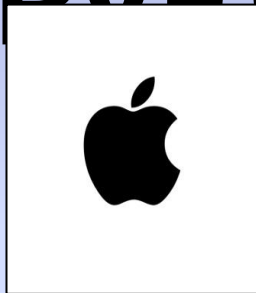


Воздействие компаний интернет- индустрии на мировую политику



Выполнила
Студентка группы МДО-ДБ-4-1
Крот Анастасия

- **Актуальность**

В 21 веке интернет-индустрия переживает бум. Организации, применяющие Интернет в бизнесе, а именно, для реализации своего товара или услуг, взаимодействия с потребителями и поставщиками, экономически растут быстрее, увеличивая производственный потенциал. 1

За последние годы многие государства, в том числе и современная Россия, в качестве приоритетной задачи выделили разработку и реализацию концепций и программ по переходу к информационному обществу. Эта деятельность принимает разнообразную форму, но преследует одну цель: войти в число лидеров мирового сообщества. При этом значимым социально-политическим фактором на фоне технического прогресса становится сеть Интернет.

Информационные технологии оказывают двоякое влияние на современный политический процесс. С одной стороны, наблюдается положительная динамика их воздействия на человека и общество, а с другой, проявляются отрицательные тенденции, отражающие как сложный характер взаимодействия человека с новыми компьютерными системами, так и попытки использовать их потенциал для пропаганды насилия, терроризма, чуждого человеку морали.

При этом интернет-компании лишь опосредованно выступают в роли субъектов мировой политики, т.к. для них приоритетными являются экономические, а не политические интересы.

1. Сергеева О. Ю. Современная интернет-индустрия и ее влияние на экономику [Текст] / О. Ю. Сергеева, А. С. Хисамова // Проблемы современной экономики: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Челябинск, февраль 2015 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2015. —

- **Гипотеза**

Крупные интернет-компании, такие, как Google, Facebook и другие, задают направления эволюции глобальной информационной сферы, таким образом определяя характеристики среды, оказывающей растущее влияние на ход мировых политических процессов.

- **Предметом работы выступают** компании, производящие контент, группа, которая по мере развития технологий Web2.0 2 становится все более значимой в мировой экономике и политике.



□ Зарождение интернета датируется 1969 г., когда впервые четыре компьютера были объединены в сеть в рамках научно-исследовательских работ министерства обороны США. Всемирная паутина как сеть связанных гиперссылками страниц, по которым можно перемещаться с помощью графического интерфейса, берет свое начало в 1989 г.; в 1998 г. была создана наиболее популярная в мире поисковая система Google.

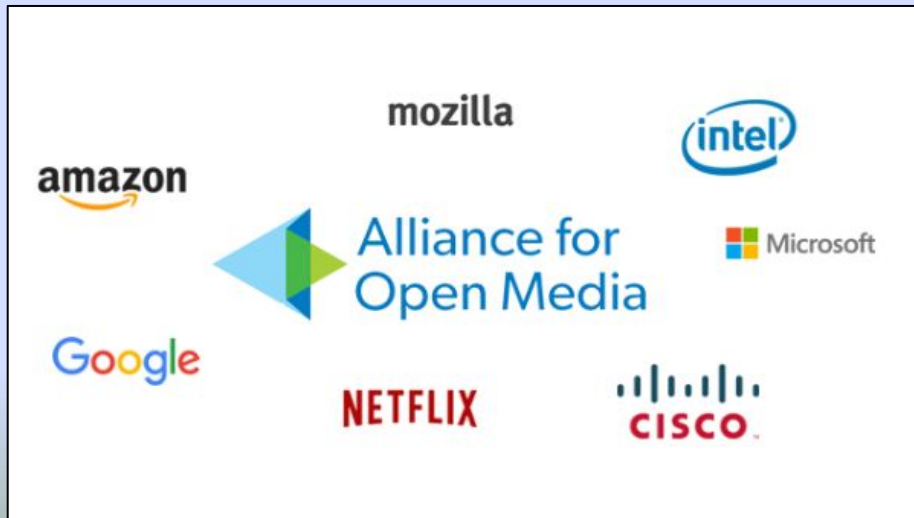
□ Под компаниями интернет-индустрии (также используется термин «интернет- компании») понимаются бизнес-структуры, предоставляющие услуги в среде онлайн и получающие от этого рода деятельности основной доход (более 50% дохода от деятельности, связанной с онлайн-средой).

Как правило, к числу интернет-компаний относят: производителей контента (например, Facebook, Google, Yahoo!), программного обеспечения (Microsoft); компании, занимающиеся доменными именами (VeriSign); поставщиков интернет-услуг (компания-провайдеры, с помощью которых пользователи получают доступ в интернет) и телекоммуникационные компании.

□ Мировая политическая роль интернет-компаний не изучена ни российской, ни зарубежной науками.

Компании интернет-индустрии: общая характеристика и отличительные особенности

- Наиболее крупными интернет-компаниями мира, по оценкам аналитиков Boston Consulting Group, являются Amazon, Apple, Facebook, Google, Baidu, Tencent (страна базирования первых четырех – США, последних двух – Китай).
- Alexa.com, отражает популярность интернет-компаний среди пользователей и, следовательно, потенциал их политического влияния. Американские интернет-компании наиболее прибыльны и популярны среди пользователей. Набирают влияние китайские компании, что обусловлено в первую очередь значительным населением страны и, как следствие, большим числом пользователей интернета.



- Интернет-компании, базирующиеся в США, имеют транснациональную структуру, что позволяет им завоевывать рынки и использовать ресурсы по всему миру. Российские интернет-компании в большинстве своем являются транснациональными по структуре собственности и охвату рынков, но ориентированы на рынки и пользователей стран СНГ.

Выделяют четыре этапа развития интернета с точки зрения использования его бизнес-структурами

<u>первый этап</u>	<u>второй этап</u>	<u>третий этап</u>	<u>четвертый этап</u>
Исследовательский: вплоть до 1980-х гг. интернет использовался главным образом университетами в научных целях;	Информационный или брошюрный: на этом этапе каждая компания стремилась вывести информацию о себе в интернет, создать корпоративный сайт;	На этом этапе на рынок выходят такие компании, как eBay и Amazon.com. (возможности не только читать о продуктах и услугах, но и покупать и продавать их). Он завершился кризисом когда котировки акций многих высокотехнологичных компаний упали на бирже NASDAQ (2002 г.);	Социальный, или Web 2.0; на этом этапе популярность приобрели такие компании, как Facebook, Twitter и Groupon. Эти компании позволяют пользователям интернета связываться друг с другом, подключаться к социальным сетям и обмениваться персональной информацией: текстами, фотографиями, видео.

Влияние на мировые политические процессы

- ✓ Подтверждением роста политической роли интернет-компаний является неоднозначная ситуация вокруг фильма «Невинность мусульман», который был размещен на популярном сервисе онлайн-видео Youtube, находящемся в собственности Google. Распространение данного фильма способствовало росту антиамериканизма среди мусульманского населения (несмотря на то что Google впоследствии закрыла к нему доступ в ряде стран), что противоречит интересам США в регионе. Таким образом, даже влиятельные государства не могут полностью контролировать поведение интернет-компаний.
- ✓ Спорные ситуации, связанные с трансграничной природой онлайн-бизнеса, возникают и в странах Запада. Юридическое преследование (связанное с продажей через сайт продукции с фашистской символикой) вынудило Yahoo! контролировать информацию, которую она предоставляла пользователям из Франции;
- ✓ Google прекратил доступ к речам, содержащим ненависть, для пользователей из Германии.



Взаимодействие интернет-компаний с государствами: конфликт или

сотрудничество?

ПРИМЕРЫ КОНФЛИКТОВ МЕЖДУ ГОСУДАРСТВОМ И ИНТЕРНЕТ-КОМПАНИЯМИ:

- Противоречия между компанией Google и правительством Китая. В начале 2010 г. Google объявил о том, что он выводит бизнес из Китая. Для этого было несколько причин, имевших политическую подоплеку:
 - – промышленный шпионаж, направленный на программные коды;
 - – необходимость осуществлять цензуру в поисковой системе Google.cn (с чем компания соглашалась уже в течение ряда лет);
 - – вторжение в почтовые аккаунты правозащитников.

Правительство США было вынуждено вмешаться в ситуацию, поддержав Google – как компанию, обеспечивающую права и свободы человека в информационной сфере. Вмешательство США повлекло за собой политические высказывания о необходимости подчинения законам Китая и обвинения в киберимпериализме США.

- Е. Евдокимов: государства обладают субъектностью в интернете, бизнес-структуры самостоятельны лишь в той мере, насколько это отвечает интересам ведущих государств.
- В. Кляйнвахтер. Он полагает, что в интернете формируется новая модель международной политики. В ней бизнес, так же как и организации гражданского общества, выступают в роли акторов наряду с государствами.



Примеры сотрудничества государств и интернет-компаний

- Цифровая дипломатия – использование современных информационно-коммуникационных технологий для реализации дипломатических и сопряженных внешнеполитических задач.

• Основной целью цифровой дипломатии является продвижение внешнеполитических интересов, информационная пропаганда через Интернет-телевидение, социальные сети и мобильные телефоны, направленные на массовое сознание общественности и политической элиты.

Сегодня можно выделить пять основных направлений, по которым развивается цифровая дипломатия:

- 1) Поиск союзников для популяризации.
- 2) Противодействия исламистскому терроризму.

Как пример можно поставить Госдепартамент США и его Digital Outreach Team. Ведут полноценные беседы и рассказывают о сути и целях политике США на Ближнем Востоке.

- 3) Взаимодействие на уровне всего общества, а не элиты.

Ярким примером осуществления такого взаимодействия является деятельность Британского Совета, который своей работой в Индии привлек аудиторию, которая по оценкам экспертов будет симпатизировать именно информации из Британского Совета и его образовательным услугам.

- 4) Использование новых коммуникационных возможностей.
- 5) Присутствие в социальных медиа.

Выводы и прогнозы

- В результате развития интернета наметилось формирование транснациональной политической сферы, усилились тенденции к сетевой организации общества.
- Деятельность компаний интернет-индустрии оказывает влияние на характеристики пространства, задающего направление властных отношений в современном обществе.
- Транснациональные интернет-компании лишь опосредованно являются акторами мировой политики, коммерческие интересы в их деятельности преобладают над политическими.
- Параллельно с ростом влияния Интернета на политику встают вопросы необходимости регулирования этой сферы, что сегодня активно обсуждается на самых высших уровнях власти. Внимание первых лиц государства к Интернету и повышенное внимание к сети, позволяет говорить о том, что в ближайшее время следует ждать определенных решений. При этом инициативы, направленные на контролирование интернет-сообщества, даже со ссылкой на кибербезопасность и т.п. могут быть восприняты в штыки, дав лишний повод иностранным правозащитникам и борцам за свободы для критики.
- В экспертном сообществе отмечают, что на текущий момент о серьезном влиянии Интернета и ТВ на политическую жизнь можно говорить применительно к крупным городам, регионы же находятся в процессе освоения этого ресурса. Эксперты прогнозируют заметный рост роли сети в масштабах страны в перспективе 3-5 лет. Сама тенденция роста, согласно экспертным оценкам, сохранится как минимум на 15 лет. Аналитики, анализируя зарубежный опыт, отмечают, что влияние Интернета увеличивается и будет увеличиваться вне зависимости от наличия или отсутствия ограничителей в виде цензуры и т.д. При этом экспертам представляется маловероятным сценарий существенного вытеснения Интернетом ТВ в ближайшей перспективе.

Список литературы

1. Keohane R.O., Nye J.S. Transnational Relations and World Politics. Cambridge, Ma: Harvard University Press, 1972;
2. Kleinwaghter W. Internet co-governance: towards a multilayer multiplayer mechanism of consultation, coordination and cooperation. // E-learning and digital media. 2006. Vol. 3 #3. Pp. 473 – 487;
3. Е.В. Артюхина «Интернет как средство политической коммуникации»/ . - Вестник Волгоградского государственного университета 2008. - Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии – С. 121-124;
4. Е. Евдокимов Политика Китая в глобальном информационном пространстве // Международные процессы. 2011. № 1(25). Январь–апрель;
5. Е.С.Зиновьева «Воздействие компаний интернет-индустрии на мировую политику» [Текст] / Е.С.Зиновьева // – Вестник МГИМО-университета 2013. - № 1 (28). – С. 43-47;
6. О. Ю. Сергеева Современная интернет-индустрия и ее влияние на экономику [Текст] / О. Ю. Сергеева, А. С. Хисамова // Проблемы современной экономики: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Челябинск, февраль 2015 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2015. — С. 74-77;
7. 30 российских интернет-компаний: рейтинг Forbes. // Forbes Russia. 27.02.2012. [Электронный ресурс]. - <http://www.forbes.ru/investitsii-slideshow/nedvizhimost/79474-30/slide/1>.