

---

## КРЕАТИВНОСТЬ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ КАК СПОСОБ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО УЧАСТИЯ ГРАЖДАН

Д.А. Войнов

Кафедра социальных коммуникаций и технологий  
НОУ ВПО «Институт коммуникативных технологий»  
*ул. Летчика Бабушкина, 1-3, Москва, Россия, 129344*

История политических отношений показывает непрерывное развитие форм политического участия. В современном обществе динамика модификаций, а порой и появление новых форм политического влияния граждан на политический процесс напрямую связана с использованием инфокоммуникационных технологий. Одним из способов усиления воздействия индивида на структуры власти и институты гражданского общества становится творчество и креативные технологии. Креативный подход к процессу создания, трансляции и восприятия политической информации позволяет повысить эффективность политических трансакций и внести новые смыслы в социально-политический дискурс в обществе.

**Ключевые слова:** политическое участие, политическая коммуникация, Интернет, креативность.

Феномен политического участия как предмет научного анализа имеет длительную историю. Мыслители Античности, Средневековья, Нового времени не могли обойти вниманием роль человека как субъекта и объекта общественных отношений, его место и значение в развитии социальной, экономической и политической систем. Их исследования приблизили современное понимание важности участия индивида в жизни социума как активной, созидательной и ответственной деятельности.

Тем не менее, современная наука при всем многообразии теоретических и методологических разработок еще не готова поставить точку во всестороннем осмыслении концепта политического участия.

Представители различных социологических и политологических школ придерживаются порой диаметрально противоположных взглядов на значение данного феномена для судеб не только государств и политических систем, но и цивилизации в целом. Многофакторность современного политического процесса, непрерывно рождая в практике политического участия все новые способы влияния граждан на систему принятия властных решений, опережает теоретические разработки в данной области.

Очевидно, что политика в своем повседневном выражении есть совокупность действий конкретных субъектов по поводу завоевания власти.

Конкуренция между участниками политического процесса непрерывно расширяет арсенал акций, с помощью которых субъекты политики используют властные полномочия или воздействуют на них для принятия необходимых им политических решений.

Субъектом политики можно считать каждого, кто принимает практическое участие во взаимодействии с институтами публичной власти, независимо от степе-

ни влияния на принимаемые политические решения. Поэтому принцип участия становится одним из определяющих при характеристике политической системы общества и, соответственно, само политическое участие приобретает важное звучание в политической теории и практике.

Недостаточная изученность данной проблемы имеет объективные причины.

Первая из них — это динамика развития самой социально-политической сферы, в рамках которой действует человек. Она связана с изменениями общественно-го сознания, политической культуры, трансформацией политических институтов, правовых норм и традиций. Новации здесь отражают подвижки в более фундаментальных сферах человеческого бытия и могут происходить в относительно длительные периоды: от нескольких лет до нескольких десятилетий.

Вторая причина — усиливающееся воздействие достижений научно-технического прогресса на жизнь всего общества и каждого индивида в отдельности, которое влияет на изменение отношения индивида к окружающей действительности в течение коротких промежутков времени, занимающих порой несколько месяцев. Техничко-технологические инновации воздействуют на повседневную жизнь людей, сильнее влияя на рациональную, операционную деятельность человека, связанную с функциями жизнеобеспечения.

Политика как социальная форма поведения людей изначально содержит в себе коммуникационное начало, так как предполагает взаимодействие по меньшей мере двух лиц, которые решают специфические проблемы власти, руководства, управления, создания и выполнения правил поведения [13. Ч. 1. С. 8].

Взаимодействие субъектов политики рождает систему политической коммуникации в обществе, имеющую ряд отличительных черт по сравнению с системой информационного обмена в целом. В этой связи академик В.Г. Афанасьев в свое время справедливо подчеркивал, что принятая в математике единица измерения — бит — весьма недостаточна для измерения и оценки социальной информации, особенно информации социально-политического, идеологического характера [1. С. 20].

Одна и та же информация имеет для различных политических акторов неодинаковую степень ценности, которая зависит от целей, интересов и потребностей пользующегося ею конкретного актора. Кроме того, в контексте политической коммуникации необходимо учитывать информацию, напрямую не затрагивающую своим содержанием сферу политического и становящуюся таковой лишь в процессе ее сочетания с другими сообщениями.

Как замечает М.Н. Грачев, существует различие между понятием «политическая информация», которое соотносится с содержанием сообщений о фактах, явлениях и событиях, происходящих в политической сфере общества, и понятием «политически значимая информация», которое охватывает всю совокупность сообщений, изменяющих состояние политических акторов в процессе их общественно-практической деятельности, направленной на завоевание, удержание или использование власти. Для того или иного актора в зависимости от конкретной ситуации далеко не всякая политическая информация становится семантически значимой, однако элементом политически значимой информации может стать содержание сообщения о событии из другой сферы общественной жизни, непосред-

ственно затрагивающее его частные интересы. Следовательно, информация о любой общественной проблеме может приобрести политическое значение, политический характер, если она связывается с вопросами власти или властных отношений [4. С. 40].

Средства политической коммуникации играют ключевую роль в системе властных отношений, а доступ к каналам коммуникации воспринимается как неперемный атрибут и мощный ресурс самой власти. Современные технические (оборудование, средства связи) и технологические (программное обеспечение) новации в системах коммуникации расширяют человеку доступ к ресурсам социально-политического управления — средствам автономного производства и распространения информации.

Как следствие, происходит усиление воздействия гражданских структур на характер и процесс принятия властью политических решений. С помощью Интернета граждане способны не только получать, распространять и создавать политическую информацию, но и организовывать общественно-политический дискурс. Таким образом, внедрение инфокоммуникационных технологий во все сферы жизни изменяет политическое поведение граждан, расширяя возможности политического действия и обогащая практику политического участия новыми формами.

Интернет — менее инерционная коммуникативная система по сравнению с классическими СМИ. В пространстве Всемирной Сети увеличивается скорость передачи не только политической информации, но и «обратной связи», исходящей от целевых аудиторий. Поэтому и результаты информационного воздействия на общественное мнение становятся заметными значительно быстрее, причем инициатор информационной интернет-кампании способен не только регистрировать активность просмотров и ответную реакцию, но и социально-демографический состав аудитории, географическое распределение откликнувшихся и ряд других параметров.

Современные технологии позволяют определить, в какой момент пользователь прервал просмотр присланного ему или найденного им самим клипа. Исходя из этих данных, коммуникатор может изменить сообщение, которое не дало желаемого результата, модифицировав его, или полностью заменить новым.

Характер любых действий индивида как в реальной жизни, так и в Интернете может быть описан тремя моделями поведения. Первая модель основывается на способности человека к рациональным поступкам и описывается категориями «выгоды», «расчета», «прибыли». Вторая модель зиждется на нормативно-ориентированном поведении, фундаментом которого являются традиция, общественные нормы, табу, подражание. Третья модель исходит из креативного характера человеческого действия [5. С. 13], базовую сущность которого составляют творчество, эксперимент, новация, эмансипация.

Безусловно, последняя модель может рассматриваться отдельно от других лишь условно, так как по своей сути включена в них в той или иной мере.

Креативность (от лат. «creare» — творить) — термин, который на русский язык переводится буквально как «сотворение из ничего». Для обозначения личности «творящего» в латинском языке существует несколько синонимических лексических единиц — это «creator», «effector», «princeps» и др. Достаточно широкий

диапазон значений порождают различия в смысловой трактовке термина «креативность».

Как отмечает М. Маклюэн, на Западе креативность обозначает технологический элемент творчества [7], тогда как в российской языковой культуре креативность воспринимается шире, поскольку это совсем новое и еще не понятое большинством явление.

По всей видимости, эти различия кроются в более сильном влиянии прагматизма и индивидуализма на творческий процесс в западных общественных системах, тогда как основания российской цивилизации сильнее тяготеют к абстрактно-художественным, коллективистским формам объективации пространства и времени.

Проблема креативности политического действия стоит в контексте более общей проблемы исследования структуры и содержания современного политического сознания, его морфологии, особенностей процессов мышления и понимания свойственных представителям различных социумов и этносов и требует более пристального внимания политологов.

Известно, что политическое участие гражданина обусловлено системой абстрактно-теоретических и обыденных знаний о политике, ментальных установок, личностных ориентаций, чувств и настроений, посредством которых происходит встраивание человека в структуру властных отношений.

Таким образом, креативность политического участия индивида можно расценивать как определенное творческое состояние политического сознания, обусловленное социальными и культурными аспектами человеческого бытия. Важную роль в этих процессах играют традиции как каналы ретрансляции опыта предыдущих поколений и собственных алгоритмов поведения, приобретенных в течение жизни. Другим основанием креативного поведения личности служит рациональное восприятие системы духовных и материальных ценностей, порождающее в свою очередь достижительную мотивацию на обладание и приумножение полезных и выгодных для себя параметров окружающей действительности. Третьей составляющей креативности являются харизматические свойства личности, лидерские качества индивида, его способности и желание интеллектуально влиять на сложившиеся в обществе систему властных отношений и процесс принятия политических решений.

Креативность личности становится отправной точкой в возникновении нового знания, а применительно к политике в создании нового контекста социально-политической информации. Креативность обуславливает переход сознания из дорефлексивного состояния в рефлексивное, а затем и в самосознание [9. С. 21].

Рефлексия позволяет критически взглянуть на окружающую человека действительность, разрушает или, наоборот, упрочивает сформировавшиеся в сознании индивида политические «символы веры», адаптируясь к политической действительности. «Человек политический» в креативном проявлении своих взглядов и ретрансляции их широкой аудитории объективно влияет на развитие системы массовых политических коммуникаций, внося новое качество в уже известное ранее сообщение, тем самым сокращая энтропию читателей вокруг конкретного политического события или относительно своих собственных политических убеждений.

Креативность в политической сфере можно воспринимать как базовый элемент специальных маркетинговых технологий и рекламы, которые применяются в процессе политической борьбы, например, создание политических слоганов для манифестаций, политической атрибутики (значки, рисунки на футболках и др.), написание листовок, перформансные акции, флеш-мобы. Вместе с тем к области креативного информационного воздействия на публику можно отнести и интеракции обычных интернет-пользователей.

Как в реальной жизни, так и в виртуальной сфере креативность политического участия граждан ограничивается техническими и технологическими возможностями производства, трансляции, ретрансляции и воспроизведения политической информации.

В первом случае определенные ограничения накладывают физические законы природы.

Например, сложно создать флажок для демонстрации флага или другого символа большой площади, поэтому его должны растягивать руками десятки единомышленников, что, однако, не всегда возможно в силу отсутствия необходимого количества сторонников, а всю значимость и величие данного шествия можно увидеть только с большой высоты, что невозможно для подавляющего большинства участников и зрителей. Поэтому эффект данного креативного решения — его воздействие на публику — либо отсрочивается во времени до начала телетрансляции или опубликования фотографии в СМИ, либо отсутствует вообще.

Кроме того, сильное влияние оказывают ограниченность материальных ресурсов и юридические нормы, регламентирующие саму процедуру политического действия. На данном фоне пространство Интернета способно актуализировать креативность политического действия граждан, стесненного в реальной жизни недостатком финансовых, организационных и властных ресурсов.

Тем не менее, и Интернет не свободен от ограничений. Как показывает практика, для эффективности информационной акции необходимо соблюдение ряда условий. В частности, каналы и программная поддержка трансляции и ретрансляции политической информации должны быть просты в эксплуатации и воспроизведении для минимизации издержек, связанных с возникновением информационных барьеров.

Необходимо понимать, что политическая коммуникация осуществляется в конкурентной среде, поэтому аудитория имеет возможность выбора того или иного коммуникационного канала, в зависимости от информационных потребностей, вкусов, идейных установок и предпочтений индивидов. В условиях конкуренции информационных потоков главным критерием эффективности политической коммуникации является способность сообщения побудить личность и социальные группы включиться в политическую жизнь общества, то есть участвовать в динамических процессах постоянного поиска и уточнения целей политического развития.

Креативная составляющая политической коммуникации позволяет преодолеть часть барьеров. М. Дауд, главный стратег предвыборной кампании Дж. Буша в 2004 г., отмечал, что правильное размещение информационного сообщения при-

обретает второстепенное значение, тогда как творческий подход к его созданию становится главным, «поскольку сообщение, лишённое креативности, не вызовет эмоций у зрителя, и, соответственно, не будет иметь вирусного эффекта» [8]. Креативное ядро всякого пакета сообщений, считает М. Маклюэн, обеспечивает максимально эффективное восприятие информации целевой аудиторией, не даёт пакету сообщений превратиться в «информационный шум» и остаться незамеченным [7]. Например, в США в ходе президентской кампании 2008 г. предвыборный штаб Б. Обамы рассылал сторонникам агитационные видеоролики с пакетом опций, позволяющих пользователям пересылать по электронной почте ссылку на данное видео или вставлять его на собственные веб-сайты.

Креативность политической информации может выстраиваться как минимум в двух направлениях. Первое подразумевает учёт желаний целевой аудитории, её ценности, взгляды на политику. В этом случае главным становится элемент «обратной связи», когда политические акторы, информируя общество, проводят диагностику политических процессов, вступая в политический диалог с властью [12. С. 7]. Второе направление игнорирует идеологический фон «конечных потребителей» политической информации, которая распространяется односторонне, не предполагая ответной реакции, — в данном случае субъекты политики просто информируют общественность или политическое сообщество и власть о своём мнении и требованиях по какому-либо значимому вопросу политической повестки дня.

Зачастую, используя такой способ коммуникации, субъект политики намеревается эпатировать публику экстравагантностью своих политических идей и методов решения, возникающих в политической сфере проблем. Нередко это объясняется желанием политического актора «отстроиться от толпы», выделиться и запомниться как можно более широкому кругу общественности.

В современном политологическом знании политическим участием признаются только практические целенаправленные действия и поступки людей, которые они специально и сознательно планируют и претворяют в политическом пространстве. Причём поступки, вызывающие политические последствия, но не являющиеся органическим следствием собственно осознаваемых действий, не могут быть отнесены к политическому участию.

Известно, что вовлечённость человека в политику имеет несколько степеней.

Первая — это обыденный интерес, который проявляется через участие гражданина в межличностной и массовой политической коммуникации, другими словами, в обсуждении политических проблем с друзьями, коллегами и просто мало знакомыми людьми.

Вторая степень, более сложная, — это восприятие индивидом своих политических возможностей и уверенности в том, что как политический субъект он способен воздействовать на принятие политических решений. Третья степень политической объективации личности характеризуется причастностью к партийной системе, добровольным участием в деятельности политических или общественных движений.

К политическому участию относятся действия по делегированию полномочий (электоральное поведение), активистская деятельность, направленная на поддержку кандидатов и партий в избирательных кампаниях, посещение митингов и участие в демонстрациях, участие в деятельности партий и групп интересов. Но в реальной жизни большинство граждан не имеют достаточного количества свободного времени, средств или иных возможностей для постоянного участия в политике. Политика для них — область жизни, куда они добровольно вступают лишь в тех случаях, когда не могут иными путями реализовать свои интересы; для них участие в политике — это форма критического социального поведения.

Развитие Интернета вносит изменения в практику и формы политического участия.

В виртуальном пространстве сети политические акции осуществляются с меньшими временными и материальными издержками и поэтому приобретают все большую популярность.

Феномен Всемирной Паутины определяется, прежде всего, новыми коммуникационными возможностями — доступностью источников информации, интерактивным взаимодействием и отличной от классических СМИ интенсивностью обмена информацией по всем спектру вопросов жизнедеятельности граждан. Тем самым возникает новый пласт политической жизни — виртуальная политическая активность интернет-пользователей, которая по своим качественным характеристикам отлична от арсенала политических технологий воздействия на власть в реальной жизни.

Для Интернета характерен рассеянный тип коммуникативного взаимодействия по типам: P2P («peer-to-peer» — «равный — равному»), или P4P — («peer-for-peer» — «равный для равного»), а также C4C («citizen-for-citizen» — «гражданин для гражданина»).

Имеющая хождение аббревиатура C2C («citizen-to-citizen» — «гражданин — гражданину») или G2C («government-to-citizen» — «государство — гражданину») не вполне адекватны для описания равноправного, основанного на диалоге, характере общения между пользователями Сети: английская частица «to» употребляется в словарных конструкциях, описывающих «управление», тогда как частица «for» имеет более «предлагательное» значение.

На современном этапе развития Всемирной Паутины гражданин имеет возможность стать членом виртуальной ячейки политической партии, оказать ей спонсорскую поддержку, проголосовать на интернет-референдуме, присоединиться к акции протеста (перформансные акции унижения политических личностей или символов, изображенных на фотографиях), проявить «самиздатовскую» активность, организовать сбор пожертвований, создать свою партию, рекрутировать соратников, критиковать оппонентов и др.

Исходя из этого политическое участие в Интернете можно типологизировать по различным основаниям — степени активности, форме участия и т.д. Так, например, М. Моррис и С. Оган подразделяют виртуальное политическое участие по коммуникативным возможностям, выделяя асинхронный тип (электронные письма, сводки, листы рассылки, форумы) и синхронный (ролевые игры, чаты, веб-сайты) [14. Р. 42].

Если типологизировать политическое участие в Интернете по принципам автономного и мобилизационного видов деятельности, то первый тип аккумулирует все самостоятельные действия, которые предпринимает индивид, обращаясь к политическим формам защиты своих интересов. В этом смысле политическое участие наиболее полно отвечает своей природе и сущности как инструменту разрешения индивидуальных проблем. Распространенность в Сети свидетельствует о более демократической структуре данного канала политической коммуникации.

Мобилизационный тип присутствует лишь на форумах, принадлежащих организациям с ярко выраженной политической идеологией (например, сайты КПРФ).

Безусловно, обе разновидности являются во многом «идеальными». Так, на партийных сайтах, отражающих ход избирательных кампаний, существуют элементы мобилизационного воздействия, где активно используется метод манипулирования сознанием с целью оказать влияние на политическую позицию индивида.

Креативность политического участия индивида может быть единичной, несистемной, или постоянной, целенаправленной деятельностью, примерами которых могут служить разовый комментарий в блоге либо на сайте или регулярное выражение своей позиции по политическим вопросам в новостных лентах, комментирование на политических сайтах принимаемых властью решений.

Креативность политической информации проявляется не только в вербальной, но и невербальной формах общения. Наиболее распространенный способ продемонстрировать свое «политическое Я» во Всемирной паутине — это публикация фотографий с политическим содержанием (отчеты о митингах, разгонах «маршей несогласных», собственных политических акциях), а также обработка с помощью компьютерных программ (Adobe Photoshop) как собственных, так и чужих, уже известных широкой аудитории фотографий.

Современное программное обеспечение позволяет придать измененным фотографиям естественный, натуралистичный вид, несмотря на всю абсурдность созданного автором изображения, что оказывает соответствующее влияние на аудиторию. Для этого используется множество художественных приемов. Среди них наиболее часто применяемые: карикатура на политического деятеля; бурлеск — унижение политического оппонента; травестия — вульгаризация политического события; гротеск — комедийное, подчас фантастическое преувеличение образов и смыслов реальных политических действий и ряд других.

Такого рода деятельность требует от интернет-пользователя (е-актора) определенных теоретических знаний, и для наибольшего эффекта должна включать семиотические, смысловые, символические и другие компоненты. Поэтому произведения такого рода неоднозначны и вызывают у зрителей не всегда предсказуемые ассоциации, поскольку используемые в фотоколлажах язык символики и обобщенные образы не «считываются» при просмотре, а иногда рождают в сознании иные смыслы, отличные от задуманных автором.

Для усиления креативной составляющей политически значимой информации е-акторы используют в невербальной коммуникации «пиктографическую» символику (международные условные обозначения), привлекают символы-жесты (кукиш, «средний палец», кулак), интернет-символику (смайлик) и др.

Эффективным способом проявить свою политическую креативность в Сети становится конструирование своего виртуального образа.

Придумывание интернет-образа — маски, «фальшивого лица» — часть поведенческой и информационной стратегии индивида как участника коммуникативного взаимодействия с другими е-актерами. Маска является виртуальным воплощением того образа, который личность может и хочет предъявить окружающему миру. В сфере интернет-коммуникаций использование «масок» — обычное явление. Эта технология позволяет человеку стать тем, кем в реальной жизни он никогда не был (например, мужчина превращается в женщину) или не может открыто являться в силу ряда объективных и субъективных обстоятельств (общественные и религиозные табу, политические традиции, ограничения в законодательстве и др.).

Креативность содержится в конкретных действиях актора, создающего себе виртуальную «маску»: придумывание «никнейма» (псевдонима) в сети, подбор фотографий (рисунков, символов) для «аватара», художественное оформление шаблонов для письменной корреспонденции, сайта или странички в блоге, использование «особого» языка (например, сленг, лексика маргинальных субкультурных групп) и т.д. Итак, создаваемый фантазийный образ е-актера становится не только его визитной карточкой в Интернете, но и позволяет оказывать на коммуникантов непосредственное (текст, фото) и опосредованное воздействие (стиль, логотип).

Таким образом, многообразие способов креативного политического участия в Интернете зависит от свойств характера индивида, особенностей политического процесса, институционализации политических структур, способных воспринимать индивидуальные запросы граждан к власти.

Тем не менее, креативный подход индивида к процессу создания, трансляции и восприятия политической информации позволяет, с одной стороны, повысить эффективность своих политических трансакций, с другой — внести новые смыслы в процесс конструирования социально-политического дискурса в обществе.

Проблема креативности политической информации требует более пристального исследования как политологами, так и представителями других наук — психологами, культурологами, социологами.

Анализ истинного воздействия Интернета на общественные и политические структуры сложен в силу незавершенности процессов институционализации данного канала коммуникации, несовершенства законодательной базы, регулирующей и придающей необходимый официальный статус интеракциям пользователей. Окончательное становление Интернета как канала политического воздействия возможно лишь с завершением процесса легитимации в политической жизни программ «электронного правительства».

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Афанасьев В.Г.* Социальная информация и управление обществом. — М., 1975.
- [2] *Быков И.А.* Президент Медведев, видео-блоггинг и публичная сфера в России // Измерение России: политические повестки и стратегии. Международная научная конференция. Тезисы докладов. Москва, 25—26 ноября 2010 г. — М.: Российская ассоциация политической науки, 2010.

- [3] *Войнов Д.А.* Диалоговая коммуникация как базис современных форм политического участия граждан // *Коммуникативные технологии в образовании: Материалы межвузовской научно-практической конференции (отв. Ред. Федосова Е.Г.).* — М.: ИКТ, 2010.
- [4] *Грачев М.Н.* К вопросу об определении понятий «политическая коммуникация» и «политическая информация» // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Политология».* — 2003. — № 4.
- [5] *Йоас Х.* Креативность действия. — СПб., 2005.
- [6] *Костина А.Н.* Интернет-сообщества: что обсуждается в Интернете? От думеров — до фурри. От игнора — до троллинга. — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011.
- [7] *Маклюэн М.* Теория креакратии. URL: <http://www.advesti.ru/publish/creativ/ntria>
- [8] *Мелилло В.* Новые медиаканалы способствуют повышению креативности предвыборных стратегий. URL: <http://www.adme.ru/brightcove/novye-mediakanaly-sposobstvuyut-povysheniyu-kreativnosti-predvybornyh-strategij-vianovo-15905>
- [9] *Пахомов С.А.* Культура малых сообществ современной России: проблема формирования идентичностей. Монография. — М.: Независимый институт гражданского общества, 2010.
- [10] *Поляков Е.М.* Албанский язык как коммуникативный политический ресурс // *Измерение России: политические повестки и стратегии. Международная научная конференция. Тезисы докладов.* Москва, 25—26 ноября 2010 г. — М.: Российская ассоциация политической науки, 2010.
- [11] *Орлова Т.С.* Креативность экономического состояния личности: Автореф. дисс. ... докт. филос. наук. — Тюмень, 2006.
- [12] *Соловьев А.И.* Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // *Полис.* — 2002. — № 3.
- [13] *Шаран П.* Сравнительная политология: В 2 ч. — М., 1992.
- [14] *Morris M., Ogan C.* The Internet as Mass Medium // *Journal of Communication.* 1996. — Vol. 46. — № 1.

## THE CREATIVITY OF THE INTERNET COMMUNICATION AS A CITIZEN POLITICAL PARTICIPATION

**D.A. Voynov**

The Department of Social Communications and Technologies  
Institute of Communicative Arts, Non-State Educational Establishment (NOU)  
*Lyotchika Babushkina str., 1/3, Moscow, Russia, 129344*

The observers of the political relationship development agree that the character and variety of political engagement has evolved overtime into a process continuing and escalating into the foreseeable future.

Communicative tools like information technologies and independent mass media produce an increasing effect on the political practices. These devices can have inevitable consequences for shaping not only modifications but even new trends as does the way in which citizens participate in politics. Capacity of creativity and creative tools, in a variety of forms, are acknowledged to be one of the key ways to expand and mark a new level of citizen influence on the authorities and civil society institutions. This perspective stands behind the increased focus on creativity in information crafting, information interpretation and information perception which, being political participation, enables to add value to political transactions and bring new ideas in the social and political discussions held in the community.

**Key words:** political participation, political communication, Internet, creativity.