

**Крыштановская Ольга Викторовна**

д-р социол. наук, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва

*e-mail:* olgakryshst@ya.ru

**Филиппова Анна Мария**

научный сотрудник, АНО «Лаборатория Крыштановской», г. Москва

*email:* annamariafilippova@gmail.com

**Kryshtanovskaya Olga**

Candidate of Sociological Sciences,  
State University of Management, Moscow

*e-mail:* olgakryshst@ya.ru

**Filippova Anna Maria**

Researcher of ANO «The Kryshtanovskaya Lab», Moscow

*email:* annamariafilippova@gmail.com

## ИССЛЕДОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ: ГОСУДАРСТВО И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

**Аннотация.** Социальные сети широко используются политически активной частью общества и политиками. Статья посвящена проблемам взаимодействия государства и общества в социальных сетях. Освещается политика российского государства, направленная на стимулирование использования новых коммуникационных инструментов и контроль этого использования. Показано, что социальные сети нейтральны сами по себе, а то, как они проявляют себя, зависит от тех качеств, которые они приобретают в конкретной политической системе.

**Ключевые слова:** социальные сети, государство, государственная политика, Твиттер, Россия

## RESEARCH OF POLITICAL COMMUNICATIONS: THE STATE AND SOCIAL MEDIA

**Abstract.** Social media are widely used by politicized audience and politicians. The article examines the problems of interaction between the state and society on social media. The paper highlights the policy of the Russian state aimed at both stimulating the use of new communication tools and controlling them. It is demonstrated that social media are neutral and the way they display depends on their acquired qualities in the certain political system.

**Keywords:** social media, state, government policy, Twitter, Russia.

К одним из наиболее необходимых составляющих любой политической системы относят политическую коммуникацию, так как именно во время нее участники обмениваются информацией и координируют свои действия. В данной работе мы опираемся на понимание политической коммуникации как процесса «передачи политической информации, посредством которого информация циркулирует между различными элементами политической системы, а также между политической и социальными системами» [5, с. 174]. В зависимости от того, каким образом осуществляется политическая коммуникация, она может быть либо прямой, либо опосредованной. Прямая политическая коммуникация осуществляется без посредников, напрямую между ее участниками, тогда как опосредованная происходит с помощью различных коммуникативных инструментов: телефона, радио, телевидения, газет и т. п. [11]. Интернет спровоцировал появление компьютерно-опосредованной коммуникации, которая включает и политическую коммуникацию с социальных сетях.

Коммуникация между акторами в политической системе становится все более важным процессом, так как с помощью нее конструируется структура властных отношений в обществе [8]. В современном информационном обществе вместе с увеличением эффективности инструментов распространения информации увеличивается их роль и значение как источников власти. Возможность влиять на взгляды и установки людей, приобретает такую же или даже большую ценность с точки зрения обладания властью, которой раньше обладала армия или другие инструменты, обеспечивающие власть через угрозу насилия. В результате, государству для удержания власти необходимо контролировать также и политическую коммуникацию, как залог ее сохранения и легитимации через информационное воздействие на общество. В авторитарных политических системах, в которых государству удается сохранять значительный контроль над информационной повесткой в публичном пространстве, социальные сети могут подрывать этот контроль, тем самым бросая вызов сложившемуся балансу в структуре властных отношений [13].

Прежде чем перейти к анализу изменений, которые вызывают социальные сети необходимо четко определить их ключевые характеристики и особенности. В настоящей статье мы используем определение Н. Эллисона и Д. Бойда, которые определяли социальные сети как интернет-сервисы, позволяющие

пользователям (1) регистрировать и вести собственный аккаунт разной степени публичности на единой платформе; (2) связываться с другими пользователями и формировать список таких контактов; (3) просматривать и управлять своими связями с другими пользователями, в том числе на других платформах [12]. Хотя каждая социальная сеть в отдельности обладает своими уникальными особенностями в том, что касается формы размещения контента и формирования связей с другими пользователями, их объединяет ряд общих черт. Прежде всего, социальные сети бесплатны, а значит барьеры входа в эту среду для пользователей чрезвычайно низкие: для того чтобы стать пользователем социальной сети необходимо иметь только доступ в интернет. Низкие барьеры входа позволяют добиться высокой автономии акторов в социальных сетях, которые являются одновременно производителями и потребителями контента.

В самой сущности социальных сетей заложены те изменения, которые они привносят в систему политических коммуникаций. Так, присутствие политиков и граждан в социальной сети в качестве равноправных пользователей позволяет им взаимодействовать напрямую, без посредников, в отличие от политической коммуникации, осуществляющейся, например, через газеты или телевидение. В результате политическая коммуникация становится более персонифицированной и прозрачной, хотя все еще осуществляется в публичном пространстве. Такие изменения касаются не только прямого взаимодействия политиков с пользователями социальных сетей, но и политической коммуникации в целом, которая может происходить без участия непосредственно политиков. Социальные сети могут стать площадкой обсуждения важных общественно-политических вопросов, способной оказывать влияние на мнение по этим вопросам миллионов пользователей, т. е. оказывать влияние на формирование общественного мнения по этим вопросам [10].

Благодаря этим свойствам новый инструмент коммуникации стал привлекателен для всех, кто в доинформационном обществе не имел доступа к существующим каналам распространения информации, таким как газеты, телевидение и радио. Социальные сети позволили родиться новому типу сообществ – виртуальным общественным группам, которые начали активно производить и потреблять, общаться и координировать действия для достижения своих целей. С помощью этого инструмента люди или группы людей получили возможность распространять информацию, становиться известными в сети, получать общественное признание, накапливая и приумножая свой социальный капитал.

Виртуально активная часть гражданского общества увидела в социальных сетях эффективный инструмент для объединения сторонников и организации своих усилий по достижению общих целей. Развившие небывалую активность блогеры-оппозиционеры подвергали критике каждый шаг властей, реагируя на каждое решение. Пользуясь анонимностью и недостижимостью для правоохранительных органов, они переходили границу политкорректности, используя брань, оскорбления и даже клевету для распространения негативных высказываний в сторону власти. В сетевом пространстве активность развивают прежде всего силы оппозиции, выступающие не только с резкой критикой властей, но и призывающие граждан к действиям офлайн [9]. Примеры таких мобилизаций описывает Э. Цукерман на примерах Туниса и Китая, где гражданские активисты занимались распространением информации для критики власти, что вызвало ответные действия правительства препятствовать этому [20].

Бурный рост популярности социальных сетей predetermined интерес политиков во всем мире к этому ресурсу. Общедоступность, свобода и анонимность стали факторами, за которые развернулась настоящая борьба между политическими акторами и гражданским обществом. Очень быстро обнаружилось, что онлайн-коммуникации непосредственно влияют и на политическое поведение офлайн. Известно, что во многих странах, в том числе и в России, социальные сети широко использовались гражданскими активистами для обмена информацией, организации протестов и мобилизации. Некоторые из этих протестов привели к реальной смене политического руководства государств. Никому неведомые блогеры смогли объединить десятки и сотни тысяч человек, которые проявили не только виртуальную, но и реальную активность, выйдя на акции протеста. «Твиттер-революции» (термин Е. Морозова) сотрясли арабский мир (акции протеста в Иране в 2009 г., в Тунисе в 2010-2011 гг., Египте в 2011 г.), все признаки подобных акций наблюдались и на постсоветском пространстве: в Грузии, Молдавии, Украине, Киргизии и др. [2]. Таким образом, возникновение и широкое распространение социальных сетей создало основания для перераспределения власти между различными политическими акторами, создало предпосылки для трансформации существующей системы политических коммуникаций. Государство было потеснено из информационного поля, а гражданское общество получило

новые возможности влияния. Это не сразу было осознанно государственным организмом, и поэтому образовался лаг между разрушением традиционного баланса, и адаптацией государства к новому балансу.

В самых общих чертах процесс адаптации социальных сетей похож на то, как государство осваивало новые информационно-коммуникативные технологии в прошлом. Эта схожесть была отражена в трехступенчатой модели адаптации социальных сетей организациями государственного сектора, предложенной и протестированной С. Бредшнайдер и И. Мергель [17]. На первом этапе «предпринимательство и эксперимент» (*entrepreneurship and experimentation*) социальные сети несистемно и в экспериментальном порядке используются политиками с целью определить возможности, ограничения и риски новой технологии. На этом этапе стратегии и способы использования социальных сетей политиками, чиновниками или государственными органами могут сильно отличаться друг от друга, так как общих правил или норм поведения в соцсетях еще не существует и каждый участник определяет их для себя самостоятельно. На следующем этапе «порядок из хаоса» (*order from chaos*) происходит осмысление опыта использования социальных сетей на первом этапе и определение потенциала социальных сетей, а также необходимости формирования свода правил их использования. На третьем этапе, который ученые назвали «институционализацией» (*institutionalization*) развиваются организационные формы, четко описывающие одобряемое государством поведение в сетях, типы взаимодействий. Иногда эти нормы могут принимать форму нормативных документов и законов. Так как социальные сети встраиваются в уже существующую систему политических коммуникаций, в которой уже функционируют СМИ, существующие нормы и правила поведения в процессе институционализации могут переноситься на социальные сети, а в пресс-службах создаются специальные отделы, заполненные специалистами по блогингу, созданию видео-контента, модерации аккаунтов и проч.

Анализ теоретических и эмпирических работ, посвященных изменениям, спровоцированным появлением и распространением использования социальных сетей политическими акторами, выявляет взгляд многих авторов на социальные сети как универсальный инструмент изменений. Согласно мнению ряда авторов, социальные сети несут свободу распространения информации в то общество, где они появляются [см. напр. 14]. Ученые, придерживающиеся этой позиции, уверены, что соцсети становятся источником демократических изменений в несвободных государствах. Другие утверждают, что каждое государство реагирует на появление социальных сетей одинаково [17]. Эти точки зрения, однако, не способны точно описать суть происходящих изменений, так как не учитывают уникальные качества той среды, в которую встраиваются социальные сети, полагая что их появление всегда несет идентичные последствия. Однако их влияние на общество не априорно, а зависит от тех качеств, которые они приобретают в конкретной политической системе. Обладая одними и тем же инструментарием, они могут иметь отличающиеся возможности в разных публичных сферах и выполнять абсолютно непохожие функции. Поэтому, когда мы говорим о влиянии социальных сетей на политическую коммуникацию в рамках политической системы конкретного государства, необходимо брать во внимание специфические характеристики публичной сферы данного государства.

Структурные и функциональные особенности публичной сферы, в которую встраиваются социальные сети, оказывают заметное влияние на то, как социальные сети используются, так как их пользователи являются элементами этой системы. В авторитарных странах существующие инструменты контроля и регулирования публичной сферы могут стать основой для регулирования и контроля политической коммуникации и в социальных сетях, которые при определенных условиях также могут считаться элементом публичной сферы государства [8]. То, как социальные сети будут использоваться в каждом конкретном государстве, главным образом зависят от сложившейся там культуры публичного общения и дискуссий между государством и обществом. А вопрос, способны ли они оказать влияние на эту культуру пока остается без ответа.

Традиционные средства массовой информации устроены по принципу «one-way», то есть односторонней коммуникации. Средства массовой информации транслируют информацию из центра, а аудитория ее пассивно потребляет. Такого рода устройство транслирующего актора облегчало контроль над информацией, а степень этого контроля зависела лишь от институциональной модели политического устройства. Степень контроля, существующая в каждом конкретном обществе обуславливает широту и качество дискуссии в публичной сфере, или ее отсутствие (в случае тотального контроля над СМИ со стороны властей). Социальные сети устроены иначе, в них нет устойчивых иерархий, нет единого транслирующего центра. Этот принцип коммуникации получил название *two-way*, т.е. двусторонней коммуникации. В случае взаимодействия государства и общества, эта двусторонняя связь выглядит чаще всего так: государство информирует граждан через сетевые каналы,

а граждане комментируют намерения или решения властей. В таком случае мы наблюдаем не вполне равнозначные коммуникативные потоки: государство всегда выступает инициатором, а граждане – реципиентами, реагирующими на действия. Только в исключительных случаях власть и общество коммуницируют «на равных», и инициация решений предлагается поочередно то властями, то гражданскими активистами.

Изначально социальные сети как инструмент политической коммуникации использовались политически активной частью общества с целью распространения информации, дискуссий. Результатом такой свободной политической коммуникации стало появление в интернете политических лидеров-представителей оппозиции, которые приобрели популярность благодаря социальным сетям. По сути, эти процессы демонстрировали возможности социальных сетей как мощного инструмента приобретения общественного признания и власти. Поэтому социальные сети стали вызовом для тех, у кого гражданское общество отнимало власть и влияние. Чтобы этого не допустить, государство в лице политиков вынуждено с одной стороны ограничивать и регулировать политическую коммуникацию в соцсетях, но с другой стороны использовать их наравне с оппозицией. В результате, мы наблюдаем явление, названное Дж. Клаппером «минимальным эффектом» [15]. Следствием этого эффекта является нивелирование тех конкурентных преимуществ, которые получила оппозиция благодаря тому, что стала осваивать новые коммуникативные технологии, так как власть также начнет их осваивать.

Итак, раз характеристики и структура различных публичных сфер может приводить к непохожим последствиям внедрения одних и тех же социальных сетей, сохранение status quo или минимальные эффекты являются только одной из опций. Если существующие структуры, обеспечивающие власть правящих элит неустойчивы, то социальные сети, став инструментом оппозиционных активистов, могут способствовать реальным политическим изменениям в результате перераспределения власти. Так, в результате протестной активности, участники которой активно использовали социальные сети для коммуникации и координации своих действий, в Тунисе (2010-2011 гг.) и Египте (2011 г.), произошла смена политического руководства. В другом случае, возможности, предоставляемые социальными сетями, может воспользоваться государство для укрепления уже имеющейся власти. В качестве примера можно привести Китай, который обзавелся собственной государственной системой контроля политических коммуникаций в социальных сетях.

В России пользователями социальных сетей является 47 % населения. Активнее всего в РФ используют YouTube (63 % опрошенных), второе место занимает «ВКонтакте» – 61 %. Далее следуют «Одноклассники» (42 %) и Facebook (35 %) [6]. Наиболее политизированными сетями являются «Фейсбук» и «Твиттер», где объем контента, связанного с политикой, превышает 20 % [7].

В целом направление включения социальных сетей в российскую публичную сферу совпадает с сценарием, описанным М. Кастельсом, согласно которому государство, значительно контролирующее политическую коммуникацию в публичной сфере, стремится взять под контроль политическую коммуникацию в социальных сетях [1]. Эта цель достигается с помощью политики, направленной, с одной стороны, на расширение использования интернета и социальных сетей, а с другой – на адаптацию этих технологий и использование их для усиления государственного влияния на публичное политическое пространство [16].

В этот взгляд укладываются последние меры, предпринимаемые государством в сфере адаптации и регулирования социальных сетей. Стимулирование использования новых коммуникативных технологий для политических коммуникаций происходило путем внедрения таких сервисов, как электронное правительство, электронных приемных депутатов или органов государственного управления, а также размещения открытых данных о планах и результатах деятельности государственных учреждений в интернете. Важно отметить, что эти способы взаимодействия, продвигаемые государством, представляют собой односторонний тип политической коммуникации, во время которого инициатор коммуникации (государство) отправляет информационные сообщения, подразумевая, что они будут получены и усвоены. Электронные приемные или сайты-блоги хоть и существуют и имеют возможности для осуществления двухсторонней коммуникации, в реальности не функционируют таким образом. Блог политика используется как почтовый ящик, куда граждане отправляют сообщения своих проблемах, которые остаются без ответа, т. е. двухсторонней коммуникации не происходит [18].

Вместе с проведением политики, направленной на расширение политической коммуникации с обществом в интернете, государство законодательно превращало политические коммуникации в интернете во все более регламентированный и подконтрольный процесс. Так, на законодательном уровне (398-ФЗ) было запрещено предоставлять и осуществлять доступ к информации в интернете, нарушающей законы Российской Федерации.



Закон определяет ответственность граждан за действия экстремистского характера в сети, а также возбуждение ненависти или уничтожения достоинства человека по признакам расы, национальности, происхождения и т. п. в интернете. Следующий пласт законов затрагивает органы государственной и муниципальной власти, которых теперь обязывают размещать данные о ключевых аспектах своей деятельности на официальных сайтах, а чиновников – предоставлять информацию о сайтах, на которых ими были оставлены общедоступные данные. Кроме того, был принят ряд законов, призванных облегчить использование интернета обществом при взаимодействии с органами государственной власти. К таким законам можно отнести федеральный закон, обязывающий вести электронный документооборот в госорганах, медицинских учреждениях.

Результаты исследований показывают готовность российского общества взаимодействовать с государством посредством социальных сетей [4; 19]. Однако такая коммуникация будет эффективна только в случае готовности самих политиков, как представителей государства в сети, включаться в двухстороннюю политическую коммуникацию, соблюдать баланс между официальными и личными сообщениям [3].

Упомянутых исследований о том, как социальные сети используют политики в России, недостаточно. Такие исследования необходимы не только для более глубокого понимания трансформации публичной сферы, которое происходит в настоящее время в России, но и для обнаружения возможностей преодолевать потенциальные риски и вызовы.

#### Библиографический список

1. Кастельс, М. Власть коммуникации. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 592 с.
2. Морозов, Е. Интернет как иллюзия. Обратная сторона сети. М.: АСТ, 2014. – 528 с.
3. Филатова, О. Г. Публичные коммуникации органов государственной власти РФ в пространстве Веб 2.0: анализ блогов и социальных сетей / О. Г. Филатова, Е. С. Шабанова // Труды XIV Всероссийской объединенной конференции «Интернет и современное общество», Санкт-Петербург, Россия. 2011. – Режим доступа: <http://ojs.ifmo.ru/index.php/IMS/article/view/179/175> (дата обращения: 28.04.2018).
4. Чернов, Г. Ю. Технологии прикладной политологии и социологии как инструмент повышения эффективности государственного и муниципального управления. Материалы Всероссийской научно-практической конференции, 2016. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28912233> (дата обращения: 28.04.2018).
5. Шварценберг, Р.-Ж. Политическая социология. М., 1992. – 180 с.
6. Сергеева, Ю. Социальные сети в 2018 году: глобальное исследование. WebCanare. 2018. – Режим доступа: <https://www.web-canare.ru/business/socialnye-seti-v-2018-godu-globalnoe-issledovanie/> (дата обращения: 20.03.2018).
7. Duggan, M. The political environment on social media. Pew research Center, 2016 / M. Duggan, A. Smith. – Режим доступа: [http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/14/2016/10/24160747/PI\\_2016.10.25\\_Politics-and-Social-Media\\_FINAL.pdf](http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/14/2016/10/24160747/PI_2016.10.25_Politics-and-Social-Media_FINAL.pdf) (дата обращения: 13.04.2018).
8. Benkler, Y. The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom. New Haven. Yale University Press, 2006.
9. Burns, A. Twitter Free Iran: An Evaluation of Twitter's Role in Public Diplomacy and Information Operations in Iran's 2009 Election Crisis / A. Burns, B. Eltham // Communications Policy & Research Forum. – 2009. – P. 298-310. – Режим доступа: <http://vuir.vu.edu.au/15230/1/CPRF09BurnsEltham.pdf> (дата обращения 09.03.2018).
10. Conover, M. D. Predicting the political alignment of twitter users / M. D. Conover, B. Gonçalves, J. Ratkiewicz, A. Flammini, F. Menczer // Proceedings IEEE International Conference on Privacy, Security, Risk and Trust and IEEE International Conference on Social Computing, PASSAT/SocialCom. – 2011. – № 6113114. – P. 192-199.
11. Deutch, K. W. The nerves of government: models of political communication and control. New York: Free Press of Glencoe, 1963.
12. Ellison, N. B. Frameworks for understanding the nature of interactions, networking, and community in a social networking site for academic practice / N. B. Ellison, D. M. Boyd // Journal of Computer-Mediated Communication. – 2007. – V. 13 (1). – P. 110-230.
13. Gainous, J. Digital media and political opposition in authoritarian systems: Russia's 2011 and 2016 Duma elections / J. Gainous, K. M. Wagner, C. E. Ziegler // Democratization. – 2018. – V. 25 (2). – P. 209-226.
14. Kalathil, S. Open Networks, Closed Regimes: The Impact of the Internet on Authoritarian Rule / S. Kalathil, T. Boas. Washington. Carnegie Endowment for International Peace, 2009.
15. Klapper, J. T. The effects of mass communications. New York. Free Press, 1960.
16. Marcus, A. The Internet and Democratization in Theoretical // Demokratizatsiya. – 2004. – V. 12 (4). – P. 607-628.

17. Mergel, I. A Three-Stage Adoption Process for Social Media Use in Government / I. Mergel, S. I. Bretschneider // *Public Administration Review*. – 2013. – V. 73 (3). – P. 390-400.
18. Moen-Larsen, N. «Dear Mr. President» // *The blogosphere as arena for communication between people and power. Communist and Post-Communist Studies*. – 2014. – V. 47 (1). – P. 27-37.
19. Rantapelkonen, J. Russian state leaders' contradicting narratives on social media. *European Conference on Information Warfare and Security, ECCWS, 2013*. – P. 224-230.
20. Zuckerman, E. *Cute Cats to the Rescue? Participatory Media and Political Expression, 2013* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ethanzuckerman.com/papers/cutecats2013.pdf> (дата обращения: 15.03.2018).

#### References

1. Castells M. *Vlast' kommunikatsii [Communication power]*. Moscow: Ed. Higher School of Economics, 2017, 592 p.
2. Morozov E. *Internet kak illyuziya. Obratnaya storona seti [The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom]*. Moscow: AST, 2014, 528 p.
3. Filatova O. G., Shabanova E. S. *Publichnyye kommunikatsii organov gosudarstvennoy vlasti RF v prostranstve Veb 2.0: analiz blogov i sotsial'nykh setey [Public communications of Russian government bodies in the space of Web 2.0: analysis of blogs and social networks]*. Proceedings of the XIV All-Russian Joint Conference «Internet and Contemporary Society», St. Petersburg, Russia. 2011. Available at: <http://ojs.ifmo.ru/index.php/IMS/article/view/179/175> (accessed 28.04.2018).
4. Chernov G. Yu. *Tekhnologii prikladnoy politologii i sotsiologii kak instrument povysheniya effektivnosti gosudarstvennogo i munitsipal'nogo upravleniya [Technologies of applied political science and sociology as a tool for increasing the effectiveness of state and municipal management]*. Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference, 2016. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28912233> (accessed 28.04.2018).
5. Schwarzenberg R. J. *Politicheskaya sotsiologiya [Political sociology]*. Moscow, 1992, 180 p.
6. Sergeeva Y. *Sotsial'nyye seti v 2018 godu: global'noye issledovaniye [Social networks in 2018: a global study]*. WebCanape, 2018. Available at: <https://www.web-canape.ru/business/socialnye-seti-v-2018-godu-globalnoe-issledovanie/> (accessed 20.03.2018).
7. Duggan M., Smith. A. *The political environment on social media*. Pew research Center, 2016. Available at: [http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/14/2016/10/24160747/PI\\_2016.10.25\\_Politics-and-Social-Media\\_FINAL.pdf](http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/14/2016/10/24160747/PI_2016.10.25_Politics-and-Social-Media_FINAL.pdf) (accessed 13.04.2018).
8. Benkler Y. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven. Yale University Press, 2006.
9. Burns A., Eltham B. *Twitter Free Iran: An Evaluation of Twitter's Role in Public Diplomacy and Information Operations in Iran's 2009 Election Crisis // Communications Policy & Research Forum, 2009, P. 298-310*. Available at: <http://vuir.vu.edu.au/15230/1/CPRF09BurnsEltham.pdf> (accessed 09.03.2018).
10. Conover M.D., Gonçalves B., Ratkiewicz J., Flammini A., Menczer F. *Predicting the political alignment of twitter users*. Proceedings IEEE International Conference on Privacy, Security, Risk and Trust and IEEE International Conference on Social Computing, PASSAT/SocialCom, 2011, № 6113114, pp. 192-199.
11. Deutch K. W. *The nerves of government: models of political communication and control*. New York: Free Press of Glencoe, 1963.
12. Ellison N. B., Boyd D. M. *Frameworks for understanding the nature of interactions, networking, and community in a social networking site for academic practice // Journal of Computer-Mediated Communication, 2007, V. 13(1), pp. 110-230*.
13. Gainous J., Wagner, K. M., Ziegler, C. E. *Digital media and political opposition in authoritarian systems: Russia's 2011 and 2016 Duma elections // Democratization, 2018, V. 25 (2), pp. 209-226*.
14. Kalathil S., Boas T. *Open Networks, Closed Regimes: The Impact of the Internet on Authoritarian Rule*. Washington. Carnegie Endowment for International Peace, 2009.
15. Klapper J. T. *The effects of mass communications*. New York. Free Press, 1960.
16. Marcus A. *The Internet and Democratization in Theoretical // Demokratizatsiya, 2004, V. 12 (4), pp. 607-628*.
17. Mergel I., Bretschneider, S. I. *A Three-Stage Adoption Process for Social Media Use in Government // Public Administration Review, 2013, V. 73 (3), pp. 390-400*.
18. Moen-Larsen, N. «Dear Mr President» // *The blogosphere as arena for communication between people and power. Communist and Post-Communist Studies, 2014, V. 47 (1), pp. 27-37*.
19. Rantapelkonen J. *Russian state leaders' contradicting narratives on social media. European Conference on Information Warfare and Security, ECCWS, 2013, pp. 224-230*.
20. Zuckerman E. *Cute Cats to the Rescue? Participatory Media and Political Expression, 2013*. Available at: <http://ethanzuckerman.com/papers/cutecats2013.pdf> (accessed 15.03.2018).