

2. Cresswell T. Towards and Politics of Mobility // Environment and Planning D: Society and Space 2010, v.28, p. 17–31 // http://www.academia.edu/538488/Towards_a_Politics_of_Mobility.
3. Mobilities: Volume 1, Issue 1, 2006: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17450100500489189#>.
4. Sheller Mimi, Urry John. The new mobilities paradigm // Environment and Planning A 2006, volume 38, p. 207–226.
5. B'yukenen P. Dzh. Smert' Zapada. M., AST, 2004 / Ot izdatel'ya. S. 5.
6. Vallerstajin I. Konec znakomogo mira. Sociologiya XXI veka. M.: Logos, 2003.
7. Doklad o chelovecheskom razvitii. 2014: Obespechenie ustojchivogo progressa chelovechestva: Umen'shenie uyazvimosti i formirovanie zhiznestojkosti. Rezyume: <http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr14-summary-ru.pdf>.
8. Sorokin P.A. Social'naya i kul'turnaya mobil'nost' // Sorokin P. Chelovek, civilizaciya, obshhestvo / Pod red. A. Yu. Sogomonova. M.: Politizdat, 1992. URL: <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/ponyatie-socialnoy-mobilnosti.html>.
9. Urri Dzh. Mobil'nosti. M.: Praxis, 2012.
10. Urri Dzh. Sociologiya za predelami obshhestv. Vidy mobil'nosti dlya XXI stoletiya. M.: ID Vysshej shkoly e'konomiki, 2012.

UDC 316

MOBILITY, STABILITY, VARIABILITY

Konyaev Aleksey Anatoljevich,

Ural Institute of Finance and Law,
Department of Philosophy,
Ekaterinburg, Russia,
E-mail: alexeykonyaev96@rambler.ru

Annotation

The article analyzes the relationship of the important aspects of mobility-stability and variability. Social mobility is a contradictory process, it has positive and negative sides. The scientific study of mobility requires objective and adequate theoretical tools.

Key words:

mobility, social mobility, research methodology, stability, variability.

УДК 316.7

МОБИЛЬНОСТЬ КАК АТРИБУТ МЕДИАТИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ



Грибовод Екатерина Григорьевна,

Институт философии и права
Уральского отделения Российской академии наук,
аспирант,
Екатеринбург, Россия,
E-mail: gribovod_kate@mail.ru

Аннотация

В статье рассматривается мобильность как важный компонент процесса медиатизации политики на примере социальных медиа, феномена «умная толпа» и Индекса сетевой готовности.

Ключевые слова:

медиатизация политики, мобильность, социальные медиа, умная толпа, Индекс сетевой готовности.

В современных академических исследованиях оценка роли и места средств массовых коммуникаций в политическом процессе становится одной из базовых и обязательных задач. Комплексный подход к этой проблеме позволяет выявить процесс медиатизации политики, который характеризует взаимодействие пространства медиа и политики. Рассмотрение политики в тесной связи с информационными и коммуникационными технологиями позволяет концептуально обсуждать феномен медиатизации политики.

Концепт «медиатизация политики» охватывает широкий категорийный и смысловой контекст, определяющий суть процесса взаимодействия и трансформации политического пространства в символическое поле масс-медиа сегмента. Мобильность состоит не только из передвижений людей и объектов, но и из всевозможных идей, связей, неподвижных объектов инфраструктуры и всего, что их обеспечивает и снабжает [5, с. 24]. Мобильность как атрибут помогает с разных сторон объяснить процесс медиатизации политики. С одной стороны это философский конструкт, позволяющий отметить динамичность, целостность

и самонаправленность процесса медиатизации, а с другой стороны, это категория, которая оцифровывает данный процесс. Мы можем не только оценить качество информационно-коммуникативных технологий (ИКТ), но и замерить количественные показатели, широту охвата оптоволоконных сетей, доступность Интернета и др.

В качестве инструмента реальной оценки развития медиатизации активно принимается и используется индикаторный (индексный) подход: Индекс сетевой готовности и Индекс развития информационно-коммуникационных технологий. Данные индексы, применяются в международной практике для оценки страны по готовности к информационному обществу в области национального, экономического, социального и культурного развития.

Индекс сетевой готовности (Networked Readiness Index) измеряет уровень развития ИКТ по 54 параметрам, объединенным в четыре основных группы: наличие условий для развития ИКТ, готовность граждан, деловых кругов и государственных органов к использованию ИКТ, уровень использования ИКТ в общественном, коммерче-

ском и государственном секторах, а так же субиндексы (Impact subindex) [6; p. 30–31]. «Глобальный отчет по развитию информационных технологий», составленный Всемирным экономическим форумом и международной школой бизнеса INSEAD в 2014 году, направлен на проблему цифрового неравенства, решение которой позволит прийти к сбалансированному росту. Индекс используется в качестве средства анализа для построения сравнительных рейтингов, отражающих уровень развития информационного общества в различных странах.

Информационное общество расширяет границы воздействия людей на мировые процессы, вовлекая ранее незаинтересованные слои в политическое пространство, поднимая значимость локальных событий. Социальные медиа становятся закономерным шагом трансформации медиасистемы, так как наглядно демонстрируют смещение вектора развития от традиционных форм политической коммуникации к сетевым и информационно-коммуникативным технологиям. В медиатизированной политике обязательным атрибутом мобильности для политического актора становится наличие сайта, раскрывающего его политическую и идейную направленность (сущность) блога, транслирующего его активное участие в реальной политической жизни, а также мнение и «голос» по актуальным социальным и политическим вопросам. Количество постов и «твитов» – мерило политической мобильности и «живучести» актора современного политического пространства. Грамотно сконструированный информационный образ необходимо поддерживать и беречь, поскольку ИКТ никого не прощает и не забывает.

Среди функции социальных медиа особенно отмечают: продвижение политической идеи в обществе; формирование общественно-политической организации; создание площадки для политических дискуссий; организация политических акций, как в сети, так и в реальной жизни [1, с. 305–306]. В каждой из этих функций мобильность становится базовой составляющей.

Поскольку изучение сетевых и мобильных форм деятельности попадает в объектив изучения академической науки, отслеживание развития социальных медиа становится актуальным. По итогам второго полугодия 2014 года была выявлена тенденция сокращения ежемесячной посещаемости

социальных сетей Одноклассники, Мой Мир и Live Journal, в отличие от соцсети «ВКонтакте», где в ноябре 2014 года ежемесячная аудитория составила 54,6 млн. человек. В декабре 2014 года к активным авторам (они открыто выражают свое мнение по разным общественным вопросам и «живым» проблемам, создают публичный контент, улавливают и выделяют социально и политически значимые тренды; благодаря им социальные сети становятся маркерами общественного мнения) относили свыше 35 млн. человек, поскольку они создавали более 40 млн. сообщений в сутки. Лидерами по контенту среди социальных сетей стали Твиттер и «ВКонтакте».

В целом можно выделить следующие тенденции развития социальных сетей: во-первых, по результатам второго полугодия 2014 года Instagram по числу активных авторов вышла на вторую строчку, после ВКонтакте, а также впервые попала в исследования TNS по аудитории. Во-вторых, увеличивается доля старшей аудитории, при этом происходит сокращение доли пользователей младше 18 лет в социальных сетях в России. В-третьих, гендерная структура социальных сетей остается стабильной с преобладанием женской аудитории. При этом самой «женской» социальной сетью является Instagram, одновременно считается и самой позитивной, тогда как «мужской» Живой Журнал – самая негативная социальная сеть. В-четвертых, тенденция «на позитив» прослеживается во всех социальных сетях, несмотря на сложную социально-политическую ситуацию в стране. Доля позитива в среднем увеличилась на 10% по сравнению с прошлым годом [4].

Мобильность как атрибут медиатизации политики выявляет новые формы организации социума. Особое место занимает феномен smart mob – самоструктурирующаяся социальная коммуникация, направленная на организацию посредством эффективного использования высоких технологий [3].

Концепции «умной толпы» или «smart mob» посвящена работа Говарда Рейнгольда «Умная толпа: новая социальная революция». Многие идеи нашли свое воплощение в развитии современного IT продукта (Твиттер, Facebook, разные приложения для ПК и мобильных телефонов). При одновременном соединении двух технологий и массовому доступу к ней эффект объединенной технологии

намного выше, чем использование каждой в отдельности, можно назвать это своеобразным свойством синергии в ИКТ технологиях. Ярким примером использования технологии «умной толпы» стали события на Болотной площади в Москве в 2012 году [2].

В ходе анализа концепции «умной толпы» роевые и сетевые стратегии становятся формой организации и одновременно проявления протестных событий. Как отмечают американские исследователи Джон Аркилья и Дэвид Ронфелдт, роевая тактика – это способ организации единомышленников в небольшие сетевые группы для реализации конкретных социальных или политических целей. Сотовые телефоны, ПК, блоги, Интернет становятся спусковым механизмом для формирования данных общностей. Умение быстро возникать, ускользать, прятаться делает данные группы эффективными и социально активными структурами, поэтому во многом все сетевые войны опираются на них [3].

Таким образом, мобильность как атрибут медиатизации политики создает условия для создания новых социальных форм организации социума: социальные медиа, «умная толпа», а также принципов ее функционирования. Именно эти технологии становятся движущей силой формирования уклада современного информационного общества.

1. Павлютенкова М.Ю. Политические коммуникации в социальных медиа // Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика. М.: РАПН, РОССПЭН, 2012. С. 295–306.

2. Политические технологии Майдана [Электронный ресурс]. URL: <http://eurasianews.md/analytics/politicheskie-tehnologii-majdana.htm> (дата обращения: 26.07.2015).

3. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция: пер с англ. А. Гарькавого. М.: ФАИР ПРЕСС, 2006. 416 с.

4. Социальные сети в России, зима 2014–2015. Цифры, тренды, прогнозы [Электронный ресурс]. URL: <http://habrahabr.ru/company/palitrulab/blog/248645/> (дата обращения: 26.07.2015).

5. Урри Дж. Мобильности [Текст] /пер. с англ. А.В. Лазарева, вступ. статья Н.А. Харламова. – М.: Издательская и консалтинговая группа «Праксис», 2012. 576 с.

6. The Global Information Technology Report 2014: Rewards and Risks of Big Data. 13th Anniversary Edition. World Economic Forum. Geneva, 2014. P. 30–31.

1. Pavlyutenkova M. Yu. Politicheskie kommunikacii v social'nyx media // Politicheskaya kommunikativistika: teoriya, metodologiya i praktika. M.: RAPN, ROSSPE'N, 2012. S. 295–306.

2. Politicheskie tehnologii Majdana [E'lektronnyj resurs]. URL: <http://eurasianews.md/analytics/politicheskie-tehnologii-majdana.htm> (data obrashheniya: 26.07.2015).

3. Rejngol'd G. Umnaya tolpa: novaya social'naya revolyuciya: per s angl. A. Gar'kavogo. M.: FAIR PRESS, 2006. 416 s.

4. Social'nye seti v Rossii, zima 2014–2015. Cifry, trendy, prognozy [E'lektronnyj resurs]. URL: <http://habrahabr.ru/company/palitrulab/blog/248645/> (data obrashheniya: 26.07.2015).

5. Urri Dzh. Mobil'nosti [Tekst] /per. s angl. A. V. Lazareva, vstup. stat'ya N. A. Harlamova. – M.: Izdatel'skaya i konsaltingovaya gruppa «Praksis», 2012. 576 s.

6. The Global Information Technology Report 2014: Rewards and Risks of Big Data. 13th Anniversary Edition. World Economic Forum. Geneva, 2014. P. 30–31.

UDC 316.7

MOBILITY AS AN ATTRIBUTE OF POLICY MEDIATIZATION

Gribovod Yekaterina Grigoryevna,

Institute of Philosophy and Law, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, graduate student, Ekaterinburg, Russia, E-mail: gribovod_kate@mail.ru

Annotation

The article reviewed mobility as an important part of the process of mediatization of the policy using the example of social media, phenomenon «smart mob» and the Network Readiness Index.

Key words:

mediatization of the Policy, mobility, social media, smart mob, Networked Readiness Index.