УДК 329:004.77

СЕТЕВЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПАРТИИ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ В РОССИЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ

Балашов А.Н.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Орловский филиал, аспирант кафедры политологии, государственного и муниципального управления, Российская Федерация, г. Орел

E-mail: andrew3333@yandex.ru

В работе представлено исследование нового явления в мировой политике – сетевых политических партий, которые в настоящее время стали заметной политической силой. Рассматриваются характерные признаки сетевых политических партий. Исследуются возможные перспективы их развития в условиях все большего распространения интернет-технологий. Автор изучает примеры европейских сетевых партий, проводит сравнительный анализ интернет-активности некоторых российских и европейских партий. Анализируются возможности возникновения сетевых партий в России.

Ключевые слова: политические партии, Интернет, социальные медиа, сетевые политические партии, кибер-партии, виртуальные партии, политическая коммуникация.

В настоящее время политическая наука сталкивается с новой проблемой трансформации институтов политического участия, вызванной влиянием интернет-технологий. Этот процесс в значительной степени затрагивает политические партии как важнейший институт представительной демократии.

Структурно-функциональные изменения указанных акторов обусловлены идеологическими, институциональными, экономическими факторами. К некоторым наиболее важным тенденциям в изменении традиционных политических партий можно отнести следующие:

– уменьшилась роль идеологии в деятельности партий;

– партии перестали опираться на массовые низовые организации, потребность в разветвленной партийной структуре как проводнике идеологии сверху вниз отпала;

– членские взносы перестали быть финансовой основой деятельности партий;

– партии перестали заботиться об увеличении количества своих членов;

– многократно увеличилась роль информационных технологий в деятельности политических партий.

В науке наиболее известной типологией политических партий, отражающей их изменение, является выделение «кадровых» и «массовых» партий[1], «всеохватных» партий[2], а также «картельных» партий[3].

Следует отметить, что в современном зарубежном научном дискурсе исследователи выделяют новые типы политических партий. С нашей точки зрения, это обусловлено высоким политическим потенциалом последних. К таким партиям Ф. Хартлеб относит следующие: националистические правые популистские партии с антиисламистской направленностью; неординарные «клоунские» партии или движения (такие как Движение Паликота в Польше или Беппе Грилло в Италии); партии, основанные на сильном лидерстве и одновременно массово-ориентированные, лидеры которых являются активными интернет-блогерами (например, Беппе Грилло в Италии); партии, дистанцирующие себя от обычных политиков (например, партия «Обыкновенные люди и независимые личности» в Словакии); пиратские партии, которые активно используют интернет и защищают свободу обмена информацией в Сети; партии одной проблемы и некоторые другие.

При описании перечисленных партий в иностранной литературе используются такие названия, как «flash-партии» («партии-вспышки» – появляются с неожиданным успехом, но вскоре исчезают), «couch-партии» (в переводе с английского – партии, «умещающиеся на диване», т.е. имеющие небольшое количество членов) и «cyber-партии» (основывают свою деятельность преимущественно на сетевых технологиях коммуникации).

К партиям-вспышкам относят Движение Паликота в Польше (в 2011 году стала третьей партией в парламенте) партию «Обыкновенные люди и независимые личности» в Словакии (получила 16 мест в парламенте в 2012 году), партию LMP («Политика может быть другой») в Венгрии (с 2010 года имеет 16 мест в национальном парламенте), и партию пиратов в Германии (в 2011–2012 гг. ряд успешных выборов, в 2014 году получила место в Европейском парламенте). Партия-вспышка часто сосредоточена на одной проблеме и, когда эта проблема разрешается либо устраняется, партия становится электорально незначительной или перестает существовать совсем.

Примером «couch-партии» является «Партия свободы» в Нидерландах. Её создатель Герт Вилдерс является единственным членом этой партии. Несмотря на это, партия активно участвует в политической жизни, получая поддержку за счет нефиксированных членов. В 2010 году на парламентских выборах его партия получила 24 мандата из 150, заняв третье место.

Наше исследование посвящено такому явлению, как «сетевые политические партии». В зарубежных источниках также используются названия «кибер-партии» и «виртуальные партии». Приставка «кибер» («cyber») обозначает отношение к компьютерам, информационным технологиям, Интернету. Появление и деятельность данных партий неразрывно связаны с использованием современных информационных технологий.

Проблема кибер-партий является новой для политической науки. Она исследуется преимущественно зарубежными авторами (Х. Маргеттс[4], Ф. Хартлеб[5], К. Косиара-Педерсен[6], Э. Калнес[7] и другие). Среди российских ученых эту проблему исследуют Л.В. Сморгунов[8], Я.Ю. Шашкова[9], Д.И. Писарчук[10].

Маргеттс Х. первая предложила рассматривать кибер-партии как один из «идеальных типов» политических партий, который появился в политическом процессе в конце 1990-х гг.[11]. Появление таких партий связано с развитием средств массовой информации и информационно-коммуникационных технологий, в частности Интернета, и возникновением новых форм политического участия. Она дополняет имеющуюся типологию политических партий (см. таблицу 1), которую сформулировали Кац и Мэир.

Таблица 1 – Траектория развития политических партий и типы партий

Характеристики	Элитная партия	Массовая партия	«Всеохватная» партия	«Картельная» партия	Кибер-партия
Исторический период	**XIX век**	**1880 – 1960**	**1945 – по наст. время.**	**1970 – по наст. время.**	**Конец 1990-х – по наст. время.**
Возникновение	Внутри собрания элиты	Вне собрания	Существующие элитные или массовые партии	Увеличение государственного финансирования партий; падение членства; рост электронных СМИ в предвыборной агитации	Изменение характера политического участия; смешанные избирательные системы; веб-технологии и Интернет
Требование поддержки	Статус лидеров	Представительство социальных групп	Умение при управлении	Уменьшение партийной конкуренции между признанными партиями	Прямые связи с избирателями; интенсивная партийная конкуренция за разнообразные предпочтения избирателей
Характер членства	Небольшое и элитистское	Большое и активно вовлекаемое членство на основе идентичности	Членство, открытое для всех и поощряемое; акцент на правах, а не на обязанностях	Ни права, ни обязанности не являются важными (различия между членами и нечленами неясные)	Нет членства – свободное понимание сторонников, потенциально все избиратели
Партийные каналы коммуникации	Межперсональные структуры	Партия находит свои собственные каналы коммуникации	Партия соревнуется за доступ к непартийным каналам коммуникации	Партия получает привилегированный доступ к государственно-регулируемым каналам коммуникации	Веб-каналы коммуникации; интранет, экстранет
Положение партий между гражданским обществом и государством	Неясные границы между государством и гражданским обществом	Партия принадлежит гражданскому обществу	Партия как конкурирующие брокеры между гражданским обществом и государством	Партия становится частью государства	Партии как организации (не институты), действующие на границе между государством и обществом
Примеры	Либеральные партии 19-го века	Социалистические партии	Партии США	Немецкие, австрийские, скандинавские партии	Британские партии

Таким образом, согласно Х. Маргеттс, к характерным признакам кибер-партий можно отнести:

– факторы возникновения кибер-партий: изменение характера политического участия, смешанные избирательные системы, веб-технологии и Интернет;

– прямые связи с избирателями, интенсивная партийная конкуренция за разнообразные предпочтения избирателей;

– отсутствие формального членства, свободное понимание сторонников партии;

– использование интернет-каналов коммуникации (внутрипартийных и внешнепартийных);

– положение партий между гражданским обществом и государством характеризуется тем, что кибер-партии выступают как организации (не институты), действующие на границе между государством и обществом.

Как нам видится, определяющим признаком кибер-партий является использование интернет-технологий для установления отношений между партией и избирателями. Сетевая структура Интернета, его интерактивные механизмы позволяют партиям выстраивать коммуникацию, не используя традиционные средства массовой информации (газеты, радио и телевидение), что позволяет обращаться к аудитории «без помех» (например, интерпретации журналистов).

Прямая связь также определяет новую организационную структуру кибер-партий, которая упрощается и приобретает не иерархический, а сетевой характер и основывается на равноправных связях участников. В подобной организации устраняется внутренняя иерархия – в ней не различаются ни члены, ни сторонники, ни симпатизанты, а в качестве этих трех категорий (по аналогии с

couch-партиями) рассматриваются все потенциальные избиратели.

Карина Косиара-Педерсен рассматривает использование Интернета в деятельности партий в контексте трех основных возможностей: распространение информации, повышение политического участия и мобилизация ресурсов[12].

Если рассматривать соотношение затрат и результата, то в последнее время Интернет является самым эффективным и малозатратным средством продвижения политических идей. Партии могут более эффективно доносить свою позицию до общественности по тем или иным вопросам, исходя из повестки дня, распространять различные предвыборные материалы, включая видео– и аудиообращения. Поэтому Интернет-технологии являются эффективным каналом распространения информации и коммуникации.

По нашему мнению, отдельного внимания заслуживает возможность повышения политического участия. Сегодня социальные медиа (социальные сети, блоги, фото– и видеохостинги) являются основными веб-сервисами, используемыми главным образом для коммуникации интернет-аудитории, определяют появление новых форм политического участия в сети Интернет.

С точки зрения мобилизации ресурсов интернет-технологии могут использоваться для привлечения как человеческих, так и финансовых ресурсов. Одним из перспективных направлений использования интернет-технологий в деятельности политических партий является политический интернет-фандрайзинг – поиск и сбор посредством сети Интернет финансовых средств, предназначенных для организации и проведения избирательных кампаний[13].

Следует отметить, что однозначно охарактеризовать кибер-партии не представляется возможным в связи с малой разработанностью данной проблемы. Мэир П. отмечает, что в процессе появления новых типов партий старые также продолжают существовать. При этом выделенные типы партий являются «идеальными типами», поэтому отдельные партии могут не в полной мере соответствовать этим характеристикам. Данный тезис справедлив и для кибер-партий.

Принимая во внимание бесспорную значимость кибер-партий, которая будет только возрастать с увеличением уровня проникновения Интернета, важной научной проблемой является отнесение к типу кибер-партий реальных участников политического процесса – существующих партий как на Западе, так и в России. Различные партии по-разному используют Интернет в своей деятельности – с разной интенсивностью и применяя различные технологии. Поэтому можно говорить о нескольких моделях использования интернет-технологий в деятельности партий. Взяв за основу типы кибер-кампаний, сформулированные Кариной Косиара-Педерсен[14], выделим четыре таких модели.

Модель присутствия. Партии, относящиеся к этой модели, не используют интернет-технологии для распространения информации, повышения уровня участия и мобилизации ресурсов. Эта модель отличается простым присутствием в Сети. У таких партий отсутствует онлайн-стратегия, оффлайн материалы просто загружены на сайт, а целевыми группами являются члены и сторонники партии, а не электорат в целом. Сайт партии играет роль дополнительного справочника, содержащего информацию о партии.

Информационная модель. Партии используют интернет-технологии для распространения информации как для активистов и членов партии, так и для всех потенциальных избирателей. Стратегия онлайн присутствия заключается в как можно большем информационном воздействии на избирателей. Партии, выстраивающие свою деятельность согласно данной модели, используют интернет-технологии для распространения информации и мобилизации ресурсов, но не для повышения уровня участия.

Интерактивная модель (или модель участия) характеризуется применением интернет-технологий как для распространения информации так и для повышения уровня участия и мобилизации ресурсов. Онлайн стратегия партий схожа со второй моделью относительно распространения информации, но данная модель отражает использование преимуществ интернет-технологий для повышения уровня участия сторонников в деятельности партии. В этом плане следует подчеркнуть такие особенности Интернета, как интерактивность и возможность обратной связи.

Интегрированная модель. Применение интернет-технологий для распространения информации, повышения уровня участия и

мобилизации ресурсов интегрировано в общую стратегию. Содержание сайта партии согласовано с основной концепцией избирательной кампании, и дизайн он-лайн-кампании сочетается с образом партии.

На наш взгляд партии, относящиеся к третьей и четвертой моделям с тенденцией к сокращению или полному отсутствию членства, могут считаться кибер-партиями.

Следует отметить, что в настоящее время уровень проникновения Интернета не позволяет партиям ориентироваться только на интернет-пользователей (в частности, в России доля активной аудитории Интернета составляет 50,1%15), но активно использовать традиционные информационные технологии.

К зарубежным кибер-партиям можно отнести «Движение пяти звёзд» – итальянскую политическую партию, которую основал популярный блогер и сатирик Беппе Грилло (см. таблицу 2). Его блог в 2008 году входил в десятку самых влиятельных блогов во всей мировой паутине[16]. Каждая запись в его блоге получает несколько тысяч комментариев и откликов от читателей. Партия быстро стала популярной и добилась серьезных успехов: стала третьей на парламентских выборах 2013 года (25,5%) и второй на европейских выборах 2014 года (21%). По итогам парламентских выборов им удалось получить 109 мандатов из 630 в Палате депутатов и 54 кресла из 315 в сенате.

Интернет сыграл важную роль в политическом успехе «Движения пяти звезд». Но на результат повлияли и другие факторы. Так, эксперты утверждают, что голосование за Грилло было протестным. «Третье место Грилло свидетельствует о сильной усталости итальянцев от политических лидеров»[17].

Наиболее ярким примером кибер-партии является партия «пиратов». Пиратская партия – это новое явление в европейском политическом пространстве, особенно в Германии. «Пираты» позиционируют себя как партия, в которой возможен вклад каждого. Их главный принцип – «больше участия, больше демократии», который они проводят именно с помощью коммуникации с гражданами в социальных медиа.

Таблица 2 – Присутствие европейских и российских партий в социальных сетях «Facebook» и «ВКонтакте»

Европейские партии	Facebook («лайки», тыс.)	Российские партии	ВКонтакте (участники, тыс.)
Движение пяти звезд / Беппе Грилло it-it.facebook.com/movimentocinquestelle it-it.facebook.com/beppegrillo.it	412 / 1753,9	Единая Россия / Дмитрий Медведев vk.com/er_ru vk.com/dm	23 / 1912,7
Партия «За лучшую Венгрию» (Йоббик) www.facebook.com/ JobbikMagyarorszagertMozgalom	289,7	ЛДПР / Владимир Жириновский vk.com/liberal_democratic_party vk.com/zhirinovskyv	60,8 / 430,3
Пиратская партия Германии www.facebook.com/PiratenparteiDeutschland	91,2	Великое Отечество / Николай Стариков vk.com/pvorussia vk.com/nstarikov_club	33,4 / 167,5
Движение Паликоты («Твое Движение») www.facebook.com/TwojRuchpl	83,3	КПРФ / Геннадий Зюганов vk.com/kprf vk.com/gennadiy_zyuganov	31,6 / 112,2
Партия свободы / Герт Вилдерс nl-nl.facebook.com/partijvoordevrijheid www.facebook.com/pages/Geert-Wilders/46039201582	18,9 / 36,3	Сергей Миронов (Справедливая Россия) vk.com/mironov_sergey	59,4
Партия «Обычные люди и независимые личности» www.facebook.com/obycajni.ludia.a.nezavisle.osobnosti	5	Яблоко / Григорий Явлинский vk.com/yabloko_ru vk.com/yavlinsky.yabloko	6,8 / 8,3

Как отмечает А.А. Литвиненко, для «пиратов» характерны присутствие во всех популярных социальных сетях и на блог-платформах, совмещение онлайн и оффлайн-мероприятий, высокая степень смешения частной и публичной сфер благодаря умелому ведению страничек политиков в социальных сетях. Однако, в отличие от других немецких партий, политики от партии «пиратов» более активно ведут общение с электоратом[18]. Вместе с тем аккаунты «пиратов» в Facebook и Twitter отличаются высокой активностью граждан.

В 2011 году кандидаты Пиратской партии Германии получили 8,9% голосов и 15 мандатов на выборах в Палату депутатов Берлина. Среди молодёжи «пираты» набрали 20% голосов. В 2012 году на выборах в ландтаг федеральной земли Саар партия набрала 7,4% голосов (4 мандата). На выборах в местный парламент земли Шлезвиг-Гольштейн она набрала 8,2% (6 мест). В 2014 году на выборах в Европейский парламент партия получила 1 место в Блоке Зеленые – Европейский свободный альянс.

Существуют ли в России партии, которые могут быть отнесены к типу кибер-партий? Ответ на этот вопрос требует отдельного исследования. В данной работе лишь проведем сравнительный анализ интернет-активности некоторых российских и европейских партий.

В России среди официально зарегистрированных партий можно выделить 6 самых интернет-активных партий (согласно нашему исследованию Интернет-активности российских политических партий, проведенному в 2014 году). В таблице 2 представлены сравнительные данные в социальных сетях «Facebook» и российской «ВКонтакте». «Facebook» является самой популярной социальной Сетью в Мире. «ВКонтакте» – самая популярная социальная сеть в России (посещаемость на январь 2015 года составила 70 млн. человек в сутки[19]). Российские политические партии и отдельные партийные лидеры, часто присутствуя в нескольких социальных сетях, в первую очередь считают за правило иметь свою страницу в социальной сети «ВКонтакте». По данным на июнь 2014 года, из 77 зарегистрированных политических партий имели страницы в социальной сети «ВКонтакте» 63 партии[20].

В таблице 3 представлено сравнение по количеству читателей микроблога «Twitter». Количество подписчиков и «лайков» достаточно хорошо демонстрирует влиятельность страницы в социальной Сети той или иной партии.

Таблица 3 – Присутствие европейских и российских партий на сервисе микроблогов «Twitter»

Европейские партии	**Twitter (читатели, тыс.)**	**Российские партии**	**Twitter (читатели, тыс.)**
Движение пяти звезд / Беппе Грилло twitter.com/mov5stelle twitter.com/beppe_grillo	330 / 1682,8	Дмитрий Медведев (Единая Россия) twitter.com/ medvedevrussia	3226
Партия свободы (Герт Вилдерс) twitter.com/geertwilderspvv	386,5	Владимир Жириновский (ЛДПР) twitter.com/zhirinovskiy	1174,5
Движение Паликоты («Твое Движение») / Януш Паликот twitter.com/TwojRuch_ twitter.com/palikot_janusz	4,3 / 296.5	Геннадий Зюганов (КПРФ) twitter.com/g_zyuganov	220,1
Пиратская партия Германии twitter.com/piratenpartei	125,5	Сергей Миронов (Справедливая Россия) twitter.com/mironov_ru	188,9
Партия «За лучшую Венгрию» (Йоббик) twitter.com/jobbikmm	6,3	Григорий Явлинский (Яблоко) twitter.com/gr_yavlinsky	84,4
Партия «Обычные люди и независимые личности»	-	Николай Стариков (Великое Отечество) twitter.com/nstarikov	16,6

В общем соотношении количество читателей Twitter российских партийных лидеров значительно превосходит европейских. Но более научно обоснованным будет сравнение этих показателей по отношению к численности избирателей той или иной страны.

Для примера сравним Twitter Беппе Грилло (Движение пяти звезд) и Twitter Дмитрия Медведева (Единая Россия). Всего в Италии около 47,5 млн. избирателей[21]. Читатели Twitter Беппе Грилло составляют 3,54% от всех избирателей Италии. Общая численность избирателей Российской Федерации составляет 109,9 млн. человек[22]. Читатели Twitter Дмитрия Медведева составляют 2,94% от общей численности избирателей Российской Федерации.

Даже относительно общей численности избирателей показатели России довольно внушительные в сравнении с европейскими партиями, хотя и уступают им. Вместе с тем даже самые интернет-активные российские партии нельзя назвать кибер-партиями, так как они значительно отличаются от европейских (иная организационная структура, наличие устойчивого членства и др.). Для дальнейшего исследования данной проблемы большую научную и практическую ценность будет иметь анализ качества коммуникации представителей партий в социальных медиа. Под качеством следует понимать процент конструктивных сообщений, а также количество ответов на сообщения и содержание таких ответов.

В целом, исходя из возможностей Интернета для партий, уровня проникновения Интернета в России, можно ожидать улучшения коммуникации существующих российских партий с избирателями (главным образом парламентских партий, как непосредственно влияющих на принятие политических решений), а также создания новых партий по типу кибер-партий, естественно, с учетом российской специфики.

Таким образом, в данной работе мы предприняли попытку исследования такой новой для политической науки проблемы, как «сетевые политические партии». Интернет содержит в себе мощный потенциал выстраивания коммуникаций между партиями и избирателями, движения к сетевой структуре партий, увеличения уровня участия и мобилизации ресурсов. Реальные примеры европейских партий показывают, что данный тип партий вполне конкурентоспособен и значение его будет расти.

Вместе с тем Интернет является всего лишь технологией. Многое зависит от конкретных целей политических субъектов. И в зависимости от этих целей применение интернет-технологий может служить как наращиванию коммуникации и обратной связи, так и распространению манипулятивной информации.

---

[1] Дюверже М. Политические партии / Пер. с франц. – М.: Академический Проект, 2000. – 538 с.

[2] См.: Kirchheimer O. The Transformation of the Western European Party System. // Political Parties and Political Development / eds. J.La Palombara and M.Weiner. – Princeton, 1966.

[3] Katz R., Mair P. Changing Models of Party Organization and Party Democracy: The Emergence of the Cartel Party // Party Politics. – 1995. Vol. 1. – №1.

[4] Margetts H. The cyber party // School of Public Policy, Univ. College London; Paper to workshop 'The Causes and Consequences of organisational Innovation in European Political Parties', ECPR Joint Sessions of Workshops. grenoble. – 6–11 April. – 2001.

[5] Hartleb F. All Tomorrow's Parties: The Changing Face of European Party Politics. Brussels: Centre for European Studies. – 2012. – P. 77.

[6] Kosiara-Pedersen K. Parties in Cyberspace: The Character and Effect of Cyber-campaigning in 2005 in Denmark and New Zealand // CVAP Working Paper Series; Nr. 2, Vol. 2012. P. 21

[7] Kalnes O. Norwegian Parties and Web 2.0 // Lillehammer University College, Norway. 2008. – P. 23.

[8] Сморгунов Л.В. Сетевые политические партии // Полис. Политические исследования. – 2014. – №4.

[9] Шашкова Я.Ю. Сетевые модели в российском партогенезе // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. – 2012. – Т. 8. – № 3. – С. 119–135.

[10] Писарчук Д.И. Сетевой партийный бренд как феномен нового экстрасоциального общества // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. – 2014. – № 1. – С. 273–279.

[11] Margetts H. The cyber party // School of Public Policy, Univ. College London; Paper to workshop 'The Causes and Consequences of organisational Innovation in European Political Parties', ECPR Joint Sessions of Workshops. Grenoble, 6–11 April. 2001.

[12] Kosiara-Pedersen K. Parties in Cyberspace: The Character and Effect of Cyber-campaigning in 2005 in Denmark and New Zealand // CVAP Working Paper Series; Nr. 2, Vol. 2012. P. 8.

[13] Журавлева Л.В. Технология Интернет-фандрайзинга в российском политическом консультировании // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – 2011. – Т. 4. – № 6. – С. 40.

[14] Kosiara-Pedersen K. Parties in Cyberspace: The Character and Effect of Cyber-campaigning in 2005 in Denmark and New Zealand // CVAP Working Paper Series; Nr. 2, Vol. 2012. p.21

[15] Интернет в России: динамика проникновения. Лето 2014г.// ФОМ: Фонд Общественное Мнение, 2014. URL: http://fom.ru/SMI-i-internet/11740 (дата обращения: 25.12.2014)

[16] The world's 50 most powerful blogs (дата обращения: 09.03.2008) // The Guardian – URL: http://www.theguardian.com/technology/2008/mar/09/blogs (дата обращения: 21.01.2015)

[17] Комик Беппе Грилло стал главной сенсацией выборов в Италии (26.02.2013) // Известия/ Режим доступа: URL: http://izvestia.ru/news (дата обращения: 21.01.2015)

[18] Литвиненко А.А. Веб 2.0 во внешней коммуникации политических партий Германии // Теория и практика общественного развития. – 2012. – №2. – С. 263.

[19] Преодолели новый рубеж — 70 миллионов посетителей в сутки // Официальный Twitter ВКонтакте – URL: https://twitter.com/vkontakte/status/556048482411483136 (дата обращения: 27.01.2015)

[20] По данным исследования Интернет-активности российских политических партий, проведенного автором статьи (май-июнь 2014 года)

[21] Избирательная система Республики Италии // ЦИК России. URL: http://cikrf.ru/banners/vibor/italy_sys.html (дата обращения: 27.01.2015)

[22] Сведения об общей численности избирателей, участников референдума Российской Федерации по состоянию на 1 января 2012 года // ЦИК России. Режим доступа: URL: http://www.cikrf.ru/izbiratel/quantity/quantity_010112.html (дата обращения: 27.01.2015)

Balashov A.N. – Postgraduate student of the Department of Political Science, State and Municipal Government, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Russian Federation, Orel, e-mail: andrew3333@yandex.ru

NETWORK POLITICAL PARTIES: FEATURES AND PERSPECTIVES IN THE RUSSIAN POLITICAL PROCESS

This article investigates a new phenomenon in the world politics – the network political parties, which have become a visible political force nowadays. The author examines the features of the network political parties and investigates the perspectives of their development. This article studies the examples of European network parties. The author analyzes the Internet activity of some Russian and European parties and identifies the possibility of the network parties in Russia.

Keywords: political parties, Internet, social media, network political parties, cyber parties, virtual parties, political communication.

References

1. Djuverzhe M. Politicheskie partii [Political parties], Per. s franc., M.: Akademicheskij Proekt, 2000, 538 p. (In Russ.)

2. Smorgunov L.V. Setevye politicheskie partii [Net political parties], *Polis. Politicheskie issledovanija,* 2014, №4. (In Russ.)

3. Shashkova Ja.Ju. Setevye modeli v rossijskom partogeneze [Network models in the Russian party genesis], *Politicheskaja jekspertiza: POLITJeKS,* 2012, T. 8, № 3, p.p. 119–135. (In Russ.)

4. Pisarchuk D.I. Setevoj partijnyj brend kak fenomen novogo jekstrasocial'nogo obshhestva [Network Party brand as a new phenomenon of extra social society], *Vestnik Rossijskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta,* 2014, № 1, p.p. 273–279. (In Russ.)

5. Zhuravleva L.V. Tehnologija Internet-fandrajzinga v rossijskom politicheskom konsul'tirovanii [Technology of Internet fundraising in the Russian political consulting], *Problemnyj analiz i gosudarstvenno-upravlencheskoe proektirovanie,* 2011, T. 4, № 6, p. 40. (In Russ.)

6. Internet v Rossii: dinamika proniknovenija. Leto 2014g. [Internet in Russia: the dynamics of penetration. summer 2014], FOM: Fond Obshhestvennoe Mnenie, 2014. URL: http://fom.ru/SMI-i-internet/11740 (data obrashhenija: 25.12.2014) (In Russ.)

7. Litvinenko A.A. Veb 2.0 vo vneshnej kommunikacii politicheskih partij Germanii [Veb 2.0 in the external communication of political parties in Germany], *Teorija i praktika obshhestvennogo razvitija,* 2012, №2, p.263. (In Russ.)

8. Preodoleli novyj rubezh — 70 millionov posetitelej v sutki [We has overcome a new milestone – 70 million visitors per day], Oficial'nyj Twitter VKontakte URL: https://twitter.com/vkontakte/status/556048482411483136 (data obrashhenija: 27.01.2015)

9. Izbiratel'naja sistema Respubliki Italii [The electoral system of the Republic of Italy], CIK Rossii. URL: http://cikrf.ru/banners/vibor/italy_sys.html (data obrashhenija: 27.01.2015)

10. Kirchheimer O. The Transformation of the Western European Party System. // Political Parties and Political Development / eds. J.La Palombara and M.Weiner. – Princeton, 1966.

11. Katz R., Mair P. Changing Models of Party Organization and Party Democracy: The Emergence of the Cartel Party // Party Politics. – 1995, Vol. 1. №1.

12. Margetts H. The cyber party // School of Public Policy, Univ. College London; Paper to workshop 'The Causes and Consequences of organisational Innovation in European Political Parties', ECPR Joint Sessions of Workshops. Grenoble, 6–11 April. 2001.

13. Hartleb F. All Tomorrow's Parties: The Changing Face of European Party Politics. Brussels: Centre for European Studies. 2012. 77p.

14. Kosiara-Pedersen K. Parties in Cyberspace: The Character and Effect of Cyber-campaigning in 2005 in Denmark and New Zealand // CVAP Working Paper Series; Nr. 2, Vol. 2012. p.21

15. Kalnes . Norwegian Parties and Web 2.0 // Lillehammer University College, Norway. 2008. 23p.