Д.В. Дорохов, магистр факультета прикладной политологии НИУ ВШЭ

**Коммуникативное пространство власти и аксиологические проблемы**

**Аннотация**

В данной статье автор анализирует проблемы управления имиджем власти в условиях трансформации коммуникативного пространства.

**Ключевые слова**: имидж власти, трансформации коммуникативного пространства.

**Annotation**

In this article, the author analyzes the problems of image management authorities in the transformation of the communication space.
 **Key-words**: image of power, the transformation of the communication space.

Этические проблемы начинают играть все более значимую роль в политической коммуникации. В современном коммуникативном пространстве власти аксеологические проблемы оказываются тесно связанными с понятием «имидж».

Прежде всего целесообразно определить, что же понимается под коммуникативным пространством вообще. Сразу хотелось бы оговориться, что исследователи в подавляющем большинстве обозначают коммуникативное пространство как информационное поле, информационно-коммуникативную среду или пространство и т.п. «Без риска ошибиться можно сделать вывод о том, что данное понятие употребляется в своем общем смысле, скорее, как метафора, чем как строгий научный термин»[[1]](#footnote-1). Мы полагаем, эти различия объясняются индивидуальностью подходов к осмыслению данного понятия.

В своей книге «Информационное пространство России» И.М.Дзялошинский выделяет три подхода к осмыслению данного понятия (геополитическое, информационно-ноосферное и социальное понимание). Рассмотрение данных подходов позволяет определить коммуникативное пространство с учетом всего комплекса его специфических особенностей.

Так, с геополитической точки зрения коммуникативное пространство можно определить как «некую виртуальную территорию, которая принадлежит государству, является специфическим государственным ресурсом и должна защищаться от возможных агрессоров»[[2]](#footnote-2). Автор уточняет, что данное «пространство имеет не только географические, но и аудиторно-журналистские характеристики»[[3]](#footnote-3). Очевидным изъяном данного подхода является то, что, обозначая коммуникативное пространство как некую территориальную единицу, он не позволяет ответить на вопрос «Где? Где именно находиться коммуникативное пространство? Где его границы?». Но данный подход имеет место быть, потому что «в сфере информационных процессов любые границы имеют чисто символический смысл»[[4]](#footnote-4). Таким образом, благодаря данному подходу можно сделать вывод, о том, что коммуникативное пространство - это некоторая территория, имеющая крайне неопределенные границы, которое невозможно увидеть, почувствовать и, как следствие, точно измерить.

Суть информационно-ноосферного понимания заключается в том, что коммуникативное пространство являет собой некоторое пространство (не метрическое), которое по определению не может никому принадлежать, и в котором располагается «совокупность информационных ресурсов, средств обеспечения их пополнения и обработки, а также механизмов доступа пользователей к этим, как полагают авторы концепции, богатствам»[[5]](#footnote-5).

Говоря о социальном понимании коммуникативного пространства, следует отметить, что в данное понятие включили весь спектр информационного взаимодействия между индивидами. То есть, всю «совокупность определенных структур (индивидов, их групп и организаций), соединенных информационными отношениями, то есть отношениями сбора, производства, распространения и потребления информации»[[6]](#footnote-6).

Таким образом, с учетом приведенных представлений о коммуникативном пространстве, актуальным остается вопрос о том, где же это пространство располагается. Мы допускаем, что теоретически у него могут быть границы, но настолько размытые, что четких измерений провести невозможно. Автор статьи также пытался найти ответ на этот вопрос путем привлечения социологии пространства, но в итоге приходит к выводу что «существуют феномены, для которых невозможна пространственная локализация. И, по всей видимости, информация относится именно к таким феноменам»[[7]](#footnote-7). Несмотря на невозможность пространственной локализации, стоит учитывать тот факт, что коммуникативное пространство делится на зоны по признаку концентрации информации.

Таким образом, можно предположить, что коммуникативное пространство все же может иметь свою проекцию на географической карте, но так как коммуникация может в один момент времени и при определенных условиях иметь место в определенной географической точке, а в другой момент нет, то данный факт свидетельствует о том, что коммуникативное пространство постоянно находится в динамике. На наш взгляд, современные коммуникационные технологии (технологии передачи информации) делают вопрос об определении географической территории коммуникативного пространства весьма сложным, потому как потенциально коммуникация может охватывать всю поверхность земного шара и даже доступные уголки космоса (коммуникация с астронавтами).

Учитывая все вышеизложенное, можно определить коммуникативное пространство как всю «систему многообразных коммуникативных связей, возникающих между различными агентами коммуникации»[[8]](#footnote-8). Что касается именно коммуникативного пространства власти, как пространства, где осуществляется один из видов коммуникации, а именно политической, то при некоторой модификации ранее предложенного определения его можно охарактеризовать как *арену, включающую в себя всю систему многообразных коммуникативных связей, возникающих между различными агентами коммуникации, и оказывающую влияние на политические установки индивидов и их поведение, которые, в свою очередь, непосредственно влияют на политику в целом.*

Следует отметить, что, на по нашему мнению, коммуникативное пространство власти не может стоять особняком, оно как и другие коммуникативные пространства (экономики, культуры, искусства и пр.), включено в «глобальное» коммуникативное пространство, где находится в непосредственном соприкосновении с прочими, с той лишь разницей, что занимает более обширную площадь за счет интеграции в них.

Говоря о структуре коммуникативного пространства власти, можно выделить следующие основные элементы:

* *Субъекты коммуникации*
* *Информационные ресурсы и институты*
* *Информационные системы*
* *Информационные центры и периферии*

Если представить визуально, по каким направления политические коммуникации распространяются в коммуникативном пространстве власти, то можно выделить следующую схему, предложенную Дарреном Лиллекером.

Также стоит отметить, что потенциально политическая коммуникация может проистекать внутри каждого объединения.

Говоря о неоднородности коммуникативного пространства власти, следует отметить наличие «зон», где проникновение информации больше, чем в прочих или, наоборот, меньше. По большой степени это зависит от неравномерного распределения доступа к политической информации, а также из-за особенностей субъектов в этих «зонах». Например, в административных центрах проникновение политической информации с ее последующим анализом и процессом обратной связи несоизмеримо выше, чем в деревнях, где качество информации ниже из-за ограниченности в выборе источников и, соответственно, ниже компетенция субъектов коммуникации.

**Трансформация коммуникативного пространства власти**

Определив понятие коммуникативного пространства, можно перейти к анализу преобразований и собственно трансформации этого пространства. Под трансформацией коммуникативного пространства власти в общем виде мы понимаем включение в него новых средств и методов политической коммуникации.

Если говорить о древности, коммуникативное пространство власти включало неформальные политические коммуникации, коммуникацию через представителей, общественные собрания. Первым серьезным импульсом для трансформации коммуникативного пространства власти послужило изобретение печатного станка. Стоит однако отметить, что данная технология развивалась крайне медленно, в связи с чем печатное дело не носило массовый характер и может считаться активно включенным в коммуникативное пространство власти значительно позже. «Изобретение печатного пресса помогло Томасу Мору бороться с неравенством в Англии XV века»[[9]](#footnote-9). Появление первой печатной газеты и становление журналистики в ее нынешнем понимании – вот еще одна ступень, ведушая к очередному этапу трансформации коммуникативного пространства власти. «*Новые коммуникационные средства создают условия для возникновения новых стилей коммуникативности. При этом новые стили не отменяют традиционные формы коммуникативности, т.е. коммуникативная ситуация не деградирует, а усложняется; что еще важнее, появление новых технических средств и их адаптация в культуре всегда способствовали семантическому усложнению бытия человека*»[[10]](#footnote-10). Так, например, несмотря на обилие современных средств коммуникации, различного рода листовки и агитки все еще используются (в основном теми, у кого не налажен доступ к связям с общественностью, т.е. радикальными или иными мало финансируемыми движениями). Тем не менее, в большинстве американских, да и вообще демократических предвыборных компаний присутствует раздача агитационных листовок, что, по мнению исследователей, оказывает значительное влияние на результаты выборов.

Говоря о дальнейших трансформациях коммуникативного пространства власти, можно условно выделить несколько этапов.

* ***40-е годы ХХ века*** – массовое внедрение радио. Радио оказывало огромное влияние на сознание граждан и позволяло манипулировать им в политических целях, о чем свидетельствуют результаты исследований, посвященные политической пропаганде посредством радиовещания. «Мало кто из политиков сейчас использует радио в качестве основного средства распространения идей, но оно до сих пор предоставляет политикам потенциальную возможность общения с народом»[[11]](#footnote-11).
* ***50-е годы ХХ века*** – массовое внедрение телевидения. Уже к 1960 году практически в каждой американской семье был собственный телевизор. По разным подсчетам в это время 9 из 10 семей, а это около 40 млн. семей, уже являлись телеаудиторией. В том же 1960 состоялись первые в мире предвыборные теледебаты между кандидатам на пост президента Ричардом Никсоном (республиканская партия) и Джоном Кеннеди (демократическая партия). 26 сентября 1960 года многомиллионная аудитория избирателей могла в прямом эфире наблюдать за тем, как каждый из кандидатов отстаивает свою позицию относительно дальнейшего политического курса США, и от того, насколько убедительно и эффектно они говорили и выглядели, напрямую зависело число полученных голосов.

Можно смело утверждать, что с этого времени СМИ по праву могли считаться четвертой ветвью власти в нынешнем понимании. Для большинства американцев телевизионные новости по-прежнему являются основным источником политической информации, что провоцирует вопрос о том, насколько взвешенное решение они могут принимать при голосовании, основываясь на содержании теленовостей[[12]](#footnote-12).

***С 1990 года - начало массовой интернетизации***. Изначально интернет представлявший собой заказ Министерства обороны США на разработку американскими учеными надежной системы передачи информации. Первый акт передачи информации на расстояние 640 км состоялся в 1969 году. Интернет стал самым быстроразвивающимся коммуникационным пространством, так, его аудитория в 1997 году составляла примерно 10 млн. пользователей, а в 2002 году - уже 50 млн. На сегодняшний день по данным ООН число пользователей интернета уже превысило 2 млрд. человек, что составляет практически треть населения Земли[[13]](#footnote-13). Но если в Китае и США число пользователей равно соответственно 420 и 234 млн. человек, то Россия значительно уступает - около 60 млн. человек[[14]](#footnote-14). Включение среды интернет коммуникаций в коммуникативное пространство власти на текущий момент, несомненно, самая кардинальная ступень рассматриваемого нами процесса. До сих пор у исследователей возникает бесчисленное число вопросов относительно влияния, которое интернет оказывает на политическую картину мира, да и на мир в целом. Чуть позже мы более подробно рассмотрим трансформацию, порожденную развитием интернет технологий.

Власть неизбежно стремится устанавливать выгодные ей правила в рамках своего коммуникативного пространства. Для этого выстраиваются различного рода схемы, ограничивающие доступ к политической информации. Так, например, журналисты, для того, чтобы иметь доступ к большему массиву политической информации и получать ее в максимально короткие сроки, вынуждены сотрудничать с властью. Одним из проявлений данного сотрудничества может служить выборочное освещение информации, которой располагает журналист, в случае, если она может причинить значительный ущерб имиджу власти. Это непременное условие для того, чтобы и в дальнейшем иметь возможность получать актуальные сведения. Власть применяет и иные рычаги воздействия, например, давление на «верхушку» редакционного коллектива с целью соответствующего освещения определенных событий.

Благодаря трансформации коммуникативного пространства власти за счет интеграции интернет технологий теперь практически каждый индивид, обладающий доступом к компьютеру, находящемуся в глобальной сети, не только может разместить любую информацию, которую посчитает нужной, но и организовать виртуальное сообщество вокруг этой информации, тем самым вовлекая остальных пользователей в политическую коммуникацию. По сути можно говорить о том, что теперь каждый из нас при условии возможности доступа к сети и набору элементарных навыков может стать ньюсмейкером. Особенно это актуально с связи с распространением мобильного интернета и сервисов коротких сообщений, поскольку благодаря им информация распространяется с молниеносной скоростью, часто вызывает бурное обсуждение среди пользователей сервисов, попадает в выпуски радио и теленовостей еще «горячей» и вызывает ответную реакцию со стороны властей, формируя коммуникацию. В политическую коммуникацию могут быть вовлечены пользователи любого статуса, профессии, возраста и т.д. – это все отходит на второй план, концентрируя внимание именно на политической информации и коммуникации, которые она вызвала.

**Интеграция интернет среды в коммуникативное пространство власти**

Относительно недавно появившиеся интернет технологии передачи информации на сегодняшний день по праву могут считаться самыми стремительно развивающимися среди когда-либо существовавших каналов передачи информации. Интернет пространство представляет собой сложную систему как в техническом, так и социально-психологическом плане. До сих пор нет единых мнений относительно того, как функционирует киберпространство, почему одни пользователи в нем могут найти поддержку и добиться желаемого результата, а другие, наоборот, ломаются под прессом давления виртуальной общественности. Тем не менее, данная среда несомненно представляет интерес и предоставляет широкий спектр возможностей для осуществления политической коммуникации. Так, первым из политических деятелей, кто не просто увидел, но и начал использовать интернет среду для реализации своих политических целей, стал Билл Клинтон. В 1993 году вышел первый пользовательский web-браузер NCSA Mosaic, разработанный под операционную систему MS-DOC (или более знакомое название для нынешнего поколения - Microsoft Windows 3.1). Этим и воспользовался Билл Клинтон, распорядившись разместить в сети интернет текст своего обращения 20 сентября 1993 года[[15]](#footnote-15). Таким образом, данная дата, совпадающая с датой его инаугурации, может считаться началом эры интернетизации политической коммуникации. Интернет среда уникальным образом впитала в себя все ранее существовавшие каналы политической коммуникации. Подавляющее большинство печатных изданий, радиостанций, телевизионных каналов, политических организаций, ведомств и т.д., осознав всю выгоду, которую они извлекут от интернет представительств, незамедлительно этим воспользовались. Во-первых, размещение информации в интернете значительно снижает издержки на передачу информации, а с учетом того, что число пользователей с каждым днем пополняется новыми членами, это уникальная возможность для расширения аудитории потребителей информации. Также «всемирная Сеть по сравнению с традиционными коммуникационными каналами фактически синтезирует в себе сильные стороны каждого из них и тем самым приобретает очевидные преимущества в отношении возможностей восприятия передаваемой информации, направленности информационного потока, способа подачи сообщений и характера обращения к публике»[[16]](#footnote-16). Другой особенностью интернета является отсутствие структуры управления или контроля информации на входе, которая характерна для традиционных печатных или электронных СМИ. Данная особенность предоставляет уникальную возможность рядовым гражданам практически без ограничений высказывать свою политическую повестку дня мировой аудитории[[17]](#footnote-17).

На сегодняшний день интернет обладает огромным мобилизационным потенциалом, что далеко не всегда выгодно власти, но в то же время выгодно гражданам, так как способствует привлечению внимания власти к наиболее острым вопросам и налагает на нее обязательство вступать в коммуникацию с тем, чтобы не подрывать свои имидж и не терять рейтинг. Кейс Брантс и Катрин Волтмер считают, что интернет коренным образом изменил отношение общественности к политике, делая ее более активной и творческой в плане политической коммуникации[[18]](#footnote-18). На наш взгляд, данное утверждение можно рассматривать двояко. С одной стороны, интернет сообщество действительно достаточно политически активно, существует большое количество интернет объединений, которые обладают авторитетом и могут оказывать реальное воздействие на процесс принятия политических решений, с другой стороны, данная активность в основном ограничена рамками интернета и достаточно редко выходит за ее пределы. Можно отметить повышение политической активности в рамках сети с ее одновременным снижением в реальной жизни. Также существенным будет замечание о том, что политическая коммуникация занимает в интернете значительно меньшую часть, чем могла бы. Большинство пользователей используют интернет прежде всего в развлекательных целях и для межличностной коммуникации, и уже потом как информационный ресурс. Но это не означает, что пользователь, зайдя на развлекательный портал или в «клиент мгновенных сообщений», не может случайно наткнуться на баннер или ссылку сообщества, посвященного вопросам политики, и тем самым случайно быть вовлеченным в политическую коммуникацию, если не активно (в виде членства в сообществе и обсуждения поднимаемых в нем тем), то пассивно, отметив свое посещение сообщества «кликом», который войдет в общую статистику посещений, показывающую, насколько то или иное сообщество популярно, а значит, насколько актуальны те политические вопросы, которые в нем поднимаются. Благодаря массовому вовлечению людей в интернет сообщества и их последующей коммуникации происходит привлечение внимания властей и, как следствие, при последующей коммуникации общественности и политиков находятся компромиссные решения, будь то отставка должностного лица, изменение законодательства, расследования и т.п. Если же власть не идет на коммуникацию с интернет сообществом и не стремится прийти к более или менее выгодным для обеих сторон соглашениям, то в интернете может возникнуть виртуальная революция, и как показали недавние события в Тунисе, виртуальная революция вполне может трансформироваться в аналоговую, т.е. в реальную. Можно сказать даже о появлении нового понятия в обиходе политологов, а именно «twetter-революция». Воздействие на реальный мир, которое оказывает киберпространство, одновременно восхищает и пугает. «Появление Интернета как качественно новой коммуникационной среды и расширение доступа к нему может иметь последствия для эволюции политической системы информационного общества, сопоставимые по своей значимости с последствиями распространения избирательного права в эпоху индустриализации на все дееспособное население»[[19]](#footnote-19). Пока рано делать однозначные выводы относительно того, насколько радикально интернет изменит законы, по которым живет и развивается политический мир, но можно смело утверждать, что трансформация происходит, и все мы являемся непосредственными участниками этого процесса, приближая наступление эры «интернет демократии».

Значительную роль играет тот факт, что теперь действия политиков стали по-настоящему публичными, вся их жизнь, начиная от профессиональной деятельности и заканчивая личной, в любой момент может оказаться на виду. Практически любой неправильный шаг фиксируется и тут же выкладывается в «сеть». Так, в блогах можно найти разную информацию, важную и не очень, начиная от стоимости часов конкретного политика и того, кто какой собственностью обзавелся на бюджетные средства до откровенно анекдотичной - кто чем занимается во время думских заседаний. Если в своем традиционном понимании демократия – это власть народа, то «интерактивная демократия» - это власть информированных пользователей. Одна из основных задач государства в условиях «интерактивной демократии» - предоставлять гражданам политическую информацию (отчеты, положения, указы, распоряжения и т.д.), и предоставлять не только как свершившийся факт, а непосредственно вовлекая граждан в коммуникацию и совместную разработку тех или иных проектов, приводя аргументированные доводы в пользу того или иного решения и учитывая мнения заинтересованных сторон. При соблюдении этих условий повышается эффективность и стабильность государственной власти и государства в целом. Власти всех развитых стран понимают это и делают последовательные шаги к становлению «интерактивной демократии», интегрируя политические процессы в интерактивное пространство и принимая законы, направленные на регулирование данных процессов. К примеру, в России относительно недавно был принят пакет законов, касающихся регулирования деятельности органов власти в интернет среде. Одним из таких законов является Федеральный закон Российской Федерации от 9 февраля 2009 г. N8-ФЗ "Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления". В общих чертах основными требованиями данного закона к государственным органам является:

* Закрепление за каждым государственным органом уникального доменного имени.
* Разработка внутренних документов, регулирующих работу информационного ресурса (постановление\приказ об официальном сайте, положение об официальном сайте, перечень информации, размещаемой на сайте)
* Утверждение структуры информационного ресурса (сайта)
* Обслуживание сайта (своевременное пополнение информации в соответствии с введенным ранее постановлением Правительства РФ №98 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти»[[20]](#footnote-20)).

Данный закон, с одной стороны, упрощает доступ к информации рядовым интернет пользователям, которые могут своевременно получать информацию и частично контролировать деятельность государственных органов, а с другой стороны, также упрощает жизнь самим государственным органам, которые теперь могут в ответ на запрос той или иной информации всего лишь указать конкретную ссылку или вообще не отвечать, если данная информация размещена на портале[[21]](#footnote-21). Таким образом, для государственных органов создается стимул своевременно пополнять информационную базу своих сайтов. Также данный закон уравнивает значение электронного запроса информации с письменным, и означает, что теперь госорганы не смогут игнорировать запросы интернет пользователей[[22]](#footnote-22). Что же касается тех, у кого нет компьютеров либо доступа в интернет, то данный закон гласит, что государственные органы обязаны в своих помещениях, помещениях органов местного самоуправления, а также в муниципальных библиотеках и т.п. организовать точки доступа к соответствующим сайтам[[23]](#footnote-23).

Еще одним этапом интеграции политических процессов в интерактивную среду является перевод процедуры голосования в электронную форму. В России данное нововведение пока не представляется возможным, хотя разговоры об этом уже ведутся. Если обратиться к опыту создания «электронных урн», то примером может служить Бразилия, где внедрение электронной системы голосования началось еще в 1996 году, а «6 октября 2002г. была использована на первых в мире электронных общенациональных выборах главы государства, за ходом которых наблюдали представители США, Японии, Мексики, Венесуэлы и международной организации Transparency International, подтвердившие, что процедура голосования исключала возможность каких-либо подтасовок и злоупотреблений»[[24]](#footnote-24).

Таким образом, главной идеей «электронного правительства» является возможность граждан посредством интернет коммуникации взаимодействовать с властью, консультировать и получать консультации по всем принимаемым политическим нормативным решениям, в любое время иметь возможность получения услуг, будь то коммуникативные, справочные и т.д., возможность осуществлять личный контроль деятельности власти, например, государственных закупок и т.п.

С учетом вышеизложенной информации, под новыми медиа в рамках данной работы понимаются все ресурсы интернет среды, входящие в состав коммуникативного пространство власти, будь то информационные ресурсы, блоги, социальные сети, дискуссионные онлайн площадки, теле и радио каналы представленные в интернете, подкастовые сервисы, мобильные сервисы и т.д.

Некогда Г.Тард выдвинул предположение о том, что СМИ порождают идентичное сознание у граждан, которое в свою очередь очень выгодно власти. Другими словами, согласно его идеи, граждане, не смотря на их социальный статус, возраст, пол и пр., читая одни и те же издания, получают из них однотипные наборы смыслов и культурных идей, тем самым их сознание и набор суждений о реальности становится похожими друг на друга.

С появлением новых медиа, данная проблема практически дезактуализированна, поскольку теоретически каждый может в рамках интернет среды найти свой, наиболее отвечающий собственным требованиям источник информации.

К другим отличительным чертам новых меда от традиционных, можно отнести:

* Значительно более сложную структуру.
* Скорость распространения информации.
* Значительно меньшую возможность манипуляции общественным сознанием со стороны власти.
* Общедоступность возможности проверки значительного числа представленных фактов (гиперссылки, подтверждение дополнительными источниками и т.д.)
* Наличие значительного мобилизационным потенциала.

Также существует ряд крайне важных уникальных особенностей овых медиа, среди которых назовем следующие:

* Пользователи сами могут устанавливать повестку дня.
* Наличие обратной связи в режиме реального времени.
* Практически отсутствует ограничение на размер контента.
* Возможность обновления контента в режиме реального времени.
* Возможность вести деятельность анонимно.
* Практически отсутствует действенная цензура.
* Уникальная возможность распространения информации вирусным путем (путем гиперссылок, репостов и т.д.)

Подводя итог рассмотрения трансформаций, происходящих с коммуникативным пространством власти, можно выделить следующие особенности:

* Замещение прямой коммуникации массовой.
* Медиатизация, как подчинение политической коммуникации власти Медиа с ее специфическими законами функционирования системы.
* Развивающаяся интернетизация общества. С каждым днем ряды интернет пользователей пополняются. Интернет паутина неизбежно завоевывает лидирующую позицию среди прочих средств массовой коммуникации, по сути создавая параллельную, кибернетическую реальность, которая оказывает сильное воздействие на реальный мир и реальную политику.
* Следствием интернетизации общества может стать неминуемая глобализация коммуникативного пространства власти.
* Еще одним следствием интернетизации является то, что власти становится сложнее оказывать влияние на СМИ из-за их децентрализации и деперсонализации. Если раньше власть могла устанавливать информационные барьеры и фильтры, то сейчас, в рамках новых медиа это представляется крайне проблематичным.
* Понижение качества политической коммуникации наряду с ее усложнением.

*Работа выполнена  в рамках реализации ФЦП «Научные и научно-*

*педагогические кадры инновационной России» на 2009 – 2013 годы*

1. Дзялошинский И. М. Информационное пространство России: структура, особенности функционирования, перспективы эволюции., 2001. [Электронный документ] (<http://www.dzyalosh.ru/01-comm/books/info-prostranstvo/info-prostranstvo.pdf>) [↑](#footnote-ref-1)
2. Дзялошинский И. М. Информационное пространство России: структура, особенности функционирования, перспективы эволюции., 2001. [Электронный документ] (<http://www.dzyalosh.ru/01-comm/books/info-prostranstvo/info-prostranstvo.pdf>) [↑](#footnote-ref-2)
3. Там же. [↑](#footnote-ref-3)
4. Там же. [↑](#footnote-ref-4)
5. Дзялошинский И. М. Информационное пространство России: структура, особенности функционирования, перспективы эволюции., 2001. [Электронный документ] (<http://www.dzyalosh.ru/01-comm/books/info-prostranstvo/info-prostranstvo.pdf>) [↑](#footnote-ref-5)
6. Там же. [↑](#footnote-ref-6)
7. Там же. [↑](#footnote-ref-7)
8. Электронный портал «Мелочи журналистики». Категориальный аппарат теории коммуникации (<http://its-journalist.ru/Articles/kategorial._nyj_apparat_teorii_kommunikacii_chast._4.html>) [↑](#footnote-ref-8)
9. Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Пер. с англ. С. И. Остнек – Х.: Изд-во «Гуманитарный центр», 2010. – С. 19. [↑](#footnote-ref-9)
10. Лукьянова Н. А. Homo significans в коммуникативном пространстве. [Текст] / Н.А. Лукьянова, // Человек. - 2008. - №4.- С. 107 [↑](#footnote-ref-10)
11. Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Пер. с англ. С. И. Остнек – Х.: Изд-во «Гуманитарный центр», 2010. – С. 20. [↑](#footnote-ref-11)
12. Lynda Lee Kaid. Handbook of political communication research. London: Routledge, 2004. – P. 509. [↑](#footnote-ref-12)
13. Электронный новостной портал «СМИ2». (<http://smi2.ru/sedoi95733/c572450/>). [↑](#footnote-ref-13)
14. Электронный новостной портал «Лента.ру» (<http://www.lenta.ru/news/2010/07/28/users/>). [↑](#footnote-ref-14)
15. Lynda Lee Kaid. Handbook of political communication research. London: Routledge, 2004. – P. 513. [↑](#footnote-ref-15)
16. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография. – М.: Прометей, 2004. – С. 237. [↑](#footnote-ref-16)
17. Lynda Lee Kaid. Handbook of political communication research. London: Routledge, 2004. – P. 510. [↑](#footnote-ref-17)
18. Kees Brants, Katrin Voltmer. Political Communication in Postmodern Democracy : Challenging the Primacy of Politics. London: Palgrave Macmillan, 2011. – P. 9. [↑](#footnote-ref-18)
19. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография. – М.: Прометей, 2004. – С. 249. [↑](#footnote-ref-19)
20. Постановление Правительства РФ № 98 от 12 февраля 2003 г. «Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства РФ и федеральных органов исполнительной власти» [↑](#footnote-ref-20)
21. Федеральный закон Российской Федерации от 9 февраля 2009 г. N 8-ФЗ "Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления" статья №19, статья №20. [↑](#footnote-ref-21)
22. Там же. Статья № 18 пункт № 9. [↑](#footnote-ref-22)
23. Там же. Статья № 10 пункт № 2. [↑](#footnote-ref-23)
24. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография. – М.: Прометей, 2004. – С. 267. [↑](#footnote-ref-24)