анализа последствий актов преднамеренных воздействий на окружающую среду // Ситуационные центры 2009 (перспективные информационно-аналитические технологии поддержки принятия решений): Материалы научно-практической конференции. РАГС. 14-15 апреля 2009 г./ Под общ. ред. А.Н. Данчула. М.: Изд-во РАГС, 2010.

5. *Рыжов А.П.* Информационный мониторинг сложных процессов: технологические и математические основы. // Интеллектуальные системы. 2008. Том 11. Вып. 1-4.
6. *Израэль Ю.А.* Экология и контроль состояния природной среды, Л.: Гидрометеоиздат, 1979.

Сергей ВОЛОДЕНКОВ

Использование онлайн-ресурсов в политической практике

Проблема внедрения современных информационно-коммуникационных технологий в отечественном сегменте интернет-пространства с целью создания эффективных и доступных для российского общества каналов взаимодействия с государством и властью представляется актуальной.

Говоря о перспективах использования интернет-ресурсов в политических кампаниях в России, важно заметить, что российская интернет-аудитория не такая массовая и имеет свою ярко выраженную социально-демографическую специфику. На начало 2010 г. количество пользователей Интернета в России достигло 43,3 млн человек, или 37% взрослого населения страны. При этом число активных интернет-пользователей (суточная аудитория) зимой 2009-2010 г. составило 25,8 млн человек. Это 22% населения РФ. За пять лет количество активных пользователей Интернета увеличилось примерно в пять раз.

К осени 2010 г. аудитория Сети, по данным Фонда «Общественное мнение», выросла уже до 46,5 млн человек, что составляет практически 40% взрослого населения страны. Число активных пользователей, заходящих в Сеть хотя бы раз в сутки, увеличивается еще быстрее: осенью 2010 г. таких было около 32 млн человек – за пять лет рост составил почти 370% [1].

В январе 2011 г. месячная аудитория российского сегмента Интернета приблизилась к 35,2 млн человек (59% горожан старше 12 лет), а прирост доли пользователей рунета за год достиг 13,5%, или 4,2 млн [2]

Отметим особенность2010 года: прирост аудитории рунета обеспечили граждане старше 45 лет (+50%), люди от 25 до 44 (+25%) и всего 3% молодежи 12-24 лет [3]. К январю 2011 г. отмечено увеличение аудитории неработающих или простых рабочих (+25-100%), а также женщин старше 55 лет (+100%) [4]. Немаловажно и то, что среди столичных жителей доля узнающих новости из Сети весьма значительна и составляет 32%, а среди молодых людей в возрасте 18-24 лет – 38% [5].

Таким образом, на российском политическом пространстве существует достаточно весомая аудитория, с которой можно осуществлять массовую коммуникацию в рамках политических кампаний. Численность такой аудитории имеет положительную динамику, а ее структура постепенно изменяется. Это позволяет говорить о «взрослении» российского сегмента Интернета, что крайне важно для полноценной политической коммуникации с основными электоральными группами населения.

Вместе с тем российское информационное общество обладает рядом особенностей. Так, основные электоральные группы (в первую очередь пенсионеры и лица пожилого возраста, характеризующиеся высокой электоральной активностью, рабочие, военные, бюджетные работники и т. д.) ориентируются на традиционные СМИ, и с помощью онлайн-ресурсов оказывать необходимое информационное и PR-воздействие на них не всегда возможно. Интернет-ресурсами пользуются преимущественно молодежь и лица среднего возраста, проживающие в крупных городах и имеющие средний уровень доходов (молодых пользователей в Сети представлено до 90% аудитории, людей среднего возраста – 74%, а старше 45 – всего 24% (http://rumetrika.rambler.ru/review/2/4417). Поэтому организовывать в интернет-пространстве общественно-политическую работу, например, с пенсионерами, ветеранами, представителями рабочего класса, работниками сферы сельского хозяйства, особенно проживающими в сельской глубинке, сегодня по меньшей мере неперспективно.

Кроме того, политическая активность пользователей Интернета, как правило, невелика, более того – отношение к политике в целом и к конкретным политическим силам в частности у большинства россиян скептическое либо отрицательное.

Перечисленные выше особенности имеют и объективные причины. Одна из них – технологическая осталось в сфере внедрения информационных технологий, в частности широкополосного доступа в Интернет. Мировые тренды доходят до России с определенным и весьма существенным лагом. До сих пор основной аудиторией онлайн-ресурсов являются жители крупных российских городов из-за недостаточной развитости коммуникационной инфраструктуры, а также дороговизны трафика.

Другая причина – уровень проник-

Сергей ВОЛОДЕНКОВ – кандидат политических наук, доцент кафедры государственной политики факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова

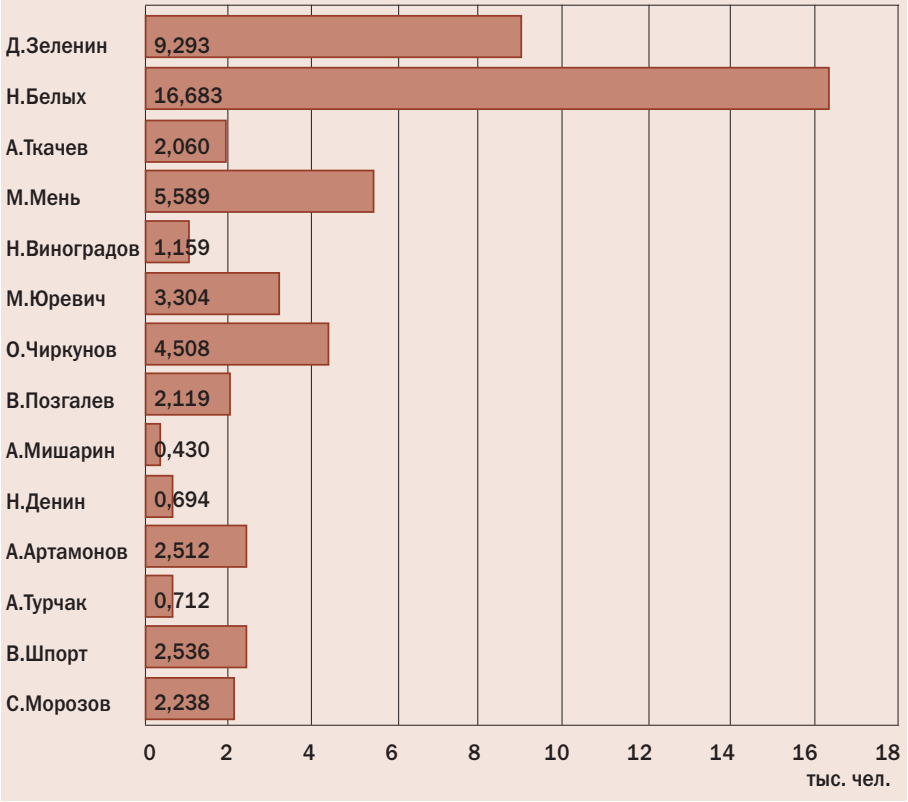
новения Интернета. По этому индикатору Россия значительно отстает от ведущих мировых держав. К примеру, по показателю проникновения в мире лидирует Австралия – здесь 80% населения выходят в Сеть хотя бы раз в полгода. В Великобритании, Японии, США и Испании этот показатель составляет 72-76%, во Франции и в Германии – 66-69%, Италии – 52%. В России уровень проникновения Интернета – лишь 37%. При этом основное число пользователей сосредоточено в крупных городах Центрального федерального округа [6] .

Еще одна причина, с нашей точки зрения, – это традиционная тяга к закрытости, непубличности со стороны большинства чиновников и политиков, которые рассматривают свои должности в отрыве от обязанности общаться с гражданами, отчитываться перед теми, ради кого они, по сути, и работают. Несмотря на инициативы Президента РФ Д.А. Медведева, большинство представителей власти с большой неохотой идут на то, чтобы быть публичными и доступными для населения. В том же Твиттере свои микроблоги создали меньше половины глав субъектов Российской Федерации (в основном после того, как в этом сервисе зарегистрировался Президент России).

Для наглядности мы построили гистограмму, на которой приведено число фолловеров в Твиттере у лидеров нескольких государств (**рисунок 1**).

На региональном уровне популярность твиттер-аккаунтов российских политиков и губернаторов также крайне невелика, что подтверждает сделанный выше вывод о зачаточном состоянии российских массовых политических онлайн-коммуникаций (**рисунок 2**).

Рисунок 2. Количество фолловеров в Твиттере российских политиков и губернаторов



Для сравнения: у губернатора Калифорнии А. Шварценеггера 1 963 365 последователей в Twitter.

Если посмотреть на популярность в Твиттере депутатов Государственной Думы РФ, имеющих свои микроблоги, то и здесь ситуация выглядит достаточно неутешительной (**рисунок 3**).

Немаловажным фактором, судя по всему, является и общая культура взаимоотношений власти и общества. Невидимая стена между «небожителями» и простыми людьми, которая существовала долгие столетия в нашем государстве, до сих пор остается в сознании большинства россиян, не верящих в результативность какого-либо общения с властью, а иногда и боящихся такого общения. Совокупность перечисленных выше причин привела к тому, что российская аудитория в такой популярной системе, как Твиттер, составляет крайне небольшую часть его многомиллионной аудитории, и пока рано всерьез говорить о массовой общественно-политической коммуникации в этом сегменте Интернета. Однако, учитывая темпы роста аудитории, возможность осуществления массовой общественно-политической коммуникации может стать реальной.

Попытки взаимодействия с целевыми аудиториями в российской политической практике носят разрозненный

Рисунок 1. Количество фолловеров в Твиттере у лидеров США, Великобритании, Венесуэлы, России.

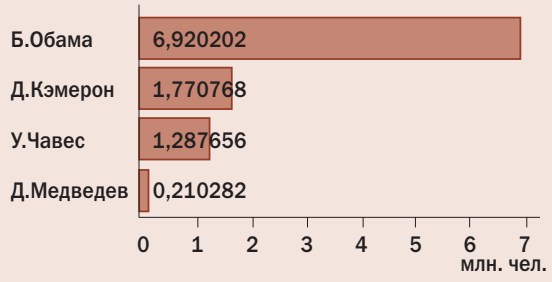
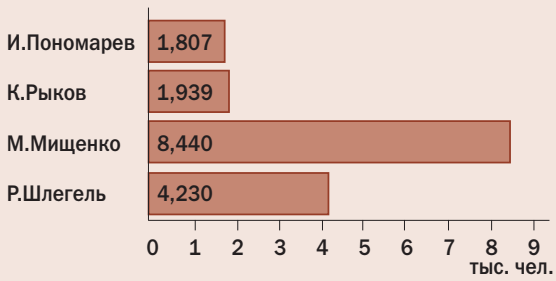


Рисунок 3. Количество фолловеров в Твиттере у депутатов Государственной Думы РФ, имеющих свои микроблоги



характер и являются скорее исключениями, а не тенденцией использования онлайн-ресурсов в качестве инструмента прямой демократии и обратной связи с избирателями.

Общественно-политические силы, политики и чиновники делают попытки встраивания онлайн-инструментов в свою повседневную работу, но удельный вес перечисленных выше субъектов общественно-политической коммуникации весьма невелик. Так, онлайн-страницу имеет Председатель Правительства России В.В. Путин. В Твиттере зарегистрировался полномочный представитель Президента РФ в ЦФО Г.С. Полтавченко. С недавних пор свою страницу имеет в социальной сети Вконтакте.ру и лидер КПРФ Г.А. Зюганов. За весьма незначительное время друзьями Зюганова Вконтакте стали более 10 000 человек, преимущественно представители молодежи. На ресурсе Mail.ru ведет блог Владимир Жириновский. Своя страница в Живом Журнале есть у руководителя Совета Федерации Сергея Миронова. Многие руководители российских регионов и мэры городов также имеют свои онлайн-ресурсы.

Основная масса потенциальных субъектов общественно-политической коммуникации предпочитает использовать уже получившие статус традиционных онлайн-инструменты, такие как Живой Журнал, хотя даже здесь представительство губернаторов, депутатов, сенаторов, руководителей министерств и ведомств, лидеров партий и т. д. недостаточно и в большинстве случаев неэффективно.

Заслуживает внимания и еще один важный аспект ситуации. Число граждан, заинтересованных в общественно-политических коммуникациях с властью, не обладают потенциалом той движущей силы, которая предъявляла бы запрос на коммуникацию общества с властью. Эта проблема представляется нам даже более важной, чем недостаточно высокая активность органов власти в Интернете. И это один из важнейших факторов, существенно сдерживающих применение современных онлайн-технологий и ресурсов в политической практике.

В связи с этим, несмотря на достаточно массовую аудиторию Интернета в России, работу с целевыми группами при проведении политических кампаний организовать весьма затруднительно. Наиболее эффективным представляется подход, в рамках которого информационная работа с населением строится путем сочетания традиционных средств массовой информации и онлайн-ресурсов, предназначенных для специфической интернет-аудитории. Поскольку в России нет опыта организации и проведения крупных политических кампаний в Сети на федеральном уровне, то многие потенциальные возможности для работы с интернет-аудиторией в рамках отечественных политических кампаний еще только предстоит научиться использовать. И этого не избежать, хотя бы потому, что привлечение человеческого ресурса, лояльного к той или иной политической партии или политику, становится мощным фактором работы с массовой аудиторией. Формирование общественного мнения в российском сегменте интернет-пространства становится критичным для эффективной работы по созданию и поддержанию имиджа политических сил.

Эти функции в значительно большем объеме, чем ныне, должны взять на себя политические партии, которые только начинают осваивать новые онлайн-сервисы и площадки. Так, совсем недавно Президиум Генсовета «Единой России» принял решение о создании общественного совета по работе с блогосферой, после чего в Твиттере также был заведен партийный аккаунт ***@er_2011***. Однако на сегодняшний день он имеет лишь 1525 фолловеров.

Тем не менее, анализируя онлайн-активность единороссов, можно привести и примеры того, как партия использует возможности микроблоггинга в своей деятельности. Например, во время последней встречи представителей партии с Президентом России на сайте партии была организована онлайн-трансляция встречи, а некоторые депутаты вели трансляцию в Твиттере.

Одной из первых попыток полноценного и масштабного использования горизонтальных сетевых коммуникаций является, на наш взгляд, инициированное в интернете обсуждение статьи Д.А. Медведева «Россия, вперед!», на основе которого, по словам Президента России, было сформулировано его послание Федеральному Собранию Российской Федерации. Выработка новых смыслов и содержания. Летом 2010 г. также по инициативе Д.А. Медведева было инициировано масштабное обсуждение в Сети законопроекта о полиции, в рамках которого любой пользователь интернета мог высказать свое собственное мнение и внести предложения в формируемый документ. Позднее такая же работа была развернута по поводу законопроекта об образовании. В дальнейшем роль и значение массовых политических онлайн-коммуникаций будут значительно повышаться.

Источники:

1. http://www.gazeta.ru/comments/2010/12/21_e_3473009.shtml
2. http://rumetrika.rambler.ru/review/2/4678
3. http://rumetrika.rambler.ru/review/2/4417
4. http://rumetrika.rambler.ru/review/2/4678
5. http://old.wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/13518.html
6. http://rumetrika.rambler.ru/review/0/4304

АНАТОЛИЙ АРТАМОНОВ НАГРАЖДЕН ЗА ИНФОРМАЦИОННУЮ ОТКРЫТОСТЬ

Губернатор Калужской области Анатолий Артамонов в 2011 г. стал лауреатом Национальной премии «Золотой диплом». Он также награжден медалью за открытость обществу Союза журналистов России и Финансового пресс-клуба, сообщили в управлении по работе со СМИ администрации губернатора области.

«Золотой диплом» ежегодно присуждается представителям бизнес-сообщества и государственных структур за информационную открытость и безупречную деловую репутацию.

Начало ГС № 1, 2010

Редакция «ГС» продолжает знакомить читателей журнала с понятиями и определениями, относящимися к организации и функционированию «электронного правительства», приведенными в Словаре терминов «Формирование “электронного правительства“ в ключевых понятиях (технологии, организация, услуги)», изданном Центром парламентаризма РАГС в 2010 г.

Единый портал – федеральная государственная информационная система, которая обеспечивает доступ граждан и организаций к части сведений об услугах (функциях), размещенных в сводном реестре, предназначенных для распространения. Сведения об услугах (функциях), размещаемых на едином портале, определяются в соответствии с Правилами (Концепция единой системы информационно-справочной поддержки граждан и организаций по вопросам взаимодействия с органами исполнительной власти и органами местного самоуправления с использованием информационно-телекоммуникационной сети Интернет от 15 июня 2009 г. № 478 и «Правила размещения в федеральных государственных информационных системах «Сводный реестр государственных и муниципальных услуг (функций)» и «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)» сведений о государственных и муниципальных услугах (функциях)» от 15 июня 2009 г. № 478.

Межведомственный электронный документооборот (МЭД) – представляет собой взаимодействие федеральных информационных систем электронного документооборота. Организатором МЭД является Федеральная служба охраны Российской Федерации. Участниками межведомственного электронного документооборота являются федеральные органы государственной власти, Администрация Президента Российской Федерации и Аппарат Правительства Российской Федерации. Под взаимодействием федеральных информационных систем электронного документооборота понимается обмен электронными сообщениями (ведение переписки в электронной форме) между участниками межведомственного электронного документооборота. МЭД учрежден Постановлением Правительства Российской Федерации «Об утверждении Положения о системе межведомственного электронного документооборота» от 22 сентября 2009 г. № 754.

Портал государственных услуг – технически унифицированная возможность доступа граждан и организаций к государственным услугам, оказываемым органами государственной власти и органами местного самоуправления в электронном виде, в т. ч. с использованием Интернета. Функции основного оператора передаются организациям в соответствии с законодательством Российской Федерации (оператор ОГИЦ – Общероссийский государственный информационный центр) – см. также «Единый портал государственных и муниципальных услуг».

Пункты сбора данных министерств и ведомств – первый этап технологического обеспечения процесса электронных услуг на базе ОГИЦ (Общероссийского государственного информационного портала, включенного в середине декабря 2009 г.). Эти пункты должны иметь служебные идентификаторы (согласно Концепции Федерального агентства по информационным технологиям – ФАИТ). Уполномоченные лица министерств и ведомств подписывают свою информацию, а ОГИЦ ее проверяет и как «доверенная третья сторона» подписывает своей подписью и размещает на портале верифицированную информацию. Гражданами и организациями возможна проверка юридической значимости информации, для чего на портале ОГИЦ размещается соответствующий программный продукт (доступен всем). Это позволяет из «информации» получить «документ» для его оригинального представления. Второй этап – создание «единой системы удостоверяющих центров и единой системы идентификации». Потребуется внедрение процедуры «электронного нотариата» и широкое распространение технологии электронных услуг.

Реестр государственных и муниципальных услуг – первый этап (поэтапного плана) построения «электронного правительства и перехода к предоставлению госуслуг в электронном виде. В него включено 46 услуг, разбитых на семь групп: регистрация юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, постановка автомобилей на учет, таможенное оформление товаров, оформление социальных выплат и пособий, регистрация прав на недвижимость, лицензирование деятельности и выдача паспортов.

Электронные административные регламенты – это упорядочение в электронном виде административных полномочий, обязанностей и прав, создание прозрачности государства для граждан: кто конкретно должен рассматривать обращение граждан в госорган, к кому он может обратиться с рекламацией, если не решается вопрос. Система административных регламентов может дать возможность предприятиям и гражданам осуществлять контроль за процедурами рассмотрения их документов и обращений, тем самым, закладывая реальную основу для прозрачности ведомства.

Продолжение в «ГС» № 4

7-й ЕВРАЗИЙСКИЙ ФОРУМ «ИНФОФОРУМ – ЕВРАЗИЯ»

9-10 июня в Москве состоялся 7-й Евразийский форум «Инфофорум – Евразия» «Международные проблемы информационной безопасности и информационного взаимодействия». Это единственное в своем роде международное мероприятие, объединяющее государственные и негосударственные организации стран Евразии. Соорганизаторами форума выступают Комитет Государственной думы РФ по безопасности, Аппарат Совета безопасности РФ, Министерство связи и массовых коммуникаций РФ, Министерство иностранных дел РФ, при поддержке ОДКБ, ШОС, Исполкома СНГ и других российских, зарубежных и международных организаций.

Обсуждались проблемы нормативного регулирования обеспечения юридической значимости электронного документа при трансграничном электронном обмене; методы анализа и оценки рисков в сфере информационной безопасности в период развития электронного правительства и информационного общества; тенденции развития проблем противодействия преступлениям в сфере информационных технологий.