

## Youth Organizations at the Irkutsk Region Political Arena

V. G. Sizykh

*Irkutsk Regional College of Pedagogic Education, Irkutsk*

**Abstract.** The article considers some aspects of youth political movement development in Irkutsk Region in 1985–1992.

**Keywords:** Komsomol, youth self-regulated organizations, Russian democratic movement.

*Сизых Виктория Григорьевна – преподаватель общественных дисциплин, Иркутский региональный колледж педагогического образования, 664074, г. Иркутск, ул. 5-я Железнодорожная, 53, тел.: 8(3952)412282, г. Иркутск, e-mail: victoriyas2012@gmail.com*

*Sizykh Viktoria Grigorievna – lecturer of Social Subjects, Irkutsk Regional College of Pedagogic Education, 53, 5<sup>th</sup> Zheleznodorozhnaya st., Irkutsk, г. Иркутск, tel.: 8(3952)412282, г. Иркутск, e-mail: victoriyas2012@gmail.com*

УДК 323

### Формы гражданской активности в сети Интернет<sup>†</sup>

А. В. Соколов

*Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, г. Ярославль*

**Аннотация.** Приводятся данные социологических исследований гражданской активности в современной России в сети Интернет. Автором выделяются наиболее распространенные и эффективные формы и технологии активности в Интернете. В исследовании особо анализируются формы и механизмы активности субъектов в Интернете.

**Ключевые слова:** Интернет, политическое участие, политические кампании в сети Интернет, интернет-технологии, каналы коммуникации.

Одной из особенностей современного российского общества является перенос политической активности в Интернет. Массовые и доступные коммуникации между людьми, сообществами, партиями и остальными элементами общества являются чрезвычайно важными для процессов формирования различных коалиций и блоков между объединениями [2]. Благодаря сети Интернет политические процессы и управление приобрели новое содержание, которое обусловило появление новых субъектов гражданского общества – сетевых сообществ [1].

---

<sup>†</sup>Статья подготовлена в рамках исследования, финансируемого за счет гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых МК-2972.2013.6

Необходимость привлечения значительного количества заинтересованных акторов к решению общественно-значимых проблем обуславливает важнейшую роль Интернета в обеспечении коммуникации между ними в современных условиях. Широкое применение сервисов и инструментов Интернета в социальном общении, увеличение их доли в рамках коммуникации говорит о том, что роль онлайн-коммуникации в системе общественных связей будет увеличиваться и тенденции к объединению в сети будут усиливаться.

В этой статье использованы данные проведенных автором в октябре-ноябре 2012 г. опросов экспертов 4 субъектов Российской Федерации (Ярославская, Вологодская, Ульяновская и Новосибирская области), на выборке в каждом по 30 человек (депутаты региональных и муниципальных представительных органов, журналисты, руководители региональных отделений политических партий и общественных объединений, журналисты и т. д.). Это позволило получить данные о гражданской активности в Интернете, тенденциях развития участия политической элиты субъектов Федерации в Интернете. Опрос проводился по полуформализованной анкете. Это позволило получить как количественные, так и качественные оценки участия граждан в Интернете.

С целью интерпретации полученных количественных данных в ноябре 2012 – январе 2013 г. был проведен массовый интернет-опрос пользователей, активно участвующих в политических кампаниях в Интернете, и иных политически активных пользователей Интернета общей выборкой 400 респондентов. В статье представлены результаты обработки данных, собранных в 15 регионах России (Владимирская область; Волгоградская область; Вологодская область; Краснодарский край; Новосибирская область; Пермский край; Приморский край; Псковская область; Республика Башкирия; Республика Дагестан; Республика Татарстан; Ростовская область; Ульяновская область; Хабаровский край; Ярославская область). Это позволило сделать большой географический охват, позволяющий получить репрезентативные данные по всей России.

В результате удалось получить как количественные данные по распространению Интернета в политической сфере, так и их интерпретацию.

В ходе исследования было выявлено, что активные люди в Интернете выражают свою позицию посредством обсуждений политических процессов, участия в диалогах, распространения своих взглядов и убеждений, поддержки политических субъектов, создания новостей, распространения информации. Важной формой активности является поиск единомышленников, поддержка их инициатив не только в сети, но и с офлайн-выходом, участвуя в протестном движении.

Более активный способ выражения своей гражданской позиции – это собственная инициатива, «координация совместных усилий», администрирование группы в социальной сети, проведение политической кампании как онлайн, так и офлайн.

Ряд участников исследования указывали на важность выстраивания простого и откровенного диалога с властью и людьми. Следует отметить одну из новых форм отстаивания своей позиции в Интернете, которая становится все популярнее среди молодых людей – это гражданская журналистика и аналитика.

Также многие опрошенные указали, что их ролью в Интернете является пробуждение в населении желания действовать, его вовлечение в политический диалог, «донесение до сознания людей правды».

В целом участники опроса указали на свою функцию как посредника при передаче информации, донесения ее до широких масс. Сложно сказать, чувствуют ли они при этом свою ответственность, но, как нам кажется, понимают необходимость такой деятельности.

Таким образом, можно выделить активный и пассивный способ участия в общественно-политических кампаниях в Интернете. Среди участников можно выделить организаторов, активных участников движения и потребителей информации.

Также стоит сказать о качестве такой деятельности. В большинстве случаев это критика власти, ситуации. Реже мы можем говорить о конкретных предложениях к решению проблем.

Наиболее активно используются те инструменты участия, которые не требуют больших затрат у пользователей прежде всего временных. Такие инструменты, как размещение заявлений и обращений в социальных сетях, обсуждение и комментирование на форумах и сайтах просты в использовании и поэтому привлекают внимание аудитории. Более сложные в организации меро-

приятия, например онлайн и офлайн флешмобы, сборы подписей, задействуются теми, кто имеет возможности, а главное, необходимость их использования. Среди таких пользователей наиболее активные участники общественно-политической жизни, специалисты в интернет-продвижении кампаний, а также координаторы и другие руководители социально-политических проектов.

Самые используемые инструменты предоставляются социальными сетями. Это и большой охват аудитории делают соцсети наиболее популярным каналом коммуникации между субъектами общественно-политической активности. Кроме того, сегодня они сочетают в себе также функции СМИ, донося информацию зачастую быстрее, чем новостные сайты, телевидение и радио.

Стоит отметить, что специфические и в какой-то степени инновационные инструменты, такие как онлайн-конференции и интернет-реклама, очень мало востребованы среди широкой аудитории сети. т. е. для выражения своей активности они выбирают более привычные для себя способы, которые и стали самыми популярными по итогам опроса.

Размещение заявлений, обсуждений в социальных сетях, блогах, чатах – самый популярный способ активности в сети, так как является наиболее удобным, эффективным и отчасти может заменить такие малоиспользуемые формы активности, как интернет-реклама, онлайн конференции и заседания. Размещение итогов конференции на форумах и сайтах получит большую отдачу, так как изложенная коротко проблематика будет прочитана и воспринята. Участие в онлайн конференциях и заседаниях требует времени. Интернет-реклама требует финансовых затрат.

Благодаря обсуждениям, особенно в соцсетях, возможна организация офлайн-мероприятий и флешмобов, формирование общественного мнения, распространение информации и т. д.

Социальные сети – наиболее популярный канал коммуникации для политической активности в Интернете. На втором месте в экспертном рейтинге – блоги, на третьем – электронные СМИ.

Эксперты выделили основные интернет-инструменты, наиболее часто используемые в рамках гражданской активности:

- средства координации, организации;
- средства распространения информации, формирование мнения, средства влияния;
- средства обмена информацией.

В целом перечень используемых интернет-инструментов включает в себя:

- три крупнейшие социальные сети VK, Facebook, Twitter.
- Вспомогательно – видеохостинг Youtube;
- электронные средства массовой информации;
- форумы;
- рассылка фотовидеофайлов в соцсетях, вброс слухов, участие в обсуждениях на другие темы;
- посты в блогах, микроблоги;
- внутриорганизационные аудио- и видеочаты, почтовые рассылки, торрент-раздачи;
- онлайн-конференции, онлайн-съезды;
- опросы;
- организация офлайновых политических мероприятий с помощью социальных сетей;
- PR-атаки на органы власти и ее представителей.

Одна из главных причин возросшей роли Интернета заключается в том, что, благодаря огромной аудитории, включающей в себя множество активных людей, он становится мощным мобилизирующим ресурсом. С помощью Интернета субъекты общественно-политического процесса могут как обрести серьезную общественную поддержку, так и потерять доверие людей.

Данные исследования свидетельствуют о высоком потенциале развития гражданской активности в сети Интернет, становлении новых форм и способов привлечения сторонников, новых способов коммуникации и общественного контроля.

Наибольшая активность в Интернете наблюдается в социальных сетях, которые предоставляют значительные возможности коммуникации, передачи информации, поиска ресурсов.

Постепенно накапливавшийся опыт организации гражданской активности в рамках локальных и региональных кампаний позволил сделать качественный скачок в развитии активности в 2011 г. в ходе массовых акций протеста, связанных с подозрением в фальсификации результатов выборов депутатов Государственной Думы Российской Федерации шестого созыва. Все основные акции протеста организовывались через социальные сети и другие каналы коммуникации в Интернете. Они позволяли привлекать к участию в протестных мероприятиях, по разным оценкам, до 150 тыс. человек.

### Список литературы

1. Белянцев А. Е. Интернет-пространство как фактор модернизации институтов гражданского общества / А. Е. Белянцев, А. В. Лымар // Вестн. Нижегород. Ун-та им. Н. И. Лобачевского. – 2012. – № 6 (1).
2. Бондаренко С. В. Социальные технологии «электронной демократии» (попытка верификации конструкта) // Политическая коммуникация в постсоветской России: проблемы формирования и парадигмы развития: материалы секции «Политическая коммуникация» Третьего Всерос. конгресса политологов. 28–29 апр. 2003 г. – М., 2003.

### Forms of Cyber-Activism

A. V. Sokolov

*P. G. Demidov Yaroslavl State Technical University, Yaroslavl*

**Abstract.** Opinion survey findings about cyber-activism in Russia are presented. The author points out the most common and practical forms and ways of activity in the Internet.

**Keywords:** Internet, political participation, political internet campaigns, internet-based technology, communication channel.

*Соколов Александр Владимирович – кандидат политических наук, доцент, кафедра социально-политических теорий, Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, 150000, г. Ярославль, ул. Кирова, д. 8/10, тел.: 8(4852)303210, e-mail: alex8119@mail.ru*

*Sokolov Aleksandr Vladimirovich – Candidate of Sciences (Political Science), Associate Professor, Department of Socio-Political Theories, P. G. Demidov Yaroslavl State Technical University, 8/10, Kirova st., Yaroslavl, 150000 tel.: 8(4852)303210, e-mail: alex8119@mail.ru*

УДК 321.13

### Региональный политический маркетинг: технологический аспект

Ю. П. Тома

*Донской государственный технический университет, г. Ростов-на-Дону*

**Аннотация.** Рассматривается процессуальный характер политического маркетинга на региональном уровне через семиотическую составляющую партийных коммуникаций. Коммуникативное поле политических партий рассматривается как постоянный процесс кодирования смыслов через месседжи, идеи, оказывающие влияние на политическое пространство региона.

**Ключевые слова:** партийная семиотика, политический маркетинг, коммуникативное поле политических партий, политическое региональное пространство.