

Секция «Политические науки»

Гражданская активность в социальных сетях: новые каналы коммуникации

Мухтасарова Дина Ринатовна

Аспирант

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,

Факультет прикладной политологии, Москва, Россия

E-mail: dina.rm@yandex.ru

Гражданская активность это реализация своих прав и свобод, ответственность за происходящие политические процессы, обладание и умение пользоваться политико-правовыми знаниями. Выражение гражданской позиции является неотъемлемой частью поведения ответственного гражданина, который понимает необходимость преобразований, совершаемых в интересах социально-политического прогресса в обществе. В целом событиями российской политической жизни, деятельностью общественных организаций интересуются 19% населения [7], а в результате опросов, проведенных накануне выборов, были получены данные о том, что 60% россиян считают, что их участие в избирательной кампании, так или иначе, имеет влияние на политическую и экономическую жизнь России [4].

В эпоху цифровых технологий появляются новые возможности для проявления гражданской активности. Одним из таких каналов коммуникации в последние годы стали социальные сети. В России 82% пользователей интернета зарегистрировано в социальных сетях, в среднем пользователь социальных медиа - это молодой человек в возрасте 18-24 лет (96%), проживающий в Москве и Санкт-Петербурге (94%) [5].

В проекте ежегодного доклада Общественной палаты РФ о состоянии гражданского общества в России говорится о том, что социальные сети становятся важнейшим фактором политической, культурной, социальной коммуникации, ведущим инструментом в деле распространения информации между гражданами [2]. Отличительной особенностью этой коммуникационной платформы является быстрая реакция на произошедшее событие, отсутствие финансовых затрат на создание контента, возможность фильтровать получаемую информацию и ее источники.

Поле интернета используется для таких гражданских инициатив, как волонтерство, краудсорсинг, организация взаимопомощи, сбор подписей под общественные инициативы, организация протестных движений. Объединяющим фактором для коллективного действия может стать социальная значимость события, наличие сильных связей между участниками, необходимость проявления инициативы для защиты своих интересов, отсутствие отклика со стороны ответственных государственных органов.

Во время выборов 4 декабря в Государственную Думу в блогах и социальных сетях от пользователей он-лайн поступали результаты с территориальных избирательных участков, которые в итоге часто расходились с публикуемыми данными ЦИКа [3]. Сразу после выборов в Интернете появились многочисленные видео с фальсификацией результатов, что естественным образом подняло волну возмущения интернет аудитории.

В качестве основной площадки для организации протестных акций после выборов в Государственную Думу шестого созыва были использованы такие социальные сети, как Facebook, Twitter и другие. Количество участников, согласно официальным данным

МВД, составило десятки тысяч человек. Организаторами данных акций выступили как объединения – «несистемная оппозиция», оппозиционные партии, общественные организации, так и отдельные инициативные граждане. Отличительной особенностью данных митингов явилось то, что для сбора митингующих не были использованы общероссийские телеканалы и государственные радиостанции. Для организации были использованы только платформы социальных сетей Facebook, Twitter, Вконтакте, где желающие принять участие могли присоединиться при помощи кнопки «мне нравится». Так, на митинг "За честные выборы который состоялся 24 декабря 2011 года на проспекте Сахарова, в специальной группе на Facebook согласились пойти более 54 тыс. человек, и еще около 100 тыс. получили приглашения. На приглашение пойти на шествие 4 февраля на этом же ресурсе откликнулись почти 29 тыс. человек.

Органы государственной власти уже давно обращают пристальное внимание на социальные медиа. В апреле 2011 года Роскомнадзором был объявлен тендер на разработку, поставку и монтаж программно-аппаратного комплекса (ПАК) контроля информационно-телекоммуникационной сети Интернет [6]. При помощи ПАК на соответствие российским законам с декабря 2011 года будут проверяться контент СМИ и пользователей: статьи, комментарии, блоги, фото, видео. Введение технических, юридических мер [1] контроля свидетельствует об обеспокоенности власти растущим влиянием социальных медиа. Степень и необходимость контроля государством зависит от конечных целей пользователей социальных сетей: в случае общественных инициатив, волонтерских движений, и прочих активностей правоохранительные органы не вмешиваются, если же речь идет о протестных акциях, о формировании негативных мнений правительство обращает пристальное внимание, результатом которого становится применение мер правового контроля.

Литература

1. Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
2. Доклад о состоянии гражданского общества в Российской Федерации (2011 г.). – М.: Общественная палата Российской Федерации, 2012. – 148 с.
3. Выборы-2011: коллекция нарушений пополняется. Forbes. 5 декабря 2012 г. - Режим доступа: <http://www.forbes.ru/>
4. Голосуй и повлияешь. Ромир Gallup International. Ноябрь 2011 - Режим доступа: <http://www.romir.ru/>
5. Еженедельный опрос «Омнибус ВЦИОМ» Инициативный всероссийский опрос ВЦИОМ проведён 4-5 февраля 2012 г. - Режим доступа: <http://wciom.ru/>
6. Официальный сайт Российской Федерации для размещения информации о размещении заказов - Режим доступа: <http://zakupki.gov.ru/>
7. Фонд «Общественное мнение» Опрос проводился 19 октября 2011 г. в 100 населенных пунктах 43 субъектов РФ. В опросе приняли участие 1 500 респондентов - Режим доступа: <http://fom.ru/>