

**Российская Академия Наук
Институт Соединенных Штатов Америки и Канады**

На правах рукописи

Юрин Кирилл Владимирович

ИНТЕРНЕТ И ИЗБИРАТЕЛЬНЫЕ КАМПАНИИ В США

Специальность 23.00.02 - "Политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии"

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

**Москва
2005 г.**

*Работа выполнена в отделе внешнеполитических
Исследований Института Соединенных Штатов Америки
и Канады Российской академии наук*



Научный руководитель

- кандидат исторических наук Долгополова Н А

Официальные оппоненты:

- доктор исторических наук, профессор Печатнов В О

- кандидат исторических наук Берзин Л Б

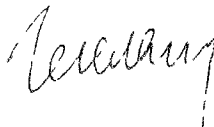
Ведущая организация - Российский университет дружбы народов

Защита диссертации состоится «28», июня 2005 г.
В 10 час 30 мин на заседании Диссертационного совета
Д 002 244 02 в Институте США и Канады РАН
По адресу 121814 ГСП-2, Москва, Хлебный пер , д 2/3,
конференц-зал

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ИСКРАН

Автореферат разослан «27», июня 2005 г.

Ученый секретарь Диссертационного совета,
кандидат политических наук



Гегелашвили Н А

2006-4
8138

2153210

1

Общая характеристика работы

Актуальность темы исследования

По различным данным, в 2004 г количество пользователей глобальной системы коммуникаций – Интернет составляет от 600 до 900 миллионов человек Это число продолжает стремительно расти и, по прогнозам, уже в 2006 г достигнет миллиарда человек По данным Nielsen/NetRatings¹, компании авторитетной в области Интернет-мониторинга и анализа, в США в марте 2004 г впервые был преодолен количественный рубеж в 200 млн. пользователей сети Таким образом, около 75% или 204,3 млн американцев уже имеют доступ к Интернету

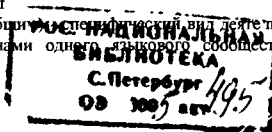
Возникнув как закрытая сеть коммуникаций², объединяющая компьютерные центры Министерства обороны США, Интернет быстро превратился в важнейшее средство проведения коммерческих, финансовых и торговых операций в глобальном масштабе, и это значение превалировало в 90-е годы Сегодня глобальная сеть превращается в важный социальный и политический фактор современного информационного общества

С развитием Интернет-технологий появился новый гигантский источник информационных ресурсов, доступ к которым является не только относительно дешевым, но и очень быстрым Интернет предоставляет пользователю гигантский объем не только коммерческой, рекламной, но и политической и политико-пропагандистской информации, предлагая при этом расширяющиеся возможности «обратной связи»

В США потенциал этой новой и быстро развивающейся коммуникационной системы стал активно использоваться в политических целях Лишь десять лет назад о «киберполитике» говорили как предмете, если не далекого, то все же неопределенного будущего и скептически оценивали возможности использования глобальной сети в такой важной сфере как

¹ http://direct.www.nielsen-netratings.com/pr/pr_040318.pdf

² Коммуникация (от lat communico связываю) – это общечеловеческий вид деятельности, содержанием которого является обмен информацией между членами одного социального сообщества для достижения взаимопонимания и взаимодействия



избирательный процесс. Однако выборы 2000 и 2004 гг в США показали, что уже сегодня глобальная сеть стала реальным инструментом избирательных кампаний. В США поняли, что Интернет, как и другие средства массовой информации во многом формирует основу представлений избирателей о политике и влияет на голосование. Уже сегодня Интернет затронул практически все этапы и стороны избирательных кампаний, начиная от рекламы поллистерских³ организаций до голосования и окончательного подведения итогов, включая проведение опросов в режиме реального времени, обсуждение кандидатов в «чатах»⁴ сети, пропаганды и контрпропаганды, «черного пиара» и т.д. в пользу или против партий и политиков. При этом особое внимание американских специалистов привлекает возможность Интернет-голосования, потенциально способного повлиять на увеличение числа голосующих за счет пожилых людей, инвалидов или представителей молодого поколения, чье участие в выборах традиционным способом было затруднительным или непривлекательным занятием.

Об Интернет в США заговорили как средстве развития демократии и гражданского общества, увеличения участия отдельного человека в политической жизни общества, новом инструменте в реализации свободы слова, расширения доступа граждан к информации. Таким образом, в руках американских политиков, их команд и штабов в дополнение к печатным и электронным средствам массовой информации, появился новый рычаг воздействия на избирательный корпус, имеющий свою специфику. Наряду с этим четко прослеживается тенденция, в соответствии с которой, в США наиболее жесткой критике подвергается именно Интернет, как самое современное средство массовой информации. Уже сегодня вызывает критику и использование глобальной компьютерной сети в политических целях в США. Не вызывает сомнений тот факт, что вторжение Интернет в политику и, в частности, в избирательный процесс поставило перед американским обществом

³ Поллистер (от слова poll – опрос общественного мнения) – социолог, социальный психолог и психолог, определяющий сферу бытия социума.

⁴ Чат – общение в Интернет.

ряд сложных проблем. Среди них представляется необходимым выделить следующую важную проблему: при всех очевидных плюсах электронной системы голосования, пока остается неясным, каким образом проводить выборы по Интернет, чтобы обеспечить гарантии честного использования компьютерных технологий в избирательном процессе, защиту от атак хакеров, решить вопрос анонимности голосования и т.д. Важной проблемой является и достоверность результатов опросов общественного мнения в режиме реального времени.

Недостаточная проработка данной проблемы в русскоязычных источниках отрицательно сказывается на изучении в России организации современных избирательных кампаний в США и возможности использования американского опыта в данной области в России.

Отечественные ученые активно исследуют влияние Интернет на политические институты, электронную демократию как новую форму политической коммуникации в информационном обществе, глобализацию международных отношений. Однако исследований, посвященных роли и месту Интернет в избирательном процессе в США, пока нет, что свидетельствует о несомненной актуальности выбранной темы диссертации.

Степень изученности темы. Проблемы использования Интернет в избирательных компаниях в США привлекали внимание многих американских исследователей. Во второй половине 1990-х годов в США сформировалось отдельное направление исследований, направленных на изучение данной темы. В основном, исследователи использовали методы социологии, демографии, политологии и других современных общественных наук.

Значительное количество работ американских исследователей представляет собой труды, освещающие практическую сторону роли Интернет в избирательных компаниях. Среди них по неординарности подхода к анализу изучаемой проблематики выделяются труды Б. Бимбера, Р. Дэвиса, М. Корнфилда, А. Коррадо, С. Файерстоуна, Э. Аэленд, Ф. Таджитсу Нэша.

Другим направлением исследований многих отечественных и зарубежных специалистов стало изучение концепции нового индустриального общества и технологий манипуляции сознанием. Среди наиболее значимых работ американских и европейских исследователей в этой области можно выделить труды Э. Тоффлера, Дж. Гэлбрейта, Г. Шиллера, У. Липпманна.

Среди отечественных авторов, занимающихся проблемами Интернет в контексте манипуляции сознанием и политики, чьи работы использовались автором в работе над диссертацией, следует отметить М.С. Вершинина, И.Н. Панарина, С.Г. Кара-Мурзу, Г.В. Грачева, И.К. Мельника, А.В. Дмитриева, В.В. Латынова, И.Г. Яковлева и др. В трудах указанных авторов проблема влияния Интернет на избирательные кампании не нашла достаточно полного отражения. Анализ русскоязычных источников показывает недостаточную степень изученности темы исследования в отечественной литературе. Исследований же специально посвященных Интернет в контексте организации избирательных кампаний в США на русском языке не существует.

Обращаясь к диссертационным исследованиям, следует отметить, что ни одно из них не повторяет заявленной темы. Более того, на русском языке не существует диссертационных исследований даже примыкающих к проблемам данного исследования.

В ракурсе исследования роли Интернет в избирательных кампаниях в США особую ценность приобретают периодические издания. Узкая специализация большинства авторов, регулярно издающих свои работы в журналах "США Канада: экономика, политика, культура" (до 1 января 1999 г. журнал назывался "США: экономика, политика, идеология"), "Мировая экономика и международные отношения", "Новая и новейшая история", способствует проведению глубокого анализа развития отдельных вопросов проведения избирательных кампаний в США и проблем манипуляции сознанием. Эволюция их взглядов, легко выявляемая за период 1993-2005 гг., - лучший источник для раскрытия трансформации восприятия сущности и

специфики роли Интернет в американских избирательных кампаниях отечественной наукой

Отсутствие монографических трудов по исследуемой теме определили цель и задачи работы

Цель диссертационного исследования - анализ как количественной (доля пользователей сети, использующих Интернет как источник информации о выборах; время проведенное пользователями на страницах, посвященных избирательным кампаниям; тенденции роста интереса потенциальных избирателей к сетевым ресурсам и т д) так и качественной (обратная связь Интернет-пользователя с политиками; участие потенциальных избирателей в интерактивных формах взаимодействия и т д) сторон влияния Интернета на организацию избирательных кампаний в США, исследование воздействия Интернета на изменение форм осуществления демократических процедур в контексте выборов, описание новых технологий и механизмов этого воздействия, финансовых и юридических аспектов использования Интернета в избирательном процессе, а также перспектив дальнейшего освоения киберпространства в американских выборах

Достижение поставленной цели обеспечивается решением следующих **задач**:

- рассмотреть развитие Интернет в историческом аспекте;
- изучить службы и коммуникационные возможности Интернет,
- проанализировать процесс внедрения Интернет в электоральный процесс в историческом аспекте;
- рассмотреть Интернет в контексте технологий манипуляции сознанием;
- выявить возможности Интернет как инструмента избирательной борьбы;
- охарактеризовать Интернет как инструмент электоральной коммуникации;
- составить путеводитель по Интернет-ресурсам,

- исследовать проблемы использования Интернет в избирательных кампаниях.

Объектом исследования является Интернет и избирательные кампании в США

Предметом исследования является влияние Интернет на избирательный процесс в США

Теоретическую основу диссертационной работы составляют теоретические положения ведущих зарубежных и отечественных специалистов в области использования Интернет в избирательных кампаниях

Методологической основой исследования является диалектический метод изучения влияния Интернет на избирательный процесс в США в его развитии, методы сравнения и аналогий

В качестве **инструментария** применялись методы анализа научной и информационной базы, синтеза полученных данных в теоретические выводы и практические рекомендации

Источниковую базу диссертационного исследования составили материалы исследований Интернет в США, проводимых лидирующими в области изучения и анализа Интернет компаниями Nielsen/NetRatings, Pew Internet & American Life Project, Gallup, статистические материалы, издаваемые правительством Соединенных Штатов; доклады и отчеты Федеральной Избирательной Комиссии США, материалы периодических изданий США

Все перечисленные типы документов оказались доступными, в основном, в электронном виде с помощью Интернет

Научная новизна исследования проявляется в комплексном подходе к рассмотрению проблем влияния Интернет на избирательный процесс в США, который ранее не применялся при рассмотрении отдельных проблем, связанных с темой диссертации

С позиции сформулированной научной новизны автором получены следующие наиболее существенные научные результаты

1 Выявлены основные вехи внедрения Интернет в электоральный процесс в историческом аспекте

2 Проведен анализ места и роли Интернет в контексте технологий манипуляции сознанием.

3. Сформулированы возможности Интернет как инструмента избирательной борьбы.

4 Рассмотрен Интернет как инструмент электоральной коммуникации

5 Составлен путеводитель по Интернет-ресурсам

6 Исследованы проблемы использования Интернет в избирательных кампаниях в США.

Научная новизна исследования объясняется тем, что исследования роли Интернет в избирательных кампаниях в США на русском языке ранее не предпринималось

Практическая значимость исследования состоит в том, что полученные результаты и выводы доведены до конкретных рекомендаций, и могут быть применимы на практике для организации и ведения избирательных кампаний

Структура работы определяется целями и задачами исследования
Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и литературы

Основное содержание работы

Во введении обоснована актуальность темы диссертационного исследования, сформулированы подлежащие реализации цели, определены объект и предмет исследования, сформулированы основные задачи, требующие решения, раскрыта научная новизна диссертационной работы, определена ее практическая значимость, а также изложены главные результаты, выносимые на защиту

В первой главе «Развитие Интернет и внедрение его электоральный процесс» рассматриваются общие вопросы истории Интернет, его служб и коммуникационных возможностей, внедрения Интернет в электоральный процесс

Определены тенденции развития Интернет, выявлены проблемные вопросы его использования. Приводятся результаты анализа мирового опыта внедрения Интернет в электоральный процесс в историческом аспекте. Установлена слабая теоретическая и методологическая разработанность в русскоязычной литературе основ влияния Интернет на организацию избирательных кампаний в США, что и обусловило цель проведения диссертационного исследования

В первом параграфе – «Развитие Интернет в 1960-1990 гг.» дается краткое описание появления и развития Интернет, приводится статистика относительно количества пользователей сети по всему миру и США

Первое документальное описание технического принципа, который лежит в основе сети Интернет и социального взаимодействия, которое стало возможным благодаря реализации этого принципа, было сделано в серии заметок сотрудника Массачусетского технологического института (MIT) Дж. Ликлайдера (J. Licklider) в августе 1962 г.

В конце 1966 г. Л. Робертс начал работать над концепцией компьютерной сети в вышеупомянутом Управлении перспективных исследований и разработок Министерства обороны США. Вскоре появился

план сети ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network – компьютерная сеть агентства исследовательских проектов Министерства обороны США), опубликованный в 1967 г. Публикация не содержала каких-либо секретных сведений. Эта сеть должна была быть устойчивой к повреждениям, возможным при бомбардировках и даже ядерных ударах. Сеть в течение десяти лет функционировала в закрытом режиме среди специалистов по вычислительной и военной технике. В этот же период создавались сети в рамках НАСА (Национальное управление по аэронавтике и космическому пространству), НОРАД (система ПВО) и других военных структур. Все эти сети руководствовались сводом правил и принципов работы, согласно которому действовала ARPANET. Поэтому этот свод стал единственным способом связи разнородных компьютеров, которые постепенно объединялись фактически в сеть компьютерных сетей. Именно в то время получило широкое распространение и само название «Интернет», что в переводе означает – «межсеть».

Над разработкой концепции пакетной сети трудились также в известном американском мозговом центре – корпорации РЭНД, занимающейся стратегическими исследованиями и разработками.

В 1972 г. был сделан еще один шаг вперед: появилось первое приложение — электронная почта.

Широкое распространение в дальнейшем локальных сетей, персональных компьютеров и рабочих станций дало толчок бурному росту «межсети». Технология Ethernet, разработанная в 1973 г. Бобом Меткалфом (Bob Metcalfe) из исследовательского центра PARC корпорации Xerox, стала практически доминирующей сетевой технологией в Интернет, а ПК и рабочие станции стали доминирующими компьютерами.

Одним из наиболее важных событий в истории Интернета стала разработка так называемой всемирной паутины (World Wide Web — WWW).

С помощью гипертекста (Hypertext Markup Language, HTML), представляющего собой набор инструкций для форматирования документов,

среда WWW унифицировала и связала воедино весь огромный объем информации, который находился в Интернете в форме текстов, изображений и звукового сопровождения

Основное назначение Интернета - создание возможностей для информационного взаимодействия удаленных друг от друга пользователей и предоставление им открытого доступа к информационным ресурсам вне зависимости от их местоположения

Число пользователей Интернет во всем мире в 2004 г., по данным Computer Industry Almanac, составило 945 млн чел. Прогнозные значения на 2005 г. составляют 1 млрд 100 млн чел., на 2006 г. - 1 млрд 128 млн чел., на 2007 г. - 1 млрд 146 млн чел. В США число людей, имеющих доступ к Интернет в феврале 2004 г. составило 272,81 млн чел. Таким образом, проникновение Интернет в США достигло 74,9%⁵

Изучение хода общественного развития в системно-кибернетическом плане показывает, что основными составляющими интенсификации информационных процессов являются

- 1) неуклонное возрастание скорости передачи сообщений,
- 2) увеличение объема передаваемой информации,
- 3) ускорение обработки информации,
- 4) все более полное использование обратных связей,
- 5) увеличение объема добываемой новой информации и ускорение ее внедрения,
- 6) наглядное отображение информации человеку в процессах управления,
- 7) бурный рост технической оснащенности управленческого труда

Массовая компьютеризация, внедрение и развитие новейших информационных технологий привели к впечатляющему росту информационного противоборства и в политической сфере

⁵ http://direct.www.nielsen-netratings.com/pr/pr_040318.pdf

Во втором параграфе – «Службы и коммуникационные возможности Интернет» рассматривается структура сети и ее технические возможности. Давая их краткую характеристику, автор делает акцент на те возможности сети, которые могут быть использованы в электоральной коммуникации. Автор отмечает, что Интернет-технологии открывают новые широкие горизонты для совершенствования коммуникаций и обмена информацией между людьми в глобальных масштабах.

Когда говорят об использовании сети Интернет, речь идет об отдельных службах (сервисах), которые реализованы в этой сети.

Службы Интернета - это системы, предоставляющие услуги пользователям Интернета. К ним относятся электронная почта, WWW, телеконференции, списки рассылки, FTP, IRC, а также другие продукты, использующие Интернет как среду передачи информации.

Первой и самой распространенной службой Интернета является электронная почта (e-mail). Эта служба предоставляет услуги отложенного чтения. Пользователь посылает сообщение, и адресат получает его на свой компьютер через некоторый промежуток времени. Скорость пересылки составляет в среднем несколько минут. При этом стоимость электронной почты минимальна и не зависит от расстояния. Основными достоинствами электронной почты являются простота, дешевизна и универсальность.

Телеконференции - вторая по распространенности служба Интернета, предоставляющая отложенные услуги. Если электронная почта передает сообщения по принципу «от одного к одному», то сетевые новости передают сообщения «от одного ко многим». Каждый узел сети, получивший новое сообщение, передает его всем узлам, с которыми он обменивается новостями. В обсуждении темы телеконференции может участвовать множество людей, независимо от того, где они находятся физически.

Списки рассылки (mail lists) - служба, не имеющая собственного протокола и программы-клиента и работающая исключительно через электронную почту. Идея работы списка рассылки состоит в объединении под

одним адресом электронной почты адресов многих людей - подписчиков списка рассылки. Когда письмо посылается на этот адрес, сообщение получают все подписчики этого списка рассылки.

IRC (Internet Relay Chat) - система разговорных комнат Интернета (так называемых «чатов») - это интерактивная служба, способствующая общению людей через Интернет. Пользователи могут присоединяться к разговору и участвовать в нем. От традиционной формы разговора его отличает то, что он ведется путем набора текста на клавиатуре.

FTP (file transfer protocol) - протокол передачи файлов, но при рассмотрении FTP как службы Интернета имеется в виду не просто протокол, а именно служба прямого доступа к файлам в файловых архивах.

WWW (World Wide Web) - служба прямого доступа, требующая подключения к Интернету и позволяющая интерактивно взаимодействовать с представленной на веб-серверах информацией. Это самая современная и удобная служба Интернета. Как справедливо полагают специалисты, это то, с чем практически у каждого ассоциируется Интернет.

Служба WWW основывается на принципе нелинейной текстовой системы, так называемого гипертекста, и способна представлять информацию, используя все возможные мультимедийные ресурсы: видео, аудио, графику, текст и т.д. Взаимодействие осуществляется по принципу клиент-сервер с использованием протокола передачи гипертекста (Hyper Text Transfer Protocol, сокращенно - HTTP). Существует множество серверов, которые по запросу клиента возвращают ему гипермедийный документ, состоящий из частей с разнообразным представлением информации (текст, звук, графика, трехмерные объекты и т.д.). В этом документе каждый элемент может являться ссылкой на другой документ или его часть. Ссылки в документах WWW организованы таким образом, что каждый информационный ресурс в глобальной сети однозначно адресуется и документ может ссылаться как на другие документы на этом же сервере, так и на документы на других серверах Интернета. Ссылки WWW указывают не только на документы, специфичные для самой службы

WWW, но и на прочие службы и информационные ресурсы Интернета. Более того, большинство программ-клиентов WWW - браузеров (browsers), обозревателей, или навигаторов, не просто понимают такие ссылки, но и являются программами-клиентами соответствующих служб FTP, сетевых новостей Usenet, электронной почты и т.д. Таким образом, программные средства WWW являются универсальными для различных служб Интернета, а сама информационная система WWW выполняет по отношению к ним интегрирующую функцию.

В отдельную группу служб Интернета представляется возможным выделить службы, не имеющие такого широкого распространения, как вышеназванные, и не имеющие всеми признанных единых стандартов. В их основе также лежит использование Интернета как среды передачи информации. В частности, к этой группе можно отнести:

- 1) средства передачи голоса по каналам связи Интернета, предоставляющие услуги телефонной и факсимильной связи;
- 2) программные средства для проведения видео- и аудиоконференций;
- 3) системы широковещательной передачи мультимедийной информации.

Важное место в композиции современной системы Интернета занимают службы поиска информации. Особую группу составляют службы, поддерживаемые одной из групп участников Интернета и причисляемые в данном случае к службам Интернета благодаря глобальному характеру предоставляемых ими услуг по поиску информации. Поиск информации является сегодня одной из ключевых проблем Интернета, так как количество представленных сегодня в Интернете Web-страниц оценивается в более чем несколько сотен миллионов. Кроме того, в основе проблем поиска информации лежат такие причины, как множественность и фрагментарность источников, большое количество различных способов хранения данных, дефицит времени на выборку и обработку информации, стоимость получения информации, ненадежность данных, постоянное обновление и добавление информации.

Необходимо выделить два основных инструмента поиска информации в Интернете, в значительной степени преодолевающие вышеперечисленные трудности

1) Поисковые машины (spiders, crawlers) Основная функция поисковых машин состоит в исследовании Интернета с целью сбора данных о существующих в Интернете Web-сайтах и выдаче по запросу пользователя информации о Web-страницах, наиболее полно удовлетворяющих введенному запросу

2) Каталоги Представляют собой иерархически организованную тематическую структуру, в которую, в отличие от поисковых машин, информация заносится по инициативе пользователей Добавляемая страница должна быть жестко привязана к принятым в каталоге категориям

За последние десять лет Интернет стал новым средством коммуникации С учетом ежегодного роста числа Интернет-пользователей, Интернет стремительно приобретает статус нового средства массовой информации (СМИ) При этом это новое средство, даже в первом приближении, предоставляет значительно большую степень контроля и свободы выбора со стороны потребителя, а также делает возможным доступ к более дифференцированной информации, по сравнению с традиционными СМИ (радио, телевидение, газеты, журналы и др.) Интернет благодаря свойствам интерактивности, эффекту присутствия и информационной насыщенности (текст, изображение и даже звук), а также за счет использования сетевой навигации превосходит другие средства информации по возможностям общения с пользователями и влияния на них

Современные информационные технологии, такие как электронная почта и Интернет, позволяют в короткие сроки активизировать и сформировать общественное мнение и значительно превосходят в этом все иные средства коммуникаций Коллективные действия общественности, мобилизованной в режиме реального времени могут в равной степени повлиять и на результаты

выборов в Конгресс США, и на характер принимаемых организационных решений в корпорации

Интернет позволил до бесконечности множить источники всех видов информации, включая политическую. Не вызывает сомнений, что Интернет создал предпосылки для начала качественно нового и пока до конца не исследованного этапа политических коммуникаций

Главной особенностью, лежащей в основе взаимодействия традиционных СМИ с потребителями информации, является отсутствие интерактивного взаимодействия. В отличие от этой модели, в основе Интернета лежат два других принципа

Во-первых, при коммуникации в Интернете взаимодействие происходит через специфическую среду, которая вносит значительный вклад в происходящее взаимодействие. Первоначальное общение происходит не между отправителем и получателем информации, а скорее между пользователем и некой средой, коммуникационным пространством, причем оба участника диалога являются как отправителями, так и получателями информации. В данной модели сделан шаг от простого обмена информацией между «передатчиком» и «приемником» к созданию информационной среды, которая воспринимается и, возможно, модифицируется участниками диалога.

Во-вторых, Интернет представляет собой многонаправленную коммуникационную модель «многие ко многим», в которой каждый абонент сети имеет возможность обращаться к другим отдельным абонентам или группам либо от своего имени, либо от имени группы. С точки зрения политических игроков, такая демократизация общения, делающая его к тому же свободным от стороннего контроля, предполагает новые правила игры и дает возможность вступить в нее новым участникам.

Интернет-технологии существенно отличаются от традиционных и электронных СМИ прежде всего своей интерактивностью и избирательностью, а также широким диапазоном видов коммуникаций.

Сегодня Интернет стал признанным полноценным средством массовой коммуникации. Исследователи рассматривают его как очередную историческую форму развития электронных средств массовой коммуникации, появившуюся вслед за радио, телевидением, видео. Это утверждение подтверждается не только количеством пользователей Интернета, но и фактом реализации в его виртуальном пространстве разнообразных функций, аналогичных функциям традиционных средств массовой коммуникации. Возможно, в настоящее время Интернет не может составить полноценную конкуренцию традиционным СМИ. Он выступает лишь в качестве нового источника и средства распространения информации. Однако, по мнению многих специалистов, наличие у Интернет характеристик, которые по ряду критериев превосходят традиционные СМИ, создает основу для постепенного вытеснения им традиционных СМИ в их нынешнем виде.

Еще несколько лет назад существовало мнение, что Интернет является не более чем удобным средством коммуникации. На основании исследования текущего состояния Интернет-ресурсов представляется возможным утверждать, что Интернет становится и мощным оружием воздействия на человека и манипуляции сознанием.

В третьем параграфе – «Внедрение Интернет в электоральный процесс» рассматривается история использования сети в избирательных кампаниях и перспективы ее использования как инструмента предвыборной борьбы. Автор делает акцент на том, что сегодня Интернет представляет собой самую демократичную и быстрорастущую систему доступа к электорату и том, что использование Интернет как инструмента в предвыборных кампаниях представляется весьма перспективным.

Использование Интернет в избирательных компаниях началось с эксперимента, поставленного в США в ходе президентской избирательной кампании 1992 г., когда сотрудники лаборатории искусственного интеллекта Массачусетского технологического института (МТИ) предложили

политическим партиям использовать коммуникационную систему на базе электронной почты

В ходе президентской кампании 1992 г демократы использовали эту систему для публикации информационных материалов и проведения первых автоматизированных опросов в Интернет. Опросы регистрировали реакцию избирателей и обеспечивали сбор мнений по наиболее важным проблемам. Ученые МТИ, получившие возможность проведения практических исследований, смогли получить первые данные о использовании Интернет как инструмента политической коммуникации.

Важной вехой развития Интернет в качестве инструмента ведения избирательной кампании стал официальный сайт кандидата на президентский пост республиканца Боба Доула – www.dole96.com

В ходе президентской избирательной кампании 1996 г 61% избирателей пользовались компьютерами. Из них 26% имели доступ в Интернет. Если в начале кампании политические веб-сайты посещали только 4% пользователей, то к окончанию выборов их число достигло 8%. В основном это были люди, которые также смотрели политические телепрограммы и имели повышенный интерес к политической информации. В начале 1996 г в Интернет было уже около 1500 веб-сайтов, посвященных различным аспектам политики.

Первый значительный успех Интернета, как инструмента избирательной компании, относится к 2000 г. В 2000 г 75% кандидатов в члены Сената США активно использовали Интернет как инструмент в избирательной компании. В 1996 г Интернет использовался только 50% кандидатов. Аналогичные показатели для Палаты представителей составили 55% на 2000 г против лишь 16% в 1996 г. За эти четыре года увеличилось не только использование Интернета политиками, но и существенно выросла аудитория потенциальных избирателей, ставших пользователями. Выборы 2000 г стали первыми, во время которых более половины взрослых американцев были пользователями Интернет.

Избирательная компания 2000 г стала первой президентской компанией, широко использовавшей Интернет в качестве инструмента для интерактивного общения «кандидат-избиратель»

Повышение интерактивности обмена политической информацией означает повышение значения установления обратной связи с потребителем политической информации

Не вызывает сомнений, что развитие средств политической коммуникации в Интернете будет совершенствоваться как в количественном так и в качественном отношении. Рост этого политического сегмента Интернет обусловлен ростом количества пользователей, а также конкуренцией, борьбой субъектов политических лидеров за образованного, интеллектуального избирателя.

В настоящее время использование Интернет как инструмента в предвыборных кампаниях представляется весьма перспективным. В подтверждение этого можно привести следующие аргументы

- От организации системы ввода информации в Интернет напрямую будет зависеть эффективность ее распространения, что представляется чрезвычайно важным, так с точки зрения технологий манипуляции сознанием, пользователи Интернет представляют наиболее активную и «продвинутую» часть общества, участвующую в процессе формирования общественного мнения и предпочтений избирателей

- На финишных прямых предвыборных кампаний сетевые технологии идеально подходят для вброса своевременной и «нужной» информации

- Монолог претендента на государственную должность все чаще преобразуется в интерактивное общение с избирателями или наиболее активными их представителями.

К основным формам политической коммуникации через Интернет можно отнести

- сайты политиков и партий (агитация, привлечение новых избирателей);

- интерактивные конференции (проведение Интернет-конференций, дискуссий, голосований, переписка, в том числе создание представления о прямом общении политика с избирателями),

- аналитические политические сайты (попытка представить различные политические силы, их агитационные материалы, интервью с лидерами, оценки экспертов и др Сюда же относятся заказные и не заказные материалы СМИ, посвященные избирательной компании),

- опросные страницы, где предлагается ответить на те или иные вопросы, проголосовать за кандидата (своеобразные упражнения по голосованию, результаты которых обычно контролируются владельцем сайта и создают псевдорейтинги для упомянутых на них кандидатов);

- страницы избирательных комиссий и статистических органов (официальная информация о выборах, справки о кандидатах, информация об избирательных участках, результаты выборов, сообщения о нарушениях и т д) и др

Таким образом, уже сегодня Интернет располагает значительным потенциалом для информационного воздействия на аудиторию Речь идет, в частности, о транслировании стереотипов потребительского поведения, проведении пропагандистских кампаний в поддержку определенных политиков и политических партий

Во второй главе «Манипулятивные возможности Интернет» приводится анализ Интернет в контексте технологий манипуляции сознанием, обосновываются возможности Интернет как инструмента избирательной борьбы, разрабатывается концепция использования Интернет как инструмента электоральной коммуникации, формулируются основные Интернет-инструменты предвыборной борьбы

В первом параграфе – «Интернет в контексте технологий манипуляции сознанием» автор отмечает, что в результате развития Интернет-ресурсов, посвященных избирательным кампаниям различного уровня и направленных на воздействие на рядового избирателя, наблюдается не только развитие

эффективных сетевых технологий манипуляции сознанием пользователя, но и увеличение его самостоятельности как личности на фоне роста числа и улучшения качества подобных ресурсов

Представляется важным отметить, что в контексте концепции постиндустриального (информационного) общества, роль Интернет в качестве как интенсивно, так и экстенсивно развивающейся глобальной информационной сети является чрезвычайно важной, что объясняется уникальными характеристиками Интернет как средства распространения всех видов информации.

На протяжении столетий и особенно последних десятилетий происходили эволюция и совершенствование технологий власти и социального управления в обществе. Современные средства массовой коммуникации создали для этого принципиально новые возможности, многократно усилив эффективность использования информации в этих целях. В XX веке они произвели настоящую революцию в политических отношениях и способах социального управления.

Основная направленность эволюции технологий власти и социального управления, цель их изменений и совершенствования заключались и заключаются в настоящее время в том, чтобы, используя наименьшие затраты средств и ресурсов, получить максимальный эффект воздействия на людей, управления ими, обеспечив их «добровольную» подчиняемость.

Необходимость обеспечения программирования мнений и устремлений масс, их настроений и даже психического состояния с целью обеспечить их требуемое тем, кто владеет средствами манипуляции, поведение, способствовало интенсивному развитию технологий управления поведением людей. Манипуляция сознанием - это своеобразное господство над духовным состоянием людей, управление путем навязывания людям идей, установок, мотивов, стереотипов поведения, выгодных субъекту воздействия. Манипулятивное воздействие - это способ психологического воздействия,

нацеленный на изменение направления активности других людей, осуществляемый настолько искусно, что остается незамеченным ими

Основной механизм манипулирования сознанием состоит в следующем. Не вызывает сомнений, что чем более осведомленными будут люди, тем труднее манипулировать ими, поэтому объектов психологического воздействия нужно снабжать суррогатом информации - урезанной и усеченной, то есть такой, которая отвечает целям психологического воздействия. Сначала людям пытаются навязать такие стереотипы, которые способны вызывать нужные реакции, поступки и поведение. Затем используется ряд приемов, позволяющих повышать эффективность воздействия.

- преподнесение «нужной» в данный момент, зачастую грубо сфабрикованной информации,
- преднамеренное утаивание истинных, соответствующих действительности сведений,
- обеспечение информационной перегрузки, затрудняющей возможность объекту воздействия разобраться в истинном существе дела.

Важнейшими принципами технологии манипуляции сознанием является простота сообщений и их постоянное повторение.

В качестве наиболее универсальной манипулятивной технологии, которая наиболее широко и активно используется в массовых информационных процессах, в первую очередь целесообразно выделить формирование и распространение образов. Суть ее в том, что в зависимости от целей и конкретных задач формируются и распространяются заранее «сконструированные» образы политических деятелей и организаций, которые, как правило, неадекватно отражают реальные существенные их характеристики и таким образом дезориентируют людей, на которых направлено информационно-психологическое воздействие.

В контексте изучения проблем, связанных с манипуляцией сознанием, необходимо отметить возрастающую роль глобальной сети Интернет как неуклонно совершенствующегося инструмента манипулятивного воздействия.

на аудиторию. При этом принципиально важной стороной воздействия Интернет как инструмента манипуляции сознанием является то, что сегодня он является лишь частью целого комплекса СМИ, оказывающего информационно-политическое воздействие на потребителя информации, в том числе в процессе избирательных кампаний.

Во втором параграфе – «Возможности Интернет как инструмента избирательной борьбы» автор приходит к выводу о том, что Интернет имеет большое значение как одна из форм организации избирательных кампаний, имеющая большой потенциал развития.

Технические возможности Интернет, характеризующиеся большой высокой степенью интерактивности и избирательности, а также широким диапазоном видов коммуникаций, обращают на себя внимание политических игроков, которые видят в Интернет большой потенциал в качестве инструмента избирательной компании.

Интернет оказался привлекательным для политиков как уникальный инструмент изучения индивидуальных интересов отдельно взятого избирателя и учета этих интересов в рекламных материалах, направляемых этому избирателю. Так, например, кандидат получает информацию о том, какие сайты посещает его потенциальный избиратель наиболее часто. Располагая этими данными, не представляет труда, составить определенное представление об интересах и ценностях этого человека и, с помощью существующего программного обеспечения, послать ему электронное письмо, учитывающее индивидуальные особенности избирателя.

Интернет представляет широкие возможности для трансляции политической информации в ходе избирательной компании.

- Интернет дает возможность быстро, легко и дешево представить информацию публике. Существуют новостные Интернет-ресурсы, обновляющие информацию практически ежеминутно. Таким образом, возможности Интернет позволяют политикам практически мгновенно давать оценку событиям, высказывать свое мнение,

- Интернет позволяет изменять содержание сетевой рекламы предельно оперативно при незначительных финансовых издержках,

- доступ к опубликованной информации возможен из любой точки мира. Таким образом, Интернет обеспечивает оперативное поступление информации в любой регион, что особенно важно в масштабных политических кампаниях,

- открывается возможность оперативно оценивать результативность рекламной кампании, так как всегда точно известно, сколько человек посетили данный ресурс и сколько времени затратили на его изучение,

- возможность показывать баннеры только целевой аудитории. Например, показ на определенных тематических ресурсах или только пользователям из определенных регионов или только в определенное время и с заданной интенсивностью,

- интерактивность, т.е. проведение Интернет-конференций, дискуссий, голосований, общения политика с потенциальными избирателями.

Представляется возможным утверждать, что сегодня Интернет действительно становится важным инструментом избирательной кампании, позволяющим

- оперативно предоставлять целевую информацию потенциальным избирателям,

- организовывать интерактивное общение кандидата и членов его избирательного штаба с избирателями напрямую,

- привлекать добровольцев и организовывать работу с ними,

- организовать эффективную систему фандрайзинга,

- координации деятельности и мероприятий, проводящихся с потенциальными избирателями.

По мере того, как доступ к Интернету увеличивается, а пользование им становится более простым, он постепенно становится одним из основных средств политического общения.

Представляется, что в течение следующих десяти лет, когда на политическую арену выйдет новое поколение, Интернет, возможно, превзойдет телевидение в качестве основного инструмента избирательной кампании

В третьем параграфе – «Интернет как инструмент электоральной коммуникации» автор выделяет тенденцию увеличения числа американцев, получающих информацию о выборах в Интернет

В марте 2004 г в США впервые был преодолен количественный рубеж в 200 млн. пользователей сети. Таким образом, около 75% или 204,3 млн американцев имеют доступ к Интернету с домашних компьютеров. Для сравнения, в феврале 2003 г доступ к сети имели 66% американцев. Рост данного показателя за один год достиг девятипроцентной отметки.

Представляется, что столь высокий показатель проникновения глобальной сети в США, создает условия для распространения и успешного функционирования Интернет-ресурсов, посвященных избирательным кампаниям.

Представляется возможным выделить следующие аспекты, делающие Интернет одним из наиболее эффективных каналов распространения информации, связанной с избирательной кампанией:

- Интернет работает 24 часа в сутки, т.е. пользователь имеет возможность получать интересующую их информацию о кандидате круглосуточно,
- Интернет обеспечивает возможность прямой и косвенной агитации за кандидата, а также передачи о нем практически любой информации;
- содержание информации о кандидате может изменяться в зависимости от необходимости - столько раз, сколько нужно. Никакая иная реклама подобной гибкости в предоставлении информации не несет;
- Интернет позволяет использовать самые прогрессивные технологии, включая передачу потокового видео и звука, что позволяет получить более информативное представление о кандидате,

- Интернет позволяет «включить» избирателей в непосредственное взаимодействие с самим кандидатом

В Интернете информацию о кандидате можно

- просмотреть в виде текста,
- прослушать в аудиоформе,
- записать в виде файла и воспроизвести впоследствии,
- просмотреть в виде качественного видеофрагмента

В четвертом параграфе – «Основные Интернет-инструменты предвыборной борьбы» автор выделяет такие механизмы воздействия на пользователя как веб-сайт и электронная почта

Веб-дизайнеры, работающие над сайтами претендентов на президентский пост, да и других политиков, уже давно не ограничиваются в работе текстом и графикой. Воспитанный на информативных и развлекательных страницах сети, сегодняшний пользователь привык к широкому спектру мультимедийных технологий. Обращаясь к политическим сайтам, он предъявляет не менее высокие требования. Поэтому для того, чтобы привлечь и удержать внимание посетителя, разработчики сайтов используют огромное количество интерактивных и мультимедийных приемов, направленных на индивидуального пользователя. Таких, например, как, флеш-анимация и интерактивные элементы. Практически все сайты обновляются и корректируются в ежедневном режиме.

Практически все сайты, посвященные избирательной кампании кандидата на любую выборную позицию, содержат следующую информацию:

- биографические данные кандидата,
- его программу и фото,
- подборку речей и выступлений кандидата,
- подборку статей о кандидате в его поддержку,
- изложение инициатив и позиций кандидата по всем актуальным вопросам,
- новости избирательной кампании,

- расписание предвыборных поездок и выступлений кандидата;
- правила заполнения бюллетеня для голосования,
- страничку добровольных помощников кандидата;
- хронику избирательной кампании;
- материалы, компрометирующие конкурентов,
- страничку пожеланий и вопросов кандидату

Одним из самых действенных способов привлечения граждан к участию в предвыборной борьбе стала электронная почта. Электронная почта является одним из важнейших аспектов жизни американцев в XXI веке. Исследование, проведенное в феврале 2004 г., показало, что 73% американцев регулярно входят в сеть, и, прежде всего для того, чтобы просмотреть почту. Во время избирательного цикла 2002 г. 2/3 пользователей, проявляющих интерес к политике, получали или отправляли письма относительно выборов. При этом участники избирательных компаний утверждают, что использование Интернет способствовало улучшению системы коммуникаций с гражданами ощутимо больше чем пресса.

В третьей главе «Интернет-ресурсы, посвященные президентским выборам, и проблемы использования Интернет в избирательных кампаниях» автор дает классификацию и краткую характеристику Интернет-ресурсов, посвященных выборам в США, выявляются проблемы использования Интернет в избирательных кампаниях,

В первом параграфе – «Путеводитель по Интернет-ресурсам» автор предлагает вариант их классификации по преобладающему признаку содержания и приводит их краткое описание.

Анализ сайтов, посвященных президентским избирательным кампаниям в США в 2000 и 2004 гг. позволяет предложить вариант их классификации по преобладающему признаку их содержания.

- 1) агитирующие,
- 2) дискредитирующие,
- 3) партийные,

- 4) общей направленности,
- 5) мониторинг общественного мнения,
- 6) Интернет-аналитика

Каждые выборы приносят усовершенствованные методы использования уже применяемых и первый опыт применения только появляющихся технологий. Можно продолжать споры о том, когда и на каких выборах наступит тот самый репающий прорыв, который окончательно заявит Интернет в качестве одного из важнейших инструментов политической борьбы, как это было в президентской кампании 1960 г., когда кандидат демократов Дж. Кеннеди совершил такой прорыв, используя преимущества телевидения. Представляется возможным утверждать, что этот процесс будет несколько растянут во времени, но уже сейчас Интернет оказывает существенное влияние на политическую борьбу, хотя его развитие едва началось. Трудно сказать, какие изменения технологии станут ключевыми в дальнейшей сетевой борьбе. Несомненно одно - роль Интернета как эффективного инструмента в избирательных кампаниях будет увеличиваться. Однако на пути его развития в качестве компонента электорального процесса американцы уже сейчас видят немало проблем и вопросов.

Во втором параграфе – «Проблемы использования Интернет в избирательных кампаниях» автор рассматривает проблемы «электронного голосования» и необходимость законодательного регулирования политической деятельности в сети.

Представляется необходимым отметить значение развития такого направления использования Интернет как «электронное голосование». Сторонники развития данного направления полагают, что Интернет предоставляет гражданам возможность не ходить на избирательные участки, а голосовать при помощи своего домашнего компьютера.

Создание системы электронного голосования сталкивается с рядом проблем, затрудняющих ее развитие. Наряду с чисто этическими и техническими вопросами (сохранение тайны голосования и исключение

возможностей вмешательства извне в процесс подсчета голосов) значимым становится субъективный элемент - естественные в таких случаях страхи и опасения людей по поводу возможного манипулирования результатами электронного голосования. Хотя опыт Интернет-коммерции показывает, что электронные коммуникации могут быть безопасны, в американском обществе еще существует определенное недоверие в отношении компьютерных технологий.

На выборах президента США 2000 г с разрешения федеральных властей впервые было официально опробовано голосование через Интернет.

В Соединенных Штатах, где уже действует законодательство об электронной коммерции и, в частности, об электронной подписи (юридически она практически приравнена к бумажной), перейти к прямым онлайн-выборам представительной власти будет не так сложно.

По мнению сторонников голосования по Интернет, американцы уже сегодня вполне подготовлены для участия в этом процессе. Они хотят воспользоваться возможностями новых технологий и имеют широкий доступ к Интернет. Интернет может сделать более простым участие в голосовании людей, по тем или иным причинам не выходящим из дома или офиса. Голосование по Интернет может вдохновить к участию в голосовании большое количество молодых американцев, которые до сих пор не хотели принимать участие в голосовании. Система голосования по Интернет также может быть использована военными, проходящими службу за рубежом, чьи возможности по участию в голосовании вызывают большую озабоченность.

Внимание специалистов к системе голосования по Интернет обусловлено и такой важной проблемой как необходимость повышения явки избирателей, в особенности молодых избирателей.

Однако, несмотря на все перечисленные положительные стороны системы голосования по Интернет, существует и целый ряд отрицательных моментов, не позволяющих уже сегодня использовать данную систему в процессе выборов.

Оценивая основные отрицательные стороны голосования по Интернет, необходимо отметить угрозу конфиденциальности, предоставляемой избирательными бюллетенями в местах голосования; риски покупки и продажи голосов, угрозу компьютерной безопасности, возможность манипуляции голосами, отсутствие равного доступа к Интернет среди различных социальных групп, сложности своевременного подсчета избирательных бюллетеней

Таким образом, представляется возможным утверждать, что дистанционное голосование по Интернет содержит значительные риски целостности и честности процесса голосования, что не позволяет применять данную схему в процессе выборов до тех пор, пока не будут разработаны адекватные сложности выборного процесса технические решения

Среди проблем, с которыми сталкивается развитие политического сектора Интернет, можно выделить не только проблему Интернет-голосования, но и такой требующий решения вопрос как необходимость законодательного регулирования политической деятельности в сети

При этом основным камнем преткновения является не возможность свободно распространять информацию, связанную с избирательными кампаниями в США, а проблема регулирования финансовой стороны проблемы. Главной проблемой является необходимость законодательного регулирования сбора пожертвований с использованием возможностей сети

В заключении подведены итоги исследования

На основании проведенного исследования автор приходит к выводу, что основное назначение Интернета - создание возможностей для информационного взаимодействия удаленных друг от друга пользователей и предоставление им открытого доступа к информационным ресурсам вне зависимости от их местоположения

Коммуникационная среда Интернета обладает рядом значительных особенностей и преимуществ по сравнению с традиционными СМИ, среди которых можно выделить интерактивный характер коммуникации, многофункциональную модель коммуникации, наличие контроля над поиском

и получением информации со стороны пользователя, широкий диапазон видов представления информации, высокую гибкость и масштабируемость, возможность нелинейного поиска информации

Анализ существующих тенденций свидетельствует о том, что развитие средств политической коммуникации в Интернете будет совершенствоваться как в количественном так и в качественном отношении

Потенциал Интернет как инструмента системы политических коммуникаций объясняется разнообразием каналов его воздействия на адресата, возможностью работать в интерактивном режиме, мгновенным доступом к огромному количеству сообщений, удобным для пользователя временем получения этих сообщений, соединением воздействия на пользователя публицистики, рекламы и т.д.

Автор приходит к выводу, что Интернет, доступ к которому имеют уже три четверти американцев, обладает целым рядом особенностей, выделяющих его из ряда традиционных инструментов ведения избирательной кампании

1) Относительно пассивная позиция избирателя, «бомбардируемого» сообщениями традиционных СМИ, сменяется на активную, при которой он может сам выбирать те источники информации в Интернет, которым он доверяет

2) Сетевые технологии позволяют более эффективно проводить поиск добровольных помощников для проведения избирательной кампании и организовывать систему фандрайзинга

3) Низкая стоимость создания и поддержания в рабочем состоянии электронного ресурса (по сравнению со стоимостью рекламы в прессе и на телевидении) даст возможность участвовать в выборах политикам, не обладающим значительными финансовыми ресурсами

4) Скорость распространения информации в глобальной сети несравнимо выше, чем в традиционных СМИ

5) Уникальная (по сравнению с традиционными СМИ) возможность мгновенного и круглосуточного обновления и коррекции информации на веб-сайте

5) Интерактивные возможности Интернет позволяют быстро получать обратную связь от избирателей на ту или иную информацию

6) Благодаря своим техническим возможностям, Интернет является уникальным инструментом изучения интересов отдельно взятого избирателя и учета этих интересов в сообщениях, направляемых ему

7) Интернет дает возможность всем желающим комментировать заявления и программы кандидатов

Несмотря на целый ряд уникальных характеристик, Интернет пока не способен полностью заменить традиционные СМИ. Возможности глобальной сети, которые с каждым годом привлекают все более серьезное внимание со стороны американских политиков всех уровней, позволяют достичь максимально возможного эффекта воздействия на избирателей в сочетании с воздействием традиционных СМИ.

В соответствии с существующей в США тенденцией, с каждым годом растет число Интернет-пользователей, утверждающих, что определяющим фактором в выборе Интернет в качестве источника информации является удобство в получении информации.

На основании проведенного исследования представляется возможным утверждать, что, с одной стороны, у Интернет-пользователя появляются все возрастающие возможности для получения информации, связанной с выборами. С другой стороны, необходимо отметить все возрастающее число Интернет-ресурсов в той или иной степени направленных на манипуляцию сознанием их посетителей.

Благодаря этой двойственности, не представляется возможным однозначно оценить влияние Интернет на избирательный процесс в США. На основании проведенного исследования, автор приходит к выводу, что в

результате развития Интернет-ресурсов, посвященных избирательным кампаниям различного уровня и направленных на воздействие на рядового избирателя, наблюдается не только развитие эффективных сетевых технологий манипуляции сознанием пользователя, но и увеличение его самостоятельности как личности на фоне роста числа и улучшения качества подобных ресурсов

Не вызывают сомнений большие перспективы Интернет в качестве инструмента избирательных кампаний. Прежде всего, они связаны с возрастающей эффективностью данного инструмента и стремительным развитием новых Интернет-технологий. При этом использование глобальной сети в избирательных кампаниях с каждым годом находит все меньше противников в американском обществе, столь же неуклонно приобретая новых сторонников.

**Основные положения диссертации отражены
в следующих публикациях автора:**

Юрин К В Интернет, сайты, выборы // США & Канада экономика-политика, культура. № 3 2005 С 113-127 (1,4 п.л.)

Юрин К В Интернет и политика: анализ и классификация сайтов, посвященных избирательным кампаниям в США 2000 и 2004 гг // Политический маркетинг № 5 2005. С.4-20 (1,5 п.л.)

Заказ № 991 Подписано в печать 27 05 05 Тираж 100 экз Усл. п. л. 1,34

ООО "Цифровичок", тел. (095) 797-75-76
www.cfr.ru

612372

РНБ Русский фонд

2006-4

8138