

К.С. ЖУЛИКОВА

*аспирант кафедры политологии и политического
управления Российской академии народного хозяйства и
государственной службы при Президенте РФ,
Россия, г. Москва*

АНАЛИЗ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЙ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВЕННЫХ СТРУКТУР В ПРОЦЕССЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ МОБИЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ

*В современном обществе посредством различных коммуникативных технологий и сети Интернет оказывается значительное влияние на все слои населения. В данном процессе задействованы все без исключения средства массовой информации. Результатом подобного воздействия является изменение политической активности различных слоев населения. Вне всякого сомнения, важнейшей целью выбрана наиболее активная часть населения страны – молодежь. В связи с этим, актуальным становится изучение процесса вовлечения молодежи в политические и социальные процессы посредством интернет-коммуникаций. Информационные технологии оказывают огромное влияние на формирование ценностных установок и политических ориентаций в молодежной среде. **Цель:** изучение процесса влияния интернет технологий на политическую мобилизацию современной молодежи. **Методология исследования** – анализ влияния различных факторов интернет-технологий на политическую мобилизацию современной молодежи.*

Ключевые слова: политика, мобилизация, молодежь, влияние, интернет.

На сегодняшний момент множество социологов и политологов посвятили свою работу раскрытию возможностей медийно-политического манипулирования и воздействия на массовое сознание.

Российский интернет является специфическим медийным пространством, которое объединяет разнообразные ресурсы с контентом на русском языке. Сюда можно отнести всевозможные информационные сайты, новостные ленты, видеохостинги, а также социальные сети, представленные как отечественными разработчиками, так и зарубежными.

Что бы понимать насколько важно использование российского сектора интернета в политических и социальных проектах, надо проанализировать

качественный и количественный состав пользователей данного сегмента сети.

По сведениям компании Яндекс на начало 2020 года в русскоязычном сегменте интернета содержалось более 15 млн сайтов. Их наполнение характеризуется разнообразной направленностью и масштабом охвата пользователей. В данное число не входят страницы пользователей в социальных сетях. Объем хранилищ с изображениями, всевозможными аудио- и видеофайлами, составляет более 140 тыс. гигабайт данных. Все это говорит о огромных масштабах использования русскоязычного сектора Интернета пользователями [9. С. 176].

На вопросы, сколько же людей в России и как часто они пользуются возможностями Интернета, отвечает исследование Фонда «Общественное мнение». Так, согласно данным указанного исследования, в марте 2021 года активными пользователями Российского интернета были более 50 млн. человек. Из них 43% пользуются сетью в различных видах каждый день, раз в неделю – 55%, раз в месяц – 53%. Надо отметить, что пять лет назад эти показатели были намного ниже (например, пользователей с ежедневным доступом в сеть было всего 13,1%) [6. С. 40].

Эти данные говорят о стремительном вхождении интернет-технологий в обычную жизнь граждан.

Следует подчеркнуть, что в работах российских и зарубежных авторов, опубликованных в последние годы, освещается широкий спектр вопросов близких к данной предметной области [1; 2; 3; 10; 12; 13; 17; 20; 21; 23].

Однако проблему влияния интернет-технологий на политическую мобилизацию молодежи нельзя назвать однозначно исчерпанной. В силу многих объективных обстоятельств изучение обозначенной темы продолжает сохранять высокий уровень актуальности.

Далее мы проведем качественный анализ пользователей российской части интернета. Нас прежде всего интересует распределение пользователей по возрасту, региону проживания.

Объективно, можно предположить, что наиболее активная часть пользователей будет относиться к возрастной группе до 30 лет и проживать в крупных населенных пунктах, так как там созданы наиболее благоприятные условия для использования всего потенциала интернет-технологий.

На рисунке 1 представлена возрастная диаграмма пользователей интернет в России в разрезе частоты использования интернет-технологий [18. С. 30].

Здесь можно отметить, что группа людей, никогда не использующих в повседневной жизни, наполовину состоит из людей от 30 лет и старше. В тоже время как аналогичный показатель для ежедневных посетителей интернета напротив – более 50% пользователей составляет аудитория до 30 летнего возраста.

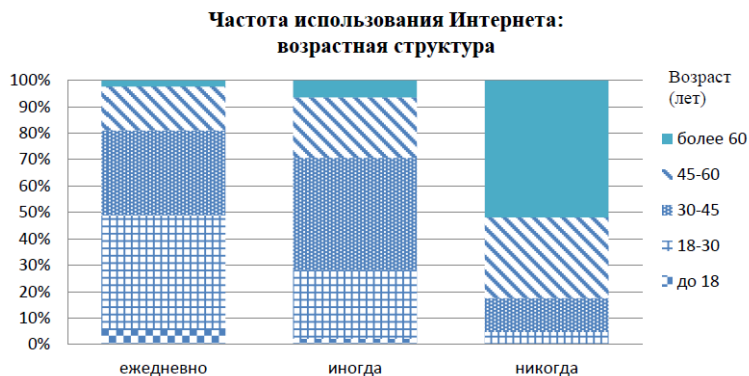


Рисунок 1. Структурный состав пользователей российского интернета по возрасту

Также большой интерес вызывают данные о структуре пользователей российского сектора интернета в разрезе данных о наличии у пользователей образования различной степени и социальному положению. Такая выборка приводится на рисунках 2 и 3.



Рисунок 2. Структурный состав пользователей российского интернета по различному уровню образования

Данные диаграммы показывают, что наиболее активная часть пользователей, имеющих высшее образование, используют интернет-технологии

в повседневной жизни наиболее часто (около 30% активной аудитории), в то же время среди непользователей преобладает полное среднее образование (около 50%).



Рисунок 3. Структурный состав пользователей российского интернета по социальному уровню

Данные диаграммы показывают, что наиболее часто и активно интернет-технологиями в жизни пользуются различные специалисты и служащие, а также руководители.

Также в процессе исследования было проанализировано материальное положение различных групп пользователей и непользователей интернета (рисунок 4).



Рисунок 4. Распределение пользователей Рунета по финансовому положению

Все это говорит о том, что наиболее перспективная и активная часть населения страны в своей повседневной жизни часто использует различные интернет-технологии [4. С. 76].

Однако, данное исследование было бы неполным без анализа географического фактора. Априори понятно, что наиболее активная часть пользователей интернета сконцентрирована в крупных городах, где созданы максимально комфортные условия для жизни, в том числе и очень развиты телекоммуникационные возможности и облегчен доступ к ним (рисунок 5).



Рисунок 5. Распределение пользователей Рунета по географическому признаку

Таким образом, можно сделать вывод о том, что среднестатистический портрет активного пользователя интернет-технологий очень схож с идеальным целевым объектом для политической мобилизации в условиях современного общества. Это обеспеченный человек, имеющий стабильные доходы, проживающий в крупном или среднем городе, в возрасте до 30 лет.

Все это позволяет говорить о необходимости изучения влияния различного рода коммуникационных технологий на политическую мобилизацию указанной категории населения со стороны политических партий, органов власти и некоммерческих объединений.

Рассмотрим более подробно, каким образом, посредством каких инструментов, происходит подобное влияние. И к какому результату приводит.

Современная интерпретация политического участия включает в себя различные формы действий гражданского общества (протесты, активизм и волонтерство).

Развитие интернет-технологий, доступность связи онлайн и прочие технологические новшества позволяет молодым людям развиваться. Практически каждый день участвовать в политических акциях и акциях протеста, митингах и т.д., что старшей возрастной группе не по карману из-за ряда ограничений.

Большинство молодых людей знакомятся с политикой в возрасте от 15 до 18 лет, а в последнее время эта возрастная группа омолаживается: молодые люди в возрасте от 12 до 14 лет начинают принимать участие в политических акциях. Систематическое гражданское образование обычно начинается в средней школе по обществознанию и достигает пика в год первых президентских выборов после 18 лет [7. С. 142].

Сегодня приоритет отдается обучению правильному поиску, фильтрации и анализу информации, поступающей из интернета, мессенджеров и социальных сетей. Если в прошлом молодого человека устраивали (или не удовлетворяли) традиционные СМИ, то сегодня различные источники информации позволяют ему выбирать те источники информации, которые соответствуют его интересам, желаниям и стремлениям к общению [24. С. 216].

В результате мы не рассматриваем молодежную политическую активность как полноценную политическую проблему, а трактуем ее как «второстепенный» и дешевый политический ресурс. Такое отношение проявляется в использовании их потенциала либо в интересах системной (несистемной) оппозиции.

В более широком смысле медиатизацию политической жизни необходимо обозначить как способ взаимной интеграции общественного пространства и медиасферы, ведущий к трансформации как политического, так и медийного дискурса [22. С. 26].

Процесс глубокой медиатизации затронул все сферы жизни общества, постоянно меняющаяся модель медиапотребления требует новых подходов во взаимодействии государства и общества.

Это представляется особенно актуальным в контексте взаимодействия органов государственной власти с частью российского общества, такой как молодежь, которая наиболее восприимчива к новым технологиям и изменениям в медиа и коммуникации.

Сегодня возрастает потребность молодежи в политическом представительстве, ее интересуют вопросы социально-политической повестки дня, она готова участвовать в обсуждении и принятии решений по важным для развития государства и общества вопросам.

Научные исследования взаимодействия политики и СМИ начались в начале 1920-х годов, как следствие воздействия совокупности технологических, непосредственно связанных с информационными и коммуникативными средствами. Зарубежные медиаисследователи видят в медиатизации политики возможность создания открытого правительства и демократизации страны, подчеркивая при этом необходимость развития участия гражданского общества в медиапространстве [14. С. 76].

Институциональный аспект взаимодействия политики и СМИ очень подробно обсуждается в работах российских ученых.

Различия в результатах исследования политического интереса молодежи можно объяснить изменением понимания самой политики.

Возможность непосредственно реагировать на текущие события, сыграли значительную роль в трансформации поля общественно-политической информации.

Однако, в тоже время молодежь все еще восприимчивы к растущему потоку часто неконструктивной информации, распространяемой через новые каналы коммуникации. Субъекты электронных СМИ, новостные порталы и политики перенимают новые практики, пытаясь привлечь внимание пользователей Интернета к определенному цифровому сегменту и стимулировать коммуникативную работу состоявшейся аудитории [8].

В этом контексте большое значение имеет исследование интернет-пространства как средства реализации медийных коммуникативных практик различных социальных групп и институтов. По данным ВЦИОМ за 2019 год, социальные сети ежедневно используют 89% подростков 14-17 лет и 53% взрослого населения России. Большинство подростков (98%) говорят, что пользуются Интернетом каждый день, по сравнению с 69% в возрасте 18 лет и старше [11. С. 70].

В то же время исследования медиапотребления в российском обществе [8; 15; 19] подтверждают, что сегодняшнюю молодежь больше интересует их повседневная жизнь, чем социально-политические вопросы, которые воспринимаются как скучные, раздражающие и чуждые жизни.

Медиатизация политики заключается в смещении реальной политической ситуации в символическое медийное пространство [15. С. 104].

В ходе реализации исследовательского проекта РФФИ «Процесс медиатизации политики в государстве и цифровые коммуникативные стратегии молодежи в России» был проведен опрос, в котором были опрошены 373 студента факультетов журналистики в возрасте от 18 до 19 лет.



Рисунок 6. Распределение мнений по вопросу «Следите ли вы за общественно-политическими новостями?»

Результаты опроса показали, что большинство респондентов (рис. 6) хотели бы получать информацию о происходящем в общественно-политической сфере (80,5% ответов «да» и «скорее нет»); чуть более половины респондентов (рис. 7) уже заявляют о своей гражданской позиции (57,7%);

абсолютное большинство (рис. 8) считает необходимым изложить гражданско-правовую позицию (88,3%).



Рисунок 7. Распределение мнений по вопросу «Проявляете ли вы свою гражданскую позицию?»

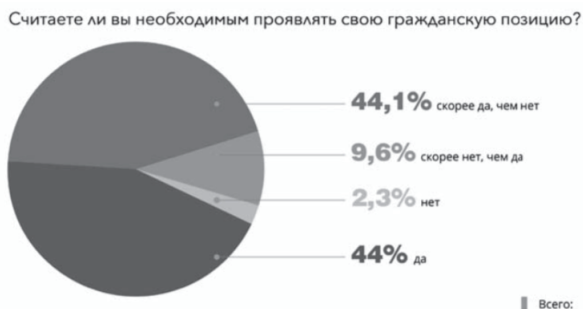


Рисунок 8. Распределение мнений по вопросу «Считаете ли вы необходимым проявлять свою гражданскую позицию?»

Вопросы медиапотребления (рис. 9) включают права человека и гражданина (79,3%), занятость и уровень жизни (69,1%), науку и образование (59,7%).

Какие из тематик общественно-политической сферы вам наиболее интересны?

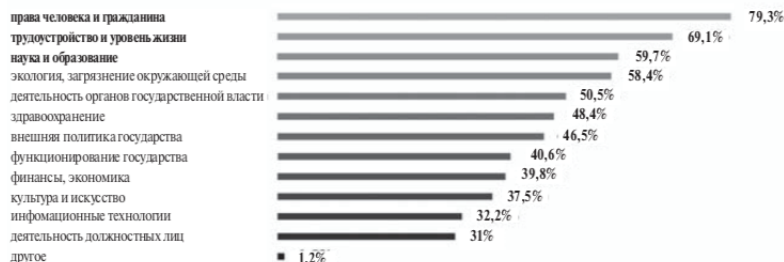


Рисунок 9. Распределение мнений по вопросу «Какие из тематик общественно-политической сферы вам наиболее интересны?»

За общественно-политическими событиями следят практически все респонденты (88,7%).

Первое место как источник сбора информации занимает Интернет (99%), за ним следуют друзья и знакомые (39,6%) и только потом традиционные медийные площадки (телевидение – 22,1%, газеты и журналы – 16,2%, радио – 8,1%) [8].

Несомненно, медийная активность в социальных сетях может представлять угрозу.

К негативным следствиям можно отнести феномен конфликта, и возможность смещения конфликта в пространство медиакommunikативных практик в этом процессе, в первую очередь необходимо заниматься медиатизацией социальных процессов в целом, а также политологов и социологов, исследующих поведение современной молодежи в медиапространстве, ее потребности, ее надежды и стремление к привлечению общественно-политическую к участию в повестке дня.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Ананченко А.Б., Никулин Е.Р., Харди́кова А.С. Дискурсивная повестка российских сетевых агентов с преимущественно молодежной аудиторией: контекстуально-дискурсивное поле, семантическое ядро, дискурсивные триггеры и портрет пользователя // Вопросы политологии. 2022. Т. 12. № 2 (78).
2. Андреева Ю.В., Липатова А.В. Управление информационной волной в контексте политического медиаобраза // Вопросы политологии. 2022. Т. 12. № 2 (78).
3. Бачкова А.Ю., Берестовский А.В. Социальные сетевые коммуникации в деятельности органов государственной и муниципальной власти

Республики Коми // Региональное и муниципальное управление: вопросы политики, экономики и права. 2020. № 1 (19).

4. *Беляева Е.В.* Цифровое общество и возможности его этического регулирования // Ведомости прикладной этики. 2018. № 8. Вып. 52.

5. *Голоулина Е.В.* Электорат завтрашнего дня: ожидания и реальность // Гражданин. Выборы. Власть. 2019. № 2 (12).

6. *Деревянченко А.А., Калинин Д.В., Шалин А.П.* Цифровое общество и искусственный интеллект: новые вызовы и угрозы // Человек в цифровом обществе: социально-гуманитарные аспекты: Сборник научных трудов. Отв. редакторы: И.В. Гайдамашко, Е.А. Никитина. М.: МИРЭА-Российский технологический университет, 2021.

7. *Деревянченко А.А., Шалин А.П.* Проблемы интернет-безопасности детей и подростков // Молодежь и молодежная политика: новые смыслы и практики / Под ред С.В. Рязанцева, Т.К. Ростовской. М.: ООО «Экон-Информ», 2019.

8. *Дзялошинский И.М., Мастерова Ю.* Медиа и социальная активность молодежи // Медиа. Информация. Коммуникация. 2012. № 3 // http://mic.org.ru/vyp/3-nomer-2012/mediai-sotsialnaya-aktivnost-molodezhi/?sphrase_id=30150.

9. *Добринская Д.Е.* Цифровое общество в социологической перспективе // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2021. Т. 25. № 4.

10. *Зубова О.Г., Филипова А.Г.* TikTok: новые возможности для коммуникации и самовыражения современных подростков // Вопросы политологии. 2021. Т. 11. № 10 (74).

11. *Ежов Д.А.* Политическая семантика интернет-мема // Власть. 2019. № 3.

12. *Есиев Э.Т.* Соответствие социальной сети TikTok установленным в Российской Федерации методам противодействия интернет-технологиям конфликтной мобилизации // Вопросы политологии. 2021. Т. 11. № 12 (76).

13. *Карпикова А.Ю.* Особенности использования интернет-сетей как канала политической коммуникации в современной России // Вопросы политологии. 2022. Т. 12. № 2 (78).

14. *Киселев А.А.* Интернет: модели и практики политического участия. Краснодар: ООО «Оттиск», 2007.

15. *Ковалева А.И., Луков В.А.* Социология молодежи: Теоретические вопросы. М.: Социум, 1999.

16. *Кравченко С.А.* Новые подходы к власти, насилию, справедливости: по материалам XIX Всемирного социологического конгресса // Гуманитарий Юга России. 2018. Том 7. № 5.

17. *Кривова А.Л.* Молодежная политика в РФ: формы реализации, проблемы и приоритеты развития // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2022. Т. 12. № 6 (87).

18. Кузнецова Т.Ф. Цифровое общество в свете культурологии // Горизонты гуманитарного знания. 2018. № 1.
19. Любарев А.Е. Активность избирателей на федеральных, региональных и муниципальных выборах в Российской Федерации // Социодинамика. 2013. № 8.
20. Меньшиков П.В., Явуз Шефика М.С. Политическая коммуникация в гиперреальной действительности // Вопросы политологии. 2022. Т. 12. № 3 (79).
21. Осипов А.В. Социально-политический мониторинг и социально-медийная предиктивная аналитика как инструменты и технологии консолидации политической власти // Вопросы политологии. 2021. Т. 11. № 11 (75).
22. Россия и вызовы цифровой среды: рабочая тетр. / [В.С. Овчинский и др.]; [гл. ред. И.С. Иванов]; Российский совет по междунар. делам (РСМД). М.: Спецкнига, 2014.
23. Рузавина А.К., Табарекоев Д.М. Радикализация молодежной среды как угроза национальной безопасности Российской Федерации // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2021. Т. 11. № 11 (80).
24. Харари Ю. 21 урок для XXI века. М.: Синдбад, 2019.
25. Brynjolfsson E., McAfee A. Machine, platform, crowd: harnessing our digital future. N.Y., 2017.
26. Gibson R., Cantijoch M. Conceptualizing and Measuring Participation in the Age of the Internet: Is Online Political Engagement Really Different to Offline? // The Journal of Politics. 2013. No. 75 (3).
27. Grossman L.K. The Electronic Republic: Reshaping Democracy in the Information Age. N.Y.: Viking Penguin, 1995.
28. Kaase M., Marsh A. Political Action: A Theoretical Perspective // Barnes S.H., Kaase M., et al. Political Action: Mass Participation in Five Western Democracies. Beverly Hills, CA: Sage Publications, 1979.
29. Mosco V. Becoming Digital. Toward a Post-Internet Society. Bingley: Emerald Publishing Limited, 2017.
30. Verba S., Nie N.H. Participation in America: Political Democracy and Social Equality. New York: Harper & Row, 1987.

K.S. ZHULIKOVA

*Postgraduate student of the Russian
Presidential Academy of National Economy and Public
Administration, Moscow, Russia*

ANALYSIS OF INTERNET COMMUNICATIONS OF POWER AND PUBLIC STRUCTURES IN THE PROCESS OF POLITICAL MOBILIZATION OF YOUTH

In modern society through a variety of communication technologies and the Internet has a significant impact on all segments of the population. This process involves all media without exception. The result of such influence is a change in the political activity of different segments of the population. Undoubtedly, the most important target is the most active part of the population of the country – young people. In this regard, it becomes relevant to study the process of youth involvement in political and social processes through Internet communications. Objective: to study the process of influence of Internet technologies on political mobilization of modern youth. Research methodology – analysis of the influence of various factors of Internet technologies on the political mobilization of modern youth.

Key words: *politics, mobilization, youth, influence, Internet.*