**ПОЛИТИКА ИДЕНТИЧНОСТИ РОССИЙСКОГО ГОСУДАРСТВА: ПОЛЕ БИТВЫ – ИНТЕРНЕТ**

Каминский С.И., студент 3 курса, факультет политологии

Санкт-Петербургский государственный университет

Stanislavkam13@gmail.com

На сегодняшний день единого центра, предназначенного для «конструирования» социальной реальности и повестки дня в Сети не существует [1, С.51-58]. Однако, достоверно известно о поручении президента Российской Федерации В.В.Путина правительству, предписывающему регулярно проводить исследования в Интернете по поводу потребительских предпочтений и особенностей поведения молодежной аудитории. Соответствующий документ по итогам заседания Совета по реализации государственной политики в сфере защиты семьи и детей опубликовала пресс-служба Кремля.

В поручении, доклад по итогам которого президент рассчитывает получить до 1 декабря 2019 года, целью опросов называется «повышение уровня информированности органов государственной власти о влиянии информационной среды на формирование взглядов подрастающего поколения». В приведенном документе поручается создать на базе некоммерческой организации координационный центр по организации производства контента, направленного на духовно-нравственное воспитание молодежи, и его распространения в интернете [6].

Однако созданию единственного центра предшествует не менее примечательная история становления и развития отечественных сетевых ресурсов, призванных выступать каналами коммуникации власти и молодежи, ресурсов, обреченных стать инструментами формирования и продвижения определенных представлений о социальной реальности. Нами будут рассмотрены отдельные ресурсы, созданные для представления официальной линии в дискурсивном пространстве, которые будут подвержены авторской типологизации.

В данной статье мы рассмотрим отдельные сообщества социальной сети ВКонтакте, являющиеся официальными страницами социальных проектов, созданных при косвенной или прямой поддержке со стороны государства. Будут проанализированы YouTube-каналы, являющиеся ретранслятором «официальной линии» в Интернет пространстве.

К первой группе были отнесены проекты социальной направленности, созданные в рамках общего процесса формирования стратегии государственной национальной политики, формирования посредством инкорпорирования в общественное сознание отдельных элементов общероссийской гражданской идентичности через цифровые каналы коммуникации.

Ко второй группе были отнесены проекты политической ориентации, созданные для формирования набора базовых ценностей молодого поколения, отождествляющиеся, в первую очередь, с патриотизмом и служением Отечеству.

Уместно, на наш взгляд, рассмотреть проекты социальной направленности, ориентированные на пропаганду ценностей, зафиксированных в Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденную Указом Президента Российской Федерации от 19 декабря 2012 г. № 1666. Отметить характерные черты на основе анализа контента, приведенного в публикациях сообществ [4].

Первым сообществом будет группа «Гордость России». Интернет-проект "Гордость России" был создан в декабре 2013 года на базе социальных сетей. На сайте и в группе проекта рассказывается «о людях, которые проявляют мужество, спасая своих соотечественников, вносят вклад в развитие регионов, в которых живут, занимаются общественно-полезной деятельностью, волонтерством, благотворительностью, помогают окружающим» [8].

Контент ресурса обновляется ежедневно, включая праздники и выходные дни, и подготавливается профессиональными журналистами. Тексты представлены в форме монологов героев: почему они не остались в стороне, какие испытания им пришлось преодолеть, что они думают о храбрости и милосердии, во что верят, чем живут. Монологи разделены на смысловые блоки - небольшие истории о себе, о совершенном подвиге (или социальном проекте), о родном городе, о целях и мечтах героя и т.д. Каждый текст сопровождает портретная фотография героя, а также фотографии, иллюстрирующие его деятельность. Объем материала варьируется от 5 до 9 тысяч знаков, что в полной мере позволяет рассказать о герое выпуска.

Проект через призму человеческих историй убеждает читателей в том, что заняться общественно-полезным делом любой тематики может каждый россиянин. Проект служит платформой для поиска союзников: читатели нередко запрашивают в сообщениях координаты героя для консультации с ним или напрямую просят о помощи.

Целевая аудитория проекта - все граждане страны, активно пользующиеся Интернетом и социальной сетью ВКонтакте, которые сегодня выполняют роль информационных ресурсов, в возрасте от 18 до 55 лет и старше. Ядерная аудитория проекта - интернет-пользователи от 20 до 35 лет, то есть самая социально и экономически активная категория граждан.

Сайт проекта создан как информационный ресурс, дублирующий тексты социальных сетей, состоит из 6 рубрик-категорий ("спасение", "благотворительность", "помощь", "наука", "спорт", "хорошее дело"), интерактивной карты регионов России, цветом показывающей частоту наличия в проекте героев из того или иного региона, календарь, позволяющий посмотреть историю за определенную дату.

Основными задачами проекта можно считать: регулярную публикацию материалов, повышающих позитивную информационную повестку в интернет-пространстве, истории героев проекта, представляющих различные субъекты РФ, являются примером социально-значимого, полезного для общества занятия, регулярную публикацию материалов, рассказывающих о профессиональных спасателях в системе МЧС РФ, а также о примерах мужества и взаимопомощи в условиях ЧС на местах в различных субъектах РФ, оказанных непрофессиональными спасателями.

Через тематику материалов и информационную поддержку героев публикаций проект поднимает престиж социального действия и знакомит с моделями реализации социально-значимых проектов по всей территории России, мотивирует читателей на участие в этих проектах или создание собственного социального, культурного, экологического дела. При этом живой формат публикаций позволяет достичь вирусности в социальных сетях и расширять базу читателей.

Примечателен факт реализации проекта «Гордость России» Благотворительным Фондом «Стремление» при поддержке Фонда президентских грантов. Перечислено Фондом на реализацию проекта 10 318 680 рублей. Вероятная причина победы в конкурсе грантов – удовлетворение запроса на ретрансляцию «базовых ценностей российского государства», закрепленных в национальной стратегии, упомянутой ранее. Такими ценностями, в частности, являются: созидательный труд, социальная справедливость, взаимопомощь и коллективизм [5].

Вторым сообществом будет проект композитора Игоря Матвиенко «#Жить», появившейся вместе с одноименной песней, посвященной памяти жертв авиакатастрофы над Синайским полуостровом, случившейся 31 октября 2015 года. Проект пишет о целях своего существования следующее: «Это возможность справиться с непростой жизненной ситуацией, найти ту недостающую опору, в которой нуждается человек, оказавшийся лицом к лицу с бедой. <…> Проект дает возможность прийти на помощь, оказать поддержку и просто выразить слова сочувствия всем нуждающимся в этом. Жить.рф - напоминание, и возможность проявить самые важные человеческие качества: сострадание, гуманность, милосердие, человеколюбие» [7].

Контент ресурса обновляется ежедневно, включая праздники и выходные дни, и подготавливается профессиональными контент-мейкерами. Тексты представлены в форме монолога о людях «сильного характера» или о примечательных социальных явлениях, отличающихся высокой общественной полезностью. Каждый текст сопровождает портретная фотография героя, а также фотографии, иллюстрирующие его деятельность. Объем материала варьируется от 5 до 25 предложений, что в полной мере позволяет рассказать о герое, его достижениях или влиянии социального феномена на общество.

Целевая аудитория проекта - все граждане страны, активно пользующиеся Интернетом и социальной сетью ВКонтакте, которые сегодня выполняют роль информационных ресурсов, для аудитории в возрасте от 18 до 35 лет - самой социально активной когорты граждан.

Через тематику материалов и информационную поддержку героев публикаций проект поднимает престиж социального действия, информирует о примечательных социальных феноменах, мотивирует читателей на участие в этих проектах или создание собственного «доброго дела». Успешность проекта имеет несколько составляющих – «вирусность» производимого контента, например, одноименной песни, набравшей миллионы просмотров в социальных сетях и удовлетворение запроса на ретрансляцию «базовых ценностей российского государства», закрепленных в национальной стратегии, упомянутой ранее. Такими ценностями, в частности, являются: гуманизм, семья и взаимопомощь.

Ко второй группе «каналов влияния» следует отнести проект «Время – вперёд!», обладающий аудиторией в 231 000 подписчиков, созданный в 2012 году. Главная цель проекта – «выделить и донести до публики хорошие новости на которые другие СМИ не любят обращать внимание». Примечателен тот факт, что упомянутый ресурс пользуется дихотомией образов, противопоставляя себя «чернушной пропаганде, на которой выросло поколение». Содержание видеороликов сформировано на противопоставлении упомянутого ресурса программам, выпускаемым представителями так называемого «оппозиционного дискурса» - каналам «Сотник ТВ», каналу политика А.А. Навального, эпизодов программы, выпускаемой «Радио Свобода» [3].

Контент ресурса обновляется еженедельно, подготавливается профессиональными контент-мейкерами, озвучивает новости журналист Евгений Супер. Ролики представлены в форме монолога о людях, совершивших подвиг или о других значимых достижениях России, отличающихся высокой политико-экономической эффективностью. Каждый ролик сопровождают кадры, иллюстрирующие сюжет программы. Хронометраж выпуска варьируется от 5 до 10 минут, что в полной мере позволяет рассказать о герое или достижениях Российского государства в сферах политики и экономики.

Выпуск состоит из одной магистральной темы, рассматривающийся на протяжении всего выпуская, однако, существует и блок новостей «одной строкой», помещенный в середину главного сюжета. Характерные названия роликов для данного канала: «В России возрождается целая отрасль», «Россия стремительно трезвеет», «Теперь у России есть своя турбина». Характерное акцентирование внимание на топониме присутствует почти во всех названиях видеороликов.

Целевая аудитория проекта - все граждане страны, пользующиеся Интернетом и видеохостингом Youtube, которые сегодня выполняют роль информационных ресурсов, для аудитории в возрасте от 18 до 35 лет - самой социально активной совокупности граждан.

Через тематику материалов проект поднимает престиж социального действия, информирует о важных политико-экономических проектах России. Успешность канала имеет несколько составляющих – высокое качество монтажа и подачи производимого контента, например, использование приема «кликбейт» при формировании названия выпуска и «картинки-превью», предшествующей видеоролику. Реализуется удовлетворение запроса на ретрансляцию «базовых ценностей российского государства», закрепленных в национальной стратегии. Такими ценностями, в частности, являются: патриотизм и созидательный труд.

Последним из анализируемых ресурсов будет Youtube канал «PolitRussia», обладающий аудиторией в 771 000 подписчиков, аналогично созданный в 2012 году. Главная цель проекта – анализ международной обстановки, рассмотрение отдельных аспектов российской политики. Примечателен тот факт, что упомянутый ресурс пользуется аналогичной дихотомией образов, противопоставляя себя представителям упомянутого ранее «оппозиционного дискурса» - каналам политиков А.А. Навального и Л.Э. Соболь [2].

Контент ресурса обновляется ежедневно, подготавливается профессиональными контент-мейкерами, ведут новости журналисты Руслан Осташко, Роман Романов и Анна Сочина. Ролики представлены в форме монолога достижениях России во внешней и внутренней политике, отличающихся высокой политико-экономической эффективностью или о событиях внешнего мира способные быть интерпретированными как «агрессия против России». Каждый ролик сопровождают кадры, иллюстрирующие сюжет программы, в кадре присутствует ведущий. Хронометраж выпуска варьируется от 5 до 15 минут, что в полной мере позволяет сформировать нужный смысловой посыл, направляемый потенциальному зрителю.

Выпуск состоит из одной магистральной темы, рассматривающийся на протяжении всего выпуска. Характерные названия роликов для данного канала: «Зачем переписывают историю нашей победы?», «Грузины не успевают считать убытки», «Мир без доллара всё ближе». Характерное акцентирование внимание на внешней агрессии присутствует почти во всех названиях видеороликов.

Целевая аудитория проекта - все граждане страны, пользующиеся Интернетом и видеохостингом Youtube, которые сегодня выполняют роль информационных ресурсов, для аудитории в возрасте от 18 до 35 лет - самой социально и экономически активной совокупности граждан.

Через тематику материалов проект информирует о важных политико-экономических проектах России, как внешних, так и внутренних, информирует зрителей о «внешней угрозе». Успешность канала имеет несколько составляющих – высокое качество монтажа, подачи производимого контента лично журналистами. Использование приема «кликбейт» при формировании названия выпуска и «картинки-превью», предшествующей видеоролику, отдельные примеры которых приводились ранее. Реализуется удовлетворение запроса на ретрансляцию «базовых ценностей российского государства», закрепленных в национальной стратегии. Такими ценностями, в частности, являются: патриотизм и социальная справедливость.

В результате работы с информационной средой и ресурсами, посвященным вопросам формирования общественного сознания и мировоззренческих установок автор подготовил следующий классификатор, позволяющий сформировать представление об основных акторах, участвующих в реализации политики идентичности в виртуальном пространстве:

*Таблица 1*

|  |  |
| --- | --- |
| Тематика ресурса | Культивируемые ценности |
| Социальная («Гордость России»; «Жить.рф») | Созидательный труд, социальная справедливость, взаимопомощь и коллективизм; гуманизм, семья и взаимопомощь |
| Политическая («Время – вперёд!»; «PolitRussia») | Патриотизм, созидательный труд; Патриотизм, социальная справедливость |

Исходя из приведенной таблицы, мы можем заключить, что ценности, культивируемые разными тематическими ресурсами, пересекаются. Данный факт может свидетельствовать о несогласованности и автономности работы ресурсов. Можно предположить, что увеличение ресурсов с идентичными целями было предназначено для получения кумулятивного эффекта в сфере влияния информационных технологий на формирование ценностей современной молодежи.

Перспектива исследования виртуального пространства по результатам краткого научного обзора, представленного в статье, предстает довольно очерченной: Интернет становится ресурсом, в котором могут действовать различные политические силы и движения, стремящиеся влиять не только на информационную повестку дня, но и на коллективное сознание, в первую очередь, молодого поколения.

Активность в виртуальной среде стремится контролировать государство, однако, глобализация коммуникативного пространства, пока что позволяют не допускать его (государства) всепроникающее влияние.

На наш взгляд, современные правительства должны вырабатывать ряд гибких мер по противодействию негативной, дезинтегрирующей национальное сообщество стратегии интерпретации социально-политической реальности, посредством инвестирования в национальные образовательные ресурсы и спонсирования блогосферы, позитивно очерчивающей государственную повестку.

Список использованных источников:

1. Гигаури Д.И., Гуторов В. А., Ширинянц А. А. Youtube-блогеры как лидеры общественного мнения молодёжи: новые технологии формирования идентичности в виртуальном пространстве // Каспийский регион: политика, экономика, культура. № 3(60), 2019. С. 51–58.
2. Youtube канал «PolitRussia»// [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/user/PolitRussiaCom/videos (дата обращения: 11.10.2020 г.)
3. Youtube канал «Время–Вперед!» [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/user/ShkolaFaberlic/videos (дата обращения: 11.10.2020 г.)
4. О стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года (В редакции Указа Президента Российской Федерации от 06.12.2018 г. N 703) // [Электронный ресурс]. URL: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102161949 (дата обращения: 11.10.2020 г.)
5. Отчет о реализации гранта Фонда президентских грантов // [Электронный ресурс]. URL: https://президентскиегранты.рф/public/application/item?id=5a09d297-481a-4530-bfc2-48462a525c01 (дата обращения: 11.10.2020 г.)
6. Перечень поручений по итогам заседания Совета по реализации государственной политики в сфере защиты семьи и детей // [Электронный ресурс]. URL: http://kremlin.ru/acts/assignments/orders/61841 (дата обращения: 11.10.2020 г.)
7. Сообщество «#Жить» ВКонтакте // [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/zhit (дата обращения: 11.10.2020 г.)
8. Сообщество «Гордость России» ВКонтакте // [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/priderussia (дата обращения: 11.10.2020 г.)