

службы. — *Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС*, № 2. С. 213–216.

Соловьев В.Д., Рябая А.Я. 2013. Организация деятельности органов территориального местного самоуправления в муниципальном образовании «город Ижевск». — *Муниципальная власть в современном мире: поиск ответов на вызовы времени*. Материалы международной научно-практической конференции. Т. 2. Уфа: БАГСУ. С. 181–186.

Шешукова Г.В. 2013. Оценка эффективности деятельности местного самоуправления в Оренбургской области. — *Муниципальная власть в современном мире: поиск ответов на вызовы времени*. Материалы международной научно-практической конференции. Т. 1. Уфа: БАГСУ. С. 246–252.

Яппарова Р.Р., Галин Р.А., Скрябина Я.А., Хамитова Л.М. 2011. Повышение информационной открытости органов государственной власти и местного самоуправления в Республике Башкортостан: опыт конкретно-социологического исследования. — *Современные политико-властные процессы в Республике Башкортостан и региональная политика*: коллективная монография. Уфа: БАГСУ. С. 108–148.

Lavrentiev S.N., Dorozhkin Yu.N., Frolova I.V., Gazizova L.I. 2012. Actuality of Developing Municipal Service HR Potential in Conditions of Modern Russia (on the example of the Republic of Bashkortostan). — *Public Administration East and West: Twenty Years of Development: the 20th NISPAcee Annual Conference*. Ohrid, NISPAcee press.

УДК 316.334.3

УШКИН Сергей Геннадьевич —

аспирант кафедры социологии Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарева

430005, Россия, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Большевистская, 68.

ushkinsergey@gmail.com

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРОТЕСТНОЕ ДВИЖЕНИЕ

PARTICIPATION OF SOCIAL NETWORK USERS IN THE PROTEST MOVEMENT

В статье строится портрет декларируемых участников акции протеста на Болотной площади на основании сообщества в социальной сети «ВКонтакте». Метод исследования – таргетинговый анализ. В рассматриваемом сообществе выделяются ядро (43% пользователей) и периферия (57% пользователей). Фиксируется, что ядром протестного движения в виртуальном социуме преимущественно становятся жители Москвы, мужчины и молодежь в возрасте от 18 до 34 лет. Значимыми для них являются такие ценностные ориентации, как саморазвитие, семья и дети и совершенствование мира; в других они ценят доброту и честность. Выявленные социально-демографические характеристики и ценностные установки пользователей рассматриваемого сетевого сообщества существенно отличаются от аналогичных параметров по всему массиву пользователей социальной сети «ВКонтакте».

Ключевые слова: протест, протестное движение, Интернет, социальные сети, ценностные ориентации

In the article a social portrait of the declared participant of the meeting in the Bolotnaya square is described. The author analyzes the thematic community in a social network «VKontakte». The research method is targeting. The core (43% of users) and the periphery (57% of users) of the participant's community were distinguished by the author. Study showed that mainly residents of Moscow, men and young people at the age of 18-34 were the core of the protest movement in a virtual society. The values of self-development, family and children and perfecting of the world are important for them. They do appreciate the peoples' kindness and honesty. The author reveals socio-demographic characteristics and value orientations and significant differences between the users of the selected community and other users of social network «VKontakte».

Keywords: protest, protest movement, Internet, social networks, values

Массовые политические выступления против фальсификации результатов голосования в пользу партии власти после выборов депутатов ГД РФ в декабре 2011 г. вызвали бурную научную дискуссию. Исследователей интересовала природа протестных настроений [Бызов 2012; Мамонов 2012], выраженность среди населения запроса на демократизацию политических институтов [Волков 2012], сетевые практики протеста [Ксенофонтова 2012; Панченко 2012], механизмы формирования социального недовольства в региональном социуме [Дементьева 2012] и т.д.

Резкий всплеск протестной активности россиян стал явлением «неожиданным и предсказуемым одновременно» [Мамонов 2013: 35]. Неожиданность крылась в масштабах и эмоциональности протестного движения. Предсказуемость связывалась с фиксируемой на протяжении предыдущих нескольких лет политизацией протестных действий, основанной на неудовлетворенности населения работой легальных институтов коммуникации государства и общества [Подъячев 2012: 161-162].

Отправной точкой протестного движения принято считать состоявшийся 10 декабря 2011 г. в Москве на Болотной площади митинг против результатов выборов. Его называют одной из крупнейших массовых акций протеста в новейшей истории России: по различным подсчетам организаторам удалось собрать от 25 до 150 тыс. чел. [Зайцев, Карастелев 2013: 239]. Значительную роль в масштабе этого явления сыграли социальные сети, ставшие «мощным инструментом для организации оффлайн-протестов» [Соколов, Кириллова 2012: 45].

Цель настоящей статьи – рассмо-

треть вовлеченность людей в сетевое протестное движение на примере сообщества «Мы были на Болотной. Мы будем на Сахарова» в социальной сети «VKontakte». Выбор данной социальной сети обусловлен высокой численностью пользователей и технологическими возможностями сбора и обработки данных. Методом изучения выступил таргетинговый анализ – механизм, позволяющий выделить из имеющейся аудитории ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям исследователя (целевую аудиторию). Переменными для анализа выступили пол, возраст, место проживания и ценностные ориентации. Исследование выполнено в феврале 2014 г.

В рассматриваемом сообществе насчитывается 35 тыс. чел.: из них 15 тыс. чел. заявили о том, что точно пойдут на митинг, 20 тыс. чел. идентифицировали себя как возможных участников. Первых мы условно назовем «ядром» виртуального протестного движения, вторых обозначим как периферию. Как правило, ядро представляют собой те, кто «сопоставляет свои интересы и цели с целями движения, связывает с ним значительную часть своей жизнедеятельности; периферийное положение занимают наблюдающие, те, кто не придает значения смыслу движения, а присоединяется ради какого-нибудь интересного или важного для них начинания» [Соколов, Соловьева 2013: 56].

Рассмотрим ядро протестного сообщества «Мы были на Болотной. Мы будем на Сахарова» и попытаемся составить социальный портрет участника протестных акций; изучение периферии не представляется возможным ввиду технических ограничений использования «VKontakte».

Таблица 1

Гендерный состав участников протестной группы «Мы были на Болотной. Мы будем на Сахарова» в сравнении с гендерным составом пользователей «ВКонтакте», %

	Мужчины	Женщины
Пользователи протестной группы	65,7	34,3
Пользователи «ВКонтакте»	52,7	47,3

Таблица 2

Возрастной состав участников протестной группы «Мы были на Болотной. Мы будем на Сахарова» в сравнении с возрастным составом пользователей «ВКонтакте», %

	До 18	18-24	25-34	35-44	45-59	60 и старше	Не указано
Пользователи протестной группы	2,6	34,2	51,0	5,9	1,6	3,2	1,3
Пользователи «ВКонтакте»	14,0	24,1	22,6	6,6	4,1	2,0	26,5

Точно готовы были пойти на митинг жители Москвы (68,2%), четкой локализации вокруг других крупных городов не фиксируется. Логично предположить, что организаторы мероприятия рекрутировали в свои ряды в основном москвичей и гостей столицы, а также жителей близлежащих городов. Важным является тот факт, что около трети пользователей (31,8%) на декларативном уровне готовы были специально приехать в Москву, чтобы участвовать в протестной акции.

Гендерный состав исследуемого сообщества указывает на недостаточную включенность женщин в общественно-политические отношения: они почти в 2 раза реже мужчин предпочитают заявлять о своем участии в митинге (см. табл. 1). В сравнении с данными о гендерном составе пользователей «ВКонтакте» мы наблюдаем маскулинизацию виртуального протестного движения. При этом стоит отметить, что в ряде современных отечественных исследований также фиксируется достаточно низкая общественно-политическая активность женщин [Дадаева 2012; Лошакова 2013].

Половина декларируемых участников протестной акции (51,0%) – это люди от 25 до 34 лет; возраст каждого третьего пользователя (34,2%) – от 18 до 34 лет (см. табл. 2). Другие возрастные категории представлены в суще-

ственно меньшей степени (от 1,6% до 5,9%). Это свидетельствует о существенной поддержке виртуального протестного движения со стороны молодежи.

Детерминирующими в виртуальном сетевом сообществе являются 3 выраженных ценности: саморазвитие (8,6%), семья и дети (6,3%) и совершенствование мира (4,2%) (см. табл. 3). Другие ценностные ориентации (карьера и деньги, развлечения и отдых, наука и исследования, красота и искусство, слава и влияние) указывались существенно реже (от 0,8% до 1,1%). Абсолютное большинство декларируемых участников протестной акции (76,1%) предпочитали игнорировать заполнение данной информации в своем профиле. В сравнении со всеми пользователями социальной сети «ВКонтакте» участники протестной группы «Мы были на Болотной. Мы будем на Сахарова» значительно чаще ориентированы на совершенствование мира (в 6,0 раз) и саморазвитие (в 3,7 раза).

В других людях пользователи сообщества ценят доброту и честность (11,2%), юмор и жизнелюбие (4,3%), ум и креативность (3,8%), смелость и упорство (3,2%) (см. табл. 4). Практически не отмечались власть и богатство (1,0%) и красота и здоровье (0,4%). Здесь пользователи также игнорировали заполнение этого пун-

Таблица 3

Жизненные позиции участников протестной группы «Мы были на Болотной. Мы будем на Сахарова» в сравнении с жизненными позициями пользователей «ВКонтакте», %

Жизненные ценности	Пользователи протестной группы	Пользователи «ВКонтакте»
Семья и дети	6,3	7,8
Карьера и деньги	0,8	0,7
Развлечения и отдых	0,9	1,0
Наука и исследования	0,8	0,2
Совершенствование мира	4,2	0,7
Саморазвитие	8,6	2,3
Красота и искусство	1,1	0,5
Слава и влияние	1,1	0,2
Не указаны	76,1	86,7

Таблица 4

Главное в людях для участников протестной группы «Мы были на Болотной. Мы будем на Сахарова» в сравнении с главным в людях для пользователей «ВКонтакте», %

Человеческие ценности	Пользователи протестной группы	Пользователи «ВКонтакте»
Ум и креативность	3,8	1,1
Доброта и честность	11,2	7,9
Красота и здоровье	0,4	0,6
Власть и богатство	1,0	0,2
Смелость и упорство	3,2	1,4
Юмор и жизнелюбие	4,3	2,7
Не указано	76,1	86,1

кта (76,1%). Тем не менее участники группы указывают его несколько чаще, нежели все пользователи социальной сети «ВКонтакте».

Таким образом, протестные выступления 2011–2013 гг. наглядно демонстрируют, что социальные сети служат инструментом не просто коммуникации, но и консолидации участников протестных действий. Происшедший непосредственно во время и после парламентских выборов уход оппозиции в виртуальную среду спровоцировал «заметные импульсы социально-политической активности, которые приводят к возникновению новых форм гражданской солидарности» [Семенов 2013: 38].

Структурный анализ пользователей

социальной сети «ВКонтакте», которые планировали посетить протестный митинг против фальсификации результатов выборов в Москве на Болотной площади 10 декабря 2011 г., позволяет выявить социальный портрет типичного участника виртуального протестного движения. Как правило, это житель Москвы (68,2%), мужчина (65,7%) и молодой человек в возрасте от 18 до 34 лет (85,3%). Значимыми для него являются такие ценностные ориентации, как саморазвитие (8,6%), семья и дети (7,3%) и совершенствование мира (4,2%), в других они ценят доброту и честность (11,2%).

Инструментальные возможности социальных сетей способны выявить важный сегмент протестного движе-

ния — его декларируемых участников, бессознательно берущих на себя функции ядра виртуального протестного движения. Дальнейшие перспективы настоящего исследования видятся в проведении анализа дискурсивного пространства рассматриваемого сетевого сообщества.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках проекта проведения научных исследований «Протестный потенциал российского сетевого сообщества (на примере социальной сети «ВКонтакте»)», проект № 14-33-01213 а2.

Литература

Бызов Л.Г. 2012. Политические цвета новорусского протеста. — *Мониторинг общественного мнения*, № 1. С. 27-32.

Волков Д.А. 2012. Протестные митинги в России конца 2011 — начала 2012 гг.: запрос на демократизацию политических институтов. — *Вестник общественного мнения*, № 2. С. 73-86.

Дадаева Т.М. 2012. Гендерное неравенство в оценках жителей финно-угорских республик России (социологический анализ). — *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки*, № 4. С. 67-73.

Дементьева И.Н. 2012. Протестный потенциал населения Вологодской области и формирование социального капитала. — *Мониторинг общественного мнения*, № 6. С. 86-96.

Зайцев Д.Г., Карастелев В.Е. 2013. Протестное движение в России 2011—2012 годов: проблема субъектности. — *Государство и общество в пространстве политических коммуникаций*. Политическая наука. Ежегодник 2013. С. 231-266.

Ксенофонтова И.В. 2012. Роль Интернета в развитии протестного движения. — *Мониторинг общественного мнения*, № 3. С. 114-116.

Лошакова Ю.П. 2013. Региональные особенности гендерного неравенства. — *Социологические исследования*, № 5. С. 134-137.

Мамонов М.В. 2012. Протестная активность россиян в 2011—2012 гг.: основные тренды и некоторые закономерности. — *Мониторинг общественного мнения*, № 1. С. 5-22.

Мамонов М.В. 2013. Поствыборная ситуация в России: перспективы и риски. — *Социологические исследования*, № 1. С. 35-42.

Панченко Е.Л. 2012. Митинги «За честные выборы»: протестная активность в социальных сетях. — *Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media*, № 7. С. 149-154.

Подъячев К.В. 2012. Протестное движение в России «нулевых»: генезис и специфика. — *Вестник института социологии*, № 5. С. 145-163.

Семенов Е.Е. 2013. Виртуальная сетевая парадигма политической активности. — *Власть*, № 4. С. 34-38.

Соколов А.В., Кириллова Е.В. 2012. Интернет-составляющая проекта «За честные выборы». — *Власть*, № 11. С. 42-45.

Соколов А.В., Соловьева А.В. 2013. Мобилизация в общественно-политических кампаниях. — *Власть*, № 11. С. 55-58.
