

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Руководство по успешной социализации молодежи
в политическом пространстве



**СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА
В ПОЛИТИЧЕСКОЙ
КОММУНИКАЦИИ:
РУКОВОДСТВО ПО УСПЕШНОЙ
СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ
В ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Методическое пособие

Сетевое научное издание

© Коллектив авторов, 2022
© ИД «Академия Естествознания»
© АНО «Академия Естествознания»
ISBN 978-5-91327-733-6

Москва
2022

УДК 32.3
ББК 66.75
С69

*Исследование выполнено при финансовой поддержке
РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-33032
«Архитектоника онлайн социализации молодежи
в российском политическом пространстве»*

Авторы-составители:

Киселева Л.С., Сидорова У.И., Семёнова А.А.,
Киселева О.А., Николаева М.Э.

С69 Социальные медиа в политической коммуникации:
руководство по успешной социализации молодежи в по-
литическом пространстве: методическое пособие / под ред.
Л.С. Киселевой. – М.: Издательский дом Академии Есте-
ствознания, 2022. – 40 с.

ISBN 978-5-91327-733-6
DOI 10.17513/np.527

Методическое пособие в структурированном виде содержит практические рекомендации по использованию социальных медиа в целях формирования политического самосознания молодежи на основе онлайн коммуникации. В пособии систематизированы преимущества использования социальных медиа в сфере политической коммуникации с молодежью, представлены практические советы для работы с некоторыми цифровыми платформами. Пособие будет полезно в работе специалистов федеральных, региональных и местных органов исполнительной власти РФ, занятых в сфере молодежной политики; специалистов в области политического PR, а также всех заинтересованных в расширении политического участия молодежи в жизни страны или региона.

ISBN 978-5-91327-733-6

© Коллектив авторов, 2022
© ИД «Академия Естествознания»
© АНО «Академия Естествознания»

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Молодежь в политическом пространстве	6
Цифровая гражданская активность молодежи	14
Социальные медиа как инструмент политической коммуникации	20
Практические советы для некоторых цифровых платформ	28
Стратегический подход к социальным сетям	33
Сведения об авторах	38

ВВЕДЕНИЕ

Нынешнее поколение молодых людей, насчитывающее 1,8 миллиарда человек, составляет четверть населения мира и становится доминирующей силой на ближайшие десятилетия. На протяжении всей истории гражданско-активные молодые люди доказывали свою способность к проведению инновационных социальных изменений. Только за последние годы мы стали свидетелями возглавляемых молодежью разнообразных объединений и движений, которые успешно справляются с вызовами современности. Молодые люди выступают творческой силой, динамичным источником инноваций, и они, несомненно, вносят свой вклад и являются катализатором важных изменений в политических системах.

Чтобы политические системы были репрезентативными, в них должны быть включены все части общества. Когда молодые люди не участвуют в политических процессах, значительная часть населения практически не имеет влияния на решения, определяющие жизнь общества. Инклюзивное участие в политической жизни является не только фундаментальным политическим и демократическим правом, но также имеет решающее значение для построения стабильных и мирных обществ и разработки политики, отвечающей особым потребностям молодого поколения. Для того чтобы молодые люди были должным образом представлены в политических институтах, они должны быть вовлечены значимым образом в политические процессы на всех уровнях.

Данное руководство предназначено для ознакомления представителей правительственных структур, политиче-

ских партий, избирательных комиссий и всех заинтересованных сторон, которые только начинают использовать социальные сети или собираются приступить к их применению в интересах социализации молодежной аудитории. В нем представлены материалы, позволяющие реагировать на новые коммуникационные реалии и разрабатывать стратегии поведения в цифровом пространстве, а также рассказывается, как социальные сети должны быть встроены в общую медиастратегию.

МОЛОДЕЖЬ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

У социологов, политиков и лиц, отвечающих за работу с молодежью есть свои собственные представления о том, что такое молодежь, и многие из этих представлений отличаются от того, как молодые люди видят сами себя. Исследования предлагают, как минимум три подхода к концептуализации молодежи: как поколения, как жизненный этап и как социальная группа.

Когда мы рассматриваем молодых людей как обладателей определенных социальных ролей и статусов, мы должны обратить внимание на то, что они в некоторой степени зависят от социальных групп и институтов, в которых они играют свои роли. В течение 20-го века жизнь молодых людей в значительной степени определялась классовыми, расовыми и гендерными различиями, которые устанавливали ограничения на то, кем они могли бы стать во взрослой жизни. В современном обществе, характеризующимся быстрым развитием информационных технологий и широким распространением Интернета, молодые люди имеют доступ к информации о возможностях, которые позволяют им принимать самостоятельные решения относительно своей жизни, образования, работы и участия в политической жизни, не завися от мнения социальных групп, в которые они входят. Период юности характеризуется переходом от «зависимости к самостоятельности».

С этой точки зрения политическое участие можно рассматривать как катализатор независимости молодых людей – политическое участие способствует независимости и автономии молодежи. В то же время, чем больше у мо-

лодых людей самостоятельности, тем больше у них шансов участвовать в политике и реализовывать свои политические права.

Участие в политике означает любую деятельность, которая формирует политическую сферу, влияет на нее или вовлекает в нее. Оно предполагает:

- активность и действие индивидов (в отличие, например, от пассивного потребления);
- добровольный характер действия (в отличие, например, от действий, предписываемых законом);
- гражданскую роль отдельных лиц (в отличие, например, от роли политиков);
- рассматривать политику и политическую систему, как цель поступков (в отличие, например, от личных целей).

Таким образом, политическое участие молодежи можно понимать как активное, добровольное вовлечение молодых людей с их гражданской точки зрения в любую деятельность, которая формирует политическую сферу, влияет на нее или затрагивает ее.

Чтобы понять, как указанные характеристики проявляются на практике, мы можем представить себе вовлечение молодого человека в молодежный совет. Во-первых, это требует от человека активности и участия, и как таковое это действие. Во-вторых, это добровольно, так как человек может отказаться (или вообще никогда не участвовать). В-третьих, оно не преследует личных целей (проводится не для получения прибыли или, по крайней мере, не в первую очередь).

Классически принято выделять три основных типа политического участия:

- традиционное политическое участие (минималистское) — является старейшим типом участия. Он включает институционализированные действия, происходящие на избирательной арене, такие как голосование, баллотирование на выборах или вступление в политическую партию;

- нетрадиционное политическое участие и гражданская активность – рассматривается как деятельность, которая использует внесистемные подходы для достижения своих целей. Примерами таких действий являются демонстрации, забастовки, бойкоты или петиции;

- индивидуализированное политическое участие (мотивационное) – участие (также называемое «политикой образа жизни»), не требующее групповых, общественных или массовых действий, как это имело место в обоих ранее определенных типах политического участия. Этот формат акцентирует внимание на «политизации повседневного жизненного выбора» и деятельности человека, имеющей политическое значение в различных областях, таких как, например, благополучие животных (веганство) или этические аспекты производства продукции – экологическое мышление.

Применительно к молодежи, можно выделить несколько концепций ее политического участия:

- участие, как правозащитная практика – молодые люди рассматриваются как обладатели прав, в том числе права на участие в политике и принятии решений.

- участие, как механизм расширения прав и возможностей молодежи. Этот подход предлагает дать молодым людям право голоса в обществе, решить проблему политической маргинализации молодежи и изменить соотношение сил между поколениями;

- участие, как гарантия эффективности политики. Этот подход основан на понимании того, что молодые люди лучше всего осознают свои потребности и способны предлагать новые идеи. Таким образом, участие молодежи рассматривается как способ, с помощью которого молодые люди могут «просвещать» политиков, чтобы они были более информированными и осведомленными о реалиях жизни молодых людей, чтобы «омолодить» политическую систему;

• участие, как инструмент развития молодежи. Участвуя в принятии решений, молодые люди развивают необходимые навыки, такие как самооценка, уверенность в себе, навыки ведения переговоров и т. д. Таким образом, участие считается инструментом индивидуального развития молодого человека как гражданина.

Помимо прочего, молодежное политическое участие требует подробного рассмотрения причин, по которым оно представляется обоснованным и привлекательным для самих молодых граждан. Можно сформулировать четыре такие причины:

• соблюдение юридических обязательств и конституционных прав на участие молодежи в делах, которые ее касаются. Целью участия молодежи в политической жизни в рамках основанного на правах обоснования является обеспечение того, чтобы молодым людям был гарантирован доступ к таким механизмам, которые позволяют им осуществлять свое право участвовать в политических процессах;

• возможность для молодых людей вносить изменения в окружающий их мир. Основным здесь является вовлечение молодежи в процесс принятия решений. Инициативы, проекты и общественные движения, возглавляемые молодежью, могут обеспечить пространство для расширения прав и возможностей молодежи, оказывать конкретное воздействие в различных областях жизни общества;

• повышение эффективности политических процессов, путем учета точек зрения молодых людей. Создание молодежных парламентов, консультативных советов по делам молодежи, различных комиссий, связанных со всеми уровнями власти, в которых систематически участвуют молодые люди, позволяет оперативно аккумулировать опыт и формулировать точные мнения по различным вопросам, связанным с молодежью.

• предоставление молодым людям реального жизненного опыта и содействие их личному и профессионально-

му развитию. Участие молодежи в политической жизни направлено на вовлечение молодых людей в такие виды деятельности, которые помогают им учиться, исследовать и осваивать новые навыки. Однако, важно помнить, что участие молодежи в политической жизни следует понимать как деятельность, которая формирует политическую сферу, влияет на нее или вовлекает в нее. В соответствии с этим определением даже те структуры молодежного политического участия (например, школьный парламент), которые нацелены в первую очередь на развитие молодежи, должны оказывать влияние на реальные жизненные ситуации или проблемы. Если это не так и структуры участия молодежи в политической жизни предназначены исключительно и только для учебных целей и не влияют на общественные дела, то такие структуры не могут рассматриваться как возможности для участия молодежи в политической жизни, а должны четко пониматься в качестве среды для обучения и профессиональной подготовки.

Современное общество достаточно быстро меняется, что влияет и на политическое участие молодежи: со временем трансформируются и формы участия, цели, интенсивность и другие характеристики. Хотя долгосрочные тенденции и трудно определить, можно отметить определенные характеристики участия молодежи в политической жизни в условиях глобализации:

- среди молодежи распространены нетрадиционные формы политического участия, в том числе протесты и общественные движения;
- исследования показывают, что для многих молодых людей участие в политической жизни начинается на местном или региональном уровне. Именно здесь молодые люди получают возможность увидеть прямое влияние своего участия в тех или иных процессах;
- стираются границы между онлайн- и офлайн-коммуникациями, что влияет на построение отношений в оф-

лайн-жизни и создание неиерархических отношений как в онлайн-, так и в офлайн-пространствах;

- молодежь имеет низкий уровень доверия к политической системе. Таким образом, образование, как средство понимания политической системы играет важную роль в изучении процессов принятия решений;


- роль молодежной работы переоценивается, так как молодые работники во многом играют роль лишь связующего звена и переводчика, передавая информацию о политических процессах молодежи, а также информируя политиков о потребностях молодых людей;

- границы между социальным и политическим, частным и общественным стираются, поскольку политическое участие выходит за рамки «традиционной» политики и касается более широких вопросов, что приводит к «неформализации» политики.

Вовлечение молодежи в политическую жизнь, как в традиционных, так и в нетрадиционных форматах, требует от всех заинтересованных сторон определённых усилий, чтобы создать более открытую, прозрачную и доступную политическую среду для молодых людей.

Административные, юридические и финансовые ограничения деятельности молодежных организаций, движений и активистов создают препятствия для участия молодежи в политической жизни.

Таким образом, в целях поощрения более значимого участия молодежи в политической жизни:

 Лица, отвечающие за молодежную политику, должны быть более конкретными в отношении целей создаваемых ими механизмов участия молодежи в политической жизни. Например, очень важно четко указать, что школьные молодежные советы нацелены на развитие компетентности молодежи в политическом участии, а также

на повышение эффективности школьной администрации. Необходимо создавать и поддерживать разнообразные форматы участия, такие как молодежные советы, консультации, совместное составление бюджета и т.д. Следует избегать покровительственных и конфронтационных высказываний и действий, когда молодые люди участвуют в более деструктивных формах нетрадиционной политики. Важно позаботиться о создании безопасных пространств – физических и виртуальных – где молодые активисты и другие члены гражданского общества могут встречаться и обмениваться мнениями, а также позаботиться о механизмах развития потенциала молодых людей, чтобы они могли совершенствовать свои навыки участия в политическом пространстве;



Тем, кто занимается исследованием различных типов политической деятельности молодежи, следует:

- предоставлять информацию для органов государственной власти, отражающую проблемы, барьеры и ограничения на пути активного участия молодежи в политической жизни страны, региона или сообщества, а также о способах поддержки молодых людей в их стремлении активно участвовать в политическом пространстве;
- собирать и анализировать фактические данные о передовых практиках содействия значимому участию молодежи в разных странах и создавать возможности для обмена знаниями с молодыми активистами и членами молодежных организаций;
- помогать специалистам из правительственных структур предвидеть потребности молодых людей из разных слоев общества, а также оказывать содействие в разработке более эффективных инструментов по развитию потенциала различных групп молодых людей.



Представители политических партий, молодежных объединений и сообществ должны:

- способствовать реализации права молодых людей на свободу конструктивно выражать свое мнения, собираться и объединяться в различные ассоциации;

- оказывать поддержку и предоставлять молодым людям различные возможности для развития у них навыков участия в политической деятельности;

- реализовывать механизмы кооперации для обмена знаниями и изучения успешного опыта деятельности молодежных движений и организаций для поиска потенциально полезных механизмов решения разнообразных проблем.

В настоящее время среди акторов политического пространства молодежь приобретает все большую значимость, ввиду своей активной вовлеченности в онлайн ландшафт политических практик. В связи с этим проблематику гармонизации ожиданий государственной власти и интересов молодежи следует рассматривать с правовых, научных и цифровых аспектов.

ЦИФРОВАЯ ГРАЖДАНСКАЯ АКТИВНОСТЬ МОЛОДЕЖИ

Использование интернет-пространства насыщает повседневную жизнь молодых людей, в том числе открывая возможности для их вовлечения в разнообразные формы политического участия. Вовлечение предполагает индивидуальные или коллективные действия, в которых люди участвуют для улучшения благосостояния отдельных сообществ или общества в целом. Традиционно это принимало форму таких действий, как голосование, посещение общественных собраний или общение с государственными должностными лицами. Однако, под воздействием цифровых технологий происходит смещение политической активности в цифровую среду и появление новых виртуальных форм политической активности юных граждан, в том числе проявление их цифровой гражданственности.

Сам термин «Цифровое гражданство», введенный в оборот Карен Моссбергер – политологом и ученым в области государственной политики и государственного управления, означает «возможность человека участвовать в жизни общества онлайн, включая понимание цифровых граждан как людей, которые часто используют технологии для получения политической информации, выполнения своего гражданского долга и получения экономической выгоды». В других определениях подчеркивается качество или характер участия в сети, а также выделяется такая грань понятия, такая как цифровая грамотность. Применительно к молодежи она может определяться через совокупность надпрофессиональных компетенций, сочетающих в себе знания, навыки и отношения, которые позволяют

молодежи благополучно и безопасно действовать во все более глобальном цифровом мире. Цифровая грамотность выступает необходимым условием для принятия цифрового гражданства и проявления цифровой гражданской активности.

Цифровая гражданская активность (активизм) молодежи относится к мероприятиям по гражданской активности, специально проводимым молодыми людьми, использующими какие-либо цифровые медиа.

Формами цифрового активизма можно считать кликтивизм и хактивизм.



Кликтивизм (англ. «clicktivism») – один из видов «диванного активизма» (англ. «slacktivism», неологизм, составленный из слов «slacker» – лодырь и «activism»). Кликтивизм – действия, выглядящие как онлайн реакция на какие-то события, но не несущие при этом практического смысла и не имеющие долгосрочных эффектов. Эксперты рассматривают кликтивизм как опыт организации разных публичных акций посредством социальных сетей и иных сервисов. Кликтивизм – это практика поддержки политических или социальных целей через Интернет с помощью таких средств, как социальные сети или онлайн-петиции, обычно характеризуется как незначительные усилия или обязательства.



Хактивизм – форма общественного и политического активизма, который осуществляется через Интернет с помощью инструментов хакинга. Основная цель – практическая реализация свободы слова в сети (возможно, публикации полученных секретных данных, блокировки интернет-сайтов, взлома интернет-аккаунтов и поддержки различных форм гражданского неповиновения). Термин

хактивизм возник в первой половине 1990-х годов, его авторство приписывают члену хакерской группы Cult of the Dead Cow с ником Omega. Однако одними из первых акций хактивистов чаще всего называют акции, организованные в конце 1980-х годов австралийским хакером и политическим активистом Джулианом Ассанжем (в то время действующим под ником Mendax). Вместе с другими хакерами Mendax создал группу International Subversives, на счету которой взломы информационных систем и получение секретных данных многих организаций, в том числе военных, правительственных и банковских.

Самые известные международные группы хактивистов: Anonymous, Cult of the Dead Cow, EDT (Electronic Disturbance Theatre), Chaos Computer Group. Иногда из-за радикальной деятельности хактивизм сравнивают с кибертерроризмом, суть которого заключается в проведении террористических атак в виртуальной реальности.

На сегодняшний день существует относительно немного исследований, направленных на оценку типов и характеристик цифровой гражданской активности молодых людей в репрезентативном масштабе. Однако, опираясь на данные из открытых источников можно сказать, что:

- цифровые инструменты рассматриваются как поддержка для расширения прав и возможностей молодежи, даже для тех, кто традиционно не активен, что позволяет им активно действовать, не выходя из дома;

- цифровые инструменты предоставляют молодым людям сообщество, которое может поддерживать, коллективно обсуждать и решать проблемы, организовывать совместные мероприятия.

- цифровая гражданская активность молодых людей положительно коррелирует с политическим участием молодежи в реальной жизни. Молодежь, участвующая в цифровой политике, гораздо сильнее вовлечена в институциональную политику (например, в выборные процессы);

• юмор, мемы, сатира и другие формы популярной культуры являются важными элементами в репертуаре цифровой гражданской активности молодежи (рис. 1).



Рис. 1. Типы наиболее популярного контента в молодежной среде

В то же время можно указать на некоторые важные проблемы, которые ограничивают цифровую гражданскую активность молодых людей. Среди наиболее значительных препятствий, с которыми сталкиваются молодые акторы, можно выделить: социокультурные (сопротивление со стороны семьи или друзей), политические (враждебность по отношению к молодежным активистам), финансовые (общая зависимость от взрослых, отсутствие доступа к финансированию) и цифровые угрозы (онлайн-преследования, слежка, нарушение конфиденциальности).

Отсутствие доступа к Интернету является важным препятствием для участия молодежи в цифровой активности. Молодые люди в сельской местности или выходцы из маргинализированных сообществ (таких как семьи с низким доходом, религиозные или этнические меньшинства, мигранты или беженцы) не всегда имеют доступ к Интернету, технологиям, которое позволили бы им участвовать в онлайн-активизме.

Молодежные активисты сталкиваются со значительными проблемами с точки зрения доступа к финансовым и человеческим ресурсам для поддержки онлайн-активности. Кроме того, можно свидетельствовать и об определённых ограниченных возможностях развития у молодежи цифровых навыков, таких как эффективные коммуникативные навыки, цифровая медиаграмотность, цифровая безопасность и технические знания.

Те же инструменты, которые цифровые активисты используют для самовыражения, могут быть использованы против них, чтобы заставить их замолчать, запугать и исказить их сообщения. Издевательства, преследования и троллинг в отношении молодых активистов в Интернете происходят не только со стороны их сверстников. Молодежные активисты часто становятся жертвами травли со стороны взрослых или ботов, созданных взрослыми.

Конечно, для того чтобы полностью оценить масштабы цифровой гражданской активности молодых людей, требуется больше исследований, которые позволят оценить все многообразие взаимодействия, возможного в цифровом пространстве, от комментирования до публикации видео и распространения сатирического контента. Однако, уже сейчас очевидным становится факт о необходимости содействия со стороны действующих политических сил, организаций, работающим с молодежью, и всех, кто заинтересован в формировании цифрового молодежного гражданского пространства:

- важно устранить недостаток межпоколенческого диалога, смягчить разделение между традиционным, формальным гражданским участием и онлайн-активностью молодежи, а также способствовать диалогу и сотрудничеству молодых гражданских деятелей с лицами, принимающими решения. Это включает в себя доверие молодежным организациям и предоставление им должного признания за то, что они являются «голосом» молодежи и стремятся решать ее проблемы.

- поддержку участия молодых людей в принятии решений на всех уровнях можно сделать, используя удобный для молодежи язык и изучая онлайн- форматы, а также устраняя все возрастные ограничения для участия в процессах общественных консультаций и обсуждений.

- в то время, как молодые люди демонстрируют проявление гражданской активности в интернете, сами по себе действия только в цифровой среде не обеспечат расширение охвата и построение сильных связей в молодежной среде в долгосрочной перспективе. Поддержка взаимодействия онлайн и офлайн форматов коммуникации и необходима.

- увеличение доступа к финансированию за счет государственно-частного партнерство может стать интересным направлением для повышения цифровой активности молодежи. Ноу-хау технологического сектора и сотрудничество с частными компаниями особенно полезны для решения проблем, связанных с безопасностью в Интернете или борьбой с распространением дезинформации и фейковых новостей.

- построение сети молодежных цифровых активистов для взаимного обучения, а также их популяризация в регионе деятельности. Это можно сделать совместно с существующими региональными молодежными учреждениями и организациями.

Необходимо стремиться к лучшему пониманию того, как цифровая активность молодежи пересекается с традиционной гражданской активностью и с какими возможностями и препятствиями сталкиваются молодые участники общества в цифровой сфере.

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Политическая коммуникация, как область исследования, возникла в период между двумя мировыми войнами. Это началось с изучения пропаганды, особенно во время войны. В книге американского политолога Гарольда Лассуэлла «Техника пропаганды во время мировой войны» отмечается, что люди были обмануты и унижены пропагандой во время войны. Раннее внимание политической коммуникации было сосредоточено на войне и пропаганде, что привело к общей озабоченности относительно убедительности и правдивости сообщений через средства массовой информации.

Стремительное технологическое развитие коренным образом изменило мир средств массовой информации и привело коммуникативные технологии в новую, цифровую эру. После Второй мировой войны основным каналом политической коммуникации была пресса, а телевидение долгое время служило основным средством массовой информации, вплоть до цифровой революции. И пресса, и телевидение представляли собой нисходящую модель коммуникации, где журналисты играли роль посредников между политическими источниками и аудиторией и контролировали или, по крайней мере, влияли на процесс коммуникации. За последние два десятилетия так называемые «новые медиа» получили широкое распространение по всему миру, заменив старый порядок и внедрив более горизонтальную модель коммуникации.

Анализируя трансформационные изменения, произошедшие в двадцатом столетии, можно говорить о трех эпохах политической коммуникации:

- первая эпоха (1950-х годов) характеризуется легким доступом к средствам массовой информации, политической коммуникацией, отражающей партийные позиции, сильными и стабильными политическими институтами;

- второй период (с 1960-х по 1980-е годы) ознаменовался сетевым телевидением с ограниченным количеством каналов, потребительством, общественным скептицизмом в отношении элит, растущей важностью политической коммуникации и все более важной ролью средств массовой информации в политическом процессе;

- третья эпоха (с 1990-х годов по настоящее время) стала периодом изобилия каналов коммуникации, неограниченного охвата и возможностей для интерактивности.

В повседневной жизни человеку невозможно ускользнуть от общения. От детей до взрослых, от обычных людей в обществе до политиков в парламентских учреждениях, все нуждаются в общении, чтобы выразить свои мысли и опасения по любым вопросам, с которыми они сталкиваются в своей жизни. Коммуникация позволяет людям обсуждать различные проблемы, строить социальные конструкции по разнообразным проблемным вопросам и находить компромиссные решения для их решения. Коммуникация время от времени претерпевает эволюцию вслед за эволюцией человеческой цивилизации. То, как люди общаются друг с другом, и средства массовой информации, которые они используют для общения, время от времени меняются. В то время как в древности методы и средства коммуникации были очень ограничены, в эпоху нового тысячелетия они значительно изменились благодаря развитию информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Развитие ИКТ привело к появлению новых средств массовой информации и методов коммуникации. В результате, в настоящее время люди в значительной степени используют коммуникационные возможности социальных сетей.

Согласно исследованиям, наиболее часто используемыми молодыми людьми социальными сетями для отслеживания событий в социальной и политической сфере являются Вконтакте, Instagram и Telegram (рис. 2).

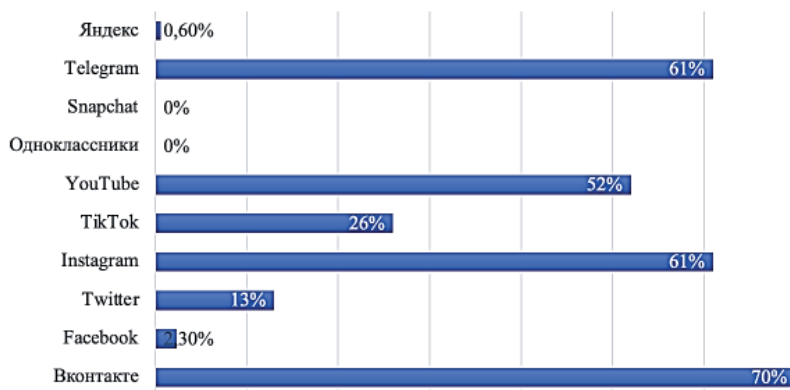


Рис. 2. Наиболее часто используемые цифровые платформы (составлено авторами, по результатам исследования)

Социальные сети – это не просто хороший способ поделиться мемами и быть в курсе последних тенденций. Это также может быть очень эффективным способом взаимодействия государственных органов с молодежной общесственностью.

Предлагаем вашему вниманию пять преимуществ использования социальных сетей в сфере политической коммуникации.

1

Кризисная коммуникация. Распространение COVID-19 стало беспрецедентным явлением для государственного сектора. В мире постоянно происходят события негативного характера и от профессионалов в сфере массо-

вой информации требуется предоставлять регулярные обновления сведений для взволнованной публики. В непростые времена множество людей находится в напряжении и буквально «приклеены» к экранам мобильных устройств и неправильное сообщение может усугубить ситуацию. Для государственного сектора особенно важно донести информацию четко, спокойно и профессионально. Это означает отсутствие чрезмерного использования восклицательных знаков или сообщений, написанных заглавными буквами. На передний план необходимо поместить фигуру, которая может донести важные сообщения контролируемым и обнадеживающим образом.

2 Участие граждан. Вовлеченная аудитория – счастливая аудитория. Когда вы будете вовлекать общественность, вы сможете информировать ее о политике и вопросах, которые наиболее важны для них. Это выполняет двойную функцию. Во-первых, вы укрепляете доверие. Социальные сети дают вам возможность быть более открытым, и аудитория начинает вам больше доверять. Во-вторых, вы гуманизируете свой бренд. Слишком часто люди забывают, что за государственными учреждениями стоят такие же живые люди. Социальные сети дают вам возможность показать аудитории, что вы тоже человек.

3 Завоевать общественное доверие. Подавляющее большинство молодежной аудитории хочет видеть максимальную прозрачность в работе государственного управления. Как и в бизнесе, способность оставаться искренним и честным со своей аудиторией имеет решающее значение для построения с ней хороших отношений. Социальные сети предоставляют идеальную возможность оставаться максимально прозрачными и понятными для вашей аудитории.

4

Тестовый обмен сообщениями. Социальные сети – это отличный способ протестировать свое сообщение среди аудитории. Неважно, являетесь ли вы кандидатом, ищущим отличный слоган, или государственным учреждением, ищущим способ связаться со своей аудиторией. Использование социальных сетей – это здорово, потому что это отличный способ получить мгновенную обратную связь и увидеть, что в тренде у вашей аудитории и что ее увлекает. Давайте рассмотрим простой пример. Вы начинаете с того, что задаете себе несколько простых вопросов, например: «Что волнует моих избирателей? Как моя кампания поможет решить их проблемы?» А затем вы сводите ответы к нескольким лозунгам. Когда у вас есть несколько фраз, которые вы считаете сильными, вы можете публиковать сообщения в социальных сетях, содержащие каждый из слоганов в виде фразы или хэштега. Делайте это от одного до трех месяцев. В конце концов, посмотрите, какой слоган вызвал наибольшую активность и бум, у вас есть сильный слоган кампании, который находит отклик у людей. Это простой пример, но правда в том, что в социальных сетях вы можете тестировать различные типы сообщений, чтобы увидеть, что больше всего находит отклик у аудитории.

5

Экономия финансов. Традиционные реклама и стратегические коммуникации в рамках работ по связям с общественностью стоят дорого. Социальные сети могут значительно сократить эти расходы. Вместо того, чтобы тратить деньги на рекламу, государственные органы теперь могут использовать более экономичные социальные платформы для повышения осведомленности общественности о проблемах, о которых необходимо знать. В конце концов, это те платформы, которые их аудитория уже использует.

Несмотря на вышеперечисленные преимущества использования социальных сетей для молодежной аудитории, существует также и ряд ограничений.

Во-первых, использование социальных сетей в политической коммуникации может ограничить участие общественности в политической деятельности путем цензуры. Представителям молодежной общественности может быть трудно в полной мере участвовать в коммуникации с политиками, в том числе с теми, кто воспринимается как оппозиция. Еще одним фактором, способствующим ограниченному участию молодежи в политической коммуникации, является так называемый цифровой разрыв. Сам по себе цифровой разрыв можно определить как состояние, при котором некоторая доля общества, находящегося в неблагоприятном положении, не имеет регулярного доступа к Интернету, в то время как другая доля, более состоятельная, проживающих в основном в городских районах, имеет к нему постоянный доступ. Существование цифрового разрыва делает использование социальных медиа для политической коммуникации менее эффективным, поскольку не все члены общества могут получить доступ к медиа-платформам.

Во-вторых, использование социальных сетей все же требует ресурсов и определенных навыков. Для работы пользователей в социальных сетях необходимы мобильные телефоны, планшеты и компьютеры. Также должна быть развита инфраструктура сети Интернет. И самое главное, что пользователи должны обладать цифровой грамотностью.

Наконец, использование социальных сетей увеличивает поляризацию среди представителей общественности. Использование социальных сетей для политической коммуникации способствует созданию групп внутри общества, основанных на политической идеологии и предпочтениях. Это связано с тем, что пользователи социальных се-

тей склонны устанавливать дружбу и общение с пользователями, которые разделяют одни и те же политические предпочтения и идеологию.

Основываясь на вышесказанном, можно предложить несколько полезных советов по использованию социальных медиа для более активного вовлечения молодежи в политическое пространство.

!

- Слушайте. Первое, на чем вы должны сосредоточиться, – это слушать свою аудиторию. Почему? Все просто: ваша аудитория скажет вам то, что она хочет услышать. Прежде чем вы напишете пост Вконтакте или запишете видео, вам нужно знать свою аудиторию лучше, чем она знает себя. Многие совершают ошибку, публикуя сообщения еще до того, как узнают, что их аудитория хочет от них увидеть. Это приводит к низкой вовлеченности и влияет на эффективность учетной записи в социальных сетях. Поэтому, следует глубоко погрузиться в проблемы аудитории и попытаться их решить. Кроме того, социальные сети это отличная возможность ответить на любые вопросы, которые могут возникнуть у общественности.

!

- Обучите свою аудиторию. Одним из преимуществ государственных аккаунтов в социальных сетях является тот факт, что у вас есть доступ к огромному количеству информации. Ваша учетная запись будет восприниматься как заслуживающая доверие и молодые люди гораздо охотнее будут приходить к вам, как к источнику достоверной информации и знаний.

!

- Будьте проще. Следует помнить, что большая часть вашей аудитории просматривает ваши сообщения в ленте, среди сотен других, аналогичных посланий. Сделайте свой

контент как можно более удобным для потребления и распространения. Используйте простую графику, избегайте больших блоков текста и постарайтесь донести основную мысль, не прося людей нажать на ссылку или посмотреть длинное видео.

!

■ Публикуйтесь регулярно. Необходимо приложить все усилия, чтобы постоянно делиться контентом и взаимодействовать с аудиторией. Не избегайте постов, которые могут заставить людей улыбнуться. Если вы можете быть забавным, но при этом не быть оскорбительным или грубым, вы можете сорвать куш!

!

■ Вовлекайте. Используйте социальные сети для прямого взаимодействия со своей аудиторией. Быстрое реагирование имеет решающее значение, когда у людей нет возможности оперативно связываться с государственными учреждениями.

ПРАКТИЧЕСКИЕ СОВЕТЫ ДЛЯ НЕКОТОРЫХ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ

Результаты современных исследований показывают, что Telegram, «ВКонтакте» и YouTube являются наиболее популярными социальными сетями у россиян. Предлагаем вашему вниманию некоторые тактические приемы и предложения для конкретных платформ по эффективному взаимодействию с аудиторией и масштабной работе с молодежью.

1

ВКонтакте. Ежемесячная аудитория «ВКонтакте» составляет примерно 73 млн человек. Хотя эта огромная база пользователей представляет собой привлекательную возможность для любой организации или личности, стремящейся привлечь внимание молодежной аудитории, огромный объем ежедневного контента часто затрудняет успешное размещение материалов в ленте конкретных пользователей.

1. Отвечайте тем, кто комментирует ваш контент. Относитесь к своим комментаторам как к VIP-подписчикам. Ответ на их комментарии побудит их комментировать ваши будущие публикации. Кроме того, когда другие пользователи Вконтакте видят, как владелец аккаунта отвечает на комментарии, это может побудить их добавлять собственные комментарии, тем самым повышая ваш рейтинг в молодёжной среде.

2. Используйте видео и изображения, так как они, как правило, привлекают больше внимания, чем просто текст. Помните: краткость – ключ к успеху. Более корот-

кие видео предпочтительнее более длинных, так же как более короткие текстовые сообщения превосходят более длинный текст.

#3. Просматривайте чужие страницы, чтобы определить, какие типы контента имеют высокий уровень вовлеченности. Анализируйте не только группы, связанные с государственными органами или организациями гражданского общества, но также страницы популярных брендов, медиакомпаний и лидеров мнений, чтобы лучше оценить типы контента, которые привлекают наибольшее внимание.

4. Подчеркните работу простых сотрудников на местах. Публиковать сообщения о деятельности своей команды – это нормально, но старайтесь избегать чрезмерной бюрократизации. Целью всегда должно быть создание благоприятной среды для формирования реакции пользователей, что бы они могли задавать свои вопросы и оставлять комментарии.

2

YouTube. Отличительной особенностью YouTube является то, что он сосредоточен исключительно на двух форматах контента (видео и, в гораздо меньшей степени, аудио), в отличие от ВКонтакте или Telegram, которые отличаются большей разнородностью медиа, включая текст, изображения, GIF-файлы и пр. Социальные функции в основном сводятся к тому, чтобы ставить лайки и комментировать видео.

1. Используйте YouTube для размещения видео, предназначенного для распространения среди сторонних пользователей (включая СМИ, организации гражданского общества и блоггеров).

2. Повысьте ранжирование контента, добавив описательные метаданные (заголовки, теги и описание).

3. Подумайте, какие типы поисковых запросов, связанных с политикой, вероятно, будут приводить молодежную

аудиторию, и создайте видеоролики, которые отражают эти поисковые запросы.

4. Будьте лаконичны. Короткие видео работают лучше всего, поскольку люди, как правило, не любят смотреть и делиться слишком длинными роликами.

5. Включите титры. Это полезно не только для глухих или слабослышащих пользователей, но и для значительно числа людей, которые просматривают мобильный контент с отключенным звуком. Перед публикацией проверьте точность всех автоматически сгенерированных подписей.

3

Telegram. В отличие от контента в постах Вконтакте, который получает лайки, в случае распространения контента Telegram акцент делается на качество, а не на количество. Функционируя как облачный мессенджер, Telegram хранит все типы общего контента, не влияя на производительность устройства из-за того, что занимает мало места.

Помимо мгновенного распространения контента среди неограниченного числа пользователей, приложение позволяет легко отслеживать количество зрителей. Каждый канал Telegram поставляется со своей собственной публичной или частной ссылкой, поэтому любой может присоединиться к вашему каналу по этой ссылке и оставаться в курсе ваших новостей.

#1. Используйте платформы социальных сетей. Начните с добавления ссылки на канал на своих страницах в социальных сетях для его продвижения. Еще одна заслуживающая доверия тактика – добавить ссылку на канал на свой сайт, на страницу контактов.

#2. Сделайте ссылку на канал своей подписью. Добавьте свой канал во все ваши коммуникационные материалы и инструменты: в подпись электронной почты, в статьи, в конце ваших сообщений в социальных сетях.

#3. Используйте каталоги каналов Telegram.

Если ваш рекламный бюджет относительно невелик, вы можете рассчитывать на рекламу через каталоги, которые предлагают бесплатное продвижение для каналов Telegram, если вы соблюдаете определенные правила.

#4. Не забывайте о стикерах. Чтобы расширить канал и привлечь реальных подписчиков, воспользуйтесь преимуществом создания персонализированных стикеров Telegram. Можно создать собственные стикеры с логотипами, талисманами, различными сообщениями с целью сделать рекламу канала в забавной, привлекательной манере.

#5. Создайте собственного бота. Бот может помочь вам сэкономить деньги и управлять сокращенной командой сотрудников, поскольку он может выполнять широкий спектр веб-обязанностей.

Приведенные выше рекомендации хорошо зарекомендовали себя применительно к конкретным цифровым сервисам, однако, можно сформулировать несколько универсальных стратегий, применимых для разных платформ.

! **■** Сила повествования. Молодежная аудитория склонна взаимодействовать с контентом, содержащим личные истории. В отличие от информации, представленной в безликой форме, отягощенной статистикой, молодые люди с большей вероятностью дочитают или досмотрят личные истории до конца, запомнят их и расскажут о них своим друзьям.

! **■** Комментирование стороннего контента. Комментируя контент, публикуемый другими, более популярными аккаунтами, вы можете в некотором роде «встать на плечи гигантов» и распространять сообщения среди более широкой аудитории.



■ События в прямом эфире. Интерактивность, присущая формату «вопрос-ответ», делает его популярным среди молодежной аудитории. При подготовке к прямой видеотрансляции следует учесть следующие детали: тему и типы вопросов, которые будут заданы; где, когда и как аудитория может задавать свои вопросы; дату и время, когда планируется эфир; официальные хэштеги.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К СОЦИАЛЬНЫМ СЕТЯМ

Хотя многие правительственные структуры, политические партии и отдельные деятели успешно начали использовать социальные сети без чёткой стратегии, в настоящее время накоплен внушительный опыт, который показывают, что разработка реалистично достижимой и легко реализуемой стратегии может помочь избежать ловушек и проблем, обеспечив возможность действовать дальновидно и активно.

Семь шагов, перечисленных на рисунке 3, помогут вам разработать эффективную стратегию поведения в социальных сетях в интересах вовлечения молодежи в политическую активность.

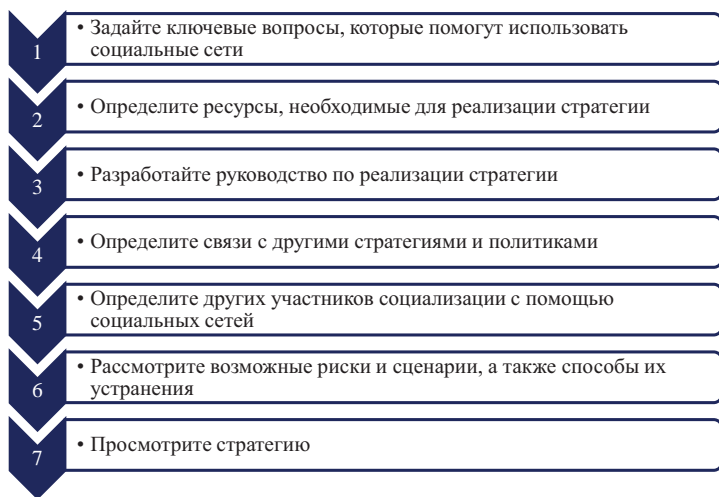


Рис. 3. Разработка эффективной стратегии поведения в социальных сетях в интересах вовлечения молодежи в политическую активность

1

Ключевые вопросы. Вопросы, помогающие определить как социальные сети будут оказывать наибольший эффект вовлеченности молодежи, должны быть сосредоточены на цели, аудитории, методах и рисках и могут содержать следующие формулировки:

- Почему мы хотим взаимодействовать через социальные сети? Каковы наши цели и задачи?
- Что, по нашему мнению, можно улучшить или решить с помощью социальных сетей? Какую дополнительную ценность мы ищем в таком взаимодействии?
- Как выглядят наши ресурсы?
- С какими целевыми группами мы хотим взаимодействовать? Какие платформы они используют?
- Почему наша целевая аудитория будет взаимодействовать с нашими аккаунтами? Что мы можем предложить?
- Кто еще пытается взаимодействовать с нашими целевыми группами? Можем ли мы сотрудничать с любым из этих участников, чтобы расширить охват?
- Как мы набираем подписчиков в наши аккаунты и как будем поддерживать их интерес?
- Каким типом контента мы должны делиться и как мы его производим?
- Есть ли какие-то конкретные события или даты, вокруг которых мы хотели бы разработать специальную кампанию?
- К каким потенциальным сценариям нам нужно подготовиться? Каковы потенциальные риски?

Хотя ответы на эти вопросы могут и не появляться непосредственно в стратегии, краткое изложение их содержания может помочь прояснить цель использования социальных сетей, характеристики аудитории, которая будет вовлечена, способы ее вовлечения, и стратегию снижения рисков. Ответы на эти вопросы также могут помочь наметить четкие,

измеримые цели с соответствующими показателями, которые будут иметь важное значение при проведении оценки успеха стратегии.

2 **Определение ресурсов.** Хотя инструменты социальных сетей могут быть доступны бесплатно, обеспечение их максимального использования потребует значительных человеческих, временных и финансовых ресурсов. Постоянное обновление и мониторинг широкого спектра платформ в сочетании с первоначальным установлением присутствия в сетях может оказаться слишком трудоемким и дорогостоящим. Вам потребуется наем специалистов для управления вашими аккаунтами или передача ряда задач на аутсорсинг.

3 **Разработка руководства по реализации стратегии.** Чтобы гарантировать реализацию стратегии, вы можете разработать руководящие принципы или кодексы поведения в помощь тем, кто управляет аккаунтами в социальных сетях, включив в их содержание такие компоненты, как тип контента, который можно публиковать, платформы, которые используются, частота новых сообщений и др.

4 **Связи с другими институциональными стратегиями и политиками.** Увязывание стратегии работы в социальных сетях с более широкими коммуникационными стратегиями являются важным аспектом, поскольку наличие противоречивых или несовместимых стратегий приведет к путанице.

5 **Выявление и взаимодействие с другими участниками участников социализации.** Следование аккаун-

там других пользователей (партий, СМИ и др.) с похожей целевой аудиторией может быть весьма полезным. Кроме того, независимо от того, используете ли вы социальные сети или нет, ваши действия и их эффективность неизбежно будут обсуждаться в Интернете. Осведомленность об этих обсуждениях и активное участие в них, а не простая реакция, поможет вам управлять этими обсуждениями и лучше взаимодействовать со своей целевой аудиторией.

6

Возможные риски и способы их устранения. Использование социальных сетей дает много преимуществ, при этом также создает и проблемы. При разработке стратегии следует тщательно учитывать риски и проблемы, которые могут возникнуть в социальных сетях, а также изучить способы их решения. Спектр возможных проблем достаточно широк, но некоторые из наиболее важных рисков, которые следует рассмотреть включают следующее:

- правовые ограничения платформ;
- отрицательные комментарии;
- распространение дезинформации;
- использование социальных сетей в конфликтных и постконфликтных ситуациях;
- аккаунты-клоны.

7

Обзор стратегии. Как и в случае с любыми стратегиями и процессами, важно найти время, чтобы обдумать ценность стратегии присутствия на тех или иных платформах. В свете быстро меняющихся платформ и их функций пересмотр стратегии может потребоваться даже чаще, чем для более статичных стратегий, политик или руководств. Следует регулярно проводить обзоры, чтобы убедиться, что вы достигаете поставленных целей, используете наиболее

актуальные платформы и максимально эффективно задействуете имеющиеся ресурсы.

! Последовательно реализуя предложенные шаги и проявляя смелость, вы сможете легко использовать социальные сети в определении новых путей вовлечения молодежи в политическое пространство.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ



Людмила Сергеевна Киселева
Руководитель проекта
доктор социологических наук, кандидат экономических наук



Ульяна Сидорова
Студентка 3 курса
РГПУ им. А.И. Герцена



Александра Семёнова
Студентка 3 курса
РГПУ им. А.И. Герцена



Ольга Киселёва
Ученица 10 класса
школы №8 «Музыка»



Марина Николаева
Ученица 10 класса
школы №8 «Музыка»

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Учебное издание

Киселева Людмила Сергеевна
(руководитель авторского коллектива),
Сидорова Ульяна Игоревна,
Семёнова Александра Андреевна,
Киселева Ольга Андреевна,
Николаева Марина Эдуардовна

**СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА
В ПОЛИТИЧЕСКОЙ
КОММУНИКАЦИИ:
РУКОВОДСТВО ПО УСПЕШНОЙ
СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ
В ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Методическое пособие

Сетевое научное издание



© Коллектив авторов, 2022
© ИД «Академия Естествознания»
© АНО «Академия Естествознания»
ISBN 978-5-91327-733-6