

УДК 323.225

СОКОЛОВ Александр Владимирович — к.полит.н., доцент кафедры социально-политических теорий Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова (150000, Россия, г. Ярославль, ул. Советская, 10; alex8119@mail.ru)

ЭЛЕКТРОННЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ ГРАЖДАН

Аннотация. Важной особенностью сложившейся в России ситуации является повышение значения Интернета в коммуникационных процессах, создание специализированных сервисов в глобальной сети. Социальные активисты, общественные организации используют Интернет для диалога с аудиторией, для побуждения ее к каким-то действиям. В связи с этим в статье рассматриваются процессы коммуникации целью организации и осуществления гражданской активности в современной России.

Ключевые слова: гражданская активность, гражданское приложение, сетевое движение, Интернет, коммуникация

Гражданская активность все чаще реализуется в Интернете. Люди, проявляющие гражданскую активность в Интернете, чаще других готовы объединяться для совместных действий, склонны доверять людям из своего окружения. Они чаще выражают готовность организовывать общественные мероприятия и принимать в них участие, а также жертвовать деньги на такие мероприятия.

Социальные сети, блоги и другие интернет-платформы во многих странах стали формами реализации гражданской активности и свидетельствуют о возможности влиять на принимаемые органами власти решения [Головин 2012]. Повышение гражданской активности через Интернет обусловлено растущим уровнем проникновения новых технологий. В Интернете появляются площадки для отстаивания прав и свобод граждан, и надо отметить, что органы власти в действующей политической ситуации не могут игнорировать важную информацию, касающуюся ее деятельности¹. С 2004 г. число активных пользователей Интернета в России² увеличилось с 5,3 млн до 58,3 млн чел. Месячная аудитория выросла с 14,1 млн до 70,7 млн чел. Летом 2014 г. доля активной аудитории (это выходящие в сеть хотя бы 1 раз в сутки) составляла 50,1% (58,4 млн чел.). Годовой прирост интернет-пользователей, выходящих в сеть хотя бы 1 раз в месяц, составил 9%, а для суточной аудитории данный показатель равен 12%.

Наиболее стремительный период роста продолжался с лета 2007 г. по осень 2013 г. За этот период в количественном отношении суточная аудитория увеличилась в 5 раз, недельная аудитория — в 4 раза, месячная аудитория — в 3 раза. Пропорция между суточной, недельной и месячной аудиториями за 10 лет также претерпела значительные изменения. Если по данным лета 2004 г. Интернетом пользовались 37% пользователей за последние сутки, 33% — за неделю, 29% — за месяц, то летом 2014 г. эти показатели составили 81%, 14% и 5% соответственно. Но при этом весной 2014 г. доля суточной аудитории была зарегистрирована на отметке 82% пользователей.

По данным ФОМа в России 8% жителей проявляли гражданскую активность в Интернете. Формы и инструменты гражданской активности в Интернете довольно разнообразны. Высказываться по общественным и политическим проблемам в блогах, социальных сетях, на новостных сайтах приходилось 6% месячной интернет-аудитории; посещать сайты партий, общественных (некоммерческих) организаций, политических лидеров — 5%; жертвовать деньги в благотворительные фонды, незнакомым нуждающимся людям — 4%. Участвовать в интернет-голосованиях по

¹ Гражданская активность через Интернет. — *Гражданская инициатива Интернет политики. Официальный сайт*. Доступ: <http://www.gipi.kg/activity/civilactiv> (проверено 25.08.2014).

² Интернет в России: динамика проникновения. Лето 2014. Опрос ФОМа. Доступ: <http://fom.ru/SMI-i-internet/11740> (проверено 12.11.2014).

политическим вопросам и размещать на централизованных сервисах информацию о местных проблемах (например, свалка мусора, сломанная детская площадка и т.п.) – по 2%. Вступать в группы партий (политических лидеров) в социальных сетях, распространять информацию об общественных и политических проблемах и событиях, вступать в группы общественных (некоммерческих) организаций, принимать участие в инициативах по решению общественных проблем и помощи нуждающимся в социальных сетях, подписывать петиции, законопроекты, обращения в Интернете и участвовать в общественной экспертизе законопроектов приходилось по 1% месячной интернет-аудитории. Жертвовать деньги на реализацию проектов (например, интернет-СМИ, выпуск музыкального альбома, проведение мероприятий) приходилось 3% пользователей-активистов (0% месячной аудитории). Жертвовать деньги для кандидатов на выборах приходилось 1% (0% месячной интернет-аудитории) пользователей-активистов.

Опросы ФОМа демонстрируют, что в Интернете люди размещают информацию о различных проблемах в городе, регионе и стране. 45% населения считают, что эти действия помогают решению проблем. Стоит отметить, что 58% населения России готовы объединиться с другими людьми для совместных действий, если их идеи и интересы совпадают. Помимо этого, 39% населения готовы жертвовать собственные средства для помощи людям, пострадавшим в чрезвычайных происшествиях (пожар, наводнение, землетрясение), в то время как собраться на акцию протеста готовы 15%, а пожертвовать деньги на ее проведение – всего 3%.

Важно отметить, что Интернет используется не только для распространения альтернативной информации. При помощи социальных сетей собираются средства на проведение тех или иных политических проектов (митинги, издание пропагандистской литературы и т.п.). Информационные интернет-технологии дают возможность коллективно анализировать те или иные события с целью поиска путей развития общества. Интернет позволяет создать виртуальные сетевые организации – группы единомышленников: сетевой аналог политических партий, ассоциаций, движений. Новым для России способом является определение лидера того или иного сетевого сообщества: он формируется сетью. С учетом все большего проникновения Интернета в российскую действительность сетевые сообщества могут стать центром как реального противодействия политической власти, так и ее поддержки [Радилов 2012: 270].

За последние несколько лет на территории России появилось немало проектов, затрагивающих социальную сферу жизни общества. Некоторые из них являются более успешными, некоторые – менее. Они основаны на равном и открытом доступе к информации пользователей Интернета и, конечно, на возможности их вовлечения в решение той или иной проблемы. То есть, эти проекты строятся на сетевом принципе коммуникации участников.

Социальная сфера все чаще проявляет себя в сети Интернет. Социальные активисты, общественные организации используют ее для диалога с аудиторией, для побуждения ее к каким-то действиям. Такая же тенденция характерна, в частности, для добровольческих инициатив. Более того, проекты в этой сфере часто изначально создаются в онлайн-пространстве и здесь же растут и развиваются.

Среди подобных движений, кампаний и идей можно назвать ряд проектов, уже зарекомендовавших себя и имеющих историю своего развития. Это ежегодные форумы гражданских активистов *Social Camp*, платформа юридического краудсорсинга «Непофигизм», проект «Одна минута на добро», интерактивная база данных НКО «Так просто!», социальная платформа совместного финансирования «С миром по нитке» и др.

Во многом они являются первыми, кто использует электронные и коммуникативные сети в своей структуре. Для подобных организаций характерен отход от иерархичности. Они строятся на привлечении добровольцев и предоставляют им одинаковые возможности. Одной из основных задач, стоящих перед создателями социальных сетевых сервисов, является необходимость сделать продукт интересным и полезным в такой степени, чтобы привлечь добровольцев не к разовому, а к постоянному участию. Нельзя не отметить открытость проектов для тех, кто

хочет помочь, принять в них участие, а также стремление к географическому расширению деятельности. В основе каждого лежит креативная идея, вокруг которой строится проект. Удивительно, но чаще всего такие идеи запускаются одним-тремя людьми, а в итоге становятся узнаваемыми и привлекающими большое число сторонников во многих городах и регионах страны. Это может говорить о высоком качестве предлагаемых сервисов и проектов и о их необходимости для населения.

Если обобщать результаты наблюдения за разными проектами, можно сказать, что их наибольшая польза состоит в объединении людей вокруг определенной проблемы. Результаты могут быть самыми разными: обмен опытом, оказание материальной и нематериальной помощи, рождение новых идей в социальной сфере и т.д. Важно, что предлагаемые платформы объединяют различные категории граждан. Прежде всего, это инициативные люди, добровольцы, лично заинтересованные в участии в решении определенной проблемы. Нередко происходят контакты с бизнесом, который реализует программы корпоративной социальной ответственности. Им интересно, как развиваются гражданские инициативы. Для СМИ социальный проект – отличный информационный повод, особенно когда в мероприятии участвуют известные люди. Поэтому представители СМИ сами идут на контакт с руководителями проектов. Органы власти в меньшей степени вовлечены в этот процесс. Где-то они выступают как помощники и участники, где-то – как наблюдатели. Присутствует желание не связывать развитие проектов с политикой. В целом идеи предлагаемых платформ социально значимы и разделяются большим числом людей. Поэтому для привлечения сторонников необходимо вызвать у них интерес, доступно донести миссию проекта, а главное – создать удобный и современный сервис. Причем опыт показывает, что сервисы, оперирующие не деньгами, а, например, знаниями пользователей или их временем, вызывают у них большее доверие.

Как демонстрирует динамика развития успешных сетевых социальных проектов, по многим показателям виден постоянный рост. Прежде всего, это касается увеличения аудитории. С этим связано распространение движения в регионах. Расширяется и круг проблем, на которые направлена деятельность организаций. Становится больше успешных кейсов в рамках проектов. Хотя рассматриваемые нами инициативы появились относительно недавно – в 2009–2010 гг., этот период времени уже позволяет говорить, что динамика их развития была достаточно быстрой. В этой связи можно отметить, что проекты изначально задумывались несколько иными, чем они есть сейчас. Они являются результатами быстрого саморазвития. При этом не теряется суть продукта. Их создатели предлагают один инструмент для решения многих задач и концентрируются на нем. К примеру, в связи с ростом аудитории проекта «Непофигизм» его суть не меняется. Это по-прежнему юридические консультации между пользователями.

На пути развития сервиса стоят ограничения и трудности. Одна из основных – сложность в поиске ресурсов. Основная цель социальных проектов не связана с получением прибыли. Это влияет на вероятность, скорость привлечения средств на их поддержание, а также объем этих средств. В основном финансирование изучаемых проектов осуществляется за счет фондов при помощи механизмов краудфандинга и краудсорсинга. Привлекаются сервисы электронной коммерции. На некоторых сайтах встречается реклама. Изначально толчком к запуску проекта является личная мотивация создателей, энтузиазм. Поэтому есть возможность привлечения личных ресурсов. Наблюдается стремление добиться автономности проекта, особенно если в нем циркулируют денежные средства. Нужно отметить, что в этом случае есть опасения относительно правового статуса сервисов. Во многом появление рассматриваемых платформ опережает законодательство в этой сфере. В нем плохо прописано их юридическое положение. Поэтому в будущем возможны сложности в этом плане.

Сложности связаны также с тем, как воспринимаются предложенные проекты обществом. Во-первых, многие из них заимствуют форму зарубежных аналогов. Но на Западе уровень социальной ответственности граждан выше. В связи с этим

важен вопрос приживаемости проектов в нашей стране. Во-вторых, такие инициативы являются новыми для России. Не все люди могут быстро понять, в чем цель социальных проектов, на что они способны и какое отношение имеют к человеку. Поэтому параллельно с развитием того или иного проекта происходит знакомство населения со сферой добровольчества, гражданского участия в целом. Это может быть связано с рисками, неопределенностью относительно будущего движений. Но, как показывает опыт, в нашей стране достаточно людей, готовых заниматься социальной работой. Важно, что многие сервисы предлагают людям присоединиться к ним в режиме онлайн, не выходя из дома, что повышает вероятность включения в работу и упрощает ее. К тому же социальные сети облегчают процесс донесения информации о тех или иных инициативах до людей, а также поиск сторонников и привлечение ресурсов. На примере социальных проектов мы видим успешные примеры самоорганизации граждан.

Среди недостатков использования необходимо отметить то, что авторы многих социальных проектов в Интернете в России не используют социальные сети для увеличения своей аудитории либо используют не все социальные сети, а одну или две. Это в значительной мере влияет на число вовлеченных в проект пользователей. Также встречаются случаи, когда в работе проекта социальные сети используются в незначительной мере (аудитория в социальных сетях в десятки раз меньше реальной целевой аудитории пользователей сети) либо в незначительном объеме (в т.ч. с помощью накрутки ботов в сообществе). Эта недоработка может вести к пассивности аудитории и невыполнению цели. Однако стоит отметить, что некоторые авторы используют социальные сети вполне успешно, как например, Алексей Навальный в своих проектах.

В результате развития проектов формируются сети инициативных граждан, которые могут служить основой для разработки новых проектов. Особенно это характерно для общественных организаций и объединений. При подготовке мероприятий, поиске сторонников достаточно легко формируется коллектив организаторов и участников. Полезными могут быть наработанные контакты, которые налаживаются между организациями, работающими в одной или смежных сферах.

Сегодня важно оценить промежуточные результаты функционирования сетевых проектов в социальной сфере в нашей стране. Это относительно новое явление для России, но они уже наработали определенный опыт, заняли свои ниши и добились значительных результатов в решении соответствующих проблем. В то же время определить результаты оказывается сложно, т.к. нет шкал, по которым их можно рассчитать. К тому же руководители проектов не стремятся к этому. Вместе с тем они строят большие планы развития на будущее.

Интернет, таким образом, является важным инструментом формирования гражданских структур, каналом социальной самоорганизации и объединения граждан, что особенно актуально в отсутствие эффективных формальных способов участия (партий, профсоюзов и пр.) в политической жизни для большинства населения, что позволяет оценивать его как перспективный инструмент реализации политических интересов различных социальных групп. Такая социальная и политическая значимость Интернета обуславливает интерес и внимание властей к нему.

Статья подготовлена в рамках исследования, финансируемого за счет гранта РГНФ №14-33-01241.

Список литературы

Головин Ю.А. 2012. Политические технологии в избирательных кампаниях 2011–2012 годов. — *Конфликтология*. № 3. С. 73–82.

Радиков И.В. 2012. Активность российского гражданского общества как ресурс политической модернизации. — *Политическая экспертиза: Политэкс*. № 8. С. 261–272.

SOKOLOV Alexandr Vladimirovich, *Cand.Sci. (Pol.Sci.)*, Associate Professor of the Chair of Social and Political Research, Demidov Yaroslavl State University (Sovetskaya st., 10, 150000, Yaroslavl, Russia; alex&119@mail.ru)

ELECTRONIC COMMUNICATION IN THE SOCIAL ACTIVITY OF CITIZENS

Abstract. *The increasing importance of the role of the Internet in communication processes and creation of specialized services in the global network are the important features of the current situation in Russia. Social activists, civil society organizations use the Internet for the dialogue with the audience in order to encourage people to some action. Therefore the article examines the processes of communication, oriented on the organization and implementation of the civic activism in contemporary Russia.*

The author pays special attention to the movements, campaigns and ideas, that resulted in the Internet projects that already approved themselves and have the results in their development.

Keywords: *civic activity, civil web application, network movement, Internet, communication*