



005056025

На правах рукописи

**Шатин
Илья Михайлович**

Коммуникативные стратегии российской политической власти в интернет-пространстве (2008-2011 гг.)

**Специальность 23.00.02 – Политические институты, процессы
и технологии**

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук**

Москва – 2012

Работа выполнена на кафедре теоретической и прикладной политологии факультета истории, политологии и права Историко-архивного института федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российский государственный гуманитарный университет» (РГГУ).

Научный руководитель: доктор исторических наук, профессор

Зими́на Валенти́на Дми́триевна

Научный консультант: кандидат политических наук, доцент

Борисов Николай Александрович

Официальные оппоненты: доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой теории и практики общественных связей ИАИ ФИПП РГГУ

Клягин Сергей Вячеславович

кандидат исторических наук, помощник депутата Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации

Романишина Вероника Николаевна

Ведущая организация:

ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финансовый университет)

Защита состоится 2 ноября 2012 года в 14:00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.198.14, созданного на базе РГГУ, по адресу: 125993, ГСП-3, г. Москва, Миусская пл., д.б. ауд. 273.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале библиотеки РГГУ по адресу: 125993, ГСП-3, г. Москва, Миусская пл., д.б.

Автореферат разослан 2 октября 2012 года.

Ученый секретарь диссертационного совета

кандидат исторических наук, доцент



Н.В. Шатина

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Трансформация роли политической власти в условиях информационного общества актуализирует задачи анализа политических решений и программ, коммуникативных стратегий и практик власти¹. Начиная со второй половины XX в. исследователи в области социально-политических наук отводят коммуникации ведущую роль в общественно-политических отношениях. Т. Парсонс² и Н. Луман интерпретировали власть, как средство коммуникации. В частности, Н. Луман определял власть в качестве «символически генерализованного коммуникативного средства»³. Совершенно не случайным оказывается и то, что информационно-коммуникативные технологии (ИКТ) рассматриваются современными политологами, как значимый политический ресурс власти (К. Дойч).

Начиная с конца первого десятилетия XXI в. достаточно очевидным становится то, что российская политическая власть осознает значимость ИКТ и приступает к выработке целенаправленной политики в области интернет-коммуникаций. Коммуникативные задачи включаются в число стратегических приоритетов для российской политической власти. Предпринимаются попытки создания эффективных систем коммуникации, использующих интернет-технологии – проектов «Электронного правительства» (федерального и региональных), проекта «Открытого (Большого) правительства» единого портала Государственных услуг, порталов общественного обсуждения проектов федеральных законов, персональных интернет-ресурсов представителей политической власти (блоги, Twitter аккаунты) и др.

Актуальность исследования коммуникативных стратегий российской политической власти в интернет-пространстве обусловлена рядом факторов:

- необходимостью теоретического осмысления адаптации практик реализации коммуникативных стратегий политических акторов к принципам функционирования современного Интернета;

¹ Touraine A. Pourrions-nous vivre ensemble? Egaux et differents. P. : Editions Fayard, 1997.

² T. Parsons. The Concept of Society: The Components and Their Interrelations // T. Parsons. Societies: Evolutionary and Comparative Perspectives. Englewood Cliffs (NJ): Prentice-Hall, 1966, p.5-29.

³ Н. Луман. Власть // Пер. с нем. А. Антоновского. М.: Праксис, 2001. с. 25.

- возрастающей ролью коммуникативных стратегий политических акторов, в качестве основания в процессе формирования, удержания и наращивания политической власти;

- изменением качеств и способов реализации политической власти в условиях информационного общества;

- необходимостью анализа и систематизации обширного эмпирического материала, коммуникативных практик российской политической власти в Интернете 2008 по 2011 гг. в целях выработки подходов к их оптимизации;

- потребностью понимания политическими акторами принципов формирования оптимальных коммуникативных стратегий их практического применения;

Проблема исследования. Основной проблемой исследования стало изучение содержания, способов формирования и реализации коммуникативных стратегий российской политической власти в Интернете.

Гипотеза исследования: В конце первого десятилетия XXI в. российская политическая власть осознает стратегическую значимость коммуникативных возможностей современного Интернета в реализации своих целей, задач и функций, и приступает к осуществлению ряда коммуникативных проектов в Интернете, сохраняя ориентацию на традиционные коммуникативные схемы.

Степень научной разработанности темы (историография). Начиная с середины XX в. социально-политические процессы демонстрируют неуклонный рост значимости коммуникативных аспектов в области политического. Исследователи стали обращаться к анализу политической коммуникации, как стратегическому элементу в политических процессах.

Наиболее значимым историографическим подходом в исследуемой нами теме оказывается политико-коммуникативный подход, возникновение которого связано с изучением методов и технологий ведения пропаганды в период первой мировой войны. Первые фундаментальные исследования в области политической коммуникации появились в к. 1940-50-х гг. (Э. Деннис, Ж.-М. Коттре, П. Лазарсфельд, Д. Уилхем, Р.-Ж. Шварценберг и др.). Особый интерес представляют работы Г. Лассуэлла, который в 1930-40-х гг., исследовал пропагандистские техники и способы коммуникации, предложив собствен-

ную логическую модель осмысления процесса коммуникации (Кто говорит? - Что сообщает? - Кому? - По какому каналу? - С каким эффектом?)⁴.

Работы Лассуэлла определили вектор исследований в области политической коммуникации в 1950-70-х гг. – построение схем и моделей коммуникации. Так, Р. Брэддок, включил в «лассуэлловскую модель» два новых фактора: цель и обстоятельства коммуникативного сообщения. Свою модель коммуникационного процесса предложили математики К.Шеннон и У.Уивер, обратив внимание на каналы коммуникации и возможные искажения передаваемого сообщения. В 1970 г. новую интерпретацию коммуникационного процесса предложил М. Дефлёр, выдвинув на первый план проблему «декодирования» адресатом первоначального сообщения, отправленного «источником».

В качестве отдельной проблемы исследователи выделяли факторы субъектно-объектных отношений участников коммуникативного процесса (работы Ж.-М. Коттрэ и К. Сайнна). К. Сайнн обратил внимание на роль политической элиты, которая в рамках информационного обмена конструирует и передает «вниз» (через бюрократический аппарат и СМК) информацию, укрепляющую ее собственную легитимность.

В рамках сложившихся к середине XX в. исследовательских подходов коммуникация понималась как универсальный и линейный процесс преобразования информации в каналах социально-политической системы.

Попыткой преодоления ограниченности моделей однолинейной коммуникации стали модели, впервые предложенные голландскими исследователями Й. Бордвигом и Б. ван Каамом (модель вещания; диалоговая модель, консультационная модель, регистрационная модель), описывающие виды двусторонней и многосторонней коммуникации, что позволило включить в поле коммуникативного анализа политической сферы большее количество субъектов и видов взаимодействий.

Важным направлением политико-коммуникативных исследований, начало которому было положено также в середине XX в. стало исследование политического, как системы коммуникаций и информационных потоков (Г. Иннис, К. Дойч). Г. Иннис впервые поставил вопрос о влиянии коммуникации на общественно-политическое развитие государства, выявив, что средства коммуникации определяют тип общественного устройства и создают значимые социально-политические эффекты, а характери-

⁴ Lasswell H.D. The structure and function of communication in society // The Communication of Ideas. / Ed.: L. Bryson. New York: Harper and Brothers, 1948

кой политической власти становится возможность контроля над СМК. К. Дойч предположил, что изучение политической коммуникации могло бы стать средоточием всей политологии, подвергая анализу политические как обширные коммуникационные сети.

Значимость политических коммуникаций для анализа политической современности отмечал и Маршалл Маклюэн, который еще в 1960-70-е гг. предложил рассматривать коммуникативные технологии в качестве решающего фактора формирования социально-экономической системы. Его концепции легли в основу современных коммуникативных теорий сетевого общества.

Развитие политической коммуникативистики тесно связано с формированием теорий постиндустриального и информационного обществ (Д. Белл, З. Бжезинский, Р. Дарендорф, А. Дж. Нэйсбитт, О. Тоффлер и др.).

Современное состояние исследований в области политической коммуникации определяется подходом, основанным на понимании ее как определяющего феномена современного общества.

В рамках теоретического блока исследований можно выделить те же ключевые направления: лассуэлловские «коммуникативные схемы» в их новой интерпретации и системные институциональные подходы К. Дойча, философские подходы же базируются на идеях М. Кастельса и М. Маклюэна.

Среди исследователей, работающих в русле моделирования коммуникативных схем наиболее интересными представляются работы Г. Бейтсона, предложившего двухуровневую модель коммуникации (трансляция сообщения от коммуникатора к аудитории через лидеров общественного мнения («*opinion leaders*», ЛОМов)). Эта модель позволяет учитывать сложный характер современных средств коммуникации (в частности Интернета), выявлять особенности распространения информации в современном обществе и анализировать коммуникативные стратегии в контексте реалий современной политической действительности⁵.

В рамках философского подхода ключевыми оказываются работы, связанные с исследованием роли массовой коммуникации и масс-медиа в становлении современных социально-политических процессов и способов формирования и бытования социальных систем. Здесь следует выделить работы М. Кастельса (концепции сетевого общества), П.

⁵ Бейтсон Г. Шаги в направлении экологии разума. / Пер. Д. Я. Федотова. М., УРСС, 2005 (расширенное переиздание); Бейтсон Г. Разум и природа / Пер. Д. Я. Федотова. - М.: УРСС, 2006.

Бурдые (концепции «социального поля»), Ю. Хабермаса (теория публичной сферы и теория коммуникативного действия) и др. Среди российских исследований в рамках данного направления интересны идеи А.В. Назарчука (о сетевой логике современных коммуникаций). Концепции сетевого общества для нашего исследования оказываются весьма значимыми, так как они позволяют осмысливать способы реализации коммуникативных технологий в Интернете.

Группу теоретико-прикладных исследований составляют работы западных и отечественных авторов в области политико-коммуникативного пространства Интернета и интернет-технологий. Западные авторы вплотную приступают к разработке данной проблематики уже в конце 1980-х гг. Сегодня можно говорить уже о целом сегменте исследований, причем разделенном по специализированным профессиональным областям (социология, политология, психология и др.). Наиболее развитым и интересным для нас направлением является изучение «пространственного» содержания Интернета и его сетевой структуры. В рамках этого направления работают К. Чешер, Г. Рейнгольд; С.Р.Б. Бердаль, Дж. Барлоу, Т. Брау, П. Грэхам, Д. ДиНуччи, М. Додж, Р. Клинг, Дж. Рул, М. Вемкер, Х. Фарелл, Д.В. Дрезднер, Н. Агрюолл, М. Гладуэлл, Р. Скрента, Л. Лессиг, Й. Курбалийя, Т.О'Рейли, Т.Бернерс-Ли и др.

Непосредственный интерес для нас представляют работы, анализирующие потенциал интернета как гражданского инструмента реализации и накопления коммуникативной власти (С. Р.Б. Бердаль), описывающие наличие непосредственной связи между развитием информационных технологий и политикой подчеркивается рядом исследователей (Л. Лессиг), а также сотрудничество политических элит и представителей интернет-индустрии в сфере политического управления (Й. Курбалийя).

Важно отметить группу работ, в которых исследуются роль политических последствия использования информационных технологий и электронных медиа в политических процессах современных государств. К их числу можно отнести работы: Ф.Н. Говарда, Х. Номана и К. Джиллиан, Д. Хейнса и др.

Вопросы, связанные с изучением политического пространства и политических коммуникаций в Интернете привлекают российских исследователей начиная с последнего десятилетия XX в. К их числу можно отнести работы Е. Горного, посвященные историографии Интернета; Д. Гусева, А. Ольшевской, С. Большакова и др., связанных с теорией и практикой избирательных коммуникаций в т.ч. в Интернете (политическая

реклама и PR, политическое консультирование и т.д.); М.Н. Грачева, разрабатывающего как теоретические, так и прикладные проблемы политической коммуникативистики⁶; Д. Иванова и И.Быкова, исследующих аспекты Интернета как средства политической коммуникации»; а также работы Ю. Чернышева и А. Лебедева, изучающих средства веб 2.0 и потенциал социальных сетей в политическом процессе современной России.

Еще одну группу работ составляют исследования, посвященные коммуникативным основаниям современной политической власти. Мы обращали особое внимание на те теории и объяснительные концепты, которые рассматривают политическую власть с точки зрения информации и коммуникативных процессов, что превращает коммуникативные стратегии в важнейший элемент механизма реализации власти. В этом ключе для нас оказываются наиболее важными концепции таких исследователей как П. Бурдьё, К. Дойч, Н. Луман, С. Льюкс, Т. Парсонс, М. Фуко, Ю. Хабермас, Х. Арендт, а также А.И. Соловьев, Е.П. Тавокин и др.

К работам, затрагивающим стратегические аспекты коммуникации в социально-политических процессах можно отнести, работы А. Чандлера, М. Портера, И.Ансоффа, Х. Минцберга, Г. Хамеля, Ю. Хабермаса, Т.А. ван Дейка, В. Кинча, К. Левина. Из числа русскоязычных исследований можно выделить работы Н. Муравьевой, И.В. Труфановой, М.В. Шпильмана, анализирующих особенности речевой и текстовой коммуникации в формировании коммуникативных стратегий; работы С. Дацюка, М. Грачева М. Кузнецова, затрагивающие проблемы стратегий и моделей коммуникативных взаимодействий с точки зрения политической коммуникации.

Наиболее продуктивными для исследования коммуникативных стратегий власти оказываются: двухуровневая модель коммуникации Г. Бейтсона; модель «привратника» К. Левина и Д. Уайта; модель К. Синна; модель «коммуникации масс» Й. Гребеля; модель «иерархической» и «демократической» коммуникации, модели стратегической коммуникации С. Дацюка и М. Грачева.

Вместе с тем вопрос о значении коммуникативных основаниях стратегий современной политической власти в интернет пространстве остается практически не исследованным. Мало исследованными остаются коммуникативные проекты российской политической власти, реализованные в интернете в нач. XXI в. Именно поэтому представляется актуальным попытаться отчасти восполнить обнаруженный в современной полити-

⁶ Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. – М., 2004.

ческой науке пробел, особенно в сфере теоретического и практического анализа механизмов и способов реализации коммуникативных проектов российской политической власти в Интернете.

Объектом данного исследования явились политические коммуникации российской политической власти в информационном-коммуникативном пространстве Интернета.

Предмет исследования – основные тенденции и закономерности коммуникативных стратегий российской политической власти в интернет-пространстве, реализуемых на основе механизмов политической коммуникации.

Целью исследования стало изучение механизмов и способов функционирования российской политической власти в современном коммуникативном пространстве Интернета.

В рамках исследования решены следующие задачи:

1. На основе анализа теоретических моделей и подходов в области политической коммуникации и анализа коммуникативной природы современной политической власти в информационном обществе определены сущность и понятие феномена коммуникативных стратегий.

2. Исследованы и определены технологические основания и политический потенциал Интернет-инструментов в реализации коммуникативных стратегий власти, а также основные формы, каналы и способы применения интернет-технологий в практиках современной политической коммуникации, в частности роль персональных сетевых связей в ссыльно-сетевой структуре Интернета и потенциал инструментов Веб 2.0 в формировании и реализации коммуникативных стратегий политических акторов.

3. Осуществлена реконструкция коммуникативных стратегий российской политической власти в Интернете на основании анализа коммуникативных проектов, реализованных в период с 2008 по 2011 гг. Дана классификация данных проектов на основе их стратегического содержания и коммуникативной направленности. Исследованы коммуникативный потенциал и эффективность реализации проектов в рамках коммуникативной стратегии политической власти.

Операционализация основных понятий исследования. В работе определен ряд терминов, необходимых для раскрытия темы.

Под *политической коммуникацией* понимается процесс обмена политической информацией между структурными элементами политической системы и политическими акторами, моделируемый абсолютно сознательно, а, следовательно, и имеющий четко

структурированные принципы, схемы и стратегические цели, а также и совокупность коммуникативных процессов, оказывающих влияние на сферу политического. При этом политическая коммуникация может осуществляться, как через специфические организации (политические партии, государственные и общественные институты), так и через печатные и электронные СМИ, а также через неформальные каналы.

Политическая власть рассматривается, в первую очередь, как институциональная структура, включающая определенный набор функциональных уровней, взаимодействующих между собой, ключевой характеристикой которой, формирующей основания ее легитимации, является коммуникация. Объектом данного определения является макрополитическая система власти (а именно, ее высшие инстанции, политическое руководство, правительственные органы и центральные учреждения), распространяющаяся на ключевые и первостепенные внутренние процессы общества, внутреннюю и внешнюю государственную политику.

Принципиально важным является понятие *коммуникативной стратегии политической власти*, определенное автором в ходе самостоятельного анализа, в качестве – долгосрочной, перспективной задачи политической власти, направленной на сохранение и удержание властных полномочий, превращение их в эффективный инструмент проведения и легитимации политических решений, осуществляемой с помощью коммуникативных технологий и практик: текстов, речевых практик, СМИ, ИКТ (в том числе глобальной телекоммуникационной сети интернет, и интернет-технологий), путем реализации отдельных или ряда последовательных коммуникативных проектов (в частности, направленных на оказание влияния на общественное мнение).

Теоретические основания работы. Теоретическими основаниями диссертационного исследования стали следующие концепты: группа теорий коммуникации (и в частности, теории массовой коммуникации), теории информационного общества, социальных сетей.

В рамках теории массовой коммуникации для нас особо важными являются концепции Г. Лассуэлла и его последователей (П. Лазарсфельд, Р. Мертон, Г. Иннис, а также М. Маклюэн), рассматривавших технологии коммуникации как решающий фактор в процессе формирования глобальной социально-политической системы. Значимой для нашего исследования оказывается двухуровневая модель коммуникации Г. Бейтсона, поскольку она позволяет рассматривать процесс политической коммуникации в реалиях

коммуникативного пространства и коммуникативной среды, анализировать коммуникативные стратегии через трансляцию сообщения от коммуникатора к аудитории через лидеров общественного мнения.

Важное место в исследуемой нами сфере занимают теории информационного общества, представленные понятиями и концептами, разработанными такими исследователями, как Д. Белл с его взглядом на «постиндустриализм», М. Кастельс с теорией «информационного капитала», Ю. Хабермас и его концепт «публичной сферы».

Значимыми для исследования являются теоретические построения известного немецкого социолога Н. Лумана, который внес серьезный вклад в теорию политической коммуникации, в частности предложил рассматривать власть как таковую как код и коммуникацию.

В рамках исследовательской работы мы опирались и на теоретическую базу структурно-функционального подхода, одним из главных теоретиков которого считается Т. Парсонс, сформулировавший его базовые принципы и постулаты. Более подробно теоретические аспекты и схемы, использованные в данном исследовании, подробно рассмотрены его первой главе

Методологические основания. В предпринятом исследовании использованы общенаучные методы и приемы исследования (анализ, обобщение, аналогия моделирование). А также методы анализа вторичных и статистических данных (посещаемости сайтов и др. ресурсов, создаваемых российской политической властью), полученных в результате самостоятельной работы автора исследования.

В работе, также, применялся метод дискурс-анализа, формы текстового анализа, в рамках постструктуралистской парадигмы (М. Фуко, Р. Барт), цель которого состоит в описании структуры формирования и дискурса (принципов, классифициции и репрезентации реальности, в те или иные периоды времени, посредством текстов и речей). В процессе решения исследовательских задач применялись также: качественный контент-анализ, как прикладная аналитическая методика изучения содержания документов, выступлений и других коммуникативно-значимых для настоящего исследования материалов и декомпозиция, позволившая последовательно упорядочить массив полученных данных.

Наряду с вышеописанными методами и подходами автор пользовался междисциплинарными методиками научного исследования, в частности синергетическим подходом, сущность которого заключается в изучении природных явлений и процессов, на

основе принципов самоорганизации систем и структур, их поддержания, устойчивости и распада в самых различных условиях.

Хронологические рамки исследования охватывают 2008-2011 гг., что обусловлено началом реализации масштабных коммуникативных проектов российской политической власти в Интернете. В конце 2007 г. Правительство РФ утвердило концепцию формирования «Электронного правительства» (ЭП) до 2010 г. 16 февраля 2008 г. в «Российской Газете» была опубликована «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации». В стратегии определялись основные направления, ориентиры и задачи по развитию информационного общества в России на период до 2015 г. Были введены и контрольные значения, позволявшие устанавливать стадии ее реализации, одной из которых стал период до 2011 г. Кроме этого за период с 2008 по 2011 гг. был реализован ряд стратегических инициатив, которые дали эмпирический материал для исследования.

Эмпирическая база исследования. Источники, ставшие основой диссертационного исследования, можно условно разделить на следующие группы: официальные документы (законодательные и нормативные акты, программы и официальные заявления российских политических лидеров и др.); коммуникативные проекты, реализованные российской политической властью в Интернете; социологические и статистические данные; современные интернет-сервисы и платформы.

Среди официальных и программных документов, разработанных политической властью на федеральном и региональном уровнях были проанализированы федеральные программы («Концепция государственной информационной политики» (ГИП), (ФЦП) «Развитие информатизации в России до 2010 года», «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации», «Информационное общество 2011-2018»); проекты Федеральных законов РФ «О полиции», «Об образовании», «О СМИ»; тексты выступлений и заявлений представителей российской политической власти (Послание Президента Федеральному собранию, программные статьи В.Путина и Д.Медведева, их выступления на политических и общественных форумах и др.). Этот комплекс документов позволил прояснить видение российской политической власти роли и значения коммуникативных технологий.

Наиболее важной группой стали коммуникативные проекты, реализованные политической властью в период 2008-2011 гг., которые позволили нам проанализировать содержание и практики коммуникативных стратегий российской политической власти. В

ее рамках были проанализированы: «управленческие» проекты (проект «Электронного правительства», портал Государственных услуг, Портал Государственных закупок, региональные проекты «Электронного правительства», электронная ИС ГАС «Правосудие»), «законодательные» проекты (специально организованные порталы для общественного обсуждения федеральных законов «О полиции» и «Об образовании», официальный сайт Государственной Думы, специально организованные ресурсы для обсуждения законопроектов на сайте ГД, ФГИС АСОЗД), «презентационные» проекты – официальный сайт «Президент России», блог президента РФ Дмитрия Медведева, Twitter аккаунты @kremlin_russia и @Medvedevrussia), проект «Открытого (Большого) правительства».

Третью группу источников исследования составили вторичные социологические данные (социологические исследования и замеры, осуществленные Фондом Общественное Мнение (ФОМ), Всероссийским Центром Изучения Общественного Мнения (ВЦИОМ), Центром исследования политической культуры России и Левада-Центром), позволившие выявить уровень использования современных ИКТ в России, а также оценить уровень информированности граждан о коммуникативных проектах российской власти в Интернете.

Особую группу источников составили интернет-сервисы, составляющих основу коммуникативной среды современного интернета (блоги, блог-сервисы, микроблоги, социальные сети, поисковые системы, и др. сетевые проекты). Эти источники позволили исследовать технологические основания и политический потенциал интернет-инструментов в реализации коммуникативных стратегий власти, а также основные формы, каналы и способы применения интернет-технологий.

В ходе анализа практических примеров активно использовались статистические данные российских и зарубежных систем индексации посещаемости и популярности тех или иных Интернет-ресурсов, такие как Ramblers' Top100, LiveInternet Ru и Alexa, которые позволили оценить уровень заинтересованности граждан к участию в коммуникативных проектах власти, и обосновать выводы об их эффективности. Помимо этого автор исследования активно пользовался статистическими данными, которые ему удалось собрать самостоятельно в ходе проделанной работы.

Научная новизна исследования. Диссертация представляет собой системное комплексное исследование коммуникативных стратегий современной российской политической власти в интернет-пространстве.

Научная новизна исследования и полученных выводов заключается в следующем:

1. Диссертантом было введено новое понятие «коммуникативные стратегии политической власти». В качестве ключевого содержания коммуникативных стратегий определены долгосрочные, перспективные задачи политической власти, направленные на удержание властных полномочий, легитимацию политических решений путем реализации эффективных коммуникативных инструментов и практик (модель привлечения лидеров общественного мнения и их социального капитала в интернет-пространстве).

2. Впервые на основе исследования ключевых коммуникативных проектов политической власти в Интернете, реализованных в 2008-2011 гг. реконструированы ее коммуникативные стратегии. При этом предложена авторская классификация типов коммуникативных проектов: управленческие, законодательные и презентационные. Основаниями классификации проектов явились их цели, стратегическое содержание и коммуникативная направленность.

3. На основе анализа основных тенденции в процессах реализации коммуникативных проектов в интернет-пространстве сделан вывод о том, что российская политическая власть в рассматриваемый период предпринимает попытку использовать наиболее актуальные и современные интернет-технологии соответствующие современному этапу развития Интернета.

4. Автором выявлено, что политический потенциал Интернета применительно к задачам коммуникативных стратегий российской политической власти заключается в существенном расширении возможностей:

- формирования и влияния на политическую повестку дня;
- проведения «публичной экспертизы» политических решений, обеспечивающей их легитимацию;
- выявления актуальных общественных проблем путем использования эффективных инструментов обратной связи;
- осуществления корректировки политического курса путем стимулирования диалога между обществом и властью;
- репрезентации собственного политического имиджа.

5. Диссертантом определено, что возможности повышения эффективности использования современных интернет-инструментов, включенных в процессы непосредственного обмена политической информацией (блогов, блог-сервисов, микроблогов, социаль-

ных сетей, рейтинговых и поисковых систем, а также других сетевых проектов Веб 2.0), обусловлены следующими коммуникативными свойствами:

- доступностью технологических возможностей размещения «пользовательского контента», обуславливающих изменение характера взаимодействий участников коммуникации от объектно-субъектных отношений к субъектно-субъектным;

- особой ссылочно-сетевой структурой распространения информации в Интернете, строящейся на слабых персональных связях, позволяющей субъектам коммуникации формировать и наращивать социальный капитал, превращаясь в лидеров общественного мнения в пространстве Интернета;

6. В качестве наиболее эффективной модели реализации коммуникативных стратегий политической власти в интернет-пространстве рассмотрена модель двухуровневой коммуникации, предложенная Г. Бейтсоном, учитывающая сложный характер современных средств коммуникации. Эта модель позволяет решать актуальные задачи политической власти, воздействуя на целевую аудиторию через привлечение «социального капитала» лидеров общественного мнения в Интернете.

7. В диссертационном исследовании выявлено, что коммуникативные стратегии российской политической власти в Интернете по своему содержанию и механизмам реализации основываются на традиционных подходах к каналам коммуникации (вещательной модели коммуникации), и как следствие не позволяют полностью и эффективно реализовать коммуникативный потенциал Интернета в решении стратегических задач. В качестве первоочередных задач коммуникативных стратегий акторами политической власти выдвигаются имиджевые характеристики, подчеркивающие характер российской политической власти, как отвечающей основным требованиям и качествам современного информационного общества.

Практическая значимость полученных в ходе исследования результатов определяется возможностями использования их экспертами, в целях оптимизации коммуникативных стратегий в современном информационно-коммуникативном пространстве Интернета. Материалы диссертации могут быть использованы в рамках курсов по политическим коммуникациям, политическому PR, политическому менеджменту в качестве лекционного материала и для проведения тренингов.

Апробация и внедрение результатов диссертационного исследования:

Основные положения работы обсуждались на международных и вузовских конференциях, «круглых столах»: Международная научная конференция Российской Ассоциации Политической Науки (2010 г. Москва); Всероссийская научная конференция с международным участием: «Бренное и вечное: идеология и мифология социальных кризисов». (2009 г., Великий Новгород).

Диссертация обсуждена на заседаниях кафедры Теоретической и прикладной политологии ИАИ ФИПП ФБГОУ РГГУ (апрель 2012, июнь 2012, сентябрь 2012).

Структура работы. Работа состоит из введения, трех глав, содержащих 8 параграфов, заключения, списка использованных источников и литературы, и приложений.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении раскрыта актуальность проблемы; выдвинута гипотеза; дан анализ степени научной разработанности проблемы; сформулированы цели и задачи исследования; определены объект и предмет, теоретические и методологические основания, эмпирическая база исследования, операционализированы основные понятия, определены научная новизна и практическая значимость исследования.

В первой главе (Теоретические и методологические основания изучения коммуникативных стратегий власти) проанализированы теоретические основания объекта исследования – политических коммуникаций, сформировавшиеся в рамках теорий массовой коммуникации, теорий информационного общества, коммуникативных подходов к трактовке феномена политической власти. Потенциал моделей коммуникации проанализирован с точки зрения возможностей их применения в коммуникативных стратегиях политической власти. Особое внимание уделено концептам «коммуникативная стратегия», «политическая власть», «информационное общество», «массовая коммуникация».

Проведенный анализ показал, что значимость теоретических концептов в области массовых коммуникаций для нашего исследования определяется тем, что в них осмысливаются коммуникативные процессы в обществе в целом и внутри социальных групп, предлагаются модели коммуникации, позволяющие выстраивать наиболее эффективные коммуникативные стратегии. Исходным пунктом становится позиция М. Маклюэна и М. Кастельса, отводящих технологиям коммуникации ведущую роль в развитии обще-

ственных структур современности. К ним примыкают подходы, обосновывающие потенциал социальных медиа Интернета в области общественных отношений (М.Н. Грачев). Это позволило поместить в центр исследования новые коммуникативные возможности Интернета как области, формирующей дизайн современной политики.

Концептуально важным оказывается подход Н. Лумана, позволяющий рассматривать процесс коммуникации и информационного обмена, осуществляемый непосредственно политическими акторами, как сознательно моделируемый, а, следовательно, имеющий четко структурированные принципы, схемы и цели.

Концепция «публичной сферы» как области социальной жизни, в которой происходит формирование общественного мнения (Ю. Хабермас), дает исследователю аналитический инструмент для изучения среды, в которой реализуются коммуникативные стратегии политической власти.

Наиболее продуктивными для исследования коммуникативных стратегий власти оказываются модели: двухуровневой коммуникации (Г. Бейтсон); «привратника» (К. Левин, Д. Уайта); «коммуникации масс» (Й. Гребель); вещания, диалога, регистрации, консультации (Й. Бродвик, Б. ван Каам), стратегической коммуникации (С. Дацюк), позволяющие вырабатывать эффективные коммуникативные стратегии.

Выявлены актуальные подходы к исследованию феномена политической власти. Особо важными в данном случае являются подходы Н. Лумана и Ю. Хабермаса, которые фактически отождествляют власть и коммуникацию, что позволяет нам рассматривать власть и властные отношения как коммуникативный процесс.

Достаточно важными для темы нашего исследования являются теории социальных (в том числе политических) сетей. Здесь определяющими становятся концепции сетевого общества (М. Кастельс) и «социального поля» (П. Бурдьё), тезис о сетевой логике современных коммуникаций (А.В. Назарчук).

Анализ подходов к исследованию феномена коммуникативных стратегий в разных типах дискурсов показал его сложность и многоаспектность. В рамках нашего исследования термин коммуникативная стратегия понимается в качестве долгосрочной, перспективной задачи, направленной на удержание властных полномочий и легитимацию политических решений, осуществляемой с помощью коммуникативных технологий и практик. При этом сетевое информационное пространство становится значимой областью комплексного представления динамической информации о политической власти.

В политической сфере важную роль играет не только сама информация. Значимыми становятся и способы ее передачи. Сетевые формы коммуникации в интернет пространстве приводят к смене модели распространения информации (от односторонних к двусторонним каналам коммуникации), меняя формы коммуникации и ее среду. Организованные в сложные горизонтальные сообщества сетевые группы создают новый тип аудитории. Эти трансформации требуют учета при выработке коммуникативных стратегий и практик их реализации.

В целом обозначенные современные теоретические подходы позволяют нам рассматривать политическую власть в контексте ее коммуникативного понимания, а коммуникативные стратегии как значимый элемент механизма реализации власти.

Вторая глава работы (Технологические основания и политический потенциал интернет-инструментов в реализации коммуникативных стратегий власти) посвящена анализу – интернет-технологий, используемых в современных практиках политической коммуникации и основных инструментов коммуникативной среды современного Интернета (блоги, блог-сервисы, микроблоги, социальные сети, рейтинговые и поисковые системы, а также сетевые проекты Веб 2.0), включенных в процессы непосредственного обмена политической информацией.

Коммуникативная среда современного Интернета обладает рядом новых качественных характеристик, превращающих его в средство массовой коммуникации, за счет того, что пользователи становятся не объектами, а субъектами коммуникации, участвуя в создании, преобразовании и трансляции информации. Таким образом, интернет-сервисы получают качество социальных-медиа, потенциал которых может быть использован в повышении эффективности коммуникативных стратегий политической власти.

Политико-коммуникативный потенциал использования блогов заключается в возможности выявления актуальных общественных проблем и общественно-политической повестки дня. Используя блоги в качестве коммуникативных инструментов, политическая власть может формировать выгодную политическую повестку дня и удерживать определенные позиции в существующей политической повестке дня.

Социальные медиа (например Twitter) кардинально меняют форму и каналы получения политической информации гражданами. Структура коммуникации Twitter'a удачно сочетает преимущества блогов и социальных сетей. Принцип распространения сообщений в Twitter строится на социальных связях, краткость формата записей позволяет

авторам быстро реагировать на все актуальные политические события. При этом политические акторы, использующие Twitter, должны учитывать, что они обращаются к потенциально более широкой аудитории (чем радио или теле аудитория). Краткость формата сообщений предъявляет иные требования к его содержанию. Высокая скорость и ссыльно-сетевая структура распространения информации, строящаяся на слабых персональных связях, позволяет субъектам коммуникации формировать и наращивать социальный капитал, превращаясь в лидеров общественного мнения в пространстве Интернета;

Потенциал социальных сетей состоит в возможности воздействовать на ключевую аудиторию путем повышения доверия к политическим акторам и получаемой от них информации за счет таких качественных аспектов коммуникативного взаимодействия, как персональность, адресность и накопление социального капитала.

Поисковые и рейтинговые системы представляют собой важный инструмент в выстраивании коммуникативных стратегий политической власти в Интернете позволяя отслеживать актуальные темы, оптимизировать доступ пользователей к необходимой информации, в целях получения дополнительного потока аудитории и более широкого информационного охвата, оценивать эффективность проектов, реализуемых в рамках коммуникативных стратегий, корректировать действия и коммуникативную политику в ходе реализации проектов.

Смена объектно-субъектных отношений субъектно-субъектными трансформирует функции участников коммуникации, характеристики целевых аудиторий, изменяет направления, условия и задачи коммуникации.

Современные инструменты Интернета, используемые в политической коммуникации, задействуют механизм двухуровневой коммуникации, в рамках которого информация наиболее активно распространяется через пользователей обладающих наибольшим «социальным капиталом». Социальные сервисы Интернета предоставляют открытые возможности для «публичной экспертизы» и обратной связи, но также выступают в качестве платформ, координирующих и систематизирующих социально-политическую деятельность.

Эффективное использование социальных медиа Интернета позволяет усилить воздействие на целевые аудитории, которые повышаются в зависимости от активности участия. Вышеописанные механизмы могут использоваться для формирования выгодной политической повестки дня. В связи с этим эффективная коммуникативная стратегия

политических акторов в Интернете, должна учитывать специфику распространения информации в социальных медиа. Высокая скорость и ссылочно-сетевая структура распространения информации, строящаяся на слабых персональных связях, потенциально могут оказывать влияние и на базовые принципы выстраивания политической коммуникации.

В целом, современный Интернет представляет собой сложную информационно-коммуникативную систему, которая предлагает ряд принципиально новых возможностей, которые могут быть использованы в политической коммуникации и выстраивании коммуникативных стратегий.

Третья глава (Проекты российской политической власти в интернете в практиках реализации коммуникативных стратегий) посвящена реконструкции коммуникативных стратегий российской политической власти в Интернете на основе анализа реализованных в 2008 – 2011 гг. коммуникативных проектов. Проведенный анализ показал, что Интернет как динамично развивающееся и эффективное средство массовой коммуникации, востребован представителями российской политической власти.

Проанализированные коммуникативные проекты, в зависимости от их целей и стратегического содержания, можно условно разделить на: управленческие, законодательные и презентационные. Каждая группа проектов, составляющая отдельное направление, включает в себя элементы общей коммуникативной стратегии власти, направленной на повышение эффективности коммуникаций в области политического управления, законотворческой деятельности и собственной публичной презентации.

Одним из ключевых элементов коммуникативных стратегий власти в Интернете стала группа управленческих коммуникативных проектов, направленных на применение ИКТ в обеспечении процессов административной реформы и решении задач в области оптимизации системы государственного и политического управления.

Первым серьезным шагом в реализации данных проектов на федеральном и региональном уровнях стала ФЦП «Электронная Россия». Основные задачи программы были направлены на поиск эффективных форм межведомственных взаимодействий (G2G), в частности введения системы электронного документооборота, электронных каналов коммуникации между гражданами и властью (G2C), а также и повышения прозрачности структур государственного и муниципального управления. Однако разработчики ФЦП сконцентрировались на описании преимуществ ИКТ в области повышения качества государственного управления и фактически проигнорировали анализ текущего положения

в области информационного обеспечения административной деятельности. При этом малоизученными остались реальные потребности общества в области взаимодействия с государственным аппаратом. Как следствие основным результатом реализации ФЦП стали меры, ориентированные на публичность и открытость власти (создание сайтов федеральных органов государственной власти в Интернете).

Наиболее заметными инициативами в русле реализации управленческих коммуникативных проектов стали разработка и запуск системы «Электронного правительства» (в частности порталов «Госзакупок» и «Госуслуг»). Реализация данных проектов была направлена на оптимизацию внутриведомственных взаимодействий (введение электронного документооборота, электронной подписи) и повышение открытости органов власти (публикация информации об органах власти и госуслугах, общественное обсуждение госзакупок). Основными проблемами проектов, реализованных в рамках «Электронного правительства», стали техническая реализация сервиса, ограниченные механизмы общественного участия и контроля, коммуникативные и управленческие сложности, укорененные в аппарате государственного управления. Эти причины не позволили создать базу для полноценного получения госуслуг в электронной форме, а позиционирование самого проекта свелось декларативным заявлениям, демонстрирующим инновационный потенциал власти. Учитывая масштаб и сложную структуру бюрократического аппарата в России, задача создания реально функционирующего сервиса для получения государственных услуг в электронном виде выглядит на настоящий момент чрезвычайно сложной.

Реализация коммуникативных проектов власти в интернете на региональном уровне происходила неравномерно (из-за низкого уровня информатизации и отсутствия инициатив региональных властей). Однако есть примеры регионов (Республика Татарстан), в которых, коммуникативные проекты реализуются не менее интенсивно, чем на федеральном уровне и, по сути, представляют собой регионально-ориентированные копии федеральных проектов.

Анализ коммуникативных проектов власти в Интернете, направленных на повышение эффективности управления органами судебной власти и открытости их деятельности для общества обнаруживает сходные стратегические задачи и общие сложности в реализации коммуникативных стратегий. Следует отметить ряд эффективных мер, направленных на координацию внутри судебной системы и открытости судов с исполь-

зованием ИКТ, на базе ГАС «Правосудие» (веб-страницы судов, публикация об их деятельности и решениях). Положительную роль сыграло принятие закона «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации». Однако проблемы, связанные с техническим обеспечением судов, вкупе с недооценкой значимости внедрения ИКТ в работу судов среди представителей судебной системы и ее общей закрытостью существенно ослабили действенность коммуникативных стратегий власти в области повышения эффективности деятельности судов.

В качестве примеров коммуникативных проектов законодательной власти были рассмотрены автоматизированная система обеспечения законодательной деятельности и официальный сайт Госдумы. Система АСОЗД стала первым в своем роде коммуникативным проектом, направленным на оптимизацию законотворческой работы ГД и обеспечение публичного доступа к информации о подготовке законопроектов и их текстам, однако проект АСОЗД представляет собой информационную, а не коммуникативную систему. Несмотря на попытки реализации доступа к информации о законопроектах и внедрения практик их общественного обсуждения на интернет-ресурсах Госдумы, коммуникативные стратегии законодательной власти направлены на оптимизацию доступа к информации о законотворческой деятельности и работы с этой информацией, и в меньшей степени на формирование механизмов общественного участия в законотворческом процессе.

Проекты общественного обсуждения законодательных инициатив (Законы «О полиции», «Об образовании») представляют пример использования ИКТ в качестве медиainструмента взаимодействия власти и общества в области государственной политики. Их анализ позволил выявить направленность стратегий российской политической власти на поиск оптимальных схем выстраивания общественно-политической коммуникации. Закрытость механизмов и невысокая популярность проектов позволяют говорить о том, что проект «общественного обсуждения» представляет собой скорее высокотехнологичное средство определения отношения общества законодательным инициативам. Данный проект также выступает в качестве коммуникативного инструмента для привлечения общественного внимания и создания информационного пространства, наполненного необходимыми политической власти смысловыми единицами. А, следовательно, его трудно рассматривать как реальный инструмент общественного участия в политике.

Одним из важнейших элементов коммуникативных стратегий власти в Интернете являются презентационные проекты, направленные на обеспечение присутствия поли-

тических лидеров в информационном пространстве и интерпретации политических событий. Коммуникативные стратегии В. Путина и Д. Медведева в Интернете объединяет установка на то, что новые ИКТ играют позитивную роль и необходимо их внедрение в общественно-политическую жизнь. При этом Д. Медведев активнее использует средства Веб2.0 (Твиттер, блоги и пр).

Анализ коммуникативных проектов акторов российской политической власти (В. Путина и Д. Медведева) показывает, что их коммуникативные стратегии ориентированы на реализацию различных задач, апеллируют к разным сегментам общества. Можно с определенной долей уверенности утверждать, что такое разделение вполне сознательная стратегия поведения политической власти, распределяющей роли между акторами, выполняющими собственные задачи в рамках единой коммуникативной стратегии.

Одним из самых масштабных проектов российской власти, использующим ИКТ интернета, направленным на реализацию коммуникативных стратегий власти стало «Открытое Правительство». Анализ этапов и механизмов его реализации, а также программных документов и информационной кампании проекта позволяет рассматривать проект как потенциальную площадку для презентации политической власти, как открытой и прозрачной структуры.

Реализация данного проекта демонстрирует эволюцию коммуникативных стратегий российской политической власти к более глубокому пониманию принципов интернет-коммуникаций. Развитие происходит в направлении более широкого понимания возможностей ИКТ и выражается в переходе от концепции электронного правительства (e-government) к концепции электронного управления (e-governance). Эти выводы подтверждаются активным привлечением инструментов социальных сетей, попытками привлечения лидеров общественного мнения (в т.ч. из интернет-среды), направленными на создание более устойчивого механизма двухступенчатой коммуникации. Вместе с тем проект «Открытого правительства» обнаруживает довольно явные признаки управленческих и законотворческих элементов коммуникативной стратегии.

Несмотря на заявления со стороны авторов проекта «ОП», что система, строится по принципам «crowd sourcing», довольно трудно причислить его к открытым коммуникативным и самоорганизующимся системам, за счет закрытости внутренних процессов и непрозрачности выбора участников и показателей отчетности. Анализ «ОП» демонстрирует отличие проектов, инициируемых властью в рамках коммуникативной стратегии.

Как правило, они повторяют сетевые проекты только по форме и стилистике, но от реальных сетевых проектов, функционирующих по принципам открытости информации и участия, их отличает закрытость и непрозрачность.

В заключении подводятся итоги проведенной исследовательской работы и формулируются положения, выносимые на защиту.

Анализ коммуникативных стратегий политической власти в Интернете в период с 2008 по 2011 гг., основанный на базе теоретических исследований в области политической коммуникации, а также на изучении и анализе источников показал:

1. Анализ теорий массовой коммуникации и информационного общества, подтверждает функциональную важность информационно-коммуникативных взаимодействий в области политического. В современных моделях политической коммуникации Интернет используется не только в качестве канала, но и в качестве информационно-коммуникативной среды. Двухступенчатая модель коммуникации в Интернете позволяет оказывать воздействие на политическую повестку дня и политические процессы, а, следовательно, коммуникация в Интернете играет важнейшую роль в формировании картины политической действительности. Проведенный анализ теоретических моделей и концепций в области политической коммуникации позволяет автору определить коммуникативные стратегии политической власти как долгосрочные, перспективные задачи, направленные на сохранение и удержание властных полномочий, превращение их в эффективный инструмент проведения и легитимации политических решений, осуществляемые с помощью коммуникативных технологий и практик: текстов, речевых практик, СМИ, ИКТ (в том числе глобальной телекоммуникационной сети интернет, и интернет-технологий), путем реализации отдельных или ряда последовательных коммуникативных проектов (в частности, направленных на оказание влияния на общественное мнение).

2. Современные интернет-технологии, выстраиваемые на основе социальных связей, моделей саморегулирующейся, участвующей, ступенчатой коммуникации, являясь наиболее быстрыми, эффективными и многофункциональными коммуникативными средствами обладают значительным потенциалом в области политической коммуникации, позволяя политическим акторам (в т.ч. и власти) выстраивать и реализовывать эффективные стратегии коммуникации.

3. Анализ коммуникативных проектов, реализованных в период с 2008 по 2011 гг., показывает, что российская политическая власть пришла к осознанию необходимости

выстраивания политической-коммуникации в интернет-пространстве посредством современных интернет-технологий. В изучаемый период властью были реализованы несколько групп коммуникативных проектов, которые можно условно разделить на: управленческие, законодательные и презентационные. Коммуникативные стратегии российской политической власти в Интернете, реализуемые посредством различных групп коммуникативных проектов : решают следующие задачи:

- Распространение и обмен актуальной информацией о политике и политическом (сообщений и оценок власти важнейших событий в политической области);
- Оптимизация процессов государственного управления в области исполнительной, законодательной и судебной власти, а как на федеральном, так и на региональном уровнях;
- Повышение открытости структуры государственных органов для общества и создание системы электронной коммуникации между гражданами и организациями с институтами государственной власти;
- Изучение и корректировка общественного мнения по ключевым социально-политическим проблемам (законопроектам, затрагивающим важнейшие социальные области). Анализ отношения граждан к принимаемым политическим решениям и инициативам, влекущим изменения в общественно-политическом пространстве;
- Легитимация политических решений, путем создания подконтрольных инструментов общественного участия в процессе принятия законов, а также декоративную модель прямого демократического участия в принятии политических решений;
- Выработка и корректировка программы политических действий, а также продвижение определенного набора ключевых сообщений, направленных на формирование необходимого мнения по тому или иному политическому вопросу;
- Повышение рейтинга, популярности и коммуникативного капитала ключевых акторов политической элиты.

Таким образом, подтверждена гипотеза исследования о том, что в конце первого десятилетия XXI в. российская политическая власть осознает стратегическую значимость коммуникативных возможностей современных интернет-технологий в реализации своих целей, задач и функций. Однако при осуществлении коммуникативных проектов сохраняется ориентация на традиционные коммуникативные схемы.

III. ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Научные статьи, опубликованные в журналах и изданиях, рекомендованных ВАК:

1. Шатин И.М. Социальные среды современной политики: блогосфера // Вестник РГГУ №1(62)/11: Научный журнал. Серия «Политология. Социально-коммуникативные науки» / Отв. ред. А.П. Логунов. М., 2011. С. 149-157. (0,5 п.л.).
2. Шатин И.М. Монолог в сети: совместность информационно-коммуникативных технологий в политических инициативах российской власти // Вестник РГГУ №1(81): Научный журнал. Серия «Политология. Социально-коммуникативные науки» / Отв. ред. А.П. Логунов. М., 2012. С. 217-225. (0,5 п.л.).

Другие работы, опубликованные автором по теме диссертации:

3. Шатин И.М. Перспективы развития российской политической коммуникации в контексте распространения средств Веб 2.0 // Изменение России: политические повестки и стратегии. Тезисы докладов. Международная научная конференция. 25-26 ноября 2010 г. М.: Российская Ассоциация Политической Науки, 2010. С. 226-227. (0,2 п.л.).
4. Шатин И.М. Интернет как антикризисная модель социальной коммуникации в российской политике // Бренное и вечное: идеология и мифология социальных кризисов: материалы Всерос. Науч. Конф. 20-21 октября 2009 г. / редкол. А.П. Донченко, Г.Э. Бурубис и др.; НовГУ им. Ярослава Мудрого – Великий Новгород. 2009. С. 119-122. (0,3 п.л.).
5. Шатин И.М. Социальные медиа и интернет в развитии гражданского общества в России: потенциал и актуальные проблемы // Гражданогенез в России. Книга 2 / Под общ. ред. В.Д. Мехмедова, В.Ф. Блохина. – Брянск: «Курсив», 2010. С. 236-245. (0,5 п.л.).

Подписано в печать 28.09.2012 г. Формат 60х90 1/16
Печать на ризографе. Тираж 100 экз. Заказ № 10082. Объем: 1,5 усл. п.л.
Отпечатано в типографии ООО "Алфавит 2000", ИНН: 7718532212,
г. Москва, ул. Маросейка, д. 6/8, стр. 1, т. 623-08-10, www.alfavit2000.ru