

Политическое участие молодежи в цифровой среде

УДК 316.334.3

DOI 10.26425/2658-347X-2022-5-1-25-35

Получено 17.01.2022

Доработано после рецензирования 22.02.2022

Принято 04.03.2022

Гришаева Светлана Алексеевна

Канд. психол. наук, доц., ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-8381-0513

E-mail: grishaeva@bk.ru

Шамаев Павел Аркадьевич

Магистр, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-4527-4449

E-mail: shamaevp99@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Значительную часть времени современная молодежь проводит в Интернете, общаясь с друзьями, получая образовательные услуги, совершая покупки. Такая важная часть общественной жизни, как политическая деятельность не является исключением. Статья посвящена изучению возможностей и барьеров политического участия молодежи в условиях цифровизации, описанию различных форм этого участия в цифровой среде, а также выявлению уровня заинтересованности молодежи в различных способах политического участия в сети «Интернет». В работе проведен контент-анализ разных вариантов политического участия: онлайн-флешмобов, интернет-голосования, платформ для

сбора подписей, личных блогов, сообществ политической направленности, публикаций популярных блогеров. Данные контент-анализа были дополнены результатами анкетного опроса молодых людей – активных пользователей Интернета. Способы политического участия сравнивались между собой с точки зрения их востребованности представителями молодежи, в том числе в контексте безопасности использования. Проведенное исследование дает возможность четко обозначить проблему и значительно ускорить процесс ее решения, а также позволяет значительно упростить процесс входа молодежи в политическую систему посредством информационно-коммуникационных технологий.

Ключевые слова

Политическое участие, политическая сфера, молодежь, Интернет, цифровизация, цифровая среда, цифровые технологии, цифровые барьеры

Для цитирования

Гришаева С.А., Шамаев П.А. Политическое участие молодежи в цифровой среде // Цифровая социология. 2022. Т. 5, № 1. С. 25–35.



Young people's political participation in the digital environment

Received 17.01.2022

Revised 22.02.2022

Accepted 04.03.2022

Svetlana A. Grishaeva

Candidate of Psychological Sciences, Assoc. Prof., State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-8381-0513

E-mail: grishaeva@bk.ru

Pavel A. Shamaev

Master Degree, State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-4527-4449

E-mail: shamaevp99@mail.ru

ABSTRACT

Much of the time today's young people spend on the Internet, communicating with friends, receiving educational services, making online purchases. Such an important part of public life as political activity is no exception. The article is devoted to studying the opportunities and barriers of young people's political participation in a digitalisation, to describing the different forms of this participation in the digital environment, and identifying the young people's interest level in different forms of political participation online. The research paper carries out a content analysis of different ways of political participation: online flash mobs, Internet voting, platforms for collecting signatures, personal blogs, politically oriented

communities, publications by popular bloggers. The content analysis data were supplemented by the questionnaire survey results of young people – active Internet users. The political participation modes were compared with each other in terms of their relevance to young people, including in the context of the using safety one mode or another. The research results provides an opportunity to designate the problem and significantly speed up the process of solving it, and will make it possible to considerably simplify the young people's entry process into the political system through digital technologies.

Keywords

Political participation, political sphere, youth, Internet, digitalisation, digital environment, digital technologies, digital barriers

For citation

Grishaeva S.A., Shamaev P.A. (2022) Young people's political participation in the digital environment, *Digital sociology*, vol. 5, no. 1, pp. 25-35. DOI: 10.26425/2658-347X-2022-5-1-25-35



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Жизнь современного человека трудно представить без цифровых продуктов и сервисов (по данным Mediascope¹, 38,7 млн россиян в возрасте от 12 до 34 лет являются активными пользователями сети «Интернет» (далее – Интернет)), которые, с одной стороны, расширяют наши возможности реализации своих интересов и потребностей, с другой стороны, создают дополнительные ограничения и барьеры. Не является исключением и политическая сфера жизни общества. Цифровые технологии позволяют молодым людям разобраться в политических реалиях, по возможности, найти в них свое место, устранить информационный вакуум, так как посредством развивающихся технологий люди находятся в постоянном контакте с огромным объемом данных, который дает хотя бы базовые знания об интересующем объекте, что, в свою очередь, может привести от изучения к участию в самом процессе, в данном случае – политическом. Мы уже можем наблюдать, какие возможности были предоставлены молодому поколению в этом направлении: открыто огромное количество площадок для обсуждения в социальных сетях и на тематических форумах, появились площадки с различными петициями политической направленности и другие сервисы, благодаря которым молодежь может принять участие в политических процессах и событиях или доступным и удобным способом повлиять на них посредством своего голоса. При этом существуют и некоторые барьеры, ограничивающие политическое участие молодежи: слабо разработанная правовая база, условная анонимность в сети, возможность разнообразных спекуляций и т.д. Важным барьером является также не всегда высокая степень доверия к условиям и результатам деятельности в цифровой среде, которое зависит от множества факторов, одним из которых является свобода выбора в соответствии с желаниями и потребностями пользователей: «получая нашу информацию из Интернета и устанавливая совершенные фильтры с тем, чтобы исключить из поля зрения темы, которые нас не интересуют, мы сталкиваемся с риском распада сообществ по узким интересам. Так как важно знать не только то, что ты хочешь знать, но и то, что ты можешь (прежде всего) не хотеть знать, новостные службы, подбирающие новости в соответствии с предпочтениями потребителя, могут оказать разрушительное влияние на выживание демократических сообществ» [Геринг

[ред.], 2006, с. 48] «...фильтры пытаются исключить то, чего ты не желаешь видеть, ... поисковые машины пытаются включить только то, что ты желаешь видеть» [Геринг [ред.], 2006, с. 50]. На наш взгляд, несмотря на все преимущества цифровой системы, молодежь не может в полной мере участвовать в политических процессах в сети, что в большей степени обусловлено недоверием молодых людей к цифровой политике из-за непрозрачности системы.

ТЕОРИЯ И МЕТОДЫ / THEORY AND METHODS

Цифровая среда, как и любая полноценная система, имеет свою структуру:

- сетевые программные протоколы. К ним относится Интернет, все программы и серверы, которые помогают ее поддерживать и обеспечивать передачу информации;
- программы и платформы, осуществляющие хранение, переработку и предоставление информации – от баз данных до привычных всем операционных систем по типу Windows, Linux и т.п.;
- программы-интерфейсы, обеспечивающие восприятие информации пользователями сети.

Цифровая среда представляет собой удобное пространство для ведения какой-либо деятельности, но есть и проблемы, сопутствующие попыткам регулирования цифрового пространства.

1. Это анонимность в сети, которая предполагает возможное несовпадение указанного субъектом идентифицирующего признака (имени пользователя/ника) и имени его настоящей личности. Имя пользователя представляет собой псевдоним, который зачастую не имеет ничего общего с его реальными данными и, равно как и изображения и профили в социальных сетях, не обязательно несет в себе действительную информацию о человеке. Несмотря на то, что в случае с крупными выборами проблему решили с помощью регистрации с использованием паспортных данных, некоторые процессы, например, сбор подписей в онлайн-формате, не регулируются подобным образом.

2. Одним из наиболее губительных последствий анонимности в сети является практика появления искусственно создаваемых акторов цифровой среды (ботов) [Коньков, 2019]. Боты – «автоматизированные программные комплексы, которые автоматически создают контент в социальных сетях и взаимодействуют с другими пользователями, продвигая данный контент, в том числе имитируя поведение реальных пользователей» [Василькова, Легостаева, 2021, с. 100]. В зависимости от заложенного в них алгоритма боты

¹ Mediascope WEB-Index (2021). Режим доступа: <https://webindex.mediascope.net/general-audience/> (дата обращения: 10.01.2022).

выполняют определенные действия, которые могут иметь политическое значение. Другими словами, при определенных условиях такие псевдоличности смогут отдавать свои голоса на выборах. Подобные явления усложняют общественные отношения в цифровой среде, где искусственный интеллект в определенных случаях может иметь те же права, что и реальный субъект.

3. Основной угрозой безопасности в сети являются хакеры – продвинутые пользователи цифровой системы, пользующиеся различными уязвимостями систем компьютерной безопасности. Их опасность заключается в том, что регистрация (с вводом личных данных, хранящихся у владельцев сервиса) во многих онлайн-сервисах, предоставляющих какую-либо услугу, в том числе возможность голосования, обязательна. Хакеры с помощью вредоносных вирусных программ способны украсть всю необходимую им информацию. Несмотря на масштаб угрозы, еще не было придумано универсальной системы безопасности, которая бы защитила от компьютерных вирусов (одним из доказательств опасности этого явления служат утечки данных клиентов крупных российских банков в 2020 г.², когда была украдена личная информация как минимум 55 тыс. человек). Учитывая то, что крупные банки пользуются продвинутыми методами защиты, а подобные случаи происходят регулярно (не только с банками), многие пользователи сети теперь с подозрением смотрят на те онлайн-активности, где требуется регистрация.

Цифровизация политики предоставила возможность участия в разнообразных политических процессах огромному числу людей. Благодаря простоте разнообразных форм политического участия в сети, начиная от обычного комментирования политической новости в социальной сети, заканчивая участием в голосовании федерального уровня, весьма сильно повысилась вовлеченность граждан в политику. В основном это справедливо для молодежи, так как данная социальная группа наиболее активна в цифровой среде. В то же время всеобщая доступность демократических процедур уже не позволит политической системе выбирать между всеобщей вовлеченностью или эффективностью. Таким образом, образуется «диктатура малых меньшинств». Примером здесь служит влияние блогеров, популистов и других лидеров общественного мнения. Они способны легко направлять мнение пользователей сети в нужное русло,

оптимизируя молчаливое равнодушие пассивного большинства, пользуясь инструментами, которые предоставляет цифровая среда.

Активность молодых людей заключается не только в участии в политических голосованиях, но и в обсуждении политических тем в социальных сетях и на других онлайн-площадках. Так, важную роль в артикулировании гражданской позиции играют цифровые платформы сбора подписей. Такой формат групповых обращений к лицам, принимающим управленческие решения, получил широкое распространение. Он позволяет поставить актуальную проблему в центр внимания. В то же время такую форму политического участия можно считать неким «громоотводом» для протестной деятельности: дело в том, что молодежь чаще всего негативно настроена к власти, а площадки для сбора петиций, предоставив возможность повлиять на проблемную ситуацию, позволяют молодым людям удовлетворить соответствующую социальную потребность, что временно сдерживает протестных активистов. По этой причине, на наш взгляд, можно ожидать более активное продвижение подобных платформ в будущем.

Сегодня в России используется не так много онлайн-платформ, собирающих подписи. В первую очередь – это российский сегмент такой площадки как Change.org. Ежедневно там публикуются новые обращения по различным вопросам, адресатами которых чаще всего выступают органы государственной или муниципальной власти. Однако проводимые на Change.org кампании в большинстве случаев не обоснованы с юридической точки зрения.

Более четкую роль в увязке артикулируемых позиций индивидов и государственной политики играет онлайн-платформа «Российская общественная инициатива» (далее – РОИ), Roi.ru. Нормативно и процедурно она интегрирована в систему государственного управления, формирования политики. Специально был разработан и юридически закреплён механизм публичного представления предложений граждан Российской Федерации. Согласно установленному порядку, все инициативы, собравшие в течение года с момента размещения 100 тыс. онлайн-подписей³, в обязательном порядке рассматриваются

² Чернышова Е. (2020). ЦБ и Visa предупредили банки об утечке данных 55 тыс. карт. База, появившаяся в интернете, содержит информацию о клиентах маркетплейса Joom // РБК. 27 августа. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/27/08/2020/5f468fa59a7947858f2c197e> (дата обращения: 16.01.2022).

³ Указ Президента Российской Федерации от 04.03.2013 № 183 (ред. от 17.09.2020) «О рассмотрении общественных инициатив, направленных гражданами Российской Федерации с использованием интернет-ресурса «Российская общественная инициатива» (вместе с «Правилами рассмотрения общественных инициатив, направленных гражданами Российской Федерации с использованием интернет-ресурса «Российская общественная инициатива») // СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_142909/ (дата обращения: 02.01.2022).

специальной экспертной рабочей группой, формируемой правительством (для инициатив регионального или муниципального уровня – соответствующими органами власти). Важно отметить, что все пользователи, желающие оставить свою подпись на платформе, должны пройти процедуру идентификации личности.

Похожее распространение в России получил принцип интернет-голосования. Такой формат является привлекательной формой проявления гражданской позиции, а также удобным способом социального и политического участия. Подобное удобство часто привлекают молодежь, ведь поход к избирательному участку отнимает время, отведенное на личные дела.

Другим способом политического участия, который был популяризирован молодежью, стал формат блогов. Ведущие блогов нередко могут затрагивать политические темы, начинать обсуждения с подписчиками и таким образом находить единомышленников. Популярные блогеры имеют репутацию лидеров мнений, а их основной аудиторией является молодежь. Просмотр политически-направленного блога может подтолкнуть к политическому участию не только в форме комментария в социальной сети. Многие блогеры успешно агитировали молодежь на участие в федеральных и других голосованиях. Таких кумиров молодежи все чаще привлекают в политические партии, чтобы привлечь молодую аудиторию к политическому участию. К примеру, блогер Ю. Хованский стал помощником депутата от фракции ЛДПР⁴. В то же время существует и множество «мелких» блогеров с небольшой аудиторией, которые активно обсуждают политические события, что также является формой политического участия, особенно учитывая стремительно растущее количество блогов в социальных сетях.

Еще одной формой политического участия, предоставленной молодежи цифровой средой, являются онлайн-флешмобы – заранее спланированные массовые акции, в которых большая группа людей появляется в общественном месте (в данном случае некое место в цифровой среде), выполняет заранее оговоренные действия (сценарий) и затем расходится. Государство активно пользуется этим форматом для мобилизации молодых людей для участия в политически-направленных мероприятиях. Главный эффект любого флешмоба – активизация у случайных зрителей сильного любопытства, желания узнать, что же это

происходит на самом деле. Этот эффект использует и политический флешмоб. Процесс привлечения людей чаще всего протекает в социальных сетях при поддержке блогеров. Механизмы проведения флешмоба и привлечения людей практически такие же, как и при классическом формате организации мероприятия на улице. При этом местом сбора может быть некоторая страница в определенной социальной сети или стримом – потоковым онлайн-вещанием в прямом эфире. В то же время стоит помнить о том, что флешмобы в сети могут использоваться для продвижения протестной деятельности, которая, хоть и является формой политического участия, в зависимости от формата проведения флешмоба, может быть нелегальна с юридической точки зрения.

Для молодежи самым доступным и распространенным способом являются социальные сети, а конкретно тематические сообщества и посты в них. Данный метод политического участия напрямую относится к молодежи, ведь они являются основной аудиторией социальных сетей, а многие сообщества делают контент, который не только бы доставил политическую информацию до молодых людей, но в первую очередь привлек их внимание с помощью разнообразных юмористических приемов и других инструментов привлечения внимания. Так, сообщество в социальной сети «ВКонтакте» под названием «Лентач» является независимым СМИ. Многие посты являются политически-направленными и нередко содержат информацию о деятельности политиков и их цитаты. Само сообщество, а точнее его аудитория, в основном имеет протестные взгляды, которые выражаются чаще внутри, а иногда и за пределами группы, что принесло ее соответствующую репутацию. В то же время именно выражение своих политических взглядов можно назвать политическим участием. Таким образом, можно сказать, что комментарии и лайки в социальных сетях, которые способны выразить политическую позицию (необходимо учитывать контекст прокомментированной записи на стене сообщества), можно прямо называть политическим участием. Тем более, такие данные можно отслеживать, собирать статистику и делать определенные выводы, насчет того, как молодежь или другая иная социальная группа относится к отдельному политическому процессу или политической системе в целом: «анализ социальных сетей может стать дополнительным инструментом для оценки общественного настроения, предоставляя возможность по-настоящему понять нестабильное поведение граждан, чье краткосрочное настроение непредсказуемо и варьируется

⁴ РИА (2019). Хованский стал помощником депутата Госдумы // РИА Новости, 17 июня. Режим доступа: <https://ria.ru/20190617/1555619843.html> (дата обращения: 02.01.2022).

в зависимости от ежедневных событий» [Суфиянова, Зудова, 2019, с. 166].

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ / RESULTS

В исследовании⁵ использовался контент-анализ содержания способов политического участия в Интернете и анкетный опрос респондентов в возрасте от 18 до 34 лет, пользующихся социальными сетями. Целью контент-анализа был подробный разбор способов политического участия молодежи в условиях цифровизации, определение особенностей каждого такого метода, выявление причин привлекательности / отторжения политического участия в сети для молодежи.

ОНЛАЙН-ФЛЕШМОБЫ

Анализ был проведен в социальной сети «ВКонтакте», индикаторами были хештеги, добавляя которые, человек указывает, что присоединяется к флешмобу. Чтобы определить заинтересованность молодежи в подобном методе политического участия в условиях цифровизации, были проанализированы страницы пользователей, которые использовали хештеги с политическим подтекстом:

1) #ПутинНашПрезидент

Было проанализировано 140 записей с указанным хештегом. В условия входило то, что публикация должна быть на личной странице пользователя в социальной сети. Рассматривались только уникальные пользователи, то есть человек, имеющий две и более записи с необходимым тегом, считался одной единицей анализа. При этом в профиле должен быть указан возраст пользователя, который также подтверждался анализом других данных, таких как фотографии. Из 140 проанализированных пользователей, принявших участие во флешмобе, лишь 10 были представителями молодежи (18–34 лет).

Из полученных данных можно заключить, что онлайн-флешмобы как метод политического участия молодежи в условиях цифровизации не популярны среди молодых людей и не должны рассматриваться как релевантный способ участия в политике. Однако, основываясь на исследованиях К. Мангейма [2010], Г. С. Ентелеса и Д. Г. Щипановой [1999] и других социологов, которые писали о том, что молодежь более склонна к протестной деятельности, чем старшее поколение, можно сказать, что анализа лишь одного онлайн-флешмоба, который поддерживает власть, недостаточно. По этой причине

анализировался флешмоб, основанный на протестном настроении;

2) #ПротивПоправок

Было проанализировано 140 записей с указанным хештегом. Условия отбора единиц анализа остались прежними. В этот раз соотношение количества молодежи и представителей старшего поколения практически сравнялось. Из 140 уникальных пользователей 68 находились в возрасте от 18 до 34 лет, остальные 72 человека – старшее поколение.

Полученные данные позволяют сказать, что метод онлайн-флешмобов не пользуется сильной популярностью среди молодежи, как один из способов политического участия в условиях цифровизации, однако все зависит от направленности самих флешмобов. Если такое мероприятие носит протестный характер, то шанс привлечь молодежь будет больше. Существует некоторая вероятность того, что такой метод станет более популярным в будущем. Уже сейчас можно заметить некоторые изменения в процессе проведения флешмобов, в том числе и политических.

В пример можно привести флешмоб, проводившийся в феврале 2021 г. под хештегом #ЛюбовьСильнееСтраха. Эта акция была направлена на противостояние политическим репрессиям, а ее суть состояла в совместном сборе участников и свечении фонариками мобильных телефонов и обычных свечей в течение нескольких минут. Несмотря на призывы организаторов к сбору людей на улицах, многие предпочли поучаствовать во флешмобе дистанционно, записав видео и выложив его в социальные сети с сопутствующим хештегом. Таким образом, можно сказать, что онлайн-флешмобы, являясь методом политического участия молодежи, не привлекают молодых людей, однако в скором времени ситуация может поменяться из-за перехода многих социальных процессов в цифровую среду. Значительное влияние на это может оказать пандемия коронавируса, которая не позволяет в той же мере встречаться людям лично.

Сейчас онлайн-флешмобы нельзя назвать эффективным методом политического участия. Как показывает статистика, подобным мероприятиям не хватает поддержки со стороны других пользователей. На два политически направленных флешмоба пришлось 7 262 записи. Лишь 21 из них имеют более 1 000 лайков. Такие значения показывают, что подобные акции не пользуются общественным признанием. Особенно хорошо это видно в сравнении с неполитическими онлайн-флешмобами. Так, акция под хештегом «#лучшедома», которая подразумевает собой именно дистанционную

⁵ Материалы дипломного проекта Шамаева П.А. (научный руководитель Гришаева С.А.).

коммуникацию между людьми, насчитывает 1 329 298 постов, среди которых 1 412 пользуются большим успехом среди пользователей социальной сети «ВКонтакте». Данные факты говорят о том, что политические онлайн-флешмобы не востребованы не только среди старшего поколения, но и в особенности среди молодежи. В то же время существуют и другие методы участия молодежи в политике в условиях цифровизации.

ИНТЕРНЕТ-ГОЛОСОВАНИЕ

Отношение молодежи к интернет-голосованию, как к методу политического участия, связаны со многими проблемами, возникшими во время проведения таких мероприятий. Любая информация, которая выставляет голосование в подобном формате в негативном свете, даже будучи ложной, может способствовать отказу молодых людей от участия в политическом процессе. По этой причине необходимо было проанализировать случаи, произошедшие во время онлайн-голосований, которые могли бы отпугнуть молодежь от политического участия этого вида в сети. В данном случае на это влияют следующие факторы.

1. Безопасность личных данных.

Политически направленные онлайн-голосования проводятся с использованием личных данных избирателей. К ним относятся: паспортные данные, номера СНИЛС и ИНН, номера мобильных телефонов и другая личная информация. Существует множество примеров кражи таких данных. По этой причине организаторы подобных мероприятий обязаны обеспечить безопасность системы. В обратном случае личная информация избирателей может быть украдена, что оттолкнет их от дальнейшего участия в онлайн-голосованиях. К сожалению, такие случаи уже происходили, например, на выборах в Мосгордуму в 2019 г. Данное электронное голосование и являлось экспериментом по введению новой системы и проводилось только в трех одномандатных округах (по данным Департамента информационных технологий г. Москвы в нем приняло участие чуть более 10 тыс. человек, среди которых 1 024 человека в возрасте от 18 до 28 лет). Далее поступила информация о краже личных данных всех пользователей, зарегистрировавшихся в интернет-голосовании. Такой исход можно списать на экспериментальный характер мероприятия, а также, возможно, на ложную информацию, ведь официального подтверждения утечки не было, однако произошедшее уже в то время заставило задуматься о безопасности политического участия такого формата.

2. Возможная фальсификация результатов.

Многие представители молодежи сделали выводы о фальсификации результатов, основываясь на статьях некоторых независимых журналистов, которые проводили расследования по поводу честности голосования. Таким образом появились статьи, показывающие, что личные данные некоторых россиян использовались для регистрации в онлайн-голосовании без их ведома. По данным новостного телеканала «Дождь» количество таких ложных голосов могло достигать до десятков тысяч⁶. Такая информация, даже если она не является правдивой, способна оттолкнуть молодых людей от участия в политическом процессе. Некоторые могли посчитать такое голосование бессмысленным, так как результаты были определены с самого начала, а введенный сервис является лишь инструментом для накрутки голосов.

ПЛАТФОРМЫ СБОРА ПОДПИСЕЙ

В России существует две популярных платформы сбора подписей. Первая из них – «Российская общественная инициатива» (РОИ), интегрированная в портал «Госуслуги». Данная платформа содержит 18 841 инициативу, однако они не подлежат анализу из-за нехватки данных. В частности, невозможно определить, как много молодежи используют указанный сервис для участия в политических процессах. Не указаны ни создатели петиций, ни подписавшие ее люди. Можно сказать, что общий интерес к РОИ как к эффективной платформе сбора подписей сомнителен, ведь почти все архивные петиции федерального уровня не набрали необходимых для их рассмотрения 100 000 подписей. Лишь несколько петиций добрались до нужной отметки, однако их реализация проходит либо частично, либо проект полностью отклоняется экспертной группой. Можно предположить, что из-за этого молодежь не видит смысла в данном сервисе, ведь опубликованные там инициативы не реализуются.

В то же время есть упомянутая выше платформа сбора подписей Change.org, являющаяся самым популярным сервисом для публикации общественных инициатив, некоторые из которых набирают более миллиона подписей. Кроме того, есть отдельная секция с успешно реализованными проектами, где можно четко видеть эффективность отдельных петиций. Среди них есть и прямые обращения в государственные органы, что показывает

⁶ Бавь А., Шанталова А. (2020). Московских пенсионеров массово регистрируют на онлайн-голосование по Конституции без их ведома // Дождь. 17 июня. Режим доступа: www.tvrain.ru/teleshows/notes/moskovskih_pensionerov_massovo_registrirujut_na_onlajn_golosovanie_po_konstitutsii_bez_ih_vedoma-510799/ (дата обращения: 15.01.2022).

эффективность сервиса, как потенциального метода политического участия в условиях цифровизации. Несмотря на плюсы данной площадки, все еще трудно сказать, насколько часто она используется молодежью в рамках политического участия. Не представляется возможным выявить количество молодых людей, подписывающих петиции. Лишь среди организаторов можно выделить молодежные группы, такие как: «Мы Молодежь Москвы», «Молодежь Архангельска» и другие, однако их слишком мало, чтобы делать выводы.

Личные блоги

В каждой социальной сети поиск единиц анализа был произведен по тегу *#политика*. В отличие от тегов, используемых в проведении онлайн-флешмобов, здесь нет временных рамок, а сами публикации не привязаны к одному конкретному событию. Необходимо упомянуть, что записи в социальных сетях, приуроченные к некоторым флешмобам, могут находиться и в личных блогах. По этой причине единицами анализа будут считаться только те пользователи, которые имеют на своих страницах сторонние записи с тегом *#политика*, не относящиеся к флешмобам.

В выборку не попали страницы, принадлежащие крупным блогерам, ведь их деятельность схожа с публикациями крупных тематических сообществ и носит скорее коллективный характер политического участия.

1. Instagram.

Instagram имеет 933 тыс. публикаций с тегом *#политика*. Несмотря на популярность социальной сети Instagram среди блогеров, на 300 уникальных страниц с политически направленным контентом пришлось лишь четыре представителя молодежи. Остальные блоги приходились либо на старшее поколение, либо являлись своего рода тематическими сообществами, обозревающими политические события. Из этого можно сделать вывод о том, что указанная социальная сеть не пользуется популярностью среди молодежи в качестве площадки для политического участия.

2. «ВКонтакте».

В рассматриваемой социальной сети количество публикаций с тегом *#политика* приблизительно в 16 раз больше, чем в Instagram – 15 млн. Это уже говорит о «ВКонтакте», как о более привлекательной платформе для обсуждения политических тем, однако при проведении анализа страниц блогеров оказалось, что молодежь не так сильно заинтересована в обсуждении политических событий в своих блогах.

Было проанализировано 200 уникальных пользователей, которые публиковали политически

направленные записи у себя на странице в социальной сети «ВКонтакте». Лишь 34 (17 %) страницы принадлежали представителям молодежи, что показывает их незаинтересованность в политических вопросах. Это связано с тем, что ведение блога в большинстве случаев делается с целью быть услышанным, набрать подписчиков, повлиять на общественное мнение и получить некоторую популярность в цифровой среде, но политика не является востребованной темой среди читателей блогов. По этой причине блогеры обсуждают другие вещи на своих страницах, что делает социальную сеть «ВКонтакте» неподходящим и, соответственно, непопулярным методом политического участия в условиях цифровизации.

Сообщества политической направленности и публикации популярных блогеров

Поиск материалов для анализа был выполнен в социальной сети «ВКонтакте», так как такой формат наиболее распространен на указанной платформе. Анализ проводился по записям, опубликованным в период с 1 марта по 18 мая 2021 г.

1. «Лентач».

Данное сообщество публикует не только политические новости, но и стороннюю, потенциально полезную информацию и выступает своего рода самопровозглашенным СМИ. Группа имеет более 2 млн подписчиков, на 50 записей на странице группы приходится 17 политических новостей, на 10 неполитических публикаций набирается в среднем 1 327 лайков. В то же время политические новости собирали гораздо меньше – в среднем по 754 отметки «нравится». Такие отметки хоть и являются показателем участия, однако комментарии пользователей дают больше информации и являются более ценной единицей анализа. Они напрямую показывают отношение человека к конкретной новости. В этом параметре ситуация менялась. На неполитические новости в среднем приходилось по 120 комментариев, когда политические новости собирают в среднем 160, что показывает большую заинтересованность в обсуждении публикаций именно политического характера. Что касается участия самой молодежи, то на 100 подписчиков сообщества пришлось 79 представителей молодежи, что выделяется на фоне остальных способов политического участия в сети. Подписчики выбирались в случайном порядке из общего списка. В среднем 72 % комментаторов находились в возрасте от 18 до 34, что показывает, что молодые люди не только готовы следить за новостями, но и активно высказывают свое мнение.

2. «Политика».

Сообщество публикует политический контент с частотой в один пост на четыре неполитические записи. При этом, как и в предыдущем сообществе, посты политической направленности имеют больше комментариев – в среднем 180 против 120. «Политика» публикует контент, поддерживающий действующие государственные органы. По этой причине процент молодежи среди подписчиков по сравнению с предыдущим примером меньше (47 %). Это сказалось и на желании молодых людей участвовать в обсуждении политических тем. Так, 24 % комментаторов были в возрасте от 18 до 34 лет.

Необходимо упомянуть, что в первом случае сообщество несет протестный характер, нередко высмеивая государственные органы. Во втором случае мы можем наблюдать противоположную ситуацию. Хотя в сообществе «Политика» тоже присутствует юмористический контент, можно видеть, что многие посты направлены на поддержку действующей власти. Зная о протестном настроении молодежи, можно предполагать, что политическое участие молодежи зависит не от подачи самой новости, а от того, какой характер носит пост по отношению к государственным органам.

3. «МИД России».

Данное сообщество является официальной странице Министерства иностранных дел России в социальной сети «ВКонтакте». Все публикации выполняют лишь информативную функцию. Сами записи на странице сообщества нейтральны по отношению к действующей власти, не содержат юмористического контента. Несмотря на это 61 % подписчиков – молодые люди. Что касается активности молодежи, то они относятся только к 20 % комментаторов. Молодое поколение почти не принимает участие в обсуждении политических новостей.

Можно сделать вывод о том, что молодым людям интересны политически направленные сообщества как способ участия в политике в условиях цифровизации, однако само их участие зависит от вектора контента группы, а не от самого наполнения публикаций. Молодежь готова дискутировать на политические темы, делиться своим мнением, но зачастую только в осуждающем власть ключе.

4. Политические блогеры:

– Михаил Советов.

Этот блогер активно ведет страницу в социальной сети «ВКонтакте». У него лишь 47 тыс. подписчиков, из них 37 % являются представителями молодежи. Публикации носят политическую

тематику и не разбавлены развлекательным контентом. Посты собирают намного больше комментариев и лайков, чем те же политические публикации в крупных сообществах. В среднем каждая публикация набирает более 1,5 тыс. лайков и 260 комментариев. Такая активность обусловлена как раз аналитикой самого блогера. Люди активней обсуждают вброшенную мысль, чем простые факты. Что касается распределения по возрастам среди комментаторов, то ситуация практически равная: 24 (48 %) молодых человека приходится на 26 (52 %) представителей старшего поколения. Стоит упомянуть, что контент указанного блогера одобряет действия текущей власти и пытается доказать их правильность. Можно сказать, что подобный контент не мотивирует молодежь подписаться на блогера, но дает стимул к дискуссии и более подробному разбору выделенной блогером проблемы. Таким образом, именно слова создателя материала склоняют молодых людей к политическому участию. Кроме того, свою роль в привлечении молодежи сыграл формат видеоблога. Именно такой контент наиболее популярен в сети и, следовательно, наиболее обсуждаем.

– Сергей Собянин.

Исследовательский интерес в указанной единице анализа состоит в том, что этот блогер – действующий политический деятель. В отличие от официальных страниц министерств и других государственных органов в социальных сетях, где публикации представляют собой новости без включения каких-либо сторонних мыслей, в блоге Сергея Собянина мы можем наблюдать публикации с его личными замечаниями по поводу определенных тем, а также некоторый интерактив. Открытый сегмент комментариев позволяет людям напрямую задавать вопросы мэру.

Кроме того, необходимо было узнать, насколько заинтересована в этом блоге молодежь, ведь если посмотреть на политические сообщества, поддерживающие власть, то процент молодежи значительно ниже по сравнению с группами, которые, наоборот, осуждают правительство. Около половины подписчиков (47%) – представители молодежи, что показывает достаточно высокий уровень заинтересованности в политических новостях, однако само обсуждение политических вопросов не так волнует молодежь. Лишь 32 % комментаторов находятся в возрасте от 18 до 34 лет. Этот факт позволяет сделать вывод о том, что молодежь подписывается на блогеров, поддерживающих власть, в основном для пассивного просмотра новостей. При этом какое-либо политическое участие отмечается.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ / DISCUSSION

Данные проведенного анкетирования подтверждают сделанные выше выводы: респонденты говорят о бессмысленности онлайн-флешмобов, уязвимости и возможности фальсификации интернет-голосований, платформы сбора подписей не очень популярны (возможно из-за недостаточной рекламной раскрутки), нет заинтересованности использовать личные блоги для политических обсуждений, сообщества политической направленности и публикации популярных блогеров являются достаточно распространенными и доступными методами политического участия, в то же время такое участие неофициально и редко учитывается политиками при принятии решений.

Многие методы политического участия в условиях цифровизации не пользуются большим спросом среди молодежи. Политические онлайн-флешмобы, как и соответствующие сообщества и блогеры, способны привлечь внимание молодого поколения, если мероприятия/контент носят протестный характер. На привлечение внимания молодежи к методу политического участия может повлиять отсутствие/наличие развлекательного элемента. Эти и другие проанализированные способы политического участия в сети имеют множество недостатков, которые способны отпугнуть молодых людей. Так, проблемы с безопасностью личных данных и кажущаяся бесполезность некоторых методов, таких как онлайн-флешмобы и платформы для сбора

подписей, которые не показывают достаточного уровня эффективности, не делают их лучше политического участия вне сети. Что касается блогов, то молодежь, хоть и чаще других возрастных групп ведет блоги, сейчас не заинтересована в том, чтобы поднимать у себя на страницах в социальных сетях политические темы.

С другой стороны, как отмечают Ю. Д. Артамонова и С. В. Володенков [2021, с. 95], «Интернет как коммуникационное пространство неизбежно продолжит эволюцию в условиях интенсивной цифровизации общественно-политической сферы жизнедеятельности современных государства и общества. Векторы такой эволюции далеко не очевидны и во многом противоречивы».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Каждый из рассмотренных методов политического участия молодежи в цифровой среде может быть лучше организован благодаря новейшим технологиям и законодательным актам, направленным на цифровую среду. Развитие и дальнейший переход на цифровое политическое участие рано или поздно произойдет, тогда молодежь, как более адаптированная к цифровому пространству возрастная группа, сможет позволить себе не рисковать, голосуя онлайн или участвуя в цифровизированной политике любым другим удобным способом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Артамонова Ю.Д., Володенков С.В. (2021). Трансформация Интернета как пространства общественно-политических коммуникаций: от глобализации к гло(локал)анклавизации // Социологические исследования № 1. С. 87–97. <https://doi.org/10.31857/S013216250013572-2>
- Василькова В.В., Легостаева Н.И. (2021). Боты на публичных аренах социальных сетей // Социологический журнал. Т. 27, № 4. С. 99–117. <https://doi.org/10.19181/socjour.2021.27.4.8647>
- Ентелис Г.С., Щипанова Д.Г. (1999). Протестный потенциал российской молодежи. М.: Науч.-исслед. центр при Институте молодежи. 57 с.
- Геринг В.В. [ред.] (2006). Интернет в общественной жизни: сборник статей / пер. с англ. А. Смирнов. М.: Идея-Пресс. 160 с.
- Коньков А.Е. (2019). Цифровизация политических отношений: грани познания и механизмы трансформации // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. Т. 12, № 6. С. 6–28. <https://doi.org/10.23932/2542-0240-2019-12-6-1>
- Мангейм К. (2010). Диагноз нашего времени / пер. с нем. и англ., отв. ред. и сост. Я.М. Бергер. М.: РАО Говорящая книга. 744 с.
- Суфиянова Г. Р., Зудова Е.О. (2019). Социальные сети и политика. Рецензия на книгу: Ceron, Andrea. Social media and political accountability bridging the gap between citizens and politicians. London: Palgrave Macmillan, 2017. 236 p // Сравнительная политика. 2019. Т. 10, № 1. С. 165–167. <https://doi.org/10.24411/2221-3279-2019-10011>

REFERENCES

- Artamonova Yu.D. and Volodenkov S.V. (2021), “Transformation of the Internet as a space of public and political communications: from globalization to glocalization”, *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no. 1, pp. 87–97. (In Russian). <https://doi.org/10.31857/S013216250013572-2>

- Entelis G.S. and Shipanova D.G. (1999), *Protest potential of Russian youth*, Research Center of the Youth Institute, Moscow, Russia. (In Russian).
- Goering V.W. [ed.] (2006), *The Internet in public life Lanham: collection of articles*, trans. from Eng. A. Smirnov, Idea-Press, Moscow, Russia. (In Russian).
- Konkov A.E. (2019), “Digitalization in political relations: planes for perception and mechanisms for transformation”, *Outlines of global transformations: politics, economics, law*, vol. 12, no. 6, pp. 6–28. (In Russian). <https://doi.org/10.23932/2542-0240-2019-12-6-1>
- Mannheim K. (2010), *Diagnosis of our time: war time essays of a sociologist*, trans. from Germ. and Eng., ed. and comp. Ya.M. Berger, RAO Govoryashchaya kniga, Moscow, Russia. (In Russian).
- Sufiyanova G.R. and Zudova E.O. (2019), Social networks and politics. Book review: Ceron, Andrea. Social media and political accountability bridging the gap between citizens and politicians, Palgrave Macmillan, London, 2017, 236 p, *Comparative politics Russia*, vol. 10, no. 1, pp. 165–167. (In Russian). <https://doi.org/10.24411/2221-3279-2019-10011>
- Vasilkova V.V. and Legostaeva N.I. (2021), “Bots in public arenas of social networks”, *Sociological journal*, vol. 27, no. 4, pp. 99–117. (In Russian). <https://doi.org/10.19181/socjour.2021.27.4.8647>