

Интернет - инструменты мобилизации в коллективных действиях в современной России

Научный руководитель – Соколов Александр Владимирович

Курбанова Асият Ахмедовна

Студент (бакалавр)

Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, Ярославль, Россия

E-mail: kurbanovaasyat@mail.ru

Сегодня интернет-технологии оказывают значительное влияние на процесс коммуникации в России. По мнению О. Н. Яницкого, Интернет и информационные технологии стали главным инструментом мобилизации ресурсов. Политическая мобилизация представляет коллективное действие, цель которого изменение сложившейся социально-политической ситуации, путем публичного выражения несогласия. Сегодня наличие разнообразных видов общения между людьми являются основополагающим "средством коммуникации и самоорганизации, как протестной, так и созидательной, конструктивной" [3].

Политическая мобилизация - ключевое понятие в изучении коллективных действий. Под коллективными действиями понимается деятельность отдельных лиц или групп, которые координируют свою работу для достижения общей цели и интересов. Рассматривая формы коллективных действий, они могут реализовываться с помощью интернет платформ, например: онлайн-петиции, краудфандинг. Стоит отметить, возрастающую роль краудфандинга в России, который предоставляет гражданам реализовать свои идеи или проект и в дальнейшем получить финансирование. Наиболее популярные площадки краудфандинга в России: Planeta, Boomstarter, Smiron. Особенность данной технологии состоит в том, что способствует вовлечению граждан.

Существует множество ситуаций, которые объединяют граждан в социальные группы.

1. Идентичность. Идентичность является решающим фактором готовности участвовать в коллективных действиях. Общие цели, интересы и наличие групповых норм становятся частью определения групповой идентичности.

2. Ресурсы. При наличии значительного количества ресурсов возрастает вероятность мобилизации масс. Коллективная деятельность - представляет собой уверенность в то, что действия эффективны для достижения общих целей. Когда социальная группа активно использует имеющиеся ресурсы, коллективные действия предпринимаются в большей степени быстро и эффективно.

3. Интернет-платформы. В современной практике граждане используют платформы, в которых могут выражать требования существующими структурами власти. Необходимо отметить, высокую скорость распространения, получения и обмена информации в социальных сетях, которые способствуют мобилизации граждан для участия в акциях. Интернет платформы и социальные сети позволяют координировать коллективные действия в определенных формах акций, а также стали площадкой для политической коммуникации и организации масс. Так, Гудошникова утверждает, что сегодня Интернет представляет собой инструмент, который улучшает политическую коммуникацию и содействует привлечению социально-политически активных граждан[1].

Согласно данным исследовательской компании "GfK Group" в России с 2017 года увеличилась аудитория интернет-пользователей от 16 лет и старше и на данный момент составляет 87 миллионов населения страны. При этом, молодые люди в возрасте от 16 - 29 лет являются активными пользователями Интернета в России, их доля составляет 98%

[4]. Использование методов интернет технологий и инструментов являются ключевым механизмом воздействия на массы. В сфере интернета среди российских политиков А. Навальный занимает лидирующие позиции в мобилизации масс. Осуществление массовых протестных движений и организация субъектов осуществляется с помощью социальных сетей, которые являются ключевым элементом в мобилизационных технологиях. Активно используются в предвыборной кампании технологии интернет-блогов: «Навальный Live», «Навальный в 20:18» [5].

А. Навальный и представители штабов в регионах активно используют социальные страницы и создают видео-блоги. Связь руководителей со сторонниками осуществляется с помощью созданных социальных сетей, что способствует улучшению коммуникации между участниками. Предварительно на официальных страницах в социальных сетях публикуются предстоящие акции в регионах, которые призывают граждан принять участие в мероприятиях. Дополнительно страницы используются в организации рассылки в социальных сетях агитационных материалов и продуктов в интернет-магазине.

Проведенный ивент-анализ динамики работы штабов в регионах на протяжении 2017 года подтверждает, что для мобилизации сторонников использовались различные виды акций, а также анализ позволил выявить регионы, в которых преобладали определенные виды мероприятий. Созданные А. Навальным интернет-платформы являются инструментом воздействия на сознание населения. Наличие большого количества массива информации распространенных на интернет платформах, способствует формированию общих интересов и объединению участников к коллективным действиям. Наиболее активными участниками в коллективных действиях является молодежь, а также жители крупных городов, для которых характерен высокий или средний социальный статус. Ключевыми инструментами мобилизации масс: интернет: социальные сети, блоги, интернет-реклама; уличная агитация: массовые митинги, кубы, пикеты; производство и распространение агитационных материалов; финансовое обеспечение: спонсоры, личные взносы, фандрайзинг.

Развитие интернет пространства расширила коммуникационные возможности граждан, при этом интернет технологии выступают сильным механизмом воздействия на массовое сознание. Также Ю. А. Ильичева подчеркивает, что рост интереса к мобилизационным технологиям возник с появлением нового информационного пространства [2].

Следовательно, главная особенность в координации мобилизационных технологий - использование социальных сетей. С каждым годом возрастает количество граждан, которые используют Интернет не только в получении информации, но также для обмена мнениями по социально-политическим вопросам. Интернет-коммуникация оказывает значительное влияние на результат коллективных действий.

Источники и литература

- 1) Гудошникова О.Е. Технологии "Новых медиа" как платформа гражданской активности // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1-1. С.1928
- 2) Ильичева Ю. А. Мобилизационные технологии: сущность, предпосылки возникновения, основные инструменты и средства // Медиаскоп. 2013. № 2. С. 5
- 3) Яницкий О.Н. Массовая мобилизация: проблемы теории // Социологические исследования. 2012. № 6. С. 3
- 4) Исследование GfK: Проникновение Интернета в России: <http://gtmarket.ru/organizations/gfk/gfk-info>
- 5) Навальный: <https://navalny.com>