «Хэштег объединяет вокруг себя внимание и активность пользователей. Большая часть хэштегов живет недолгой жизнью. Но некоторые становятся объектом долгосрочного интереса, отражая какие либо события в реальном времени»

Интернет участие может включать электронную версию традиционных форм участия – электронное голосование, электронное обращение в суд, а так же может включать совершенно новые формы кибер активности, такие как политически мотивированное хакерство. Интернет может увеличивать традиционные формы политического участия через упрощение распространение информации о текущих событиях и политических

акциях для широкой аудитории, а так же улучшает координацию между политическими активистами.

Таким образом веб активность в контексте политики, состоит из двух частей: веб-сайтов и социальных сетей. Сегодняшнее подрастающее поколение взрослеет в «компьютеро-ориентированном» пространстве, некоторые исследователи даже используют термин «врожденно-цифровые» («digital native»). Поэтому молодежные организации, желающие стимулировать гражданскую или политическую активность в обществе и способствовать росту различных типов политического участия, должны быть уверены что они представлены в сети. Развитие технологий дает политическим акторам возможность прямого общения со своей аудиторией. Комбинация текстового, аудио и видео Интернет-контента предоставляет неограниченную возможность представлять гражданам информацию, а так же позволяет гражданам обмениваться информацией с друг другом.

Односторонняя система коммуникаций основана на передаче информации без необходимости получать обратную связь от целевой аудитории. Традиционно исследователи полагают, что веб-сайты политических организаций выполняют административную, информационную функцию, а также используются для проведения кампаний и формирования сетевых структур. Ключевой функцией, с их точки зрения, является возможность прямого обращения к гражданам, в то время как взаимодействию с гражданами отводится мало значения. Веб-сайты функционируют как официальные представители организации в сети Интернет и обычно сосредоточены на информационном обеспечении граждан. Например, история организации или информация о проводимых кампаниях, является образцом односторонней коммуникации. С другой стороны веб-сайт может стимулировать политическое участие, расширяя свои функции за пределы информации «о нас », через область интерактивного взаимодействия. Эта область может способствовать «интерактивной связи между гражданами и партиями», а так же предоставлять возможность оппозиционно настроенным гражданам высказать свое мнение.

Исследования политической роли «новых СМИ» позволяют выделить ряд тенденций:

- Появление так называемых транс-медиа или использование двух и более типов СМИ для освещения событий стало широко распространенным явлением в 2011 году. Твиттер был движущей силой смещения телевидения и социальных СМИ. Другой смежной тенденцией оказавшей огромное влияние на восприятие

информации телеаудиторией стало распространение планшетных устройств и смартфонов. Согласно исследованию Yahoo около 86 процентов телезрителей использовали эти устройства во время просмотра телепрограмм.

- Также как Google создал систему, оплачивающую труд тех, кто создает востребованный поисковыми системами контент, началась гонка по созданию системы учета и вознаграждения тех, кто создает наиболее влиятельный контент. В этой области бесспорным лидером является Klout ставший де-факто индустриальным стандартом систем измерения влияния.
- Идеи, мнения, мультимедийный контент, апдэйты статусов - именно эти инструменты делают социальные СМИ все более влиятельной и часто разрушительной силой. Традиционные СМИ только приходят к осознанию этого, добавляя схожие функции к своим информационным системам.
- С одной стороны, развиваются системы поиска в социальных сетях. С другой стороны, социальные СМИ во все большей степени влияют на результаты поисковых систем. Страницы, которыми пользователь поделился в Фэйсбуке, Твиттере или Google+ получают более высокие ранки в результатах поиска этого пользователя.
- Другая тенденция – развитие так называемой социальной разведки (по аналогии с корпоративной разведкой). Количество инструментов мониторинга социальных СМИ, доступных на рынке, достигло в 2011 году более 200.
- В 2012 году следует ожидать и прорывов в создании все более точных систем измерения влияния в социальных сетях. Подобные прорывы следует ожидать в трех системах: Klout, Kred и PeerIndex.

Социальные СМИ не являются местом, где можно распространять информацию традиционными методами. Методы, включающие в себя пресс релизы, флаеры и директ мэйл просто не работают в подобной среде. При традиционных подходах к распространению информации сообщение посылается потенциальному потребителю информации. При использовании социальных СМИ необходимо создать условия при которых потребитель информации заинтересуется в ее потреблении и даже поиске. Такие условия создаются при включении устойчивых связей между элементами сети, которыми являются как производители, так и потребители информации. Эти связи являются абсолютно необходимым условием для соединения отдельных пользователей в социальную сеть.

4. Case Studies использования социальных медиа в политическом процессе

Социальные медиа становятся инструментом координации для политических движений по всему миру. В то же время режимы, пытающиеся, например, противостоять влиянию США, стремятся ограничить доступ к ним. В качестве ответной меры Госдеп США объявил что защита «Интернет свободы» является одним из приоритетных направлений политики. Защита права свободного использования интернета идет в русле американской стратегической цели, укрепления «гражданского общества» по всему миру. Однако попытки Государственного департамента США защитить «Интернет свободу» через поддержку различных диссидентских групп за пределами США направленных на смену существующих режимов, в среднем не очень эффективны, и в случае провала, последствия могут быть серьезными. Более многообещающий путь - это восприятие социальных медиа, как долгосрочных инструментов, которые укрепляют гражданское общество и публичную сферу. В отличие от «инструментального», такой подход получил название подхода «внешней среды». В соответствии с этой концепцией позитивные изменения в жизни страны, включая демократическую смену режима, следуют за развитием гражданского общества. Однако, можно привести и пару аргументов против идеи что, социальные медиа коренным образом изменят политическую жизнь. Во-первых, инструменты сами по себе малоэффективны. Во-вторых, они приносят столько же вреда, сколько и пользы, так как авторитарные режимы сами начинают использовать эти инструменты для борьбы с диссидентами.

Отчасти критика оправдана, тем не менее, вопрос о силе социальных медиа остается открытым. То что, улучшить мир «одним кликом мыши» вряд ли можно, не означает, что общество или государство не может использовать социальные медиа эффективно. Последние события, связанные с протестной активностью населения в разных странах, показали что использование новых медиа не является заменой реальным действиям, а скорее играет роль эффективного инструмента координации. Тем не менее, это не означает, что любое политическое движение, использующее эти инструменты обречено на успех, так как государство не утратило способности своевременно реагировать на подобные «угрозы».

Рост социальной активности в сетях приводит к тому, что государство усиливает контроль над этой сферой через мониторинг, ограничение и приспособления к своим нуждам этих же инструментов. В связи с тем, что основная задача правительства не

допустить «политической синхронизации» антиправительственной информации, государство пытается не полностью ограничить доступ в сеть, а минимизировать доступ к определенной информации.

Потенциал социальных медиа является предметом пристального внимания и многих вооруженных сил. Для специалистов в области разведки социальные медиа тоже представляют существенный интерес, при условии соответствующей верификации полученной информации. На сегодняшний день социальные сети рассматриваются вооруженными силами и разведывательными службами скорее как некая угроза, чем источник потенциально ценной информации. До того времени, когда военные смогут разработать стратегию защиты проводимых операций от внимания социальных медиа и создать механизм анализа дискуссий в социальных сетях, растущая доступность открытой информации скорее всего будет источником дополнительной «головной боли» для соответствующих ведомств, нежели средством поддержки. В ноябре 2011 в российских СМИ прошла волна публикаций об использовании спецслужбами США так называемых «новых СМИ» и социальных сетей для сбора разведывательных данных и о попытке утилизации этих ресурсов как каналов влияния (См.: например, <http://www.rbcdaily.ru/2011/11/06/world/562949981969898>).

17 января 2001 года, в ходе заседания о начале процедуры импичмента в отношении президента Филиппин Жозефа Эстрады, филиппинский Конгресс проголосовал за прекращение процедуры импичмента. Менее чем через два часа, после того как решение было обнародовано, тысячи филиппинцев, возмущенных прекращением процедуры импичмента, собрались на главном перекрестке Манилы – Эпифано дэ лос Сантос Авеню.

Протест был организован, в том числе и с использованием смс рассылки, следующего содержания «Go 2 edsa.Wear blk.». Количество протестантов быстро увеличивалось и за несколько дней достигло миллиона человек, полностью парализовав движение в центре Манилы.

Возможность общества координировать такой массивный и быстрый ответ правительству, включая рассылку более 7 миллионов смс за неделю, заставило законодателей пересмотреть свое решение. 20 января президент Эстрада был отправлен в отставку. Позже уже бывший президент Эстрада обвинял так называемое «смс поколение» в создании политического кризиса.

С развитием телекоммуникаций, общество получило доступ к огромному массиву информации, к возможности выражать свое мнение и предпринимать коллективные

действия. На политической арене, как показали события в Маниле, появилась возможность масштабной координации действий общества для защиты своих политических интересов.

С тех пор «филиппинская стратегия» применялась не раз, так в 2004 году в Испании посредством смс рассылок и последующих акций протеста был отправлен в отставку премьер-министр Жозе Мария Азнар. Коммунистическая партия Молдавии потеряла власть в 2009 году в ходе массовых акций протеста против результатов нечестных выборов. Акции протеста так же были организованы с использованием смс рассылок, Facebook и Twitter.

Хотя имеется несколько примеров провалов политического интернет-активизма. Так в 2006 году в Белоруссии массовые акции протеста против результатов выборов, организованные, в том числе с использованием электронной почты, привели не только к политическим репрессиям, но и к ужесточению государственного контроля над социальными медиа.

В июне 2009 года активисты «Зеленого движения» в Иране, использовали любые доступные технологические средства для координаций акций протеста против победы на выборах Хусейна Мусави, однако выступления были жестоко подавлено правительственными силами.

«Восстание Красных рубашек» в Таиланде использовало схожие методы, используя социальные сети для координации действий. Демонстранты удерживали деловой центр Бангкока, до тех пор, пока правительственные войска не разогнали протестующих, убив при этом несколько десятков человек.

Использование в ходе политического конфликта инструментов социальных медиа - таких как текстовые сообщения, электронная почта, социальные сети не имеют predeterminedного результата.

Наиболее ярким примером использования «новых СМИ» является, пожалуй, **ливийский конфликт**

С начала 2011 года, Ближний Восток и Северная Африка сотрясались от революций, социальных потрясений и конфликтов в рамках так называемой «арабской весны». Социальные медиа, в том числе Twitter, Facebook и интернет-блоги, сыграли важную роль в свержениях прежних режимов, прокатившихся по региону, и разжигании общественных беспорядков с целью свергнуть власть прежних режимов. Это стало заметным уже в акциях протеста на площади Тахрир в Египте, когда протестующие использовали каналы социальных медиа для самоорганизации и пропаганды своих действий в остальном мире.

События в Ливии после начала восстания против правления полковника Муаммара Каддафи, которое началось в середине февраля привели к тому, что социальные медиа сыграли важную роль в обеспечении возможностей как для внутренней, так и международной аудитории, следовать за ходом конфликта. Внешнее военное вмешательство после принятия Советом Безопасности ООН резолюции 1973 от 17 марта дало социальным медиа новую роль в международных отношениях. Впервые социальные медиа были в состоянии обеспечить в режиме реального времени освещение достаточно масштабного военного конфликта с участием НАТО, США и других вооруженных сил. Эта новая среда отслеживания в открытых источниках практически в режиме реального времени военных операций предоставляет беспрецедентные возможности и вызовы для правительств, вооруженных сил, неправительственных организаций и традиционных средств массовой информации с точки зрения операционной безопасности и сбора информации и разведывательных данных. Хотя возможности для спецслужб с точки зрения сбора информации в режиме реального времени и могут быть существенными, недостатком является то, что социальных медиа могут с легкостью быть использованы для распространения дезинформации, направленной как на политических оппонентов, так и на государственные разведслужбы. Более того, способность частных лиц отслеживать военные или специальные операции будут создавать проблемы для силовых структур, поскольку негосударственные акторы теперь обладают некоторыми возможностями, ранее доступными только для государственных служб.

В представлениях обывателей, социальные медиа сыграли важнейшую роль в «арабской весне», объединяя разрозненные оппозиционные группы и давая им возможность обойти цензуру, которой подвержены традиционные международные средства массовой информации. Роль социальных медиа в мобилизации протестующих на площади Тахрир Каира и предоставление сирийской оппозиции видеоматериалов с (якобы) имевшими место правительственными репрессиями привлекло особое внимание со стороны международных СМИ.

Конфликт в Ливии преобразовал характер арабской весны и привел к крупномасштабным боевым действиям, развернувшимся вдоль североафриканского побережья между силами, лояльными законному правительству, и повстанцами, поддерживаемыми армиями стран НАТО.

Социальные медиа стали средством распространения пропаганды, мобилизации дипломатической и информационной поддержки, а также передачи разведанных в режиме реального времени для сил НАТО. С начала ливийского конфликта, социальные СМИ, оказалось одним из наиболее эффективных для повстанцев инструментов общения с внешним миром, особенно в международных СМИ.

В первые дни ливийского восстания, Twitter-каналы, сайты YouTube, страницы в Facebook и интернет-блоги, которые принадлежали оппозиционным группам внутри страны или эмигрантам из Ливии, стали одними из основных источников информации и видеорядов о том, что происходит в стране. Новости о переходе Бенгази в руки боевиков и о восстаниях в других городах впервые появились на сайтах социальных медиа в феврале 2011 года. Использование мобильных телефонов, а не традиционного Интернета, сыграло ключевую роль в этом росте роли новых СМИ, из-за высокого уровня распространения сотовых телефонов среди населения, со степенью проникновения в 134% от ливийского населения по сравнению с 151% в Италии и 95% в США.

До тех пор, пока иностранные журналисты не были в состоянии добраться до линии фронта в начале марта, эти кадры оказались одними из самых важных источников информации о происходящем внутри Ливии. Отделы новостей традиционных средств массовой информации формировали специальные команды журналистов для отслеживания каналов социальных медиа на постоянной основе, и многие из ведущих новостей были основаны на информации, полученной из социальных медиа потоков.

Видеоизображения, полученные из социальных медиа, казались достоверными по двум основным причинам. Во-первых, объем видеоматериалов был достаточно велик, что делало трудным подделку всех из них. Видео, снятые боевиками, показали военную технику в действии на местах, которые были легко узнаваемы, и которые обозначались

создателями видеоматериалов. В других видео в кадр попадали дорожные указатели. Во-вторых, несколько видеофрагментов из разных источников, но из одного места увеличивали степень доверия к этим материалам.

Интересная особенность социальных медиа каналов из Ливии заключалась в том, как повстанческие группы из определенных местоположений тяготели к онлайн-сообществам. Осажденный город Мисрат в западной Ливии стал «горячей онлайн-точкой», а его защитников он-лайн сторонники называли «Львами» или «Патриотами Мисрата». В апреле был создан сайт YouTube со множеством видеоклипов боевых действий в городе, которые размещались на ежедневной основе. Клипы показывали воздушные удары НАТО, наступление на город правительственных сил и последующие контратаки оппозиции. В это время, видеоклипы также позволили иностранным наблюдателям проверить достоверность заявлений повстанческих сил, еще до того, как репортеры традиционных СМИ смогли посетить зону боевых действий.

Хотя Интернет и мобильная связь оказали существенное влияние на ход конфликта в Ливии, еще до начала «Революции 17 февраля» режим Триполи жестко контролировал все гражданские телекоммуникационные сети. Существовали ограничения на импорт спутниковых телефонов, чтобы заставить населения использовать телекоммуникационные сети, находящиеся под контролем правительства. По этим же причинам Ливия отказала в сертификации и допуску на рынок смартфонов Blackberry. Ливийский государственный оператор сотовой связи Ливиана, который запустил 3G сети в 2004 году, а также его конкурент Аль-Мадар являлись основными поставщиками доступа в социальные сети для населения.

После захвата Бенгази повстанцами режим Каддафи закрыл доступ к сотовой связи, Интернету и телефонной связи на востоке страны. Доступ в Интернет и к услугам сотовой связи, включая смс сервис был ограничен по всей стране. Такие действия правительства были направлены на ограничения возможностей связи оппозиции с внешним миром, особенно учитывая роль социальных медиа в событиях в Египте и Тунисе. Единственным местом в западной Ливии, где был доступ в сеть, был отель Rixos, место дислокации международных СМИ, находящийся в деловом центре Триполи. Оппозиции удалось восстановить работу сотовой связи на востоке страны в апреле, после подключения к национальной сотовой связи, что позволило получить ограниченный доступ в Интернет и возможность обмена смс сообщениями между отрядами повстанцев. Оппозиция планировала открыть доступ к Интернету для населения в течении нескольких месяцев.

На территориях, контролируемых повстанцами, существовал высокий спрос на спутниковые телефоны, которые позволяли получить доступ к Интернету и международным сотовым сетям.

В городах Мисрат и Турайя спутниковые телефоны использовались для доступа в Интернет, позволяя повстанческим группам на западе страны получить доступ к мобильным сетям Туниса. Восстановление ливийских Интернет коммуникаций использовалось повстанцами для передачи в Twitter координат целей для атак авиации НАТО. Пользователи с доступом в 3G сети при помощи мобильных устройств используя Интернет могли размещать «твиты». Геоинформационные возможности мобильных устройств позволяли генерировать точные координаты долготы и широты. Таким образом мобильная связь превратилась в мощное средство наведения воздушных сил НАТО на наземные объекты правительства Каддафи. Наблюдатели, осуществлявшие мониторинг ливийского Твиттера, регулярно сталкивались с твитами, которые содержали координаты наземных целей. Типичный пост, размещенный в апреле 2011г. выглядел следующим образом: @LibyanDictator: CONFIRMED: Co-ordinates for positions of more Ghadaffi forces near #Misrata: 32261441N, 14541639E and 32115581N, 15053800E. Более того в июле канадская газета Globe and Mail напечатала статью о том, как руководство Молодежного Движения Ливии на своей странице в Facebook опубликовало детали местонахождения зданий, используемых силами Каддафи.

Источники в НАТО подтвердили, что в некоторых случаях, использовали информацию из Twitter и других социальных сетей, тем не менее, авиация НАТО не наносила авиаудары, полагаясь только на эти источники. 10 июня в Неаполе состоялась пресс-конференция, на которой командующий подразделениями воздушных сил Великобритании в НАТО Майк Брекен заявил, что Альянс создал специальный аналитический центр Operation Unified Protector (OUP) со штаб-квартирой в Неаполе. Основная задача этого Центра - сопоставлять информацию из традиционных военных источников, с информацией их социальных сетей. «Мы получаем информацию из открытых источников в Интернете, в Твиттере», - сказал Брекен. «Назовите мне любой источник из социальных медиа и наш центр тут же преобразует эту информацию в разведданные».

Если верить Брекену, окончательное решение о военных операциях в соответствии с информацией, полученной из соцсетей, после тщательной верификации посредством наземной разведки или информации полученной с радара самолета-разведчика, принимал командующий Центром, канадский генерал-лейтенант Чарльз Бушард. «Он будет решать, насколько точна информация, и можно ли предпринимать какие-то действия. Источник

информации командующего не интересует», - сказал Брекен. Источники в НАТО сообщали, что основной проблемой для Альянса являлся большой поток информации из Ливии в социальных сетях, который осложнял аналитический процесс. Существуют свидетельства того, что НАТО не являлось простым наблюдателем ливийской активности в социальных сетях. Некоторые аналитики, занимавшиеся анализом трафика в Twitter, подозревают, что по крайней мере один пользователь, зарегистрированный под именем "HMS_Nonsuch" мог представлять интересы британских военных, хотя сам пользователь заявлял, что он не является агентом Соединенного Королевства или НАТО. Пользователь выкладывал данные, которые могли пригодиться британским военным в Ливии. Анонимный пользователь даже давал интервью канадским СМИ, относительно того, как определять координаты цели для сил НАТО, используя долготу и широту. Министр обороны Великобритании, однако, заявил, что ничего не знает об этом пользователе и его роли в конфликте.

Потенциал использования социальных сетей в ходе конфликта серьезно рассматривался командованием НАТО. Так в ходе нескольких конференций по кризисному управлению, проходивших в 2011 году, один из высших офицеров командования объединенных сил, выражал поддержку идеи более агрессивного использования он-лайн ресурсов для подавления активности оппонентов и сбора разведывательных данных. Тем не менее, пока пронатовская интернет активность не осуществлялась публично. Мониторинг социальных сетей из Ливии предоставлял широкий спектр ценной информации, включая актуальные полевые данные, а также информацию для западных СМИ.

Социальные сети - были жизненно важным источником информации для формирования общественного мнения в ходе ливийского конфликта. Режим Каддафи достаточно быстро закрыл доступ к Интернету и мобильной связи для повстанцев, однако сам недостаточно хорошо использовал возможности он-лайн медиа. Очевидно, что режим уделял мало внимания артикуляции своих интересов в интернете и социальных сетях. Один европейский журналист, работавший в Триполи в мае 2011г., отметил полное непонимание режимом роли информационной борьбы в интернете «Они никогда ранее не пытались оправдать свои действия и не понимают, почему это надо делать сейчас». Режим Каддафи сконцентрировал свои усилия на пропаганде по государственному телевидению, чтобы заручиться поддержкой местного населения и повлиять на общественное мнение за пределами Ливии.

Со стороны повстанцев наблюдалась большая озабоченность формированием общественного мнения на Западе. Так Движение Свободного Поколения (The Free Generation Movement), повстанческая организация, действующая в Триполи, создала собственный Интернет портал, куда выкладывала ссылки на различные видео материалы из подконтрольных Каддафи территорий, размещенные в социальных сетях и в YouTube.

Тем не менее, социальные медиа-ресурсы вряд ли могут рассматриваться как надежный источник информации как для повстанцев, так и для сил НАТО. Такие ресурсы могут рассматриваться как представляющие общую картину ситуации и распространяющие информацию. В частности Twitter использовался для распространения непроверенной информации, почти ежедневно с самого начала ливийского конфликта повстанцами на нем размещалась ложная информация. Так международные журналисты, находящиеся в Триполи в мае 2011г., были предупреждены в Twitter о начале военного переворота против режима Каддафи и были приглашены посмотреть вступление танковых сил повстанцев на Зеленую площадь. Однако никакого переворота и выступления танковых сил не было. Скорее всего это был пример обычной дезинформации с целью дестабилизировать режим Каддафи.

В то время как информация из Ливии в социальных сетях привлекали всеобщее внимание, включая традиционные СМИ, и озвучивалась на официальных пресс-конференциях НАТО, другой аспект влияния социальных сетей на операции Альянса, не получил должного освещения.

Хотя члены Альянса и их вооруженные силы использовали все имеющиеся ресурсы чтобы ограничить распространение открытой информации о военных операциях в Ливии, ливийский конфликт продемонстрировал ограничения традиционных методов обеспечения операционной безопасности и выстраивания отношениями со СМИ, которые были поставлены под сомнение социальными медиа и интернет ресурсами.

В ходе открытой фазы проведения операции «Падение Одиссея», социальные сети открыли беспрецедентный доступ к информации о воздушных операциях Альянса.

Twitter предоставил платформу для европейских радиолюбителей для отслеживания в режиме реального времени перемещений авиации НАТО на континенте. Одна из наиболее важных частей работы таких пользователей включает мониторинг радио-переговоров. Сам по себе такой мониторинг явление не новое, но с тех пор как радиолюбители стали размещать эту информацию в социальных сетях их влияние сильно возросло. Их роль в ливийском конфликте во многом перекликается с ролью, которую они сыграли в раскрытии тайных рейсов Центрального разведывательного управления США в

2000-х годах. В этой связи тот факт, что пользователь Twitter разместил информацию о прибытии вооруженных сил США в Абботтабад во время нападения на конспиративную квартиру Усамы бен Ладена в мае подчеркивает потенциальную опасность, которую информация, размещенная на сайтах социальных медиа, может представлять для тайных операций.

Нидерландский Центр Частотного Мониторинга (The Netherlands Frequency Monitor Centre's (FMC)), размещал на своем сайте информацию о текущих перемещениях авиации НАТО в Средиземноморье. Такие организации способны предоставлять детальную информацию о размещении воздушных сил НАТО в Южной Европе, а также перемещение авиации США от Атлантики до целей в Северной Африке. Так американский бомбардировщик Rockwell B-1B Lancer был обнаружен над Атлантикой на пути к ливийским целям, а американский беспилотный самолет MQ-1B Predator был обнаружен во время полета над Сицилией, за две недели до того, как США официально объявили об участии в ливийской кампании. Также этот Центр Частотного Мониторинга зарегистрировал, по меньшей мере, один визит сотрудников ЦРУ на территорию контролируемую повстанцами. Центр разместил в сети радио-переговоры с самолета Lockheed L-100 Hercules, борт номер N3796B, принадлежащего или арендованного ЦРУ, который вылетел из аэропорта Лука на Мальте и направился к северному побережью Африки. ЦРУ не давало официальных комментариев относительно своей деятельности в Ливии, однако администрация Обамы официально подтвердила поддержку операций повстанцев в Бенгази в марте 2011г.

Возможно одна из самых интересных разработок в сфере открытых технологий, позволяющих отслеживать перемещения воздушных военных сил в режиме реального времени это веб-сайт <http://www.flightradar24.com/>. Этот сайт позволяет в режиме реального времени отслеживать перемещения военной авиации в большинстве развитых стран. Так Средиземноморье является одним из важнейших транспортных маршрутов для гражданской авиации, поэтому в соответствии требованиями безопасности полетов, военные самолеты, направляющиеся в Ливию, обязаны взаимодействовать с агентствами по контролю за гражданской авиацией, что в свою очередь предоставляет информацию неправительственным организациям по контролю воздушного трафика.

Военная авиация НАТО по достижении воздушного пространства Ливии должна переходить с гражданских передатчиков, на систему опознавания «свой-чужой». Однако в самом начале ливийского конфликта, многие экипажи, по всей видимости, забывали выключать гражданские передатчики, что давало возможность отслеживать их перемещения на территории Ливии. После того , как один из радиолюбителей сообщил

командованию НАТО об этом факте, процедуры по переходу с гражданских частот были немедленно ужесточены.

Морской эквивалент отслеживания в режиме реального времени воздушного трафика в интернете размещен на сайте Автоматических Информационных Систем Automatic Information System (AIS), находящийся по адресу <http://www.sailwx.info>. Все гражданские суда водоизмещением более 300 тонн, в соответствии с требованиями Международной Морской Организации (International Maritime Organization), обязаны оснащаться передатчиками, которые не только идентифицируют судно, но и передают его точные координаты. Сайт Автоматических Информационных Систем доступен в Интернете и позволяет отслеживать перемещение гражданских судов в портах Ливии. Все большее распространение получает практика использования этой системы военными кораблями НАТО, однако есть ряд примеров, когда пользователи сети Интернет, используя эту же систему, самостоятельно отслеживали морской трафик в этом регионе. Так один канадский пользователь Twitter разместил несколько записей о нефтеналивных танкерах, следующих в Триполи в обход существующих санкций. Также он передал детали местонахождения судов-нарушителей НАТО, после чего они были перехвачены. В своих выступлениях представитель НАТО привычно заявил, что подобная интернет-активность не оказала никакого влияния на ход операции.

В ходе ливийского конфликта социальные сети и другие интернет-источники, предоставляющие информацию в режиме реального времени, предоставляли пользователям беспрецедентные возможности наблюдения за ходом военных операций.

Социальные сети использовались для помощи в идентификации наземных целей для авиаударов сил НАТО, являясь новым словом в военной стратегии.

В то же время нет ни каких свидетельств того, что режим Каддафи использовал социальные медиа для получения превосходства в ходе конфликта. Однако повстанцы часто заявляли западным СМИ, что режим Каддафи имеет систему раннего оповещения о перемещениях авиации Альянса. Возможно это было результатом работы радарных станций или прослушивания радио-каналов сил НАТО, хотя может быть часть информации поступала из он-лайн источников.

Таким образом, военный потенциал использования социальных сетей значителен и конфликт в Ливии еще раз это подчеркнул. Использование мобильных телефонов с функциями GPS имеет неограниченный военный потенциал. Размещение изображения объекта, совмещенного с гео-информационными данными в социальных сетях занимает несколько секунд.

Потенциал социальных медиа является предметом пристального внимания многих вооруженных сил. Для специалистов в области разведки социальные медиа тоже представляют существенный интерес, при условии соответствующей верификации полученной информации. На сегодняшний день социальные сети рассматриваются армейскими и разведывательными ведомствами скорее как некая угроза, чем источник потенциально ценной информации. До того времени, когда военные смогут разработать стратегию защиты проводимых операций от внимания социальных медиа и создать механизм анализа дискуссий в социальных сетях, растущая доступность открытой информации скорее всего будет источником дополнительной «головной боли» для соответствующих ведомств, нежели средством поддержки.

Facebook, Twitter и Барак Обама: Новые медиа в президентских выборах 2008 года

Вопреки популярной точке зрения традиционные СМИ в большей степени влияют на электоральное поведение избирателей, нежели новые. Дрезнер и Фаррелл рассматривают в своей работе то, как блогосфера повлияла на предвыборную кампанию 2004 года в США. Авторы пришли к выводу «По сравнению с другими политическими акторами: партиями, государственными деятелями и традиционными СМИ – блоги не являются сильной и видимой силой».

Собранные данные свидетельствуют о том, что широко распространенная точка зрения о выборах 2008 года в США не отражает реальные факты. В то время как старые СМИ в значительной степени являются источником информации для людей о ходе избирательной кампании и оказывают сильное влияние на электоральные предпочтения, чего нельзя сказать о новых СМИ.

Несмотря на то, что многие аналитики полагают, что именно Facebook и Twitter и другие новые СМИ имели решающее значение в ходе избирательной кампании, анализ не подтверждает данную точку зрения.

Бесспорно, избирательный штаб Обамы в полной мере использовал потенциал новых СМИ, чему многие приписывают его победу. Несмотря на широкий охват новых медиа, штаб Обамы потратил сотни миллионов долларов на рекламную кампанию в старых СМИ. Это показывает, что новые медиа хоть и используются в избирательных кампаниях, но сами по себе не позволяют выйти на политический «рынок», на котором доминируют кандидаты с огромными бюджетами.

Так например, избирательный штаб Обамы только на праймериз кандидата от Демократической партии потратил больше денег, чем все избирательные кампании проходившие в Канаде в 2008 году в ходе национальных выборов. Такой высокий монетарный порог участия в избирательных кампаниях делает затруднительным продвижению разнообразных мнений и идей в существующей электоральной системе. Можно ожидать возможного расширения участия различных политических групп в политической жизни общества посредством использования новых медиа, так телеэфир на национальном телевидении может стоить миллионы долларов, в то время как создания аккаунта на Facebook и Twitter абсолютно бесплатно. Если бы новые СМИ имели значительное влияние на поведение избирателей, барьеры для потенциальных кандидатов стали значительно ниже. Тем не менее исследования показывают относительную слабость новых СМИ перед лицом старых в ходе прошедших президентских выборов 2008 года, и обещанное разнообразие и большая соревновательность для избирательной системы, является пока недостижимым идеалом. В ходе последующих выборов кандидаты будут также полагаться на дорогие, старые СМИ ограничивающие доступ к своим ресурсам по сравнению с дешевыми и доступными новыми СМИ.

Социальные медиа и демократия. Инновации в политике. Сетевая демократия

Институты демократии могут быть существенно улучшены за счет открытого и равного взаимодействия между гражданами и лицами, принимающими решения, на основе новых информационных и коммуникационных технологий. Существует точка зрения, что утопичные перспективы возникновения первого поколения цифровой демократии, по мнению Хилла и Хьюджеса, являются достаточно близорукой точкой зрения. Вместо трансформации представительной демократии, новые медиа, как предполагают Хилл и Хьюджес, в большей степени задействованы в реализации экономических и социальных интересов современного общества. Несмотря на такую точку зрения, новая волна технологического оптимизма все чаще идет вместе с наступлением социальных медиа-платформ, таких как Twitter, Facebook, Youtube, Wiki и блогосферы. Основное различие второго поколения Интернет-демократии состоит в замене общественной сферы сетевой организацией граждан, позволяющей соединять

частную сферу автономной политической идентичности с разнообразными политическими пространствами.

Многие исследователи считают по сравнению со «старыми» СМИ сетевые СМИ имеют потенциал изменить коммуникативное пространство посредством предоставления гражданам более широкого доступа к информации, тем самым подрывая традиционную монополию государства и коммерческих институтов на производство и распространение информации. В то же время потенциал для конкуренции политических дискурсов может быть искусственно ограничен, например через алгоритмы поисковой выдачи запросов, влияющих на доступ к релевантной информации. Ричард Роджерс в своей работе «Issue crawler» предполагал, что сила социальных связей и плотность их кластеров является визуализацией информационной политики как относительного источника влияния. Как показывают исследования социальных медиа, наиболее политически активные пользователи являются активистами социальных движений, политиками, членами партий и теми, кто уже активно вовлечен в политическую жизнь. Адаптировав коммерческий подход социальных медиа по поиску целевой аудитории при помощи низкочастотных технологий, они распространяют идеи и привлекают новых членов. Даже потенциал журналистов ограничен доминированием небольшого числа политических блоггеров. Хотя социальные медиа вместо содействия развитию гражданской активности граждан, в большей степени сосредоточены на он-лайн торговле, файлообмене.

Контент сервиса YouTube, использование в речи СМС языка, протестная музыка и празднование всяких мелочей, могут рассматриваться как аспекты политической жизни. Те исследователи, скептически относящиеся к такому широкому определению политики, отвергают демократический потенциал социальных медиа и указывают на их способность подрывать серьезное рациональное обсуждение проблемы. По их мнению, сети в большей степени используются для проведения «негативных» кампаний, продвижения популистской и даже экстремистской риторики. Более того «сетевой индивидуализм» который характеризует социальные медиа может рассматриваться как свидетельство социальной фрагментации подрывающей коллективные действия и социальную ответственность. С другой стороны Интернет выступает как арена для политического участия людей, которые не могли другим образом принять участие в политической жизни. Таким образом, Интернет вносит существенный вклад в политическое участие. В то же время политическая вовлеченность через Интернет может способствовать повышению политической компетенции граждан.

Заключение

Россия не является исключением по степени влияния социальных сетей на политическую жизнь. За последние годы российская интернет-аудитория значительно расширилась. Если в 2007 году в стране насчитывалось 26,3 миллиона пользователей, то к 2011-му их доля возросла до 57 миллионов. В Фэйсбук, например, зарегистрированы 5 миллионов россиян. При этом российский сегмент соцсетей весьма политизирован. Апогеем роста влияния соцсетей на политическую жизнь можно считать декабрьские митинги «За честные выборы». На акции 5, 10 и 24 декабря пришли тысячи людей, многие из которых признавались, что узнали об очередном митинге из социальных сетей, где были созданы группы для распространения информации и привлечения участников. Во многом с помощью Фэйсбук организаторам митинга 24 декабря удалось собрать более 3 млн руб. на аренду аппаратуры. Недавно компания по поиску и обработке данных Basilisklab опубликовала исследование «Кто же всё-таки был на Болотной и на Сахарова? Анализ профилей 20 000 участников митинга». Обработав активные профили из тематических групп «В контакте» и Фэйсбук (19 664 и 2500 человек соответственно), исследователи пришли к выводу, что «подавляющая часть митинговавших попадает в границы от 18 до 28, пик приходится на 23–24 года, 55% интернет-митингующих находится в возрасте от 21 до 25 лет».

В 2010 году среднестатистический российский участник соцсети провел в ней 9,8 ч, что вдвое больше среднемирового показателя (4,5 ч). Причем наши соотечественники чаще всего (82%) зарегистрированы сразу в нескольких социальных сетях. Об этом свидетельствуют результаты опроса, проведенного ГК NEXTER.

Литература

Балуев Д.Г. Политический анализ и прогнозирование: учебно-методический комплекс (<http://crisisdata.info/courses/polanal/styled-3/index.html>)

Балуев Д.Г. Новоселов А.А. Анализ разведданных из открытых источников: Учебно-наглядное пособие. — Нижний Новгород: НИИ кризисных информационных систем, 2011. — 127 с. (<http://crisisdata.info/styled-4/rapidcart/styled-6/index.html>)

ЦРУ контролирует Facebook и другие соцсети по всему миру //

<http://www.rbcdaily.ru/2011/11/06/world/562949981969898>

Лукашенко преодолел бесконтрольность в соцсетях Белоруссии//

<http://www.rbcdaily.ru/2011/10/26/focus/562949981889249>

Правительство хочет перехватить у соцсетей влияние на настроения молодежи//

<http://www.rbcdaily.ru/2012/01/20/focus/562949982568475>