



УДК 316.4

© *И. П. Джуляк, И. Ф. Ярулин, 2013*

РОЛЬ ИНТЕРНЕТА В РАЗВИТИИ ПРОТЕСТНОГО ДВИЖЕНИЯ В ХАБАРОВСКОМ КРАЕ В 2011-2012 ГОДЫ

Джуляк И. П. – асп. кафедры «Социология, политология и регионоведение», e-mail: dzyliak@mail.ru; *Ярулин И. Ф.* – д-р полит. наук, декан СГФ (ТОГУ)

Анализируется степень проникновения и восприятие интернета среди населения Хабаровского края. Рассмотрена вероятность использования «новых медиа» – социальных сетей, блогов, новостных порталов – для организации протестных акций и распространения информации о них. Полученные данные указывают на (1) ограниченное, но растущее влияние интернета на политические процессы; и (2) отсутствие, в настоящее время, на территории Хабаровского края сколько-нибудь крупных оппозиционных интернет-площадок, что делает маловероятным организацию через интернет массовых акций протеста в данном регионе.

In the article the extent of penetration and the perception of the Internet among the population of Khabarovsky krai are analyzed; the probability of use of «new media» - social networks, blogs and news web-sites – in order to organize protests and disseminate information about them is studied. The received data show that: (1) the impact of the Internet on the political process in Khabarovsky krai is limited but growing; (2) at present there are no any major opposition web-resources in Khabarovsky krai that makes it improbable to organize on-line mass protests in the region.

Ключевые слова: протестное движение, интернет, социальные сети.

Выборы депутатов Государственной Думы и дальнейшие события на протяжении нескольких месяцев показали, что Интернет может стать очень серьезной силой для канализации и дальнейшего развития протестного движения в стране. Помимо огромной информационной функции в предвыборный период отдельные сервисы и социальные сети активно использовались как организационный ресурс, через который проходила мобилизация большого количества людей и координация действий организаторов протестных выступлений. О возможности такого развития событий писали многие эксперты задолго до этого, но всерьез власть не воспринимала реальность подобного сценария. По мнению И.В. Ксенофоновой «онлайн-движения, спо-

собные выходить в пространство оффлайн, — это не ноу-хау российского общества. С одной стороны, они уже давно описываются в западной литературе, а с другой — можно наблюдать очень похожие мобилизационные процессы на Ближнем Востоке, США и в некоторых европейских странах. Проведя параллели, мы наверняка найдем много общего с российским движением и предположим, что все происходящее сейчас в России — это часть некоего глобального процесса, волны протестов. При этом каждое из протестных движений отличается от другого внутренними причинами возникновения, но вместе с тем может быть объединено с соседями по ряду схожих черт» [1].

Понятно, что основной «театр боевых действий» в 2011-2012 годах был развернут в центральной части России, но как он повлиял на ситуацию в Хабаровском крае и сыграл ли Интернет большую роль в развитии протестного движения здесь? Проводить анализ того, что происходило в Интернете в предвыборный период, нужно принимая во внимание стартовые условия и предпосылки для наращивания протестной активности накануне выборов. В этом нам помогут данные социологического исследования ООО «Первая Санкт-Петербургская гуманитарно-технологическая корпорация», которое было проведено в июле 2011 года по заказу Хабаровского регионального отделения Партии «Единая Россия». Выборка составила 1700 человек.

На вопрос «как часто Вы используете Интернет для получения новостной информации» 36 % опрошенных ответили «никогда», 13,5 % — «несколько раз в месяц», 20,3 % — «несколько раз в неделю», 19,7 % — «несколько раз в день» и 10,5 % — затруднились ответить. Стоит заметить, что в целом по России аудитория интернета в 2011 году составляла около трети взрослого населения [2].

Причем нужно отметить, что это показатели в целом по выборке и в разных возрастных группах они разбросаны по-разному. Так респонденты в возрасте 18-20 лет на тот же самый вопрос ответили: 6,6 % — «никогда», 8,1 % — «несколько раз в месяц», 27,3 % — «несколько раз в неделю», 51,8 % — «несколько раз в день» и 6,2 % — затруднились ответить. Просматривая результаты опроса по всем возрастным группам можно с уверенностью сказать, что по мере увеличения возраста респондентов снижается их уровень активности в Интернете. Таким образом, в целом активность жителей края в Интернете довольно невысока, кроме молодежи, которая является самым активным потребителем новостной информации в Интернете, а значит и самым главным человеческим ресурсом, который можно мобилизовать через различные социальные сервисы. В этой ситуации играют на руку и психологические особенности данной социальной группы, ведь молодежи в большей степени свойственно эмоциональное восприятие и чрезмерная импульсивность в принятии решений.

В ходе опроса также была исследована степень доверия людей к различным источникам получения информации. На вопрос «насколько Вы доверяют



Интернету как источнику информации» 9,1 % опрошенных ответили «безусловно доверяю», 27,1 % – «скорее доверяю», 16,2 % – «скорее не доверяю», 8 % – «абсолютно не доверяют», 29,6 % – «не смотрю, не слушаю, не читаю» и 10 % – затруднились ответить. Если сложить процент по ответам «безусловно доверяю» и «скорее доверяю», то получится, что информации из Интернета доверяет 36,2 % респондентов. Для сравнения при сложении процентов по ответам «безусловно доверяю» и «скорее доверяю» телевидению доверяет 63 % опрошенных, радио – 36,8 %, газетам – 38,3 %, журналам – 18,7 %, рассказам друзей и родственникам – 61,9 %. Таким образом по уровню доверия к информации Интернет сегодня находится на предпоследнем месте и имеет практически одинаковый процент доверия с радио. Большинство людей в Хабаровском крае продолжает доверять телевидению, рассказам друзей и газетам, при этом, очень мало доверяя информации из журналов. Стоит также отметить, что с увеличением возраста доверие к информации из Интернета уменьшается. Если опять сложить проценты по ответам «безусловно доверяю» и «скорее доверяю» и сопоставить их с разными возрастными группами, то получится, что из опрошенных в возрасте 18-20 лет доверяют информации из Интернета 59,6 %, в возрастных группах 21-30 лет – 52,3 %, 31-40 лет – 46,9 %, 41- 50 лет – 31,1 %, 51 – 60 лет – 18,4 % и более 60 лет – 7 %. Из приведенных данных видно, что молодежь доверяет информации из Интернета все больше, при этом является самой преданной и устойчивой аудиторией пользователей, которая все чаще пренебрегает другими источниками информации. Этому, в том числе, значительно способствует усиленное продвижение на различных ресурсах идеи, что Интернет является единственным источником достоверной информации, который неподвластен государственной пропаганде, как, например, телевидение и некоторые газеты. Все больше интернет-пользователей призывает окружающих не смотреть телевизор и не читать газет, называя их «инструментами оболванивания», что также влияет на формирование общественного мнения в среде интернет пользователей.

Интересные результаты также были получены при ответе на вопрос «какие Интернет-ресурсы вы используете для получения новостной информации?». 30,9 % ответили, что пользуются новостными порталами, 31,6 % используют социальные сети, 14,4 % – блоги и форумы и 23,1 % опрошенных затруднились ответить на этот вопрос.

При этом опять очень интересно складывается ситуация в разных возрастных группах. 54,2 % из опрошенных в возрасте 18-20 лет используют социальные сети. Такой же выбор делают 40,5 % в возрасте 21-30 лет. А вот более старшие возрастные группы отдают большее предпочтение новостным порталам. В возрасте 31-40 лет их использует 36,8 %, 41-50 лет – 32,5 %, 51-60 лет – 35,8 % и старше 60 – 20,3 %. При этом стоит отметить, что вторым по значимости ресурсом поиска новостной информации для данных возраст-

ных групп, кроме опрошенных в возрасте более 60 лет, остаются социальные сети. В возрасте 31-40 лет их использует 32,2 %, 41-50 лет – 25,1 %, 51-60 лет – 15,8 %, а вот опрошенные в возрасте старше 60 отдадут большее предпочтение блогам и форумам – 7,4 %, оставляя социальным сетям – 6,6 %.

Несмотря на большую увлеченность социальными сетями, молодые люди тоже довольно активно используют новостные сайты. В возрасте 18-20 лет ими пользуются 25 % опрошенных, а в 21-30 лет – 27,7 % респондентов.

Также стоит отметить, что наибольший процент использования блогов и форумов для поиска новостной информации наблюдается в возрастных группах 21-30 лет (18,4 %) и 31-40 лет (17,2 %). Из данного опроса очень хорошо видно, что блоги и форумы не являются основным каналом продвижения информации в Хабаровском крае. Тем не менее, влияние данных площадок на формирование общественного мнения нельзя недооценивать, ведь в тех же блогах сидит большое количество журналистов, которые могут оказывать существенное воздействие на отношение к той или иной острой теме. Также последние события общественно-политической жизни наглядно нам показывают, что при определенных условиях информация из блогов может становиться серьезными информационными поводами, о которых начинают говорить все средства массовой информации.

Все приведенные выше цифры нашли свое отражение в период избирательной кампании. С августа по декабрь 2011 года в социальных сетях, в большей степени «ВКонтакте», было создано более десятка групп протестной направленности, основной аудиторией которых были молодые люди в возрасте 18-23 лет. Причем стоит отметить, что не менее активно в группах протеста принимали участие и старшие школьники больших городов, таких как Хабаровск и Комсомольск-на-Амуре. В них в большей степени был сделан упор на эмоциональную подачу информации с критикой в адрес действующей власти. Причем доминировала в группах федеральная повестка с общими для всех информационными поводами, в то время как региональная составляющая практически отсутствовала. Помимо социальных сетей в меньшей степени была заметна протестная активность в сообществах Живого Журнала и нескольких форумах, что не сыграло огромной роли в формировании целостной информационной повестки. Несмотря на все эти усилия за всю кампанию было два ярких события, когда протест из Интернета перерастал в реальный выход на улицу. При этом самая большая акция собрала всего около 200 человек, часть из которых были простые люди, пришедшие на нее из любопытства. Другая акция и вовсе была омрачена тем, что молодежь, которая пришла выразить свою позицию вдруг оказалась под знаменами одной из партий, что вызвало негативную реакцию и нежелание участвовать в политическом противостоянии парламентских партий.

Вместе с тем властные структуры больше стремились канализировать весь протестный электорат на нескольких ресурсах и постепенно свести уро-



вень протестной активности к минимуму. Также были попытки запуска псевдоопозиционных блоггеров, но ввиду очень небольшого количества времени на раскрутку аккаунтов никакой значительной роли это не сыграло.

Последние данные Фонда Общественное Мнение за 2012 год показывают, что доля активной аудитории Интернета (пользователи выходящие в Сеть хотя бы раз за сутки) сейчас составляет 40 % (46,8 млн человек). Годовой прирост интернет-пользователей, выходящих в сеть хотя бы раз за месяц, составил 12 %, а для суточной аудитории данный показатель равен 15 % [3]. Интернет стал сегодня очень важным каналом коммуникации для многих людей, особенно для молодежи. Он значительно сокращает затраты на продвижение нужной информации до необходимых социальных групп и вовлечение в ту или иную деятельность. Также при определенных обстоятельствах Интернет может играть важную роль в формировании нужной повестки дня в информационном поле. По последним данным ФОМ половина россиян и три четверти интернетчиков уверены, что информация, опубликованная в интернете, может получить широкую общественную огласку. Но доверяют информации в Сети только треть наших сограждан и около половины пользователей [4].

Несмотря на все это, на территории Хабаровского края в Интернете так и не появилось четкой организованной структуры, которая может сыграть большую роль в развитии протестного движения, а существующие мелкие группы на сегодня не способны к объединению под той или иной общей идеей. Мобилизация через Интернет большой группы людей на проведение протестных акций при таком незначительном охвате пользователей, приведенном в статье, может произойти только при очень мощном информационном поводе, который затронет лично большое количество жителей края. Эти выводы соответствуют мнению ряда социологов масштабах всей страны. Так С.Г Ушкин [5] считает, что на данный момент наблюдается ряд расхождений между реальной и виртуальной оппозицией, главным образом ввиду того, что среди участвующих в митингах присутствуют большей частью люди старшего возраста. Молодежь представлена в меньшей степени, среди них около трети не пользуются интернетом. Обращают на себя внимание различия между декларируемыми намерениями и реальными действиями: несмотря на размах акций протеста против итогов выборов и правящей власти, очевидно, что виртуальное сетевое общество не готово в едином порыве выйти на улицы российских городов. Тем не менее, нельзя не согласиться с мнением Р.Э Бараша, что «доступность Интернета различным аудиториям результирует в то, что на сегодняшний день Интернет-сообщества являются, пожалуй, единственным действующим механизмом горизонтальной самоорганизации. Учитывая рост вовлеченности в протест молодежи, партия Интернета будет не только расти, но и в большей степени замыкаться на саму себя. И в ситуации наблюдающейся сегодня тенденции ценностной либерализации посредством



Интернета можно ожидать противостояния не идейно передового меньшинства и абстрактного большинства, а партии Интернета и власти, стремящейся — пока косвенно — организовать самоорганизующееся Интернет-пространство. И именно контроль над сферой самоактуализации, а не обыски у условных лидеров оппозиции или аресты рядовых протестующих могут взорвать группу протеста» [6].

Библиографические ссылки

1. *Ксенофонтова И.В.* Роль Интернета в развитии протестного движения // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2012. №3(109).
2. *Наумов В.В., Павленко О.Ю.* Принципы социальной структуры интернет-аудитории // Вестник ТОГУ. - 2012. - №2. – С. 229-234
3. *Интернет* в России: динамика проникновения. Осень 2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tunet.fom.ru/Proniknovenie-interneta/10738> – Дата обращения: 06.02.13.
4. *Гражданская* активность в интернете: Может ли размещение информации в Сети помочь решить реальные проблемы? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fom.ru/SMI-i-internet/10622> – Дата обращения: 06.02.13.
5. *Ушкин С.Г.* Новая виртуальная оппозиция: кто она? // Социологические исследования. - 2012. - № 9.
6. *Бараи Р.Э.* Интернет как средство самоактуализации и революционной самоорганизации // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. - 2012. - № 3(109).