

9. Lilleker D., Vedel T. Chapter 19. The Internet in Campaigns and Elections. // Dutton, William, ed. Oxford Handbook of Internet Studies / Oxford: Oxford University Press. - 2013. - P.401-420.
10. Lukyanova G. Is There a Future for Voter Targeting Online in Russia?. In: Alexandrov D., Boukhanovsky A., Chugunov A., Kabanov Y., Koltsova O. (eds) Digital Transformation and Global Society. DTGS 2018. Communications in Computer and Information Science, vol 858. Springer, Cham.2018pp 115-126
11. Manyika J. Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity. [Электронный ресурс] // McKinsey Global Institute. 2011. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/big-data-the-next-frontier-for-innovation>. (Дата обращения: 20.03.2019)
12. Norris P. Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet. – Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2001. – 320 p.
13. Seymour-Ure C. Parliament and mass communications in the twentieth century / in C. A. Walkland (ed) The House of Commons in the Twentieth Century // Oxford: Clarendon Press. 1977. P.527-592.

TARGETING IN ONLINE SOCIAL NETWORKS: OPPORTUNITIES AND THREATS

G.V. Lukyanova

St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia

g.lukyanova@spbu.ru

Abstract. Considering the increasing role of network interaction in current public policy, the author examines targeting as a technology of election campaigns, and in particular, micro-targeting in social networks. At present, microtargeting can be presented as one of the possible alternatives for carrying out door-to-door campaigning as the candidate's "message" creates an inclusive voter effect. The article discusses not only potential positive changes but also limitations associated with the use of microtargeting.

Keywords: digital society, targeting, micro-targeting, offline elite, online elite

ГРНТИ 11.15.89

ОНЛАЙН И ОФФЛАЙН ПОЛИТИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ: ПЕРСПЕКТИВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ⁵

Г.В. Лукьянова, А.Ю. Соловьев

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

g.lukyanova@spbu.ru

arsolo6@icloud.com

Аннотация. В статье предпринимается попытка рассмотреть взаимосвязь между коммуникацией в политических сетях и оффлайн активностью политических субъектов и граждан. Авторы полагают, что только утверждений о существовании свободного пространства общения в Интернете еще недостаточно для заявлений о повышении роли

⁵ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-011-00705 «Объяснительный потенциал сетевой теории в политических исследованиях: методологический синтез как аналитическая стратегия»

гражданина в современных демократиях и превращения пассивного избирателя в активного. На примере исследований выборов в Италии, Германии, Великобритании в статье анализируются вопросы соотношения онлайн и оффлайн мобилизации, вовлеченности, мотивации граждан и роли интернет-технологий в данных процессах.

Ключевые слова: оффлайн мобилизация, онлайн мобилизация, цифровое общество, интернет-технологии, вовлечение избирателей

За последние десятилетия на практики реализации политических кампаний существенное влияние оказало развитие Интернета, а именно возрастающая интерактивность и деятельность самих пользователей по созданию информационного контента. Данные явления были описаны в статье Т. О'Рейли «Что такое Веб 2.0», в которой автор рассматривает превращение пассивного реципиента информации в активного участника виртуальной дискуссии посредством создания профилей и активности в социальных сетях [1]. Данные преобразования повлекли за собой и возникновение новых технологий в политической коммуникации, которые способны обеспечивать не только широкое освещение определенной информации, но и влиять на мотивацию, а также способствовать вовлечению граждан. В связи с этим, представляется целесообразным рассмотреть вопросы, связанные с влиянием интернет-технологий на вовлечение и мотивацию избирателей.

Ш. Ричи и Ц. Чжу при исследовании влияния интернета на политическую активность тех, кто совсем недавно получил доступ к Сети, утверждают, что, несмотря на легкость доступности дополнительной информации в интернете, проблематичным становится обнаружить прямое влияние доступа в интернет на повышение участия и заинтересованности [5]. Действительно, только утверждений о существовании свободного пространства общения еще недостаточно для заявлений о повышении роли гражданина в современных демократиях, поскольку индивиды должны быть заинтересованы в коллективном обсуждении и действии.

Исследуя региональные выборы в Италии, М. Аргуси и А. Маурици также опираются на понимание важной роли интернета в сфере мобилизации [2]. Авторы приходят к выводу, что используя интернет-технологии, кандидаты, как правило, чаще всего стремятся связаться с определенными избирателями, сторонниками определенной политической силы. В этом случае, интернет становится скорее каналом мобилизации, чем средством привлечения неопределенных избирателей. Исследователи утверждают, что коммуникация в Сети преобразует в том числе и партийное членство, поскольку для традиционных массовых партий характерен бюрократический тип управления. На современном же этапе члены массовых партий не являются встроенными в структуру элементами, а представляют собой самостоятельных участников политического процесса, которые по собственной воле принимают участие в политике, образуя локальные сетевые сообщества. Само же исследование региональных выборов определило, что именно лидирующие кандидаты от правящей партии в большей степени склонны использовать интернет-технологии, причем на решение применять технологии не влияет количество избирателей или онлайн активность соперников. Примечательным является тот факт, что интернет-технологии чаще всего не используются в регионах с высокой явкой, что открывает новые вопросы для изучения мотивации как руководителей кампаний, так и самих избирателей в условиях взаимодействия в онлайн пространстве. При исследовании практик применения интернет-технологий, по мнению М. Аргуси и А. Маурици, необходимо фокусироваться на конкурентные сценарии в каждом конкретном случае, то есть исследователю необходимо понимать, в каких условиях находится кандидат и какие цели (мобилизация сторонников, фандрайзинг и т.д.) преследует данный политический актор [2]. Довольно успешные кейсы использования кандидатами ресурсов интернета для сбора средств и повышения явки, с одной стороны, становятся весьма привлекательными

примерами для подражания, а с другой, необходимо помнить, что интернет-ориентированность не всегда неизбежно приводит к победе кандидата.

К. Ваккари в статье, посвященной изучению онлайн мобилизации граждан Германии, Великобритании и Италии, исследует возможность фиксации взаимосвязи между политическими действиями в Сети и вне ее, а также рассматривает вероятность того, что обмен информацией в социальных сетях может оказать влияние на желание гражданина не ограничиваться обсуждениями и быть вовлеченным в иные формы онлайн политической активности [7]. Разделение мобилизации на прямую и косвенную, предложенное С. Розенстоуном и Дж. М. Хансеном, позволяет выявить потенциал онлайн мобилизации, поскольку прямая мобилизация достигается путем отправления сообщений определенным пользователям, а косвенная – через широкие обсуждения, обмен информацией, выражения одобрения или недовольства [6]. При изучении явления особо подчеркивается инклюзивность онлайн-мобилизации, позволяющая концентрироваться на больших группах избирателей. Опрос избирателей Германии, Великобритании и Италии в период выборов в Европарламент позволил конкретизировать предположения авторов об эффектах онлайн мобилизации. В частности, исследователям удалось определить статистически значимый коэффициент корреляции между онлайн мобилизацией и политической активностью. Кроме того, было обнаружено, что эффективнее онлайн-мобилизация влияет на тех, кто уделяет меньше внимания политической кампании, а также в условиях низких показателей политического участия граждан в целом. Таким образом, признание онлайн-мобилизации эффективным инструментом для привлечения менее вовлеченных граждан может быть справедливым аргументом в поддержку мнения о том, что сконцентрированные усилия политических акторов по мобилизации в рамках политической кампании могут являться способом уменьшения неравного положения граждан, не интересующихся политической жизнью государства. Выводы данной работы направлены и на определения масштабов кампании при исследовании мобилизации, поскольку внимание и желание участвовать в голосовании могут зависеть от уровня выборов. Например, общенациональные выборы могут привлечь большее количество граждан, обладающих активным избирательным правом, в то время как получение информации о местных выборах не всегда является приоритетной потребностью граждан.

Кроме того, причины реальной заинтересованности в участии в выборах, а также влияние онлайн взаимодействия на избирателей может быть рассмотрено при исследовании мотивации граждан. Д. Лиллекер и К. Коц-Михальска на примере парламентской избирательной кампании Великобритании 2015 года изучили основные эффекты онлайн-взаимодействия на мотивацию граждан [4]. Авторы опирались на разделение внутренних и внешних мотивов, утверждая, что люди могут руководствоваться эгоистическими мотивами. Внутренняя мотивация – это личное убеждение человека, позволяющее ему совершать различные действия в условиях свободного выбора. Таким образом, ожидается, что внутренняя мотивация будет служить предиктором конкретных действий, которые предпримет человек. Определение внешней мотивации формируется исходя из посылки о том, что человек не обладает полной свободой независимого выбора, поэтому действие человека в общественной среде опирается на его наблюдения, а также на существующие нормы. Внешние мотивации могут основываться и на ожидание вознаграждения от других акторов общественного взаимодействия. Например, экспериментальные исследования подтверждают тезис о более высокой прогнозируемости действий, если существует шанс получения вознаграждения [3]. Необходимо также отметить, что деятельность гражданина в политическом пространстве включает как внешние, так и внутренние мотивы, поскольку избиратель может руководствоваться как позицией определенной группы, так и собственными интересами. Несмотря на публичную активность, связанную с поддержкой определенной политической силы, в случае демократических выборов возможность принятия индивидуальных решений также гарантируется, как минимум, тайным голосованием.

Результаты регрессионного анализа, проведенного Д. Лиллекер и К. Коц-Михальска, позволили выдвинуть ряд предположений по поводу оффлайн и онлайн мобилизации [4]. Авторы указывают, что мужчины более склонны к политической активности вне Сети, в то время как женщины более склонны к мобилизации через социальные сети. Кроме того, возраст не имеет существенного значения при проведении кампаний по мобилизации, а представители более низкого социального класса почти не обращают внимание на оффлайн-мобилизацию, но могут подвергнуться влиянию онлайн-кампании. Д. Лиллекер и К. Коц-Михальска утверждают, что внешние и внутренние мотивы играют значительную роль в оффлайн- и онлайн-активности, но проведение кампаний по мобилизации значительно преуменьшает их роль [4]. Таким образом, внутренние мотивы становятся менее значимыми для действий онлайн, в свою очередь, внешние мотивы могут помочь предсказать действия гражданина в оффлайн и онлайн среде, так как люди в большей степени стремятся принадлежать к определенной группе и получать одобрение от других, а не руководствуются мотивацией личной эффективности и самоудовлетворенности.

Подводя промежуточный итог рассмотрения особенностей применения интернет-технологий в избирательных кампаниях, можно сказать, что данный тип технологий является, скорее, инструментом достижения определенных целей, позволяя кандидату предоставить больше информации о себе, мобилизовать пользователей и создать площадку для дискуссий. Учитывая, что законодательное регулирование интернета сегодня не развито, интернет-технологии могут представлять собой девиантные практики влияния на избирателей. Опыт проведения кампаний в западных странах указывает, что при применении технологий необходимо учитывать ряд особенностей: уровень выборов; конкурентную среду; финансовые затраты на разработку и использование технологий; уровень квалификации специалистов кампании; характеристики платформ; показатели активности избирателей; потребность в создании новых способов коммуникации; потребность в разработке различного формата сообщения для различных каналов; необходимость сбора массивов данных, позволяющих сформировать портрет целевой аудитории; важность связей с лидерами мнений в онлайн-пространстве; небольшой уровень контроля над распространением контента онлайн; примат внешней мотивации над внутренней в условиях действия мобилизационного эффекта онлайн. Рассмотрение особенностей использования интернет-технологий в странах Европейского союза и США имеет важное значение для сравнения существующих практик, однако, нельзя утверждать, что выводы, касающиеся мобилизации или мотивации, будут полностью верны и в России.

Список литературы

1. О'Рейли Т. Что такое Веб 2.0 // Москва. ООО «Журнал Компьютерра». №38 (610). 2005. С. 12-23.
2. Artusi M., Maurizzi A. The Involvement Process Through the Internet in the 2010 Italian Regional Elections // Journal of Political Marketing. – 2016. – Vol. 15. – № 1. – P.1-21.
3. Deci E Effects of externally mediated rewards on intrinsic motivation // Journal of Personality and Social Psychology. – 1971. – Vol. 18. – № 1. – P. 105–115.
4. Lilleker D., Koc-Michalska K. What Drives Political Participation? Motivations and Mobilization in a Digital Age // Political Communication. – 2017. – Vol. 34. – № 1. – P.21-43.
5. Richey S., Zhu J. Internet Access Does Not Improve Political Interest, Efficacy, and Knowledge for Late Adopters // Political Communication. – 2015. – Vol. 32. – № 3. – P.396-413.
6. Rosenstone S., Hansen J. Mobilization, participation and democracy in America. - New York, NY: Longman. 1993. –368 p.

7. Vaccari C. Online Mobilization in Comparative Perspective: Digital Appeals and Political Engagement in Germany, Italy, and the United Kingdom // Political Communication. – 2017. – Vol. 34. – № 1. – P.69-88.

ONLINE AND OFFLINE POLITICAL ACTIVITY: PERSPECTIVES OF RESEARCH

G.V. Lukyanova, A.Yu.Soloviev

St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia

g.lukyanova@spbu.ru

arsolo6@icloud.com

Abstract. The authors attempt to examine the relationship between communication in political networks and offline activity of political subjects and citizens. It is believed that only statements about the existence of free communication space on the Internet are not enough for a conclusion about the increasing role of a citizen in modern democracies and turning a passive voter into an active one. Using the example of election studies in Italy, Germany, and the UK, the relationship between online and offline mobilization, involvement, citizen motivation, and the role of Internet technologies in these processes are analyzed.

Keywords: offline mobilization, online mobilization, digital society, Internet technologies, voter involvement

ГРНТИ 00.08

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СПОСОБ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЭКСТРЕМИЗМА СРЕДИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

М.М. Мадашев

Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова

Ярославль, Российская Федерация

madashev_magomed@mail.ru

Аннотация. В данной статье рассмотрена проблема распространения экстремисткой информации через социальные сети среди студенческой молодежи. Представлены результаты проведенного исследования по данной проблематике. Выделена и обозначена необходимость создания профилактических мер и проведение дальнейших исследований по данной проблематике.

Ключевые слова: Экстремизм, студенческая молодежь, распространение экстремизма, социальные сети, интернет, экстремистские организации, молодежь.

На сегодняшний день проблематика распространения экстремизма достигла апогея. Практически каждое государство внедряет научные разработки по профилактике и борьбе с данным негативным явлением, используя компетентные органы. Вся мировая практика решения проблем связанных с терроризмом, массовыми беспорядками, ростом преступности, политической дестабилизацией, а так же локальными войнами, и многим другим углубляется в изучении до понятия экстремизма, как фундаментальной ячейки порождения вышеперечисленных деструктивных процессов для любого государства. Российская Федерация в данном случае далеко не исключение. Многие особенности нашей страны, например как: многонациональность, россыпь конфессий, богатейшая история - используются экстремистскими организациями ради достижения своих корыстных целей. Набор инструментов таких организаций и лиц, причастных к их деятельности постоянно развивается ровно так же, как и развиваются потребности и технологии современного мира.