

УДК 1122
doi 10.18101/1994-0866-2016-3-39-47

ЭВОЛЮЦИЯ МЕТОДОВ ПОЛИТИЧЕСКОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ: СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ

© *Безбородова Ксения Сергеевна*, аспирант
кафедры всеобщей истории и мирового политического процесса,
Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева
Россия, 430005, г. Саранск, ул. Большевикская, д. 68
E-mail: xen.bezborodova2011@gmail.com

Данная статья представляет краткий обзор исторической эволюции методов манипулирования общественным сознанием. Условно выделяется семь этапов развития манипулятивных практик, характерных для человеческого социума в разные временные периоды, начиная с первобытных времен и заканчивая XXI веком. Даются их характеристики для каждого из означенных этапов. Проводится анализ технологий политической манипуляции в России и зарубежье. Акцент делается на манипулировании через сеть Интернет, выражающееся в воздействии на общественное сознание в наиболее популярной сфере — социальных сетях. Дается краткое определение феномена социальных сетей, также приведены статистические данные, свидетельствующие о постоянном росте их пользователей. Прослеживается взаимосвязь между наличием социальных сетей и усиливающейся тенденцией к омассовлению.

Ключевые слова: политическая манипуляция, общественное сознание, предвыборная кампания, СМИ, интернет-технологии.

Создание и постоянное совершенствование средств фиксации и передачи информации, а также высокий уровень образования в большинстве стран современного мира оказывает значительное влияние на эволюцию представлений о факторе манипуляции в общественном сознании. Исторически доказано, что с момента формирования первых человеческих объединений, таких как племя или род, существовала особая, количественно ограниченная группа индивидов, осуществляющих властные полномочия, первоначально опираясь на грубую силу, но постепенно обучающаяся искусству незаметного управления человеческим сообществом — манипуляции. Соответственно, манипуляцию нельзя рассматривать как достижение только XX–XXI вв. На самом деле именно в этот временной период внимание общественности обращалось на факт ее существования и успешного использования путем проведения PR-кампаний как наиболее наглядного проявления манипуляции, как в сфере экономики, так и в политической сфере. Несомненно, что манипуляция представляет собой явление, обоснованное появлением неравенства в человеческом обществе, и образованием, как отмечалось выше, определенных индивидов или их групп, в процессе властвования вынужденных формировать особые техники управления общественным сознанием. «Так, в период первобытно-общинного строя манипулирование осуществлялось на основании мифологичности общественного сознания» [1, с. 220]. Таким образом, в

данный период манипуляция выступала в качестве критерия социальной идентификации и самоопределения человеческой общности. Мифологичность сознания первобытного человека, трансцендентность природных явлений, суеверий, богов, магии, колдовства и шаманизма, постоянное мифотворчество — все это постепенно становится инструментом, через который осуществляется манипуляция как метод неосознанного управления обществом.

Рассматривая эволюцию манипулятивного явления, нельзя оставить в стороне и значительный пласт знаний, накопленных восточной культурой, где манипуляция выступала и продолжает выступать в роли идейной и практической основы в дипломатии и политике. В частности, в Китае искусство составления многоходовой и поэтапной стратегии взаимодействия между людьми для достижения тайной цели, используя многочисленные хитрости и логические или психологические ловушки, является одной из отличительных черт мышления и поведения государственных деятелей, дипломатов и военных с древнейших времен.

Своеобразный банк данных, обобщающий и классифицирующий в виде метафорических схем методы манипулятивного воздействия и содержащий, кроме того, рекомендации по их использованию в различных ситуациях, представлен «Трактатом о 36 стратагемах» [2]. Само понятие «стратагема» представляет собой хорошо продуманный стратегический план, в котором для противника заключена какая-либо ловушка или хитрость.

В наиболее концентрированном виде манипулятивные технологии Древнего Китая описаны около двух с половиной тысяч лет назад в «Трактате о военном искусстве» за авторством выдающегося китайского полководца и государственного деятеля Сунь-цзы [3]. Стратагемность в трактате рассматривается как искусство психологического противоборства, которому присущи свои законы и требования.

Рассматривая эволюцию манипулятивных технологий в античности, отметим, что только античность можно назвать периодом, где наличие особых манипулятивных явлений было не только известно населению, но и всячески культивировалось, практически выражаясь в софистике, искусстве публичных выступлений и дискуссиях. Права большинства, представляющего собой свободное сословие, воплощались в свободомыслии, свободе слова, а также в прямом участии в политических делах государства. Однако они регулировались не силовым давлением, а благодаря использованию ненасильственных, незаметных и ненавязчивых методов управления. «Манипуляция общественным сознанием осуществлялась посредством воздействия на те мировоззренческие структуры представителей свободного сословия, которые сформировались под влиянием знаменитых поэм Гомера «Илиада» и «Одиссея» [1, с. 223]. Вполне обоснованным выглядит предположение, что в данных условиях значительное влияние получила поэзия. Именно поэты в античности выступают в качестве управляющей массовым сознанием интеллектуальной элиты, оказывая влияние на общество через театр.

Эпоха Средневековья характеризуется глубокой религиозностью и символичностью. Эти признаки, а также органически произрастающая из них вну-

шаемость характерны и для общественного сознания средневекового периода. Господствующие в обществе воззрения являлись благоприятной почвой для распространения путем неосознанной передачи от одного лица к другому тех или иных психологических состояний и посылов. К примеру, «крестовые походы», инициированные папой Урбаном II с целью утвердить и расширить власть Рима, а также обуздать и перенаправить излишнюю агрессивность христиан, живущих на латинском Западе [4]. Объединив идеалы войны и паломничества, он предложил экспедицию на Святую землю с целью освобождения Иерусалима, самого священного места во всем христианском мире. Люди, живущие в постоянном ожидании расплаты за свои грехи и, соответственно, в страхе были покорены, когда папа заявил, что экспедиция на восток будет считаться священным предприятием, а участвующие в ней люди получат освобождение от всех грехов.

Для периода Нового времени всеохватывающей нормой становится рационализм, сциентистская рациональность в рамках антропоцентристского мировоззрения. Примат разумности и рациональности представляет собой ту социальную основу, на которой становится возможным осуществление манипулятивных практик. Манипуляция общественным сознанием превращается в метод его социальной унификации, индивидуальной конвергенции.

В XX веке происходит процесс омассовления общественного сознания, подготавливающий почву для активного воздействия на него в нужном для манипуляторов русле. Основным стереотипом сознания в данный период времени становится сознание общества потребительского типа, наиболее полно описанного в социально-философской работе Ж. Бодрийяра «Общество потребления» [5]. По мнению Бодрийяра, общество потребления — это общество самообмана, где невозможны ни подлинные чувства, ни культура, а сам человек не является индивидуальностью и состоит лишь из знаков социального статуса. Манипулятивная практика в таком обществе осуществляется через сферу потребностей, желаний и убеждений. Поведение в этом случае становится предопределенным, предугаданным и, соответственно, через программирование этих потребностей осуществляется управление и контроль обществом. Можно сказать, что «манипуляция становится формой идеологической практики, легитимированной социумом» [5, с. 34].

В XXI веке процесс омассовления усиливается. «Массовое общество» формирует массовую или поп-культуру, тесно связанную с процессом стандартизации вкусов, потребностей, образа мышления. Это общество, где господствуют одинаковые стереотипы. Сам термин «омассовление» отражает процессы нивелирования жизненных форм, взглядов и поведения людей, вне зависимости от их уровня образования, профессии, общественного положения [6]. Путем искусственного формирования культурной сферы процесс программирования, а затем и манипулирования общественным сознанием упрощается, поскольку все средства политического манипулирования так или иначе основываются на создании и внедрении в массовое сознание социальных мифов, т. е. идей, утверждающих интересы манипуляторов, а в омассовленном сознании данные идеи принимаются на веру, без серьезного осмысления, поскольку уровень критического мышления общества серьезно

падает. Наиболее значительную роль в этом процессе играет телерадиовещание, а также сеть Интернет, поскольку постоянные пользователи социальных сетей, по данным проведенного шотландскими учеными эксперимента, явно демонстрируют снижение способности к критическому мышлению и самостоятельным решениям [7]. Между тем на сегодняшний день социальные сети стали центром современного Интернета: из 100 самых посещаемых сайтов в мире 20 — это классические социальные сети и еще 60 в той или иной степени социализированы. Более 80 % компаний по всему миру используют социальные сети в работе. Около 78 % людей доверяют информации из социальных сетей [8]. В связи с этой тенденцией мы рассмотрим социальные сети как один из новейших методов политической манипуляции, как в России, так и за рубежом.

Социальные сети — это платформа, онлайн-сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений. Сегодня социальные сети находятся на пике своей популярности. К примеру, только Facebook может похвастаться месячной аудиторией в количестве 900 млн пользователей и занимает первое место в рейтинге самых популярных социальных сетей мира, по данным исследовательского ресурса Ebizmba за август 2015 года [9]. В тот же рейтинг попала и крупнейшая российская соцсеть ВКонтакте, занявшая почетное 8 место. Создатели сервиса для аналитики соцмедиа Adobe Social рассчитали, что прирост пользователей ВКонтакте составляет около 28,5 миллионов человек в год, однако в основном за счет молодежи, т. к. более старшая категория населения предпочитает регистрироваться на русскоязычном аналоге Classmates.com — Одноклассниках.

Социальные сети выступают местом сосредоточения интересов, потребностей, ценностей и пр., что обуславливает их смысловую нагрузку. Постоянно мелькающая реклама известных лиц и брендов, навязчивые слоганы, запоминающаяся музыка — все это формирует в сознании пользователя установку «делай как я», опосредованно манипулируя общественным сознанием. По сути можно сказать, что посредством данных сетей осуществляется трансляция в общество самой разнообразной информации: от новейшего рекламного ролика до узконаправленной религиозной тематики, от апробирования политических идей и поиска альтернативных решений до одностороннего транслирования информации, в случае когда блог является своеобразным рупором оратора.

В качестве наглядного примера использования соцсетей можно предъявить цепочку революций на Ближнем Востоке, вошедшую в новейшую мировую историю под названием «арабская весна» [10]. Как показывают события, самыми результативными оказались протесты в Тунисе, Египте и Йемене, где акции оппозиции привели к отставке глав государств в кратчайшие сроки, в отличие от Ливии и Сирии, где разразились полномасштабные гражданские войны.

Большинство активистов в странах «арабской весны» в качестве ключевого инструмента в выражении своего недовольства против правящего режима использовали именно социальные сети. Так, Facebook предстал в качестве

безопасной виртуальной площадки для организации протестной деятельности, Twitter выполнял функцию связного, распространяя необходимую информацию между оппозиционерами, а YouTube использовался в качестве «зеркала мира», демонстрируя наглядные результаты деятельности протестующих. Нельзя сказать, что правительства вышеозначенных стран не пытались взять под контроль распространение протестных настроений через соцсети. Были предприняты попытки блокирования как отдельных сайтов, так и самого интернета полностью, однако зачастую оказывалось слишком поздно. К примеру, доступ к сайту Бешира Благуя, одного из самых активных тунисских блогеров-оппозиционеров, Freetunisia.org в Тунисе был закрыт уже через 12 часов после создания сайта, однако информация уже ушла в сеть [11]. В этом заключается большой плюс и одновременно минус интернет-коммуникаций, поскольку изъятие из сети объекта обсуждения не влияет на скорость распространения информации о нем уже ознакомленных с ним пользователей. Так, посетители Freetunisia.org после его блокировки, зная, что искать, вновь собрались в одноименном сообществе, но уже в социальной сети Facebook. Естественно, данная сеть также была подвергнута блокированию, однако это не помешало оппозиционерам использовать специально разработанные приложения для входа в нее, как это позже стали делать пользователи Twitter из Египта. Правительство Египта отнеслось к контролю социальных сетей гораздо более серьезно и отключило весь Интернет уже на четвертый день беспорядков. После чего корпорация Google специально для Египта разработала систему пользования сервисом Twitter через голосовую телефонную связь.

Исходя из вышесказанного, мы можем сделать вывод, что социальные сети оказывают значительное влияние на общественное сознание, не просто формируя его ценности и потребности, но порой задавая повестку дня. В таком случае использование данного ресурса в качестве одного и новейших методов политического манипулирования вполне обосновано и результативно. Касательно результативности, иллюстрируя возможности социальных сетей в процессе манипулирования общественным мнением, обратимся к конкретным примерам. Так, крайне показательна работа с социальными сетями предвыборного штаба Барака Обамы во время предвыборной гонки в США в 2008 и 2012 годах.

Наиболее популярными в США считаются сервисы MySpace и Facebook, соответственно, они оказывают наиболее значительное влияние на общественное мнение. Учитывая важнейшую роль коммуникации такого вида, предвыборный сайт Обамы (mybarackobama.com) создавался по образцу социальной сети. Уже к середине предвыборной кампании на данном сайте было создано более 400 тысяч блог-сообщений, зарегистрировано 35 тысяч групп волонтеров, а также организовано более 200 тысяч различных мероприятий [12].

Накануне президентских выборов были опубликованы статистические данные о поддержке кандидатов в президенты США среди пользователей социальных сетей. Результат оказался вполне предсказуем, поскольку Барак Обама в силу возраста и приверженности новейшим технологиям оказался далеко впереди от своего ближайшего соперника Джона Маккейна. Так, на

сайте Facebook на 9 октября 2008 года, Обама имел 2 037 315 «друзей», в то время как у Маккейна было всего 564 954 [13]. Похожая ситуация сложилась и на MySpace. К 31 октября 2008 года у Обамы насчитывалось 812 536 «друзей», а у Маккейна — 211 592 [14]. В обоих случаях количество последователей Барака Обамы превышало аналогичный показатель Джона Маккейна почти в 4 раза.

Во время своей второй предвыборной кампании на пост президента США Барак Обама использовал концепцию интернет-кампании «Обама везде». В процессе ее выполнения, Обама завел аккаунты во всех популярных социальных сетях, блогах и видеосервисах, таких как, например, YouTube, Twitter, Facebook, MySpace и пр.

Социальные сети стали еще влиятельней к 2012 году и, в ходе новой предвыборной гонки фактически оказались главным местом для обмена новостями и мнениями о кандидатах и их программах. Это явно демонстрируется количеством лайков и ретвитов на фотографию Обамы, обнимающего свою супругу и его сообщение «Еще четыре года» (более 800 тысяч твитов и более 4 миллионов лайков на Facebook).

Сыграла свою роль и социальная сеть для мобильных устройств Instagram. 6 ноября в день голосования в Instagram появилось более 680 тысяч фотографий с хэштегом «голосуй», а количество фотографий с тегом «выборы» или вариациями на тему этого слова сравнялось с 250 тысячами. Также было подсчитано, что в инстаграмных фото с тегом #obama было 1,27 миллиона, в то время как снимков с тегом #romney — всего лишь 260 700» [15].

Что же касается российского опыта использования социальных сетей в качестве одного из новейших методов политического манипулирования, то здесь вполне допустимо привести в пример работу предвыборного штаба Михаила Прохорова, одного из кандидатов на пост Президента РФ на выборах в 2012 году. Ранее известный как бизнесмен и миллиардер, Михаил Прохоров на политической арене страны выступил в качестве новой фигуры и, не имея на данный момент своей клиентелы, был вынужден сделать основную ставку в своей предвыборной кампании на возможности Интернета.

Так, для публикации и продвижения своей предвыборной программы, а также для выстраивания коммуникации с избирателями Михаил Прохоров использовал «Twitter» (более 230 000 его читателей-подписчиков), блог в «Живом Журнале» (более 23 тыс. подписчиков), аккаунт в социальной сети «Facebook» (более 102 тыс. подписчиков), страницу кандидата в социальной сети «ВКонтакте» (более 200 тыс. подписчиков) и аккаунт на «YouTube» (более 19 тыс. подписчиков) [16, с. 181–203]. При этом все страницы и аккаунты Прохорова на вышеозначенных сервисах регулярно обновлялись, дополняясь новыми сообщениями, а сам кандидат или его ответственные лица регулярно отвечали на все комментарии посетителей его страниц в социальных сетях.

Предвыборный сайт Прохорова также был интегрирован в социальные сети и оптимизирован под социальные сети, позволяя, таким образом, посетителям сайта быстро и просто поделиться понравившейся информацией через расположенные на сайте кнопки социальных сетей. Данный прием обеспечил быстрое распространение всех новостей с сайта кандидата в социальные сети,

а также спровоцировал дополнительный приток посетителей из тех же социальных сетей. Также на главной странице сайта Михаила Прохорова были даны ссылки на аккаунты кандидата в социальных сетях и блог в «Живом Журнале», что только подтверждает степень заинтересованности кандидата в поддержке интернет-сообщества.

Отдельно нужно обратить внимание на серию роликов под названием «Мне нравится», также ориентированных на пользователей социальных сетей, которые привыкли к использованию кнопок «Мне нравится, Like». Во всех роликах, по отношению к предвыборной программе и иным инициативам Михаила Прохорова, активно используется известный всем пользователям Интернета жест из социальной сети «Facebook» (поднятый вверх большой палец, означающий «Like»).

В целом, рассматривая работу, проделанную предвыборным штабом Михаила Прохорова в интернет-пространстве, можно сказать, что по уровню поддержки в социальных сетях и уровню информационного присутствия в интернете Прохоров уступал только Владимиру Путину [16]. Благодаря активному использованию социальных сетей, а также прочих интернет-ресурсов, таких как YouTube или «Живой журнал», Михаил Прохоров смог в достаточной мере продемонстрировать свои инициативы и предложения самой активной части населения — молодежи, формируя, таким образом, стартовую площадку для дальнейших действий.

Приведенные примеры в полной мере демонстрируют влияние социальных сетей на общественное мнение, т. к. благодаря использованию именно этого фактора в США к власти пришел первый чернокожий президент, а в РФ Михаил Прохоров, ранее не особо популярный на политической арене, сформировал достаточно активную группу поддержки.

Завершая, мы можем сделать вывод, что из всего спектра методов политического манипулирования социальные сети на сегодняшний день выступают в качестве одного из самых действенных способов влияния на общественное мнение как в РФ, так и во всем мире. Эволюция манипулятивных техник, начавшись с примитивного запугивания первобытных людей гневом богов, в наши дни переоформилась в искусство незаметного влияния на человеческое сообщество через сети социальной коммуникации, насколько полезные, настолько же и опасные, поскольку способны подвигнуть общество, как на мирное шествие, так и на государственный переворот. Исходя из всего этого, мы можем сказать, что манипуляция как неотъемлемый элемент жизни человеческого сообщества сегодня получила новые возможности и перспективы развития, поскольку на данный момент для воздействия на мнение отдельно человека или какой-либо социальной группы отсутствует необходимость в многочисленных митингах и собраниях, достаточно всего лишь войти в социальную сеть.

Литература

1. Князева И. В. Историческая эволюция форм манипуляции общественным сознанием // Научные ведомости Белгородского государственного университета. 2010. № 14.

2. Военные хитрости: 36 китайских стратагем [Электронный ресурс]. URL: http://www.nrpsy.ru/vliyanie_ulovki_36stratagem.html
3. Сунь-Цзы. Трактат о военном искусстве. М.: Попурри, 2013. 480 с.
4. Крестовые походы. Войны Средневековья за святую землю [Электронный ресурс]. URL: http://book.ereadinglib.org/bookreader.php/1021724/Esbridzh_Krestovye_pohody.html
5. Бодрийяр Ж. Общество потребления. М.: Республика, 2006. 272 с.
6. Философский словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.harc.ru/slovar/1490.html>
7. Социальные сети влияют на кратковременную память человека [Электронный ресурс]. URL: http://uanovyny.com.ua/others/21261sotsialnie_seti_vlijajut_na_kratkovremennuju_pamjat.html
8. Социальные сети. Скрытая угроза для пользователя социальной сети [Электронный ресурс]. URL: <http://pro-spo.ru/social/3232-soczialnye-seti-skrytaia-ugroza>
9. 15 самых популярных социальных сетей мира [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sarafannoeradio.org/novosti/2069-15-samyh-populyarnyh-socialnyh-setey-mira.html>
10. Арабская весна [Электронный ресурс]. URL: <http://polit.ru/article/2013/11/10/arabskaya-vesna>
11. FreeTunisia [Электронный ресурс]. URL: <http://freetunisia.org/FreeTunisia/>
12. Павлютенкова М. Интернет-диалог как новая форма политического участия граждан [Электронный ресурс]. URL: <http://viperson.ru>
13. Барак Обама расширяет свое присутствие в социальных сетях [Электронный ресурс]. URL: <http://www.epochtimes.ru/content/view/54348/2/>
14. Официальная страница Барака Обамы в Instagram [Электронный ресурс]. URL: <http://instagram.com/barackobama>
15. Anderson P. What is Web 2.0? Ideas, Technologies and Implications for education [Электронный ресурс] // JISC Technology and Standards Watch. URL: <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/techwatch/tsw0701b.pdf>
16. Лосевская Е. Интернет как средство предвыборной кампании 2012: Путин и Прохоров // Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media. 2012. № 7.

SOCIO-PHILOSOPHICAL ANALYSIS OF THE EVOLUTION OF METHODS TO MANIPULATE THE PUBLIC CONSCIOUSNESS IN RUSSIA AND ABROAD

Kseniya S. Bezborodova

Research Assistant, Department of World History and World Political Process,
Ogarev Mordovian State University
68 Bolshevistskaya St., Saransk 430005, Russia
E-mail: xen.bezborodova2011@gmail.com

This article presents an overview of the historical evolution of methods to manipulate public consciousness. For the purposes of discussion we have identified seven stages in development of manipulative practices, which are characteristic for human society in different time periods from the prehistoric times to the 21st century. The technologies of political manipulation in Russia and abroad are analyzed in the article. Manipulation through the Internet is manifested in the impact on public consciousness through the

popular social networks. We have given a brief definition of the phenomenon of social networks, as well as the statistics showing a steady increase of their users. There is a correlation between wide spread of social networks and the growing trend towards a massification.

Keywords: political manipulation, public consciousness, campaign, mass media, Internet-based technologies.

References

1. Knyazeva I. V. Istoricheskaya evolyutsiya form manipulyatsii obshchestvennym soznaniem [Historical Evolution of Forms of Public Opinion Manipulation]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta — Scientific Journal of Belgorod State University*. Belgorod. 2010. No.14. Pp. 220–225.
2. *Voennye khitrosti: 36 kitaiskikh stratagem* [Ruses of War: 36 Chinese Stratagems]. Available at: http://www.nrpsy.ru/vliyanie_ulovki_36stratagem.html
3. Sun Tzu. *The Art of War*. Nabla, 2010.
4. *Krestovye pokhody. Voiny Srednevekov'ya za svyatuyu zemlyu* [The Crusades. Medieval Wars for the Holy Land]. Available at: http://book.ereadinglib.org/bookreader.php/1021724/EsbridzhKrestovye_pohody.html
5. Baudrillard J. *The Consumer Society: Myths and Structures*. SAGE Publications Ltd, 1998. 224 p.
6. *Filosofskii slovar'* [Philosophical Dictionary]. Available at: <http://www.harc.ru/slovar/1490.html>
7. *Sotsial'nye seti vliyayut na kratkovremennuyu pamyat' cheloveka* [Social Networks Affect the Human Short-Term Memory]. Available at: http://uanovyny.com.ua/others/21261sotsialnye_seti_vlijajut_na_kratkovremennuju_pam-jat_.html
8. *Sotsial'nye seti. Skrytaya ugroza dlya pol'zovatelya sotsial'noi seti* [Social Networks. The Phantom Menace to the User of Social Network]. Available: <http://prospo.ru/social/3232-soczialnye-seti-skrytaya-ugroza>
9. *15 samykh populyarnykh sotsial'nykh setei mira* [15 Most Popular Social Networks in the World]. Available at: <http://www.sarafannoeradio.org/novosti/2069-15-samyh-populyarnyh-socialnyh-setey-mira.html>
10. *Arabskaya vesna* [Arab Spring]. Available at: <http://polit.ru/article/2013/11/10/arabskaya-vesna>
11. *FreeTunisia*. Available at: <http://freetunisia.org/FreeTunisia/>
12. Pavlyutenkova M. *Internet-dialog kak novaya forma politicheskogo uchastiya grazhdan* [Online Dialogue as a New Form of Citizens' Political Participation]. Available at: <http://viperson.ru>.
13. *Barak Obama rasshryaet svoe prisutstvie v sotsial'nykh setyakh* [Barack Obama Expands His Presence in Social Networks]. Available at: <http://www.epochtimes.ru/content/view/54348/2/>.
14. *Ofitsial'naya stranitsa Baraka Obamy v Instagram* [Official Web Page of Barack Obama in Instagram]. Available at: <http://instagram.com/barackobama>.
15. Anderson P. What is Web 2.0? Ideas, Technologies and Implications for Education. *JISC Technology and Standards Watch*. Available at: <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/techwatch/tsw0701b.pdf>.
16. Losevskaya E. Internet kak sredstvo predvybornoi kampanii 2012: Putin i Prokhorov [Internet as a Means of Pre-election Campaign in 2012: Putin and Prokhorov]. *Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media*. 2012. No. 7 Pp. 181–203.